

SPRAWOZDANIE  
Z DZIAŁALNOŚCI  
**MAZOWIECKIEJ  
REGIONALNEJ  
ORGANIZACJI  
TURYSTYCZNEJ**  
I ZARZĄDU MROT  
ZA ROK 2023



MAZOWIECKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA



**MAZOWIECKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA**

1. Wprowadzenie.
2. O nas - fakty i liczby.
3. Realizacja Planu działalności MROT w roku 2023 według kierunków działań:
  - I. Promowanie walorów turystycznych województwa mazowieckiego.
  - II. Utrzymanie i rozwój mazowieckiego systemu informacji turystycznej.
  - III. Wspieranie rozwoju produktów, marek i innych inicjatyw turystycznych Mazowsza.
  - IV. Rozwój Mazovia Convention Bureau oraz wspieranie przemysłu spotkań na Mazowszu.
  - V. Wzmacnianie roli MROT jako głównego podmiotu działającego na rzecz rozwoju turystyki na Mazowszu.
4. Realizacja Planu finansowego MROT w roku 2023.



Szanowni Państwo,

Rok 2023 był bardzo dobrym rokiem dla Mazowsza i naszego kraju. Dla branży to m.in. czas ogromnych sukcesów, w których MROT miała niemały udział: Warszawa zdobyła prestiżowy tytuł European Best Destination 2023, województwo mazowieckie zwyciężyło w szóstej edycji konkursu Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów organizowanego przez POT, a przewodnik po szlaku Industrialnego Mazowsza, który był dla naszych reprezentantów inspiracją, wciąż zdobywa liczne nagrody w branżowych konkursach. Takie sukcesy przekładają się na zainteresowanie medialne naszym regionem (w przypadku Warszawy – na skalę światową), a to skutkuje większym ruchem turystycznym i pozwala na powrót do normalności po okresie pandemii i wybuchu wojny w Ukrainie w 2022 roku.

Oczywiście nie zapominamy o trudnej sytuacji naszych wschodnich sąsiadów i konieczności niesienia im pomocy: zorganizowaliśmy latem pobytu wypoczynkowe na Mazowszu dla dzieci ofiar wojny z Ukrainy i ich opiekunów. Mamy nadzieję na przywrócenie pokoju we wschodniej części Europy i robimy swoje. Dbamy o promocję regionu na wiele sposobów, wykorzystując najnowsze narzędzia marketingowe oraz promocyjne i współpracując z mediami. Nieustannie podnosimy kwalifikacje, bo tylko z najnowszą wiedzą wykorzystywaną w praktyce można być kilka kroków do przodu i sprostać wyzwaniom niezwykle skomplikowanej rzeczywistości. Troszczymy się o rozwój mazowieckiego systemu informacji turystycznej, wspieramy rozwój istniejących i powstawanie nowych marek oraz interesujących inicjatyw turystycznych. Dobrym przykładem rozkwitu takiej marki jest szybka i fantastyczna ewolucja Mazovia Convention Bureau oraz generalnie rozwój przemysłu spotkań na Mazowszu.

Skuteczne działanie nie byłoby możliwe bez współpracy na wielu polach i poziomach z członkami i innymi przedstawicielami branży, samorządami różnych szczebli, instytucjami kultury, przedsiębiorcami, organizacjami pozarządowymi, zwłaszcza turystycznymi, a także uczelniami i naukowcami oraz przedstawicielami innych branż. Taka otwartość pozwala lepiej planować działania, skutecznie je realizować, a później podsumowywać i pozyskiwać z konkretnych doświadczeń wiedzę przydatną w kolejnych przedsięwzięciach. Ta strategia znakomicie sprawdziła się podczas warsztatów planistycznych z członkami Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, podczas których skorzystaliśmy z wiedzy i doświadczenia wielu różnorodnych specjalistów najwyższej klasy.

Rok 2023 był także kolejnym rokiem owocnej współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego i jak zwykle była to współpraca na różnych polach i etapach – od planowania przez realizację po analizowanie wyników i wyciągnięcie wniosków z przeprowadzonych działań. Nigdy dość podkreślania, że takie wzajemne wsparcie organizacji i samorządu regionu skutkuje efektem synergii.

Skuteczność jest też owocem stabilnego finansowania, pozyskiwanego z różnych źródeł oraz aktywności wszystkich członków Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Bardzo Państwu dziękuję za wsparcie, kreatywność oraz mnóstwo życzliwości – bez tej dobrej energii płynącej w obie strony nie byłoby rezultatów, o których szczegółowo informujemy Państwa w naszym raporcie z roku 2023.

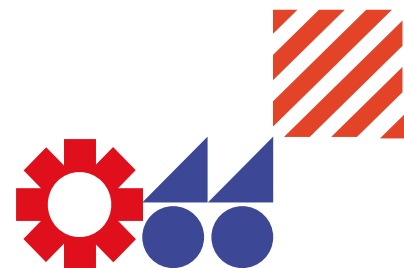
Życzymy Państwu i sobie aby rok 2024 był co najmniej tak udany jak 2023.



Izabela Stelmańska  
Prezes Zarządu  
Mazowieckiej Regionalnej  
Organizacji Turystycznej



Dorota Zbińkowska  
Dyrektor Biura  
Mazowieckiej Regionalnej  
Organizacji Turystycznej



Zarząd MROT funkcjonował w następującym składzie:

Izabela Stelmańska – Prezes Zarządu  
Bartosz Milczarczyk – Wiceprezes Zarządu  
Artur Andrysiak – Wiceprezes Zarządu  
Wojciech Rzewuski – Skarbnik  
Małgorzata Borkowska – Członek Zarządu  
Tadeusz Milik – Członek Zarządu  
Jarosław Józwiak – Członek Zarządu  
Rafał Rajkowski – Członek Zarządu  
Jan Rzeszotarski – Członek Zarządu

Biuro MROT w okresie sprawozdawczym funkcjonowało w następującym składzie:

Dorota Zbińkowska – Dyrektor Biura  
Iwona Majewska – Zastępca Dyrektora Biura  
Adam Jasiński – Menadżer ds. marketingu i promocji  
Tatiana Radzikowska – Starszy specjalista ds. projektów kluczowych  
Renata Konewecka – Starszy specjalista ds. inicjatyw i produktów turystycznych  
Radosław Krupa – Specjalista ds. technologii, promocji i administracji  
Adam Pawliszak – Specjalista ds. marketingu i produktów turystycznych  
Maciej First – Specjalista ds. marketingu i promocji  
Aleksandra Choba – Młodszy specjalista ds. marketingu i promocji  
Aneta Klich – Specjalista

Komisja Rewizyjna MROT funkcjonowała w następującym składzie:

Iwona Krajewska – Przewodnicząca Komisji Rewizyjnej  
Sebastian Sosiński – Sekretarz Komisji Rewizyjnej  
Wojciech Brzeziński – Członek Komisji Rewizyjnej

31 grudnia 2023 R. MROT liczyła 131 członków.

W roku 2023 do MROT dołączyło 8 nowych członków:

1. Stowarzyszenie Plantatorów Lawendy
2. Digital Space S.A.
3. Story Planet Go Sp. z o. o.
4. Mazowiecki Regionalny Fundusz Pożyczkowy
5. Lokalna Grupa Działania Równiny Wołomińskiej
6. Fundacja PGNiG im. Ignacego Łukasiewicza (Muzeum Gazowni Warszawskiej)
7. Gmina Jadów
8. Muzeum Azji i Pacyfiku

W 2023 wykreślono z listy członków 10 podmiotów:

1. Campiri Sp. o.o.
2. Stowarzyszenie Kulturalne Ziemi Liwskiej „Zamek Liw”
3. Stowarzyszenie Cztery Krajobrazy
4. Fundację Emanio Arcus
5. Fundację Polska Akademia Jeździecka
6. Klub Jeździecki HUZAR
7. Młyn Gąsiorowo Adriana Machnacz
8. Navitel Poland Sp. z o.o.
9. Stalker Group Sp. z o. o.
10. Stowarzyszenie na Rzecz Zachowania Tożsamości Kulturowej oraz Rozwoju Regionu Mazowsza i Podlasia „Tradycja-Rozwój-Przyszłość”



W 2023 r. zorganizowano i przeprowadzono dwa Walne Zebrania Członków MROT: 20 kwietnia oraz 7 grudnia.

Walne Zebranie w dniu 20 kwietnia 2023 r. przyjęło i zatwierdziło:

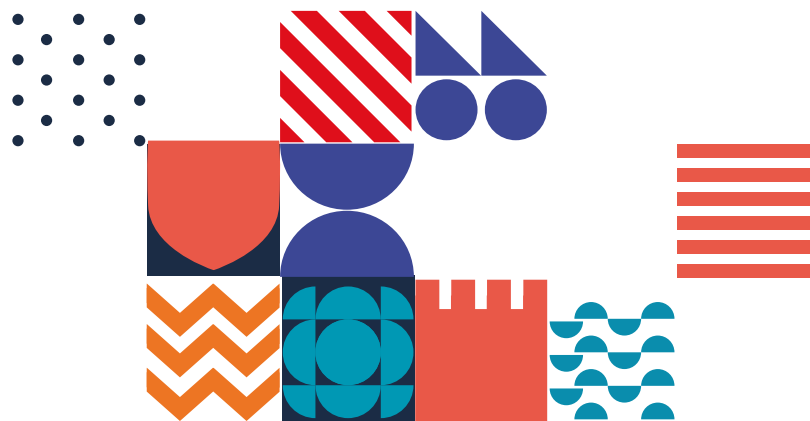
- Sprawozdanie z działalności MROT za rok 2022;
- Sprawozdanie finansowe MROT za rok 2022;
- Sprawozdanie Komisji Rewizyjnej za rok 2022;
- udzielenie absolutorium Prezesowi Zarządu MROT oraz poszczególnym członkom Zarządu MROT za 2022 r.;
- wybory uzupełniające Członków Zarządu MROT;
- zmiany w uchwale dotyczącej zasad wynagradzania Członków Zarządu MROT;
- Plan działalności MROT na rok 2023;
- Plan finansowy MROT na rok 2023;
- zwiększenie składki członkowskiej Samorządu Województwa Mazowieckiego w 2023 r.

Walne Zebranie w dniu 7 grudnia 2023 r. przyjęło i zatwierdziło:

- zmiany do Planu działalności MROT na rok 2023;
- zmiany Planu finansowego MROT na rok 2023;
- przystąpienie Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej do Stowarzyszenia „Konferencje i Kongresy w Polsce”.

W roku 2023 odbyło się 11 posiedzeń Zarządu MROT: 9 lutego, 10 marca, 31 marca, 20 kwietnia, 31 maja, 29 czerwca, 26 lipca, 11 września, 13 listopada, 7 grudnia, 15 grudnia.

Zarząd podczas posiedzeń podjął 117 uchwał, w tym 22 zdalnie.



### Działalność MROT w 2023 roku

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna jest stowarzyszeniem, czyli dobrowolnym, samorządnym, trwałym zrzeszeniem o celach niezarobkowych, powołanym na podstawie ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach (Dz. U. z 2017 r. poz. 210.), które stanowi regionalną organizację turystyczną określoną w art. 4. ust 1 ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej.

Zgodnie ze Statutem, najważniejszymi celami MROT są przede wszystkim:

- 1) inspirowanie lokalnych organizacji społecznych, instytucji kultury, podmiotów gospodarczych branży turystycznej oraz jednostek samorządu terytorialnego na rzecz rozwoju i tworzenia lokalnych organizacji turystycznych;
- 2) promowanie województwa mazowieckiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie;
- 3) promowanie walorów turystycznych województwa mazowieckiego.
- 4) wspieranie rozwoju turystyki zgodnie ze strategią rozwoju województwa mazowieckiego;
- 5) integracja środowisk turystycznych województwa mazowieckiego;
- 6) stwarzanie warunków do powstawania i promowania produktów turystycznych w województwie mazowieckim;
- 7) propagowanie i podejmowanie działań na rzecz popularyzacji i ochrony środowiska przyrodniczego i kulturowego;
- 8) podejmowanie innych działań sprzyjających rozwojowi turystyki.

Zgodnie z powyższym, Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna wyznaczyła na rok 2023 pięć kierunków działań:

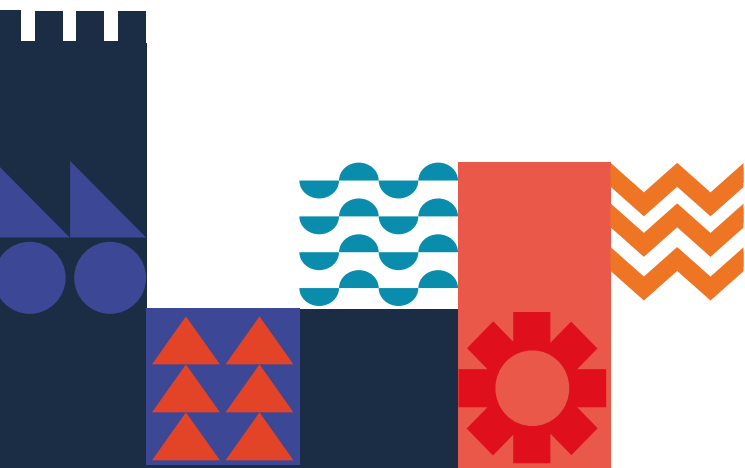
KIERUNEK I Promowanie walorów turystycznych województwa mazowieckiego

KIERUNEK II Utrzymanie i rozwój Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej

KIERUNEK III Wspieranie rozwoju produktów, marek i innych inicjatyw turystycznych Mazowsza

KIERUNEK IV Rozwój Mazovia Convention Bureau oraz wsparcie przemysłu spotkań na Mazowszu

KIERUNEK V Wzmocnienie roli MROT jako głównego podmiotu działającego na rzecz rozwoju turystyki na Mazowszu





**MAZOWIECKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA**



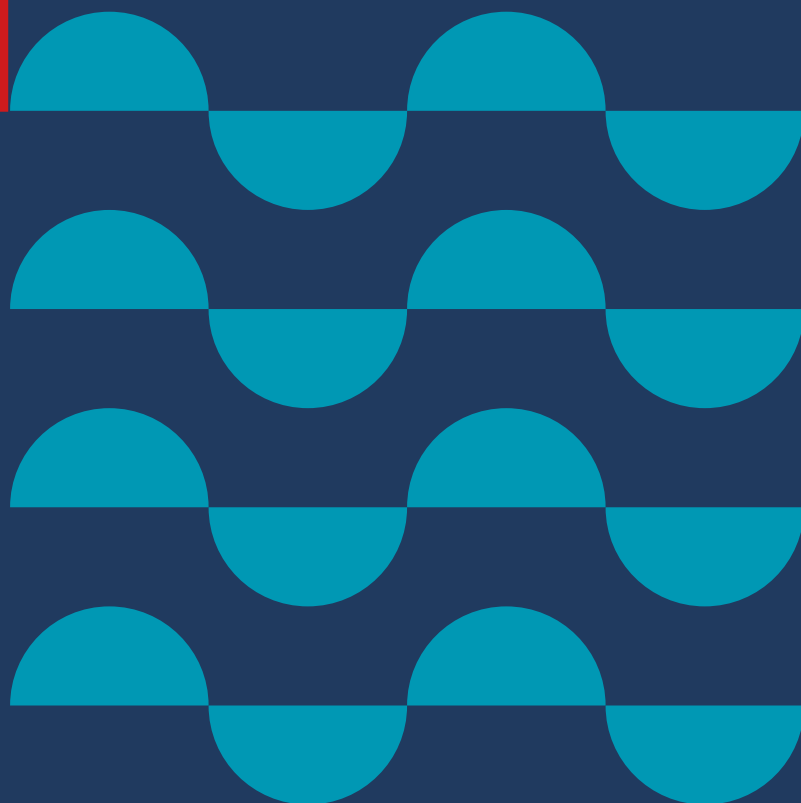
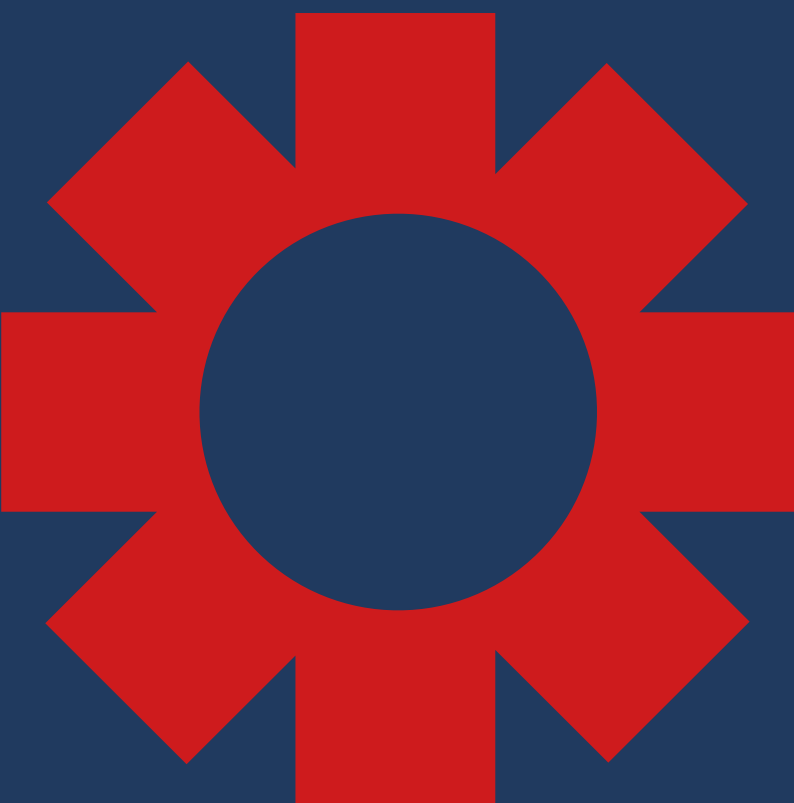




### 3. REALIZACJA PLANU DZIAŁALNOŚCI MROT W ROKU 2023 WEDŁUG KIERUNKÓW DZIAŁAŃ

---

#### I. PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO





## ● I.PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

## ● OBSZAR 1. MARKETING INTERNETOWY MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

MROT systematycznie od lat rozwija media społecznościowe, dzięki którym informacje o atrakcjach turystycznych województwa mazowieckiego, produktach naszych członków, wydarzeniach w regionie, akcjach promocyjnych naszych i prowadzonych wspólnie z partnerami, docierają codziennie do olbrzymiej rzeszy odbiorców.

Promocja regionu prowadzona jest na Facebooku, Instagramie i YouTube pod marką Moda na Mazowsze (wersja Fb dla odbiorców anglojęzycznych - In Masovian Style), promocja wydarzeń na profilu oraz grupie na Facebooku Dzieje się na Mazowszu, informacje branżowe i działalność MROT relacjonowane są na profilu Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna.

Profil Dzieje się na Mazowszu prowadzi również kalendarium najciekawszych wydarzeń na Mazowszu, w którym na bieżąco informuje o zbliżających się imprezach plenerowych, koncertach, zajęciach muzealnych i wszystkich pozostałych wydarzeniach na swoim profilu na Facebooku oraz w serwisie Mazowsze.travel.

Każdy w/w profil zdobył w roku 2023 nowych odbiorców (najwięcej największy z nich - Moda na Mazowsze na Fb - 25 tys. nowych odbiorców).

W ciągu roku redakcja MROT publikuje w mediach społecznościowych ponad tysiąc informacji i materiałów promocyjnych. Część z nich planowana jest jako kampanie informacyjne oraz reklamowe, osiągając dzięki temu większą oglądalność.

### Media społecznościowe w liczbach:



Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna

- na Facebooku - 7,6 tys. obserwujących;



Moda na Mazowsze funkcjonuje na trzech platformach społecznościowych:

- Facebook – zasięg: 6,5 mln., obserwujący: 149 tys.;
- Instagram – zasięg: 603 tys., obserwujący: 37,8 tys.;
- YouTube – 588 subskrybentów.



Ekwiwalent marketingowy MnM wynosi – 1,2 mln zł.



Dzieje się na Mazowszu funkcjonuje na Facebooku w dwóch równych formach:

- jako profil – zasięg: 1,4 mln, obserwujący: 76 tys.;
- jako grupa: 9,3 tys. członków.



Ekwiwalent Dzieje się na Mazowszu wynosi – 821 tys. zł.



In Masovian Style

- profil na Facebooku: 388 obserwujących.



# ● I.PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

## ● OBSZAR 1. MARKETING INTERNETOWY SERWISY INTERNETOWE

Serwisy internetowe MROT to sukcesywnie rozwijane, coraz bogatsze bazy danych o atrakcjach turystycznych Mazowsza, o naszych członkach i ich ofertach, a także o działaniach MROT i efektach działalności Organizacji. Wszystkie wyposażone są w stworzone specjalnie dla nich, unikalne treści oraz dane pozyskane od członków MROT.

Serwisy administrowane przez MROT:

[www.mazowsze.travel](http://www.mazowsze.travel)

[www.mrot.pl](http://www.mrot.pl)

[www.modanamazowsze.pl](http://www.modanamazowsze.pl)

[www.inmasovianstyle.com](http://www.inmasovianstyle.com)

[www.mazoviaconvention.pl](http://www.mazoviaconvention.pl)

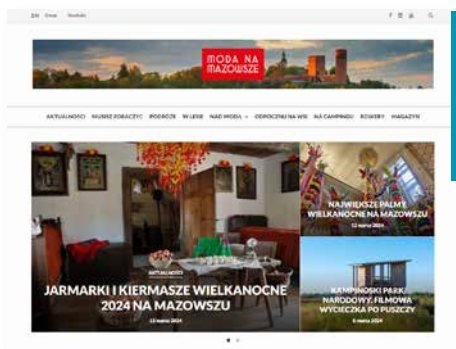


Serwis [mazowsze.travel](http://mazowsze.travel) to oficjalny serwis turystyczny województwa mazowieckiego opracowany, administrowany i aktualizowany przez MROT.

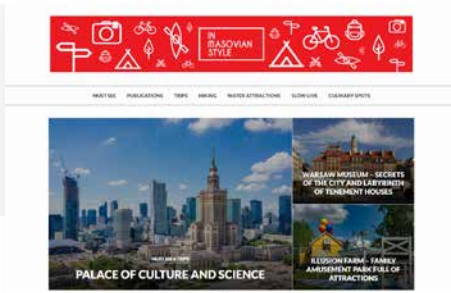
Serwis [mrot.pl](http://mrot.pl) to regularnie aktualizowany serwis województwa mazowieckiego adresowany do branży turystycznej oraz członków MROT.



Serwis [modanamazowsze.pl](http://modanamazowsze.pl) to bogata, prowadzona od lat i regularnie aktualizowana baza informacji o atrakcjach turystycznych Mazowsza i najpopularniejsze obecnie źródło wiedzy o Mazowszu (ponad 300 tys. odwiedzin!).



Serwis [mazoviaconvention.pl](http://mazoviaconvention.pl) to najnowsza, opracowana w 2023 roku przez MROT strona internetowa przygotowana pod kątem przemysłu spotkań.



- I. PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

- OBSZAR 1. MARKETING INTERNETOWY  
TEMATYCZNE AKCJE PROMOCYJNE

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna przygotowała i skoordynowała w 2023 r. 6 tematycznych akcji promocyjnych zrealizowanych w mediach społecznościowych. W cyklach tematycznych przedstawiono wiele atrakcji turystycznych województwa mazowieckiego, a materiały MROT cieszyły się dużym zainteresowaniem internautów:



#aktywneferienamazowszu  
- zasięg 2 miliony 136 tys.



#rowerowemazowsze  
- zasięg 455 tys.



#industrialneMazowsze  
- zasięg 783 tys.



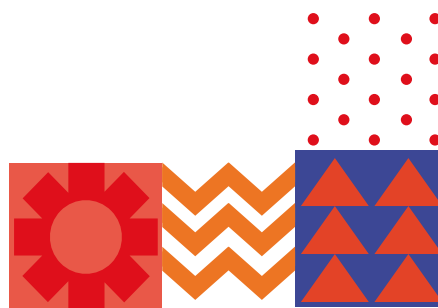
#PoznajcieMojeMazowsze  
- zasięg 651 tys.



#PamięćiHistoria  
- zasięg 50 tys.



#Podpowiadamy na Święta  
- zasięg 489 tys.



● OBSZAR 1. MARKETING INTERNETOWY  
KONKURS PODRÓŻE Z FLAGĄ MAZOWSZA



Konkurs fotograficzny „Podróże z flagą Mazowsza” to akcja promująca Mazowsze i jego symbol, prowadzona we współpracy z Agencją Rozwoju Mazowsza S.A. Zadaniem uczestników było pokazanie flagi województwa mazowieckiego w różnych zakątkach regionu, Polski i świata.

Cel: wzmacnianie tożsamości regionalnej oraz zachęcanie do aktywnego spędzania czasu i odkrywania bogactwa Mazowsza - historii, kultury, natury i atrakcji turystycznych regionu.

Od 5 lipca do 31 sierpnia 2023 r. na konkurs nadesłano blisko 200 fotografii w kategoriach: „Podróże z flagą Mazowsza - z kulturą” oraz „Podróże z flagą Mazowsza – Aktywnie”. Jury wyłoniło i nagrodziło 12 zdjęć.

Laureaci zostali przedstawieni i nagrodzeni podczas Sejmiku Turystycznego Województwa Mazowieckiego, a ich prace można było oglądać na wystawie w siedzibie Urzędu Marszałkowskiego w Warszawie.

Wyniki konkursu można znaleźć na stronie [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl).





● OBSZAR 1. MARKETING INTERNETOWY  
AKCJA „POZNAJCIE MOJE MAZOWSZE”

Latem 2023 roku MROT zainicjowała akcję promocyjną „Poznajcie moje Mazowsze”. Działanie to polegało na promowaniu atrakcji turystycznych Mazowsza zgłoszonych przez internautów, co pozwoliło na bezpośrednie zaangażowanie społeczności i zaprezentowanie mniej znanych, lecz równie fascynujących miejsc regionu. Przedstawiciele MROT odwiedzili zaproponowane przez użytkowników lokacje. Najciekawsze z miejsc zostały opisane w artykułach opublikowanych w serwisie Moda na Mazowsze i zaprezentowane na jego profilach w mediach społecznościowych.



Oto wybrane miejsca:

- BushCamp Glamping – 12 lipca
- Młyn nad Sarenką - 25 lipca
- Dolina Jeziorki – 1 sierpnia
- Dolina Dinozaurów – 2 sierpnia
- Skansen w Kuligowie – 9 sierpnia
- Baza Baranówka – 10 sierpnia
- Skansen im. Marii Żywirskiej w Brańszczyku – 23 sierpnia
- Kosmiczne Ranczo – 24 sierpnia
- Sielski Dom i Ogród – 24 sierpnia
- Dworek Chełmońskiego – 25 sierpnia
- Podkowa Leśna i okolice – 25 sierpnia



## ● I.PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

## ● OBSZAR 2. TELEWIZJA INTERNETOWA MEZOPORANKI | DZIEJE SIĘ NA MAZOWSZU

W 2023 r. MROT zainicjowała nowy cykl programów telewizji internetowej zatytułowanych MazoPoranek, kolejny, po Dzieje się na Mazowszu, cykliczny format emitowany na żywo w sieci i dostępny później w formie nagrań w mediach społecznościowych Organizacji. Dynamiczny i pełen gości program, realizowany latem w różnych miejscowościach województwa mazowieckiego, spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem odbiorców i był kontynuowany także jesienią jako magazyn emitowany ze zmodernizowanego studia telewizyjnego w siedzibie MROT w Warszawie. Studio z odświeżoną scenografią i nowoczesnym wyposażeniem było także miejscem transmisji wydarzeń, m.in. konferencji promujących nowości w ofercie turystycznej regionu.

### MAZOPORANKI

MazoPoranki to cykl internetowych programów na żywo, promujących najciekawsze atrakcje turystyczne Mazowsza. Audycje realizowane jako transmisje online, dostępne są w formie nagrań filmowych na facebookowych profilach Mazowsze – Serce Polski, MROT, Dzieje się na Mazowszu i Moda na Mazowsze, na kanale YouTube Moda na Mazowsze oraz na profilach lokalnych partnerów wydarzenia. Od premiery pierwszego programu zostały obejrzone przez ponad 600 tysięcy widzów. Ta wyjątkowa inicjatywa w całości przygotowana i zrealizowana przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną, przybliży niesamowite bogactwo turystyczne Mazowsza, jego historię, kulturę oraz tradycję, a także możliwości aktywnego spędzania czasu wolnego w naszym regionie. W każdym z odcinków goście i prowadzący program dziennikarze przedstawiają inną część województwa mazowieckiego.

W 2023 roku MROT zrealizowała dwa cykle MazoPoranków:

#### MazoPoranki - lato

- Szydłowiec - 17 czerwca;
- Przasnysz - 1 lipca;
- Węgrów - 8 lipca;
- Siedlce - 15 lipca;
- Radom - 22 lipca;
- Garwolin - 5 sierpnia;
- Opinogóra - 12 sierpnia;
- Brzozie Małe - 19 sierpnia;
- Sierpc - 26 sierpnia;
- Warszawa - 2 września;
- Żyrardów - 9 września;
- Ciechanów - 23 września.

#### Mazoporanek na Filmowo

- Twierdza Modlin - 4 listopada;
- Warszawa - 18 listopada;
- Radom - 25 listopada;
- Płock - 2 grudnia;
- Sierpc - 9 grudnia;
- Sanniki - 16 grudnia (świąteczny).



### DZIEJE SIĘ NA MAZOWSZU

W 2023 r. MROT kontynuowała emisję cyklicznego programu Dzieje się na Mazowszu, który transmitowany był na profilu facebookowym o tej samej nazwie oraz na kanale YouTube Moda na Mazowsze.

Program ma formę wywiadów z organizatorami wydarzeń kulturalnych na Mazowszu lub ekspertami opowiadającymi np. o takich zjawiskach jak świąteczne jarmarki na terenie województwa.

Rozmowy z gośćmi prowadzą popularne i cenione dziennikarki: Katarzyna Borowiecka z Radia 357 oraz Martyna Wojciechowska-Wawryło z Radia Kolor. W 2023 r. przeprowadziły one 35 rozmów w zmodernizowanym studiu telewizyjnym w siedzibie MROT.

Programy spotkały się z bardzo dobrym przyjęciem odbiorców, a ich nagrania zostały odtworzone 314 tysięcy razy.



● OBSZAR 3. WSPÓŁPRACA PRZY REALIZACJI PROJEKTÓW POMOCYJNYCH

TURYSTYCZNE MISTRZOSTWA VLOGGERÓW

VI. Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów, zorganizowane przez Polską Organizację Turystyczną, zakończyły się triumfem Mazowsza dzięki wyjątkowemu duetowi – Kasi i Dawidowi, którzy są znani jako twórcy vloga Gdzie Los Poniesie. Ich zwycięstwo to wynik nie tylko ogromnego zaangażowania i pasji do podróżowania, ale także wsparcia społeczności internetowej i pozytywnej oceny Kapituły, składającej się z ekspertów w dziedzinach turystyki i opowiadania o podróżach.

Reprezentując Mazowsze, Kasia i Dawid podjęli się wyzwania ukazania regionu z zupełnie nowej perspektywy, skupiając się na jego industrialnym dziedzictwie. Inspiracją do ich podróży był przewodnik „Industrialne Mazowsze” wydany w 2023 roku przez MROT. Publikacja rzuca światło na mniej znane, ale fascynujące oblicze regionu, pełne postindustrialnych krajobrazów i historycznych zakładów przemysłowych.



KONKURS EUROPEAN BEST DESTINATIONS 2023

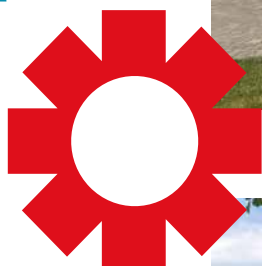
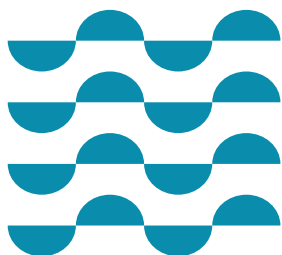
W ramach współpracy ze Stołecznym Biurem Turystyki, Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna aktywnie wspierała nominację Warszawy do tytułu European Best Destination 2023. Dzięki intensywnym działaniom promocyjnym i zaangażowaniu społeczności internetowej w głosowanie, Warszawa triumfowała w konkursie, zdobywając prestiżowy tytuł i przyciągając uwagę mediów na całym świecie. Wzmianki o stolicy Polski pojawiły się w renomowanych publikacjach takich jak Forbes USA, Condé Nast Travelers, National Geographic czy Corriere Viaggi. Wyróżnienie to, obok dodatkowych nagród w kategoriach kulturalnej, kulinarnej, bezpieczeństwa oraz najlepszego miejsca na city break, znacząco przyczyniło się do umocnienia pozycji Warszawy jako wyjątkowego miejsca na turystycznej mapie Europy. Sukces ten odegrał również kluczową rolę w odbudowie ruchu turystycznego po trudnym okresie pandemii i wydarzeń geopolitycznych.



- OBSZAR 3. WSPÓŁPRACA PRZY REALIZACJI PROJEKTÓW POMOCYJNYCH

### WSPÓŁPRACA Z BLOGERAMI TURYSTYCZNYMI

Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna i Stołeczne Biuro Turystyki podjęły inicjatywę zwiększenia rozpoznawalności turystycznej województwa mazowieckiego na arenie międzynarodowej, organizując 28 i 29 czerwca specjalny pobyt dla grupy włoskich blogerów turystycznych miprendoemiportovia. Celem akcji była promocja Mazowsza jako atrakcyjnego miejsca dla turystów z zagranicy oraz wykorzystanie potencjału nowoczesnych mediów i mediów społecznościowych w celu dotarcia do szerszego grona odbiorców. Włoscy blogerzy zwiedzili najciekawsze atrakcje regionu, w tym zabytki, parki narodowe oraz miejsca o bogatej ofercie kulturalnej i gastronomicznej.



● OBSZAR 3. WSPÓŁPRACA PRZY REALIZACJI PROJEKTÓW POMOCYJNYCH

WSPÓŁPRACA Z SAMORZĄDEM WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO PRZY KAMPANII „ODPOCZNIJ NA MAZOWSZU”

W sezonie letnim 2023 roku Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna aktywnie współpracowała z Samorządem Województwa Mazowieckiego w ramach kampanii promocyjnej „Odpocznij na Mazowszu”. Działania te były skierowane na promocję turystycznego potencjału regionu i podkreślenie jego atrakcyjności jako idealnego miejsca na letni wypoczynek. W ramach współpracy, MROT odpowiedzialna była za szereg działań promocyjnych i organizacyjnych, których celem była maksymalizacja zasięgu i skuteczności kampanii.

Kluczowe elementy współpracy:

- koordynacja i nadzór nad realizacją oprawy artystycznej wieczornej części MazoPikników;
- obsługa landing page kampanii Mazowsze.travel;
- organizacja i obsługa stoiska promocyjnego podczas targów turystycznych.

Stworzenie specjalnej strefy dla członków organizacji podczas wybranych wydarzeń promocyjnych pozwoliło na lepszą prezentację ich ofert i usług.

Współpraca MROT z Samorządem Województwa Mazowieckiego w ramach kampanii „Odpocznij na Mazowszu” była wszechstronnym i skutecznym przedsięwzięciem promocyjnym, które przyczyniło się do zwiększenia atrakcyjności turystycznej regionu oraz zachęcenia większej liczby osób do spędzenia wakacji na Mazowszu.





● OBSZAR 4. DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

Działalność wydawnicza Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej stanowi ważny filar w strategii promocji turystycznej województwa mazowieckiego. Skupia się ona na merytorycznym i edytorskim przygotowaniu szerokiego zakresu publikacji, wśród których szczególne miejsce zajmuje magazyn „Moda na Mazowsze”. Oprócz tego MROT opracowuje przewodniki oraz inne publikacje bogato ilustrowane, prezentujące najciekawsze atrakcje regionu, a także mapy tematyczne. Te działania edytorskie mają na celu nie tylko informowanie o turystycznych i kulturowych perłach Mazowsza, ale również inspirowanie czytelników do eksplorowania i doceniania bogactwa regionu.

**MAGAZYN MODA NA MAZOWSZE**

- mini przewodnik #aktywne ferie na Mazowszu - e-przewodnik,
- Magazyn 1/2023 - wiosna - nakład: 5000 egzemplarzy,
- Magazyn 2/2023 - lato - nakład: 5000 egzemplarzy.



**MAPA ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO**

- zaktualizowana mapa prezentuje zbiór największych i najciekawszych obiektów, instytucji kultury i atrakcji, które warto odwiedzić podczas podróży po województwie mazowieckim; nakład: 10 000 egzemplarzy.

**MAPA PLAŻ I KĄPIELISK**

- mapa prezentuje szczegółową ofertę 38 plaż i kąpielisk na terenie województwa mazowieckiego; nakład: 5000 egzemplarzy.



**MAPA ROWEROWA PO MAZOWSZU**

- mapa rowerowa opracowana i wydana w związku z organizacją rajdu rowerowego Mazowiecki Gravel 2023. Prezentuje liczącą ponad 700 km trasę po regionie; nakład: 1000 egzemplarzy.



**MAPA TRAS ROWEROWYCH #MY WAY**

- zaktualizowana mapa prezentuje blisko 300 km tras rowerowych wokół Warszawy; nakład: 1000 egzemplarzy.

## ● I.PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

## ● OBSZAR 4. DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

### ZAKTUALIZOWANE PRZEWODNIKI PO SZLAKACH TEMATYCZNYCH

- Industrialne Mazowsze - nakład: 5000 egzemplarzy;
- Szlak Księżąt Mazowieckich (PL i ENG) - nakład: 9000 egzemplarzy;
- Szlak Chopinowski (PL i ENG) - nakład: 5000 egzemplarzy;
- Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 r. - nakład: 3000 egzemplarzy;
- Mazowsze na Filmowo - nakład: 4000 egzemplarzy.



MROT opracowała i wydała także dwa przewodniki we współpracy z innymi podmiotami: „Tradycje mazowieckiej wsi. Cz. 2” oraz „Mazowiecka Wieś - atrakcyjna, bezpieczna, gościnna”. O tych publikacjach piszemy szerzej w części poświęconej obszarowi 4, czyli realizacji projektów współfinansowanych ze środków zewnętrznych.



### PRZEWODNIK INDUSTRIALNE MAZOWSZE

#### I MIEJSCE

VI. Turystycznie Mistrzostwa Blogerów

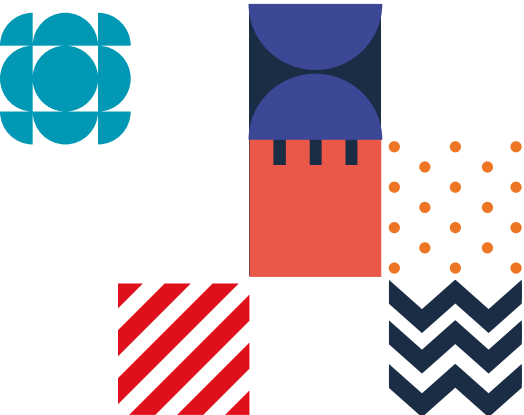
#### I MIEJSCE

31. Ogólnopolski Przegląd Książki Krajoznawczej i Turystycznej

#### I MIEJSCE

Róża Regionów - kategoria „folder”

730 tys. ekwiwalent marketingowy



● OBSZAR 5. UDZIAŁ W TARGACH TURYSTYCZNYCH

MROT konsekwentnie od lat aktywnie uczestniczy w targach turystycznych organizowanych na terenie Polski. Jest to kluczowy element działań promocyjnych Organizacji, mający na celu popularyzowanie wiedzy o atrakcjach i ofercie turystycznej województwa mazowieckiego. Prezentacja regionu na tego typu wydarzeniach umożliwia budowanie pozytywnego wizerunku Mazowsza jako atrakcyjnego celu podróży, daje możliwości bezpośredniego kontaktu z potencjalnymi turystami oraz partnerami branżowymi. To znakomita okazja do rozbudowywania sieci cennych kontaktów.

Udział MROT w targach turystycznych:

- Międzynarodowe Targi Turystyczne we Wrocławiu – 3-5 marca;
- XIII Międzynarodowe Targi Turystyczne w Zabrzu – 21-22 kwietnia;
- 31. Targi Turystyczne Market Tour – „Piknik nad Odrą” w Szczecinie – 13-14 maja;
- V Targi Turystyczne Misja Kampinos w Błoniach – 25 czerwca;
- Międzynarodowe Targi Turystyczne „Tour Salon” w Poznaniu - 27-29 października;
- Międzynarodowe Targi WTM w Londynie - 6-7 listopada;
- Międzynarodowe Targi Turystyczne „TT Warsaw” w Nadarzynie - 23-25 listopada.



Targi krajowe



Targi zagraniczne





● OBSZAR 6. WYDARZENIA PROMOCYJNE I IMPREZY PLENEROWE

W 2023 roku MROT aktywnie uczestniczyła oraz wspierała organizację wielu imprez plenerowych na terenie województwa mazowieckiego promując na każdej z nich turystykę regionalną. Organizacja wzięła udział w ponad 40 wydarzeniach plenerowych, co stanowi ponad dwukrotny wzrost w porównaniu do roku 2022. Rok 2023 był dzięki MROT rekordowy dla promocji turystycznej województwa mazowieckiego.

Imprezy, podczas których MROT promowała turystykę regionalną:

- Akcja Czysta Wkra – 15 kwietnia;
- Warsaw Caravaning Festival – 13-14 maja;
- MazoPiknik w Raciążu – 20 maja;
- „Aktywny Domaniów” w Pałacu Domaniowskim – 20 maja;
- MazoPiknik w Lelisie – 27 maja;
- MazoPiknik w Stanisławowie – 3 czerwca;
- Piknik kolejowy w Chorzelach - 11 czerwca;
- Wilanowski Dzień Sportu – 17 czerwca;
- MazoPiknik w Szydłowcu – 17 czerwca;
- Piknik Rodzinny z Zespołem „Mazowsze” w Karolinie – 17–18 czerwca;
- Festiwal Kół Gospodyń Wiejskich w Grójcu – 18 czerwca;
- Mazowiecki Festiwal Folkloru – 1 lipca;
- MazoPiknik w Przasnyszu – 1 lipca;
- MazoPiknik w Węgrowie – 8 lipca;
- Piknik Rodzinny Karlusie – 9 lipca,
- MazoPiknik w Siedlcach – 15 lipca,
- Piknik rodzinny „Urodziny Fryderyka Chopina” w Sannikach – 15 lipca,
- MazoPiknik w Radomiu – 22 lipca,
- Lawendowy Piknik – 23 lipca,
- BNP Paribas Warsaw Open – 28-30 lipca;
- MazoPiknik w Garwolinie – 5 sierpnia,
- Żniwa w Skansenie w Sierpcu – 6 sierpnia;
- MazoPiknik w Opinogórze – 12 sierpnia;
- Rocznica Bitwy Warszawskiej w Ossowie – 15 sierpnia;
- Rocznica Bitwy Warszawskiej w Radzyminie – 15 sierpnia;
- MazoPiknik w Brzózach Małych – 19 sierpnia;
- MazoPiknik w Sierpcu – 26 sierpnia;
- Zakończenie Wakacji z Legendami Mazowsza w Julinku – 26 sierpnia;
- Dożynki w Bieżuniu – 27 sierpnia;
- Miodobranie Kurpiowskie – 27 sierpnia;
- Campus Polska Przyszłości w Olsztynie – 28-29 sierpnia;
- Festiwal Kultury Mazowsza na Podzamczu – 2 września;
- Święto Wina w Winnicy Dwórzno – 2 września;
- Święto Płonów w Muzeum Wsi Radomskiej – 3 września;
- Dni Wilanowa – 9-10 września;
- MazoPiknik w Żyrardowie – 9 września;
- Piknik Rodzinny w Sochaczewie – 10 września;
- MazoPiknik w Sannikach – 16 września;
- Narodowy Dzień Sportu / Warszawskie Dni Rodziny  
- Błonia Stadionu Narodowego w Warszawie – 17 września;
- Złot Caravaningowy w Drohiczyńcu – 22-24 września;
- MazoPiknik w Ciechanowie – 23 września;
- Światowy Dzień Jabłka w Warce – 24 września;
- „Hubertus” w Nowinkach k/Jadowa - 30 września;
- cykl 4 imprez plenerowych dla dzieci „Jesteś widoczny, jesteś bezpieczny”  
- 10 sierpnia, 25 i 30 września oraz 4 października;
- Akcja Czysta Wkra – 7 października.



● I.PROMOWANIE WALORÓW TURYSTYCZNYCH  
WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

● OBSZAR 6. WYDARZENIA PROMOCYJNE I IMPREZY PLENEROWE

Akcja Czysta Wkra - 15 kwietnia



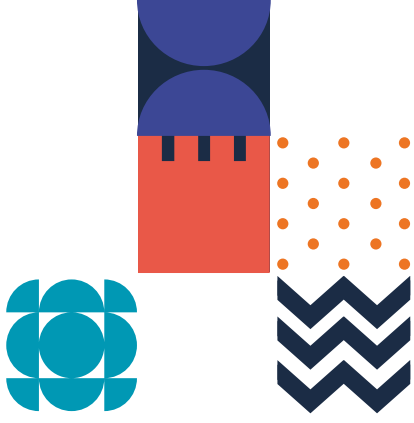
Imprezy plenerowe 2023





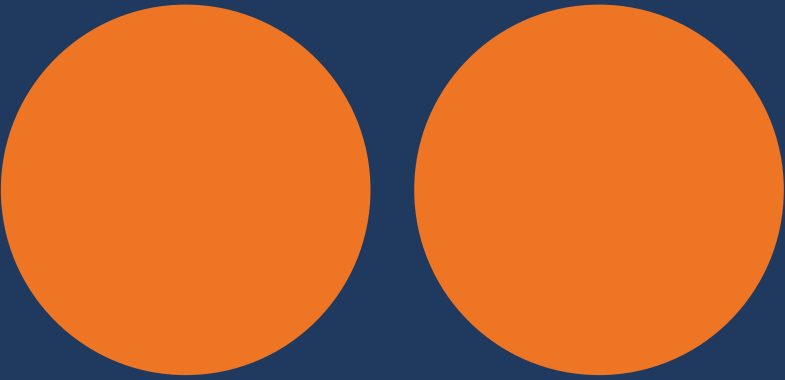


Łączny ekwiwalent realizowanych  
działań marketingowych  
za 2023 rok wyniósł  
**14 800 000 zł.**



**MAZOWIECKA  
REGIONALNA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA**





II. UTRZYMANIE I ROZWÓJ  
MAZOWIECKIEGO  
SYSTEMU INFORMACJI  
TURYSTYCZNEJ

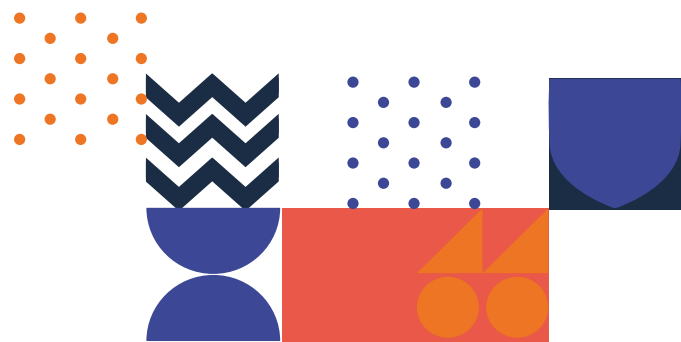
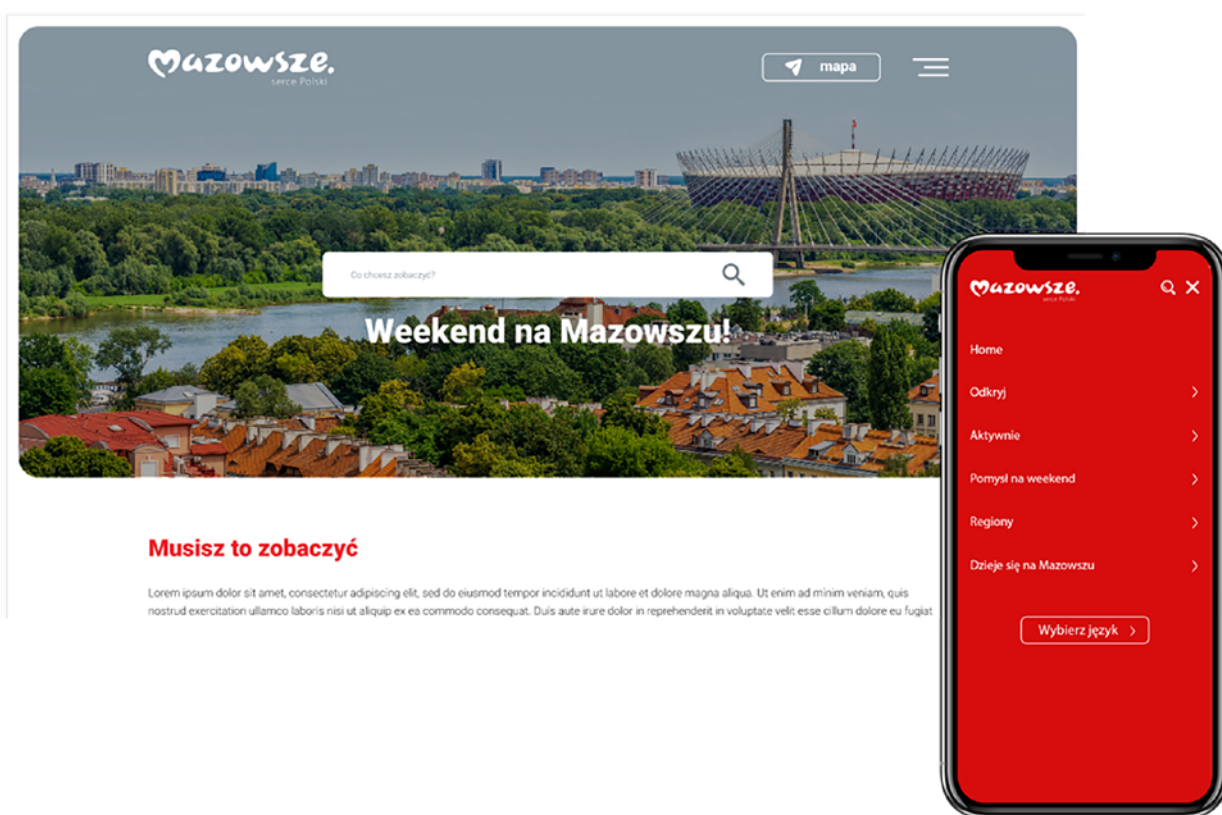




## ● II. UTRZYMANIE I ROZWÓJ MAZOWIECKIEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

### ● OBSZAR 1. UTRZYMANIE I ROZWÓJ INTERNETOWEGO SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

MROT przejęła w 2023 r. odpowiedzialność za administrowanie oficjalnym serwisem turystycznym województwa mazowieckiego mazowsze.travel. Celem tego przedsięwzięcia jest zapewnienie zarówno mieszkańcom, jak i turystom dostępu do kompleksowych informacji na temat możliwości spędzania wolnego czasu w naszym regionie, odkrywania kulturowych i przyrodniczych zasobów Mazowsza, a także planowania wycieczek i dłuższych pobytów wypoczynkowych na terenie województwa.



● OBSZAR 2. WSPÓŁPRACA Z CENTRAMI I PUNKTAMI INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

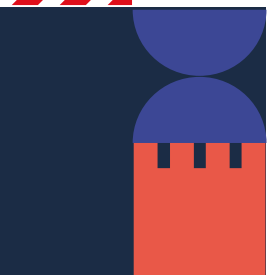
Od wielu lat MROT pełni funkcję koordynatora Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej, który jest kluczem do sukcesu w tworzeniu pozytywnego wizerunku regionu oraz istotnym elementem procesu komunikowania się z rynkiem. Od informacji turystycznej zależy, w jaki sposób turyści wykorzystają swój czas na Mazowszu, a to z kolei przekłada się na stopień ich zadowolenia z pobytu oraz powtarzalność wizyt. W ramach Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej działa obecnie 16 certyfikowanych centrów i punktów.

**SZKOLENIE DLA INFORMATORÓW**

W ramach działań mających na celu podniesienie kompetencji przedstawicieli Punktów Informacji Turystycznych z województwa mazowieckiego, MROT zorganizowała 12 grudnia 2023 roku szkolenie zatytułowane „Tworzenie oferty city break i zastosowanie narzędzi sztucznej inteligencji w funkcjonowaniu informacji turystycznej”. Wydarzenie to miało na celu przekazanie wiedzy i narzędzi niezbędnych do efektywnego wykorzystania nowoczesnych technologii w promocji turystycznej oraz kształtowania atrakcyjnych ofert krótkich wycieczek miejskich, odpowiadając tym samym na rosnące zainteresowanie turystyką weekendową. Szkolenie było współfinansowane przez Polską Organizację Turystyczną, co podkreśla wagę i znaczenie przedsięwzięcia w kontekście ogólnopolskich działań na rzecz promocji turystyki.

**SYSTEM EKSPOZYTORÓW PROMOCYJNYCH**

W ramach działań promocyjnych i informacyjnych na rzecz województwa mazowieckiego, MROT efektywnie zarządza siecią stojaków promocyjnych. 50 takich ekspozytorów rozmieszczono w strategicznych miejscach: najbardziej znaczących węzłach turystycznych regionu, a także w wybranych punktach informacji turystycznej. Takie umiejscowienie stojaków gwarantuje, że materiały promocyjne są łatwo dostępne dla dużej grupy turystów, niezależnie od tego, czy dopiero planują oni swoją podróż po Mazowszu, czy też już aktywnie eksplorują jego zabytki i atrakcje. Na stojakach promocyjnych można znaleźć ponad 90 rodzajów ulotek, które szczegółowo informują o najciekawszych atrakcjach turystycznych województwa mazowieckiego.



● OBSZAR 3. UTRZYMANIE TABLIC INFORMACYJNYCH PRZY OBIEKTACH TURYSTYCZNYCH NA SZLAKACH TURYSTYCZNYCH DZIEDZICTWA KULTURALNEGO MAZOWSZA

W ramach działań na rzecz promocji i ochrony Dziedzictwa Kulturalnego Mazowsza, Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna aktywnie utrzymuje sieć tablic informacyjnych przy obiektach turystycznych znajdujących się na trzech kluczowych szlakach turystycznych regionu: Szlaku Książąt Mazowieckich, Szlaku Chopinowskim oraz Szlaku Bitwy Warszawskiej 1920 roku. Tablice odgrywają istotną rolę w edukacji i informowaniu turystów o historycznym, kulturowym i przyrodniczym bogactwie regionu, a także o znaczeniu poszczególnych miejsc i ich wpływie na historię Mazowsza i Polski.

Ponadto MROT przeprowadza regularne audyty stanu technicznego ponad 60 oznakowań obiektów turystycznych na wymienionych szlakach. Audyty te mają na celu ocenę kondycji tablic informacyjnych, identyfikację potrzeb konserwacyjnych oraz szybkie reagowanie na ewentualne akty wandalizmu czy uszkodzenia spowodowane czynnikami atmosferycznymi. Utrzymanie tablic w dobrym stanie jest nie tylko kwestią estetyki, ale przede wszystkim funkcjonalności i czytelności przekazywanych informacji.

Infrastruktura oznakowania turystycznego powstała w ramach projektu Szlaki Turystyczne Dziedzictwa Kulturalnego Mazowsza, realizowanego przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną, finansowanego z środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013.





● OBSZAR 4. UTRZYMANIE OZNAKOWANIA SAMOCHODOWYCH SZLAKÓW TURYSTYCZNYCH

MROT, odgrywając kluczową rolę w promocji i rozwoju turystyki na Mazowszu, koordynuje działania związane z oznakowaniem samochodowych szlaków turystycznych za pomocą znaków E-22. Działania te są realizowane przez Kapitułę Turystycznych Znaków Drogowych Województwa Mazowieckiego, która nadzoruje proces oznakowania oraz rozwija i udoskonala istniejącą infrastrukturę oznakowań. Poprzez precyzyjne oznakowanie dojazdów do kluczowych atrakcji turystycznych, MROT znacząco przyczynia się do poprawy ich dostępności, co z kolei stymuluje wzrost ruchu turystycznego w regionie.

Obecnie MROT utrzymuje infrastrukturę ponad 250 turystycznych znaków drogowych z grupy E-22. Znaki te wskazują kierunki do najważniejszych obiektów i atrakcji turystycznych zlokalizowanych na tak znaczących szlakach jak Szlak Książąt Mazowieckich, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 roku oraz Szlak Chopinowski. Oznakowanie obejmuje ponad 1000 km dróg na różnych poziomach administracyjnych – od krajowych po powiatowe – i jest integralną częścią Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej. W roku 2023 przeprowadzono kompleksowy audyt stanu technicznego oznakowania szlaków samochodowych na terenie Mazowsza. Audyt ten miał na celu ocenę aktualnego stanu infrastruktury, identyfikację obszarów wymagających interwencji oraz planowanie przyszłych działań modernizacyjnych i naprawczych. Przeprowadzone działania audytowe są niezbędne do zapewnienia wysokiej jakości i czytelności oznakowania turystycznego, co bezpośrednio przekłada się na komfort i bezpieczeństwo turystów podróżujących po regionie.







III. WSPIERANIE ROZWOJU  
PRODUKTÓW, MAREK  
I INNYCH INICJATYW  
TURYSTYCZNYCH  
MAZOWSZA.





● OBSZAR 1. ANALIZA POTENCJAŁU DO ROZWOJU TURYSTYKI NA MAZOWSZU.

BADANIA I OCENA POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO.

Turystyka, która w ostatnich latach dynamicznie rozwija się w województwie mazowieckim, zawsze jest oparta na atrakcyjności turystycznej obszaru, stanowiącej „wypadkową” walorów regionu – w ujęciu naturalnym i kulturowym, a także jego infrastruktury turystycznej, czyli zagospodarowania przestrzennego. Aby w pełni kompetentnie przygotować ofertę turystyczną regionu oraz wspólnie z samorządami tworzyć warunki do rozwoju turystyki, potrzebna jest wiedza, jak aktualnie prezentuje się sytuacja szeroko rozumianej turystyki w administracyjnym województwie mazowieckim. Badania na ten temat prowadzone są wrywkowo, właściwie nigdy wcześniej nie dokonano kompleksowego badania potencjału turystycznego województwa.

W związku z powyższym rok 2023 r. upłynął pod znakiem działań przygotowawczych do realizacji pierwszych badań potencjału turystycznego Mazowsza na taką skalę, w tym:

- wypracowania zakresu, harmonogramu i metodologii przeprowadzenia badań;
  - wypracowania formuły zarządzania projektem oraz zakresu kompetencji poszczególnych partnerów w projekcie;
  - wypracowania formuły prawnej realizacji badań oraz niezbędnych dokumentów.
- Zdefiniowane cele projektu są następujące:
- zebranie aktualnych informacji o potencjalne turystycznym regionu i jego walorach, funkcjonujących już atrakcjach, produktach oraz infrastrukturze społecznej;
  - prezentacja zebranych danych i informacji w postaci Raportu z badań i oceny potencjału turystycznego województwa mazowieckiego, który będzie stanowił podstawę do planowania rozwoju turystyki w województwie mazowieckim w powiązaniu z decyzjami na różnych szczeblach samorządowych oraz innymi dokumentami planistycznymi i strategicznymi;
  - przygotowanie zbioru danych o różnych aspektach potencjału turystycznego Mazowsza, który będzie stanowił podstawę do tworzenia kolejnych narzędzi, a także dalszych działań badawczych i naukowych.



● OBSZAR 2. ROZWÓJ I WZMOCNIENIE PRODUKTÓW, MAREK ORAZ OFERT TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA.

LABORATORIUM INICJATYW TURYSTYCZNYCH.

Laboratorium Inicjatyw Turystycznych to długofalowy projekt MROT mający na celu merytoryczne wsparcie istniejących i powstających na Mazowszu inicjatyw turystycznych poprzez przekazywanie wiedzy i kompetencji za pośrednictwem ekspertów i praktyków oraz tworzenie środowiska sprzyjającego kreatywności, współpracy i integracji.

Najważniejszym elementem projektu jest Program Inkubacji i Rozwoju Inicjatyw Turystycznych Mazowsza. To pierwszy w Polsce taki program, który wspiera tworzenie ofert turystycznych poprzez finansowanie m.in.:

- doradztwa ekspertów i specjalistów w okresie inkubacji;
- strategii lub programu komercjalizacji produktu i marki;
- promocję inicjatywy w ramach działalności MROT.

Projekt jest adresowany do członków MROT, ale również wszystkich innych partnerów zaangażowanych w rozwój inicjatyw turystycznych na Mazowszu.

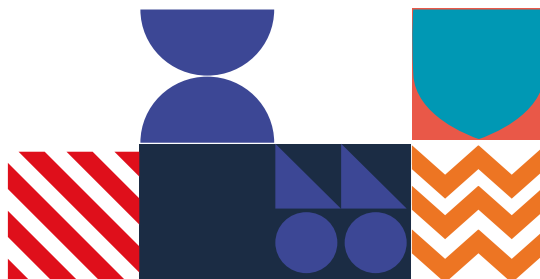
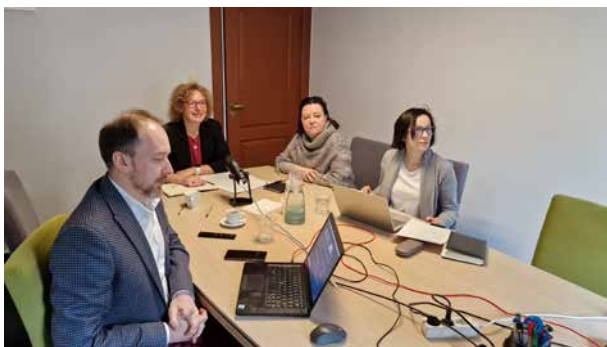
W roku 2023 r. opracowano koncepcję funkcjonowania Laboratorium oraz przeprowadzono nabór do pilotażowej edycji Programu Inkubacji i Rozwoju Inicjatyw Turystycznych Mazowsza.

W trybie konkursowym do wsparcia wybrano:

- Inicjatywę Turystyczną na Rzecz Rozwoju Regionu Radomskiego;
- W WKRAInie Przygody – Szlak Wkry.

W ramach Programu Inkubacji zrealizowano następujące działania:

- Inicjatywa Turystyczna na Rzecz Rozwoju Regionu Radomskiego:
  - cykl warsztatów diagnostyczno-strategicznych;
  - wyjazdy studyjne;
  - scenariusze spacerów po Radomiu i Szydłowcu;
  - praca nad strategią marki i komercjalizacji produktu.
- W WKRAInie Przygody – Szlak Wkry:
  - cykl warsztatów diagnostyczno-strategicznych;
  - uruchomienie nowej strony internetowej;
  - wypracowanie koncepcji systemu rekomendacji oraz programu lojalnościowego w ramach produktu;
  - praca nad Strategią marketingową Szlaku Wkry.



● OBSZAR 2. ROZWÓJ I WZMOCNIENIE PRODUKTÓW, MAREK ORAZ OFERT TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA.

KONKURS NA NAJLEPSZY PRODUKT TURYSTYCZNY WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO

Od 20 lat Polska Organizacja Turystyczna organizuje konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny. Certyfikaty POT przyznawane są najlepszym produktom turystycznym, które należą do jednej z następujących kategorii: wydarzenie cykliczne, pakiet usług turystycznych – impreza turystyczna, obiekt, szlak, miejsce – obszar.

Etap regionalny konkursu, wybierając najlepsze produkty turystyczne regionu, realizuje Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna. W 2023 r. Kapituła składająca się z członków Zarządu MROT oraz przedstawicieli lokalnych organizacji turystycznych przyznała 7 certyfikatów na najlepszy produkt turystyczny województwa mazowieckiego, w tym jeden nadzwyczajny.



Zdobywcy Certyfikatu Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Mazowieckiego:

- Muzeum Fabryki Norblina
- Sztuka dwudziestolecia międzywojennego – art déco
- Zaczęło się w Radomiu – Radomski Czerwiec Wolności
- Muzeum Łazienki Królewskie
- Szlak Wkry
- Kompleks dworkowo-parkowy z Muzeum Pozytywizmu w Gołotczyźnie

Kapituła przyznała także specjalny Certyfikat MROT dla odnaczonego w przeszłości produktu, który znacząco się rozwijał. Ten Super Certyfikat MROT otrzymał **Julinek Park**.





● OBSZAR 3. WSPÓŁPRACA Z BRANŻĄ TURYSTYCZNĄ.

WIZYTY STUDYJNE PO MAZOWSZU

WIZYTA STUDYJNA DLA KRAJOWYCH ORGANIZATORÓW TURYSTYKI PRZYJAZDOWEJ, REALIZOWANA WE WSPÓŁPRACY Z ODDZIAŁEM MAZOWIECKIM POLSKIEJ IZBY TURYSTYKI ORAZ POLSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ

Wizyta odbyła się od 14 do 17 września 2023 r. i zgromadziła na Mazowszu krajowych organizatorów turystyki przyjazdowej z całej Polski.

Uczestnicy poznali potencjał turystyczny regionu odwiedzając następujące miejsca i atrakcje turystyczne: restaurację Elixir Dom Wódki oraz Muzeum Wódki w Warszawie, Skansen Osadnictwa Nadwiślańskiego w Wiączeminiu Polskim, Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu, Płock (Muzeum Mazowieckie z Muzeum Secesji i Muzeum Art Deco, Wzgórze Tumskie, Katedra Płocka, Małachowianka, Sanktuarium Miłosierdzia Bożego, Ratusz i kościół farny, panorama Wisły), Europejskie Centrum Artystyczne im. F. Chopina w Sannikach, Muzeum Kolei Wąskotorowej w Sochaczewie, Żyrardów, Suntago – Park of Poland, Muzeum Starożytnego Hutnictwa Mazowieckiego w Pruszkowie oraz Muzeum Gazowni Warszawskiej i Fabrykę Norblina w Warszawie.

WIZYTA STUDYJNA TOUR OPERATORÓW Z NIEMIEC I AUSTRII REALIZOWANA WE WSPÓŁPRACY Z POLSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ

Wizyta odbyła się 30 września 2023 r. w ramach pretouru przed warsztatami branżowymi BUY POLAND 2023 z tour operatorami z rynków niemieckiego oraz austriackiego, które organizowała Polska Organizacja Turystyczna. Podczas wizyty uczestnicy odwiedzili miejsca położone na Szlaku Chopinowskim na Mazowszu – Żelazową Wolę, gdzie wysłuchali koncertu chopinowskiego, a także Brochów i Sochaczew.



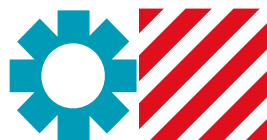
● OBSZAR 4. REALIZACJA PROJEKTÓW WSPÓLFINANSOWANYCH ZE ŚRODKÓW ZEWNĘTRZNYCH SŁUŻĄCYCH OPRACOWANIU I PRZYGOTOWANIU PRODUKTÓW I INICJATYW TURYSTYCZNYCH ORAZ ROZWOJOWI I PROMOCJI TURYSTYKI.

„TRADYCJA MAZOWIECKIEJ WSI DLA TURYSTYKI I EDUKACJI. CZ. 2” – PROJEKT WSPÓLFINANSOWANY ZE ŚRODKÓW UNII EUROPEJSKIEJ W RAMACH PLANU DZIAŁANIA KRAJOWEJ SIECI OBSZARÓW WIEJSKICH NA LATA 2014–2020 PLAN OPERACYJNY NA LATA 2022–2023

Projekt był kontynuacją operacji współfinansowanej w ramach KSOW w 2022 r. i polegał na upowszechnieniu wiedzy oraz doświadczeń w zakresie tradycji i dziedzictwa kulturowego mazowieckiej wsi (upowszechnianie wiedzy i doświadczeń dotyczących ginących zawodów, lokalnego rękodzieła i produktów lokalnych) poprzez:

- realizację 12. wywiadów promocyjnych z pasjonatami zaangażowanymi w ochronę i krzewienie ciekawych tradycji materialnych i niematerialnych, historycznie powiązanych i występujących na mazowieckiej wsi; upowszechnienie wywiadów w sieci oraz podczas wydarzeń promocyjnych, a także w szkołach podstawowych i średnich województwa mazowieckiego;
- realizację 12. filmów promocyjnych prezentujących zarówno sylwetki pasjonatów zaangażowanych w pielęgnowanie i prezentację dziedzictwa kulturowego, jak i miejsca, w których kultywowane są tradycje; upowszechnienie filmów w sieci oraz podczas wydarzeń promocyjnych, konferencji tematycznych, a także w szkołach podstawowych i średnich województwa mazowieckiego;
- opracowanie i publikację przewodnika „Tradycje mazowieckiej wsi. Cz. 2” prezentującego 12 wybranych miejsc, w których kultywowane są ciekawe przejawy tradycji ukazane przez pryzmat ludzi – pasjonatów zaangażowanych w ochronę i upowszechnianie dziedzictwa, tożsamości regionalnej i kultury ludowej; przewodnik jest dostępny w formie drukowanej oraz w formie pdf do pobrania;
- realizację stacjonarnej konferencji podsumowującej operację pt. „Dziedzictwo kulturowe a turystyka i edukacja” dotyczącej prezentacji bohaterów operacji: 12 twórców ludowych/pasjonatów/przedstawicieli ginących zawodów; pośrednio konferencja dotyczyła znaczenia dziedzictwa kulturowego, w szczególności dziedzictwa niematerialnego mazowieckiej wsi i jego znaczenia dla zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarach wiejskich oraz dla rozwoju edukacji regionalnej w szkołach podstawowych i średnich.

Nowością tej edycji były międzypokoleniowe warsztaty z twórcami ludowymi/pasjonatami kultywującymi tradycje mazowieckiej wsi adresowane do uczniów szkół podstawowych, ponadpodstawowych, a także młodzieży z niepełnosprawnością intelektualną w stopniu lekkim. Warsztaty zostały zrealizowane w oparciu o scenariusze opracowane specjalnie do tego projektu i stanowiły swego rodzaju pilotaż – wdrożenie w praktyce zajęć opartych na tradycjach mazowieckiej wsi przy współpracy z wyselekcjonowanymi twórcami ludowymi.





● OBSZAR 4. REALIZACJA PROJEKTÓW WSPÓŁFINANSOWANYCH ZE ŚRODKÓW ZEWNĘTRZNYCH SŁUŻĄCYCH OPRACOWANIU I PRZYGOTOWANIU PRODUKTÓW I INICJATYW TURYSTYCZNYCH ORAZ ROZWOJOWI I PROMOCJI TURYSTYKI.

MAZOWIECKA WIEŚ – ATRAKCYJNA, BEZPIECZNA, GOŚCINNA - WSPARCIE ROZWOJU I PROMOCJA TURYSTYKI NA OBSZARACH WIEJSKICH NA MAZOWSZU – PROJEKT DOFINANSOWANY PRZEZ MINISTERSTWO SPORTU I TURYSTYKI W RAMACH OTWARTEGO KONKURSU OFERT NA WSPARCIE W 2023 ROKU REALIZACJI ZADAŃ PUBLICZNYCH Z ZAKRESU CZĘŚCI 40 BUDŻETU PAŃSTWA – TURYSTYKA, PRIORYTET 1 - DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU I PROMOCJI TURYSTYKI WIEJSKIEJ/AGROTURYSTYKI

Przedmiotem projektu było wsparcie rozwoju i promocja turystyki na obszarach wiejskich województwa mazowieckiego.

Działania w ramach projektu obejmowały:

- opracowanie „Programu rozwoju i promocji turystyki na obszarach wiejskich w województwie mazowieckim”. Celem dokumentu jest ujęcie wizji i koncepcji rozwoju turystyki na obszarach wiejskich na Mazowszu, a także projektowanych działań w formułę długofalowego dokumentu strategicznego stanowiącego „mapę drogową” dla wszystkich interesariuszy;
- warsztaty diagnostyczne na terenie Mazowsza z interesariuszami rynku turystyki wiejskiej; tematem warsztatów była analiza potrzeb podmiotów świadczących usługi w segmencie turystyki wiejskiej w zakresie rozwoju oferty, podniesienia jakości usług, komercjalizacji oferty oraz lepszej ich promocji dostosowanej do potrzeb odbiorców;
- warsztaty poświęcone zestawieniu dobrych praktyk z możliwościami ich wdrożenia na obszarach wiejskich na Mazowszu; oprócz części wykładowej była to interaktywna wspólna praca warsztatowa oraz dyskusja na temat najbardziej efektywnych biznesowo możliwości rozwoju ofert turystycznych na terenach wiejskich;
- wizyty studyjne dla przedstawicieli mediów; 16 dziennikarzy i influencerów mediów turystycznych i lifestylowych w trakcie 2 dni wyjazdów studyjnych przemierzyło ponad 550 km i zwiedziło 8 obiektów turystyki wiejskiej, gdzie mogło porozmawiać z ich właścicielami o aktualnej kondycji branży turystycznej i trendach w rozwoju wypoczynku na wsi;
- opracowanie i publikacja przewodnika po obiektach turystyki wiejskiej; przewodnik lifestylowo-turystyczny po najciekawszych obiektach agroturystyki i turystyki wiejskiej na Mazowszu, przygotowany w atrakcyjny sposób, odmienny od klasycznych katalogów wiejskiej bazy noclegowej;
- kampania promocyjna w Internecie; podczas kampanii prezentowano oferty turystyczne na obszarach wiejskich na Mazowszu w mediach społecznościowych;
- konferencja podsumowująca projekt „Mazowiecka Wieś – atrakcyjna, bezpieczna, gościnna” w formule online, której celem było upowszechnienie i promocja rezultatów projektu "Mazowiecka Wieś - atrakcyjna, bezpieczna, gościnna - wsparcie rozwoju i promocja turystyki na obszarach wiejskich na Mazowszu".





- OBSZAR 4. REALIZACJA PROJEKTÓW WSPÓŁFINANSOWANYCH ZE ŚRODKÓW ZEWNĘTRZNYCH SŁUŻĄCYCH OPRACOWANIU I PRZYGOTOWANIU PRODUKTÓW I INICJATYW TURYSTYCZNYCH ORAZ ROZWOJOWI I PROMOCJI TURYSTYKI.

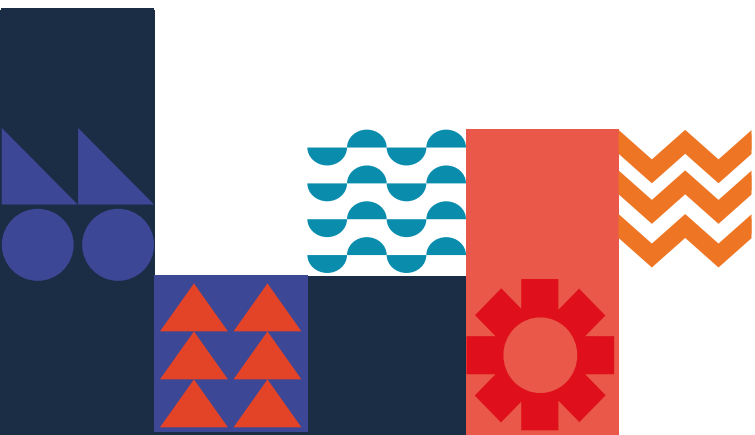
ESTET 2 – „POGŁĘBIANIE UMIEJĘTNOŚCI W ZAKRESIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W TURYSTYCE WE WSZYSTKICH PODSEKTORACH” – OPRACOWANIE I ZŁOŻENIE WNIOSKU DRUGIEJ EDYCJI PROJEKTU DO PROGRAMU ERASMUS +

Celem projektu ESTET-2 jest opracowanie materiałów i zasobów, które można zintegrować z programami studiów turystycznych w ramach kształcenia i szkolenia zawodowego, aby wypełnić lukę i wspierać nauczycieli, trenerów i wykładowców w nauczaniu umiejętności związanych ze zrównoważonym rozwojem we wszystkich istotnych podsektorach branży turystycznej.

Główni odbiorcy projektu:

- nauczyciele, trenerzy, opiekunowie i inni dostawcy usług edukacyjnych ze szkół zawodowych kształcących w zawodach turystycznych; grupa docelowa obejmuje również studentów, stażystów i osoby uczące się pozaformalnie w dziedzinie turystyki, w tym pracowników i przedsiębiorców;
- pracodawcy i instytucje (rządowe i pozarządowe) w turystyce zaangażowane w rozwój, utrzymanie i / lub dostarczanie produktów oraz usług turystycznych.

Projekt ma charakter międzynarodowy, został opracowany i złożony w partnerstwie. Partnerzy projektu: [Polska](#), [Francja](#), [Bułgaria](#), [Włochy](#), [Irlandia](#), [Grecja](#).



PODSUMOWANIE ROKU 2023 W DZIEDZINIE WSPIERANIA ROZWOJU PRODUKTÓW, MAREK I INNYCH INICJATYW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA:

## Podsumowanie



- opracowany dokument strategiczny – Program rozwoju i promocji turystyki na obszarach wiejskich na terenie województwa mazowieckiego dotyczący również zagadnień związanych z rozwojem produktów turystyki wiejskiej agroturystyki;
- liczba przyznanych certyfikatów na najlepszy produkt turystyczny województwa mazowieckiego – **7**;
- liczba dziennikarzy biorących udział w wizytach studyjnych prezentujących produkty turystyczne Mazowsza – **50**;
- liczba zaprezentowanych obiektów/atrakcji/ofert podczas wizyt dziennikarskich (na zasadzie siteinspection) – **40**;
- liczba tour operatorów na wizytach studyjnych – **36**;
- liczba zaprezentowanych obiektów/atrakcji/ofert podczas wizyt studyjnych dla tour operatorów – **40**;
- nakład produktowych wydawnictw promocyjnych – **4000 egzemplarzy**;
- liczba uczestników konferencji produktowych, warsztatów, seminariów itp. – **250**;



IV. ROZWÓJ MAZOVIA  
CONVENTION BUREAU  
ORAZ WSPARCIE  
PRZEMYSŁU SPOTKAŃ  
NA MAZOWSZU







MAZOWIECKA WIEŚ – ATRAKCYJNA, BEZPIECZNA, GOŚCINNA - WSPARCIE ROZWOJU I PROMOCJA TURYSTYKI NA OBSZARACH WIEJSKICH NA MAZOWSZU – PROJEKT DOFINANSOWANY PRZEZ MINISTERSTWO SPORTU I TURYSTYKI W RAMACH OTWARTEGO KONKURSU OFERT NA WSPARCIE W 2023 ROKU REALIZACJI ZADAŃ PUBLICZNYCH Z ZAKRESU CZĘŚCI 40 BUDŻETU PAŃSTWA – TURYSTYKA, PRIORYTET 1 - DZIAŁANIA NA RZECZ ROZWOJU I PROMOCJI TURYSTYKI WIEJSKIEJ/AGROTURYSTYKI

Mazovia Convention Bureau, działające w strukturach Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej od 2019 roku, jest jednostką integrującą partnerów biznesowych, naukowych oraz instytucjonalnych we wspólnych działaniach na rzecz kreowania produktów, podnoszenia jakości usług oraz efektywnego pozyskiwania wydarzeń do województwa mazowieckiego.

#### Misja

Mazovia Convention Bureau działa na rzecz zbudowania marki „Mazowsze” jako regionu o innowacyjnej ofercie w zakresie organizacji spotkań i wydarzeń. Zarówno misja jak i wizja działania Mazovia Convention Bureau koncentruje się na pozyskiwaniu wydarzeń, a wszelkie zadania realizowane przez convention bureau powinny pośrednio lub bezpośrednio prowadzić do tego, aby w województwie mazowieckim odbywało się więcej spotkań takich jak: konferencje, kongresy, wydarzenia korporacyjne, wyjazdy integracyjne i motywacyjne, targi, festiwale i inne zdarzenia, w których udział weźmie wielu uczestników korzystających z usług lokalnych przedsiębiorców.

Obszary działania i cele strategiczne MCB:

#### WSPÓŁPRACA

- stworzenie platformy kooperacji zmierzającej do wykorzystania potencjału Warszawy i województwa mazowieckiego, profesjonalizacji branży spotkań oraz wspierania innowacyjności;

#### MARKA

- wzmocnienie rozpoznawalności województwa mazowieckiego jako destynacji biznesowej wśród organizatorów wydarzeń;

#### WYDARZENIA

- stworzenie zintegrowanej oferty organizacji wydarzeń i pozyskiwanie zapytań dotyczących organizacji wydarzeń do województwa mazowieckiego.



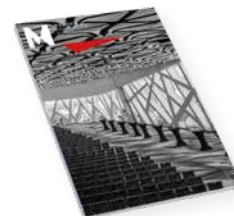
MAZOVIA  
CONVENTION  
BUREAU

● **OBSZAR 1. NARZĘDZIA WSPIERAJĄCE DZIAŁALNOŚĆ MAZOVIA  
CONVENTION BUREAU**

**BAZA OBIEKTÓW KONFERENCYJNYCH WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO**

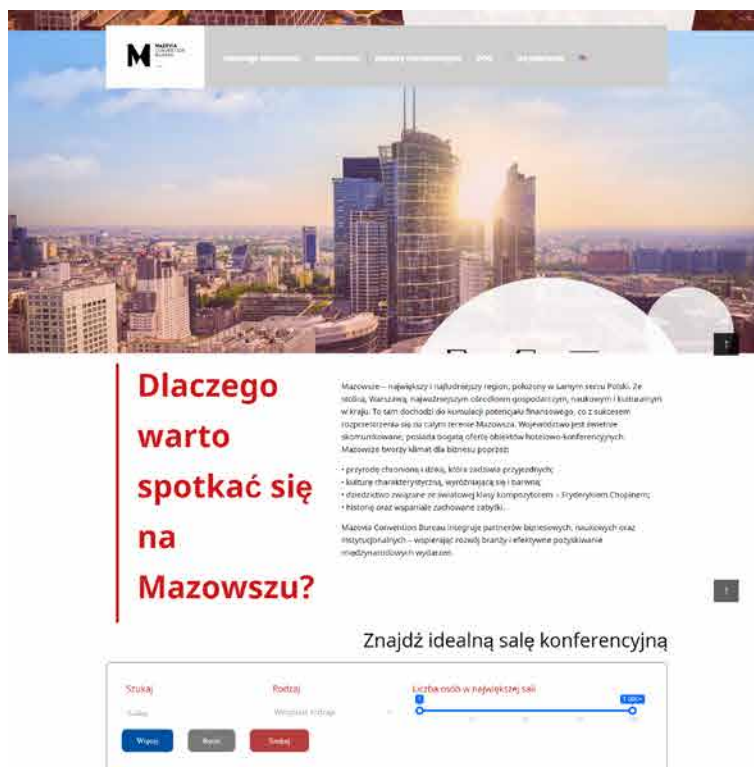
Kluczowe dla działalności było Mazovia Convention Bureau było opracowanie bazy ponad 103 obiektów konferencyjnych w województwie mazowieckim oraz profesjonalnych organizatorów spotkań na Mazowszu.

Baza była w 2023 r. poszerzana o nowe obiekty konferencyjne oraz profesjonalnych organizatorów spotkań w województwie mazowieckim. Stąd wprowadzenie systemu zarządzania bazą danych umożliwiającego szybki dostęp do informacji oraz ich aktualizację, co jest kluczowe dla zapewnienia kompleksowej obsługi klientów.



**STRONA INTERNETOWA WWW.MAZOVIACONVENTION.PL**

MROT uruchomiła stronę internetową Mazovia Convention Bureau wraz z wyszukiwarką obiektów w języku polskim i angielskim, co pozwala na łatwiejszy dostęp do informacji o ofercie Mazowsza jako miejsca na organizację spotkań i konferencji. Wdrożenie wyszukiwarki obiektów konferencyjnych wraz z interaktywną mapą w dwóch językach (polskim i angielskim) zwiększyło atrakcyjność i dostępność dla klientów zagranicznych.



● OBSZAR 2. BUDOWANIE MARKI MAZOVIA CONVENTION BUREAU

CZŁONKOSTWO ORAZ WSPÓŁPRACA ZE STOWARZYSZENIAMI BRANŻOWYMI I JEJ BENEFITY

Mazovia Convention Bureau jest członkiem:



MPI (Meetings Professionals International) Poland Chapter jest lokalnym oddziałem Międzynarodowego Stowarzyszenia Profesjonalistów Spotkań, skupiającym profesjonalistów z branży spotkań i wydarzeń w Polsce. Dzięki aktywnemu udziałowi w MPI Poland Chapter, Mazovia Convention Bureau ma dostęp do cennych zasobów wiedzy, szkoleń i networkingowych możliwości, co wspiera doskonalenie praktyk w organizowaniu konferencji i eventów.



SITE (Society for Incentive Travel Excellence) Global jest międzynarodową organizacją zrzeszającą specjalistów z dziedziny motywacji, nagród i wydarzeń incentive. Udział Mazovia Convention Bureau w SITE Global umożliwia nawiązywanie kontaktów z kluczowymi graczami w branży motywacyjnej, zdobywanie inspiracji oraz promowanie Mazowsza jako atrakcyjnej destynacji dla programów motywacyjnych i nagród.

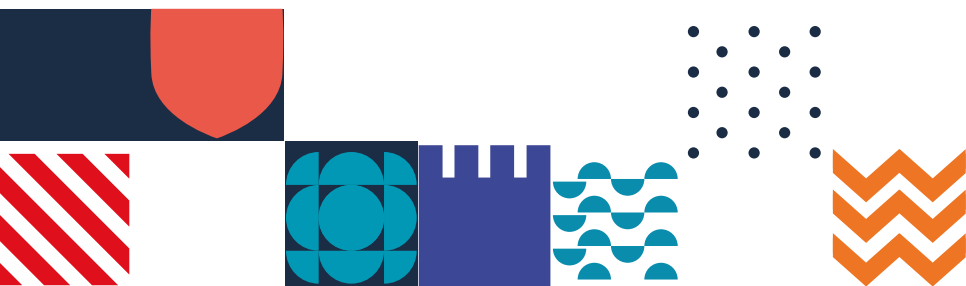


SKKP (Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce) to organizacja zrzeszająca profesjonalistów i przedsiębiorstwa z branży spotkań i kongresów w Polsce. Poprzez aktywne uczestnictwo w SKKP, Mazovia Convention Bureau może współpracować z innymi uczestnikami rynku kongresowego, wymieniać doświadczenia oraz angażować się w działania na rzecz promocji Polski jako destynacji kongresowej.

Mazovia Covention Bureau współpracuje również z:



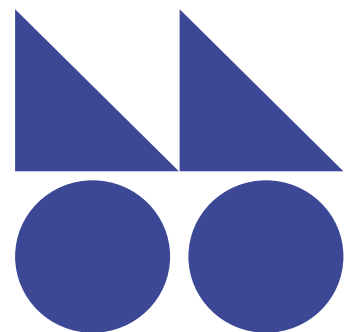
SBE (Stowarzyszenie Branży Eventowej) to organizacja skupiająca profesjonalistów oraz podmioty działające w branży eventowej. Celem SBE jest promowanie rozwoju i profesjonalizacja sektora eventowego poprzez inicjowanie działań mających na celu podnoszenie standardów jakościowych, edukację, wymianę doświadczeń oraz budowanie relacji biznesowych wśród jego członków.



● OBSZAR 2. BUDOWANIE MARKI MAZOVIA CONVENTION BUREAU

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Mazovia Convention Bureau prowadzi aktywną komunikację w mediach społecznościowych poprzez dedykowane profile na platformach takich jak Facebook oraz LinkedIn. Dzięki regularnie zamieszczanym informacjom o wydarzeniach i atrakcjach w regionie Mazowsza oraz interakcji z obserwatorami, MCB utrzymuje bliskie relacje z klientami, partnerami biznesowymi oraz innymi zainteresowanymi podmiotami, wspierając promocję Mazowsza jako miejsca na organizację konferencji i spotkań biznesowych.



WSPÓŁPRACA Z POLSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ – POLAND CONVENTION BUREAU

Współpraca Poland Convention Bureau z miejskimi i regionalnymi convention bureaux w Polsce odgrywa kluczową rolę w promocji kraju jako atrakcyjnej destynacji dla spotkań biznesowych i kongresów. Mazovia Convention Bureau, dzięki współpracy z Poland Convention Bureau, może skuteczniej koordynować działania promocyjne na różnych poziomach, tworząc spójne przesłanie dotyczące możliwości organizacji wydarzeń w Polsce. Ponadto współpraca ta umożliwia wymianę najlepszych praktyk, doświadczeń oraz informacji o lokalnych atrakcjach i infrastrukturze, co wspiera zwiększenie liczby i jakości wydarzeń biznesowych organizowanych w różnych regionach Polski, w tym w Warszawie i na Mazowszu.





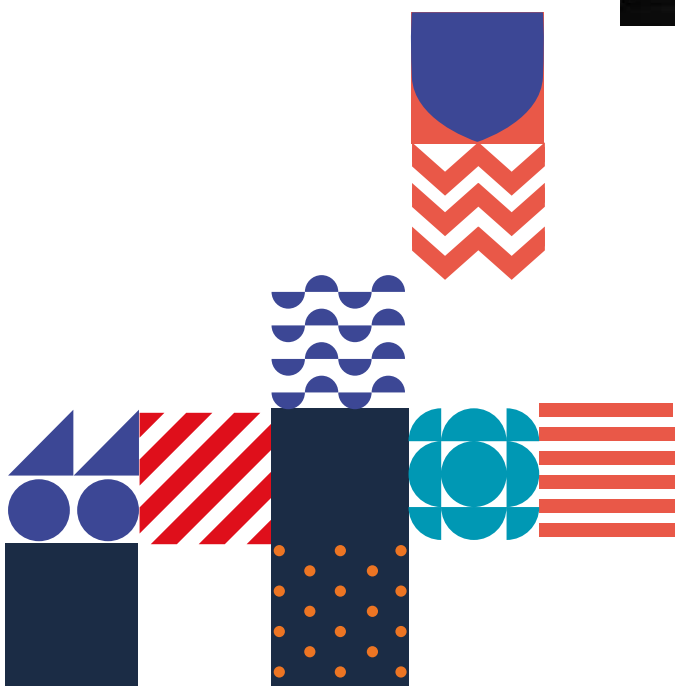
● OBSZAR 2. BUDOWANIE MARKI MAZOVIA CONVENTION BUREAU

WSPÓŁPRACA Z WARSZAWSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ - WARSAW CONVENTION BUREAU W ZAKRESIE WSPÓLNEJ PROMOCJI OFERTY WARSZAWY I MAZOWSZA

Współpraca pomiędzy Warsaw Convention Bureau (WCB) a Mazovia Convention Bureau (MCB) ma kluczowe znaczenie dla promocji Warszawy i regionu Mazowsza jako atrakcyjnych miejsc na organizację spotkań biznesowych, konferencji i wydarzeń. Działania te obejmują wspólne działania marketingowe i promocyjne (m.in. uczestnictwo w targach oraz wydarzeniach B2B), wspólne składanie ofert, wymianę informacji o lokalnych obiektach konferencyjnych, atrakcjach turystycznych oraz usługach wsparcia dla organizatorów wydarzeń. Ponadto, dzięki współpracy, WCB i MCB mogą efektywniej wykorzystywać swoje zasoby i kompetencje w celu zapewnienia kompleksowej obsługi klientów oraz promowania Warszawy i Mazowsza jako konkurencyjnych destynacji na mapie turystyki biznesowej.

SYSTEM REKOMENDACJI DLA PROFESJONALNYCH ORGANIZATORÓW SPOTKAŃ NA MAZOWSZU

Mazovia Convention Bureau opracowało i wdrożyło system rekomendacji dla profesjonalnych organizatorów spotkań (PCO). Jest on przeznaczony dla podmiotów prowadzących działalność na terenie województwa mazowieckiego, wyspecjalizowanych w planowaniu i organizacji kongresów, konferencji oraz innych wydarzeń biznesowych. W 2023 roku Mazovia Convention Bureau przyznała 6 rekomendacji następującym firmom: Everal, Furnel Travel International Sp. z o.o., DMC Poland, Mazurkas Congress Management, Tarifa powered by Eventui, Travel Bidder Sp. z o.o.



● OBSZAR 3. PROMOCJA POTENCJAŁU PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA MAZOWSZU

UDZIAŁ W TARGACH I WYDARZENIACH BRANŻOWYCH W KRAJU I ZA GRANICĄ

Mazovia Convention Bureau aktywnie uczestniczy w targach i wydarzeniach branżowych związanych z turystyką biznesową, organizacją wydarzeń oraz kongresów. Udział w takich wydarzeniach umożliwia MCB prezentację oferty Mazowsza jako atrakcyjnej destynacji dla spotkań biznesowych, konferencji i eventów, a także nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi klientami, partnerami biznesowymi oraz innymi podmiotami z branży eventowej. Poprzez udział w targach, kongresach i konferencjach branżowych, Mazovia Convention Bureau może również śledzić najnowsze trendy, zdobywać inspiracje oraz wymieniać doświadczenia z innymi profesjonalistami z branży spotkań i wydarzeń. W 2023 roku reprezentacja MCB wzięła udział w następujących imprezach:

- Forum Branży Eventowej - 18 stycznia;
- Meet the Bidder – 29 marca, 15 czerwca, 22 listopada;
- Targi IMEX we Frankfurcie - 23-25 maja,
- Meetings Week Poland - 12-13 czerwca;
- Incentive Day organizowanym przez Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel - 21 czerwca;
- International Conference on Events 2023 - 3-6 września;
- THINK MICE Mashup Meetings - 7 września;
- FAST DATE w Krakowie - 6 listopada;
- Deep Tech CEE Summit - 20-21 listopada;
- Meeting Industry Sustainability Forum - 21 listopada;
- Targi IBTM w Barcelonie - 28-30 listopada;
- MP Impact - 12 grudnia.



● IV. ROZWÓJ MAZOVIA CONVENTION BUREAU  
ORAZ WSPARCIE PRZEMYSŁU SPOTKAŃ  
NA MAZOWSZU

● OBSZAR 3. PROMOCJA POTENCJAŁU PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA MAZOWSZU

WSPÓŁPRACA I PARTNERSTWO PRZY ORGANIZACJI WYDARZEŃ KRAJOWYCH

- Meetings Week Poland;
- International Conference on Events 2023
- THINK MICE Mashup Meetings;
- Deep Tech CEE Summit;
- Meeting Industry Sustainability Forum oraz Meet the Bidder jako Host Destination Partner;
- MP Impact 2023





● OBSZAR 3. PROMOCJA POTENCJAŁU PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA MAZOWSZU

MATERIAŁY PROMOCYJNE MAZOVIA CONVENTION BUREAU

- katalog obiektów konferencyjnych i profesjonalnych organizatorów spotkań na Mazowszu (nakład 1000 egzemplarzy w polskiej i angielskiej wersji językowej);
- opracowanie i produkcja gadżetów promocyjnych Mazovia Convention Bureau;
- publikacja w Forbes Women Traveller oraz magazynach Think MICE oraz MICE Poland.

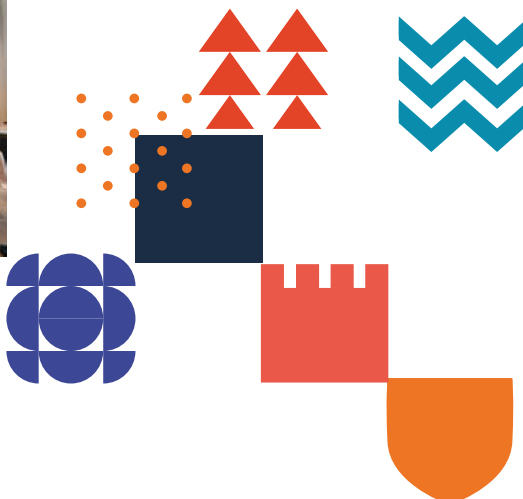
REALIZACJA PODRÓŻY STUDYJNYCH

- MP MICE TOUR po Mazowszu - 6-7 października

W programie odwiedzin znalazły się: siedziba Państwowego Zespołu Ludowego Pieśni i Tańca „Mazowsze” im. Tadeusza Sygietyńskiego w Karolinie, DEEPSHOT w Mszczonowie, Pałac Mała Wieś, Dwór Mościbrody, Centrum Konferencyjno-Wypoczynkowe Pałac i Folwark Łochów, Tor Modlin, Europejskie Centrum Artystyczne im. Fryderyka Chopina w Sannikach, Julinek Park);

- Mazurkas Fam Trip w Warszawie dla meeting plannerów z rynku brytyjskiego - 8 grudnia

Podczas wydarzenia odbyła się prezentacja działalności Mazovia Convention Bureau oraz umieszczono logotyp MCB w materiałach promocyjnych.

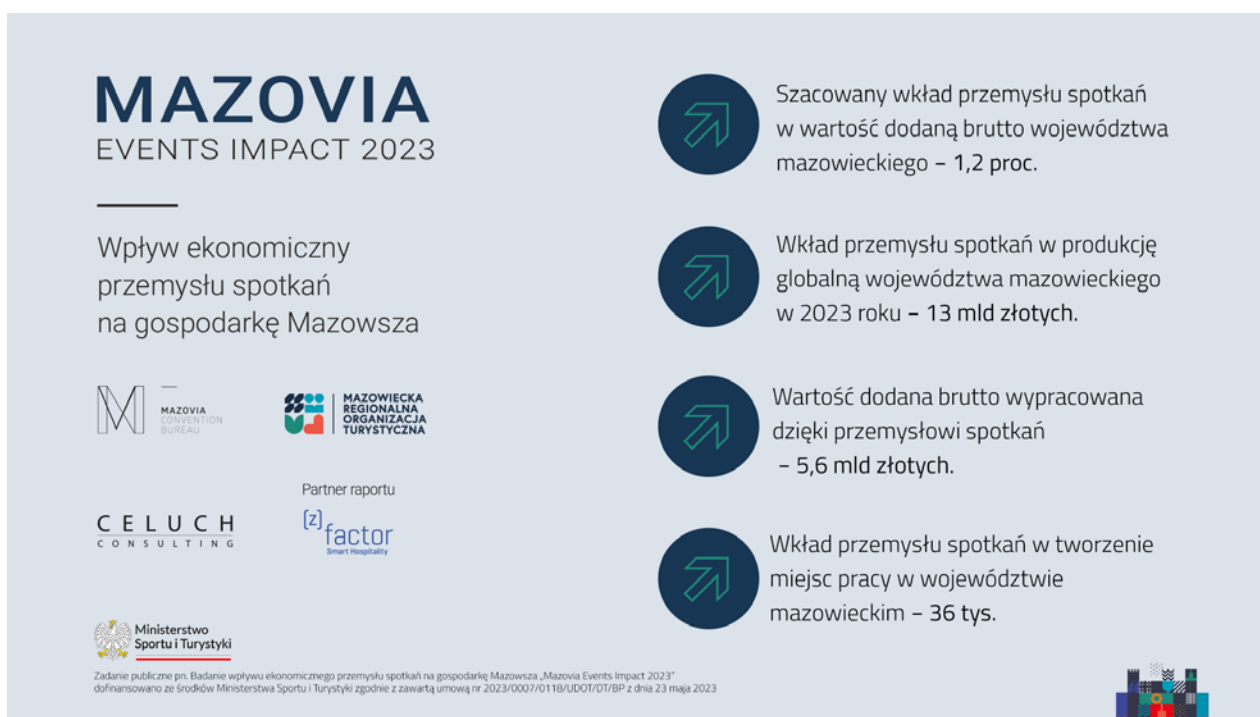


● OBSZAR 3. PROMOCJA POTENCJAŁU PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA MAZOWSZU

PREMIERA RAPORTU MAZOVIA EVENTS IMPACT

Raport „Mazovia Events Impact” to dokument analizujący wpływ wydarzeń i spotkań organizowanych w regionie Mazowsza na jego rozwój ekonomiczny, społeczny oraz kulturalny. Dokument zawiera dane statystyczne, studia przypadków i analizy dotyczące korzyści, jakie przynoszą organizowane wydarzenia dla lokalnej społeczności, gospodarki, infrastruktury turystycznej oraz wizerunku regionu. Jest to narzędzie służące ocenie skuteczności i wartości wydarzeń dla regionu Mazowsza.

Badanie „Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Mazowsza – Mazovia Events Impact”, czyli próba oceny wpływu branży spotkań na gospodarkę regionu, prowadzone było w województwie mazowieckim po raz drugi. Pierwsze dotyczyło wpływu przemysłu spotkań na gospodarkę województwa mazowieckiego w 2018 roku. Zbadano także, jaki jest wpływ przemysłu spotkań na gospodarkę kraju (2016 r., 2019 r.) i miasta (2013 r.). W 2023 r. badanie było współfinansowane ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki.





● MAZOVIA CONVENTION BUREAU W LICZBACH

Łączny nakład katalogu obiektów konferencyjnych na Mazowszu: 1000 / 500 w języku polskim,  
500 w języku angielskim

Obiekty w bazie obiektów konferencyjnych na Mazowszu: 103

Liczba opracowanych raportów badawczych: 1

Publikacje i informacje prasowe: 36

Liczba imprez, w których Mazovia CB wzięło udział: 14

Liczba przeprowadzonych spotkań B2B: 91

Liczba współorganizowanych imprez: 9

Liczba zorganizowanych study tourów: 3

Liczba fam tripów i site inspections: 7

Liczba prezentacji MCB: 131

Liczba przyznanych rekomendacji: 6 rekomendacji dla profesjonalnych organizatorów spotkań.

Otrzymane rekomendacje: 1 (od Poland Convention Bureau)

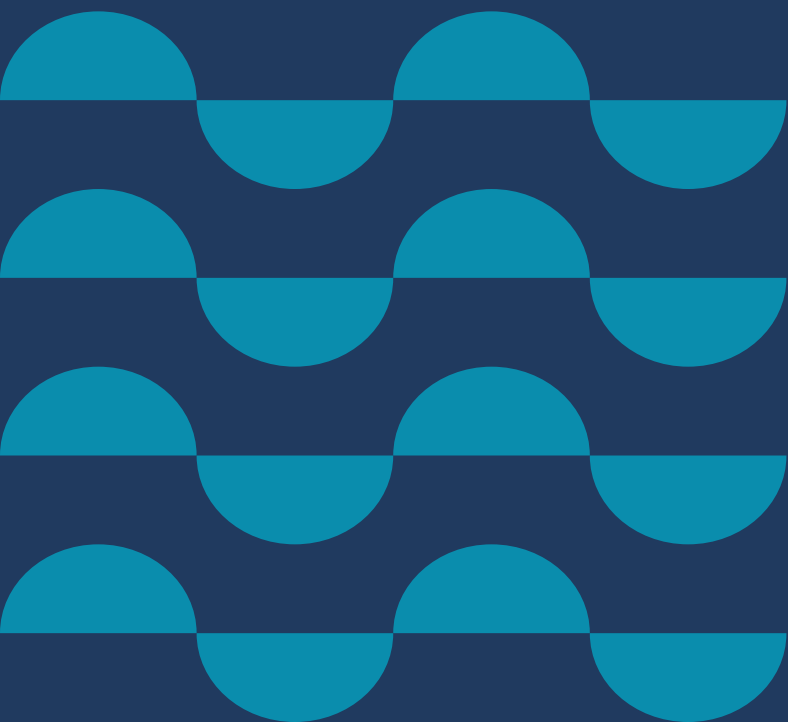
Członkostwo w stowarzyszeniach: 3

Mazovia Convention Bureau jest członkiem Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce, a Zastępca Dyrektora Biura MROT dołączyła w 2023 roku do Meeting Professional International (MPI) i Society of Incentive Travel Executives (SITE)

Liczba publikacji: 153

KILKA DANYCH DOTYCZĄCYCH PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA MAZOWSZU:

- szacowany wkład przemysłu spotkań w wartość dodaną brutto województwa mazowieckiego: 1,2%;
- wkład przemysłu spotkań w produkcję globalną województwa mazowieckiego w 2023 roku: 13 mld złotych;
- wartość dodana brutto wypracowana dzięki przemysłowi spotkań: 5,6 mld złotych;
- wkład przemysłu spotkań w tworzenie miejsc pracy w województwie mazowieckim: 36 000.



V. WZMACNIANIE ROLI  
MROT JAKO GŁÓWNEGO  
PODMIOTU DZIAŁAJĄCEGO  
NA RZECZ ROZWOJU  
TURYSTYKI NA MAZOWSZU





● OBSZAR 1. ROZWÓJ POTENCJAŁU KADROWEGO I ORGANIZACYJNEGO  
MROT

Podnoszenie kwalifikacji i kompetencji zespołu poprzez:

- uczestniczenie w szkoleniu wewnętrznym dla pracowników MROT z zakresu Funduszy Europejskich oraz pozyskiwania środków zewnętrznych „Fundusze na turystykę 2023-2027”;
- udział w cyklu szkoleń realizowanych przez Forum Regionalnych Organizacji turystycznych „Akademia Liderów III”, skierowanych do dyrektorów Regionalnych Organizacji Turystycznych.

Działania wzmacniające współpracę

- cykl warsztatów planistycznych z członkami Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej; cykl obejmował 5 spotkań z przedstawicielami organizacji, instytucji kultury, przedstawicielami samorządów lub przedsiębiorców.



- V. WZMACNIANIE ROLI MROT JAKO GŁÓWNEGO PODMIOTU DZIAŁAJĄCEGO NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI NA MAZOWSZU

- OBSZAR 2. TRANSFER WIEDZY, WYMIANA DOŚWIADCZEŃ ORAZ WSPÓŁPRACA.

#### SEJMIK TURYSTYCZNY MAZOWSZA

15. Sejmik Turystyczny Województwa Mazowieckiego odbył się 28 września w Centrum Konferencyjnym Parku Wodnego Suntago. Temat przewodni: „Zrównoważona turystyka na Mazowszu – odpowiedzialność czy zbędne koszty”. Wydarzenie uświetnił MAZOwieczór w Suntago, podczas którego zostały wręczone certyfikaty w Konkursie na Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Mazowieckiego. Rozstrzygnięto również Konkurs Fotograficzny „Podróże z flagą Mazowsza”.

Coroczne wydarzenie było doskonałą okazją do wzajemnego poznania się, odnowienia kontaktów, zgłębienia aktualnych zagadnień oraz doświadczenia jakości wypoczynku w tropikalnej atmosferze Suntago Park of Poland.





● OBSZAR 2. TRANSFER WIEDZY, WYMIANA DOŚWIADCZEŃ  
ORAZ WSPÓŁPRACA.

Konsultacje Strategii rozwoju turystyki województwa mazowieckiego na lata 2023-2027

Przedstawiciele MROT brali aktywny udział w konsultacjach najważniejszego dokumentu strategicznego wyznaczającego kierunki rozwoju gospodarki turystycznej na Mazowszu. Dokument ten stanowi kontynuację działań podejmowanych przez Samorząd Województwa Mazowieckiego w obszarze rozwoju turystyki. Celem strategii jest stworzenie klarownej i efektywnej ścieżki rozwoju turystyki w województwie mazowieckim na nadchodzące lata.

Misją mazowieckiej turystyki jest atrakcyjna oferta turystyczna służąca wzrostowi znaczenia regionu na turystycznej mapie Polski i Europy przy poszanowaniu zasobów środowiska naturalnego.

Wyzwania stojące przed turystyką regionu zostały pogrupowane w cztery cele strategiczne:

- kreowanie wyrazistych i uporządkowanych wewnętrznie produktów turystycznych;
- zintegrowany marketing turystyczny;
- wzmocnienie zaplecza rozwoju turystyki;
- synergia działań turystyki z innymi sektorami.



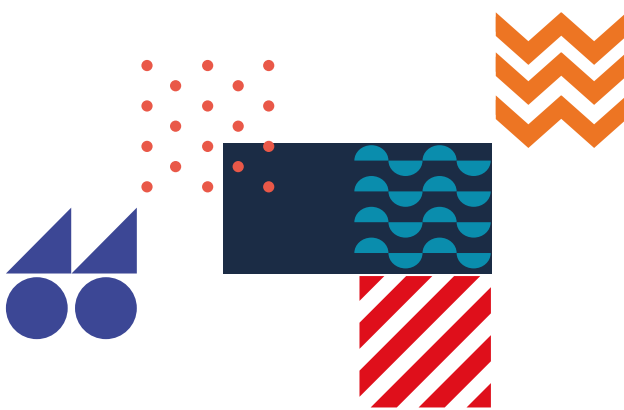
- V. WZMACNIANIE ROLI MROT JAKO GŁÓWNEGO PODMIOTU DZIAŁAJĄCEGO NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI NA MAZOWSZU

- OBSZAR 2. TRANSFER WIEDZY, WYMIANA DOŚWIADCZEŃ ORAZ WSPÓŁPRACA.

#### ORGANIZACJA I REALIZACJA POBYTÓW WYPOCZYNKOWYCH NA MAZOWSZU DLA GRUPY DZIECI I MŁODZIEŻY ORAZ ICH OPIEKUNÓW Z UKRAINY

Akcja „Mazowsze dla Ukrainy” to wspólna inicjatywa samorządu województwa mazowieckiego i Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, w ramach której zorganizowano 2 pobyty dla 200 dzieci i młodzieży z czterech regionów Ukrainy.

Dzieci spędziły na Mazowszu po dwa tygodnie podczas których były zakwaterowane w Parku Rozrywki Julinek, a w ramach wycieczek odwiedziły Warszawę, Płock, Farmę Iluzji, Kampinoski Park Narodowy oraz Suntago – Wodny Świat. W ramach pobytu zorganizowano również zajęcia z psychologami.



### ● OBSZAR 3. RELACJE Z MEDIAMI I DZIAŁANIA W ZAKRESIE PUBLIC RELATIONS

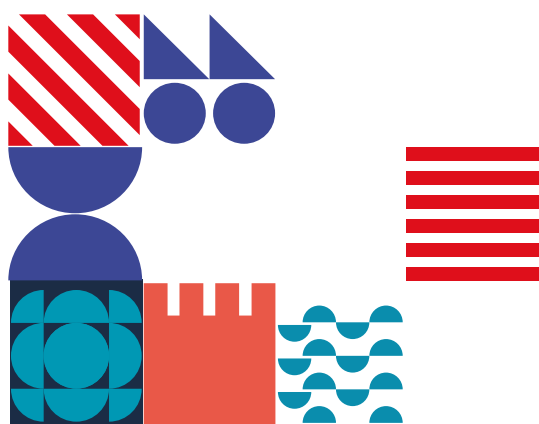
W 2023 r. MROT wykorzystywała w ramach działań PR sprawdzone narzędzia komunikacji, dzięki którym regularnie informowała członków MROT i przedstawicieli branży o swoich działaniach:

- na systematycznie aktualizowanej korporacyjnej stronie internetowej [www.mrot.pl](http://www.mrot.pl);
- w wysyłanych systematycznie newsletterach ze skrótem informacji istotnych dla branży turystycznej, ze szczególnym uwzględnieniem informacji o działaniach MROT i jej członków;
- w mediach społecznościowych - na aktualizowanym kilka razy w tygodniu profilu [facebook.com/Mazowiecka.Regionalna.Organizacja.Turystyczna](https://facebook.com/Mazowiecka.Regionalna.Organizacja.Turystyczna).

Równoległe prowadzone były sprofilowane działania public relations, w tym stałe monitorowanie rynku mediów, pozyskiwanie nowych kontaktów oraz „ocieplanie” już istniejących relacji; analiza potrzeb pod kątem tematyki i formy dostarczanych materiałów PR dla poszczególnych dziennikarzy, tytułów, redakcji i formatu mediów; zacieśnienie współpracy z dziennikarzami poprzez indywidualizację przygotowywanych materiałów oraz zaproszeń na wydarzenia i press туры.

#### PUBLIKACJE W MEDIACH

- All Inclusive
- Do Rzeczy
- Forbes
- Forbes Women
- Mazowsze Serce Polski
- Meeting Planner
- Mice Poland
- National Geographic
- National Geographic Traveler
- Nowa Turystyka
- Rynek Turystyczny
- Super Express
- Świat Podróże Kultura
- Think MICE
- TTG
- Wasza Turystyka
- Wiadomości Turystyczne



● OBSZAR 3. RELACJE Z MEDIAMI I DZIAŁANIA W ZAKRESIE  
PUBLIC RELATIONS

PRESS TOURY

- **National Geographic Traveler** - podróż po Mazowszu; na trasie m.in. gospodarstwa agroturystyczne, Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu, Zamek Książąt Mazowieckich i Park Nauki Torus w Ciechanowie, Muzeum Kurpiowskie w Wachu oraz Zamek, Muzeum Regionalne i inne atrakcje turystyczne w Pułtusku - marzec;
- **turystyczna prasa branżowa i prasa lifestylowa** - 2-dniowa podróż szlakiem Industrialnego Mazowsza; na trasie m.in. Fabryka Norblina w Warszawie, Muzeum Starożytnego Hutnictwa Mazowieckiego im. S. Woydy w Pruszkowie, Muzeum Kolei Wąskotorowej w Sochaczewie, Urząd Miasta Żyrardowa, Muzeum Lniarstwa w Żyrardowie, Resursa w Żyrardowie, Lokalna Organizacja Turystyczna Ziemi Radomskiej, Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej Elektrownia w Radomiu, Muzeum Historii Radomia w Radomiu, Muzeum Historii Najnowszej Radomia z wystawą zorganizowaną przez Resursę Obywatelską, Warszawska Kolej Dojazdowa w Grodzisku Mazowieckim, Muzeum Motoryzacji i Techniki w Otrębusach - kwiecień;
- **Czeska Telewizja Publiczna** - przygotowanie scenariusza i wsparcie ekipy telewizyjnej podczas realizacji programu KARAVAN (KAMPER). W programie, który będzie emitowany wiosną 2024 roku, pojawią się letnie atrakcje Mazowsza - Serock, Jezioro Zegrzyńskie i Puszcza Kampinowska. Podczas realizacji programu duży nacisk położono na zaprezentowanie miejsc przyjaznych kamperom. Realizacja we współpracy z Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Pradze - lipiec;
- **turystyczna prasa branżowa** - dwie podróże szlakiem obiektów turystyki wiejskiej na Mazowszu; na trasie m.in. Sielski Dom i Ogród, Dom nad Wierzbami, Siedlisko Leluja, Agroturystyka Żabi Raj, Gospodarstwo Agroturystyczne Sielanka-Raciąż, Ale-Wioska, Leśniczówka Paryż, Osiedlisko nad Soną - październik;
- **grupa dziennikarzy z Japonii** - podróż do Nadbużańskiej Krainy Spokoju; na trasie m.in. Fabryka i Muzeum Bombek w Wołominie, wystawa w Hotelu Trylogia, Zakamarek Klimczyce, Dwór Zabuże, Alpakarium w Rudce, Dwór Zaścianek, Impresja - grudzień.





● OBSZAR 3. RELACJE Z MEDIAMI I DZIAŁANIA W ZAKRESIE  
PUBLIC RELATIONS

KONFERENCJE PRASOWE

- współpraca przy konferencjach prasowych organizowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego z okazji otwarcia sezonu turystycznego na Mazowszu - maj;
- Konkurs na Najlepszy Produkt Turystyczny - czerwiec;
- Podsumowanie VI Turystycznych Mistrzostw Vlogerów - czerwiec;
- Ultramaraton rowerowy Mazowiecki Gravel - czerwiec;
- Podróże z flagą Mazowsza - Poznaj moje Mazowsze - lipiec;
- Mazowsze dla Ukrainy (Płock i Warszawa) - sierpień;
- podsumowanie konkursu „Podróże z flagą Mazowsza” - wrzesień.

PROGRAMY I WYWIADY W ROZGŁOŚNIACH RADIOWYCH I STACJACH TELEWIZYJNYCH

- TOK FM
- Radio Bogoria
- Radio Fama
- Radio Kolor
- Radio Rekord
- RadioSpacja
- RDC
- Polsat News
- TVP3

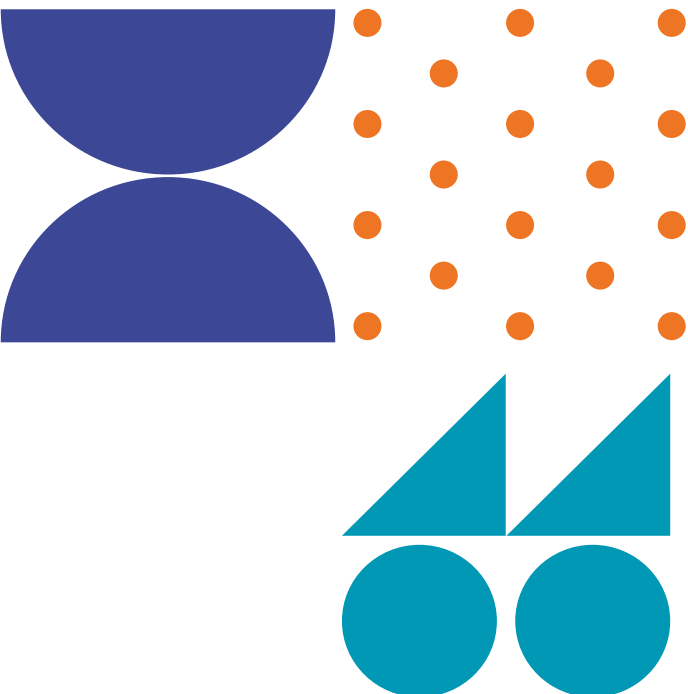




● OBSZAR 3. RELACJE Z MEDIAMI I DZIAŁANIA W ZAKRESIE  
PUBLIC RELATIONS

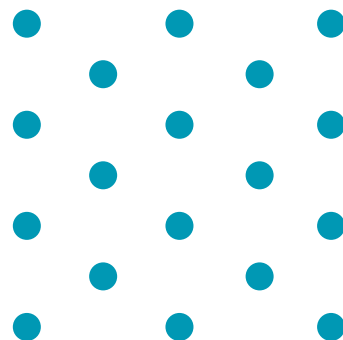
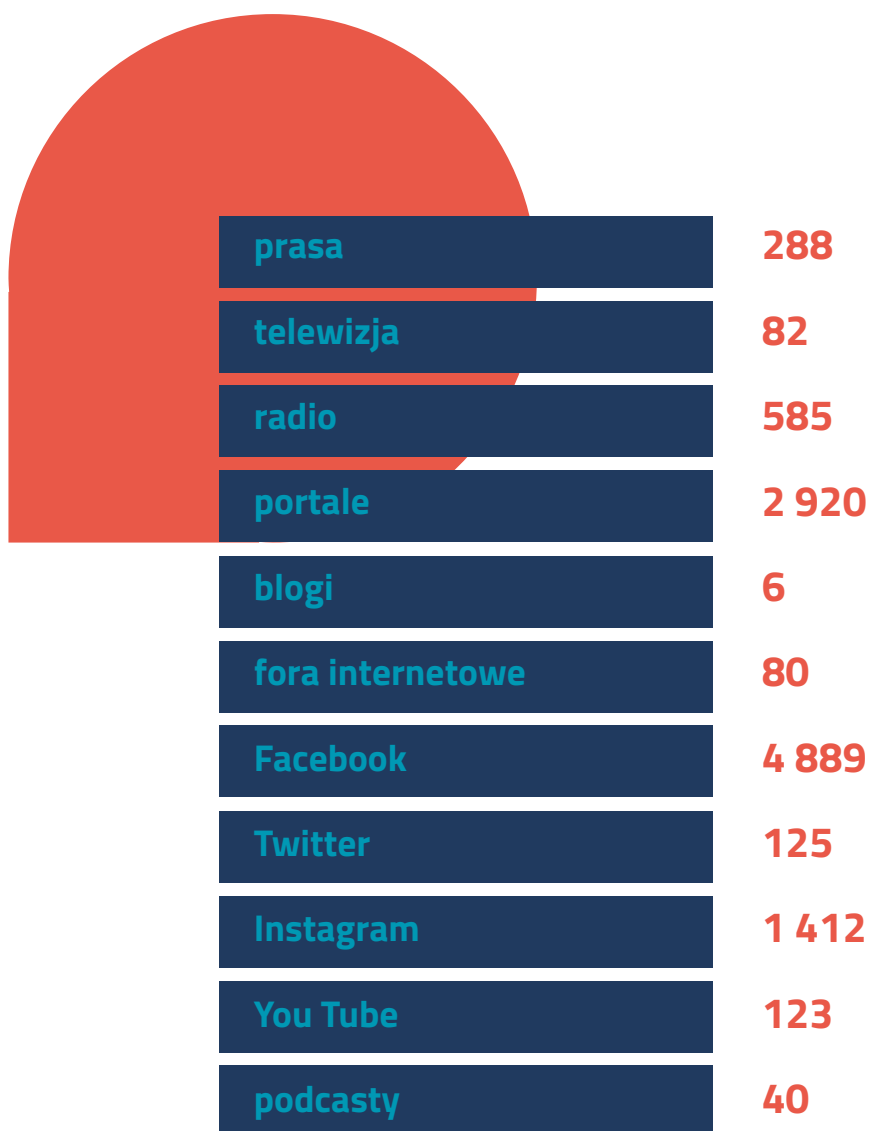
PUBLIKACJA I WYSYŁKA NEWSLETTERÓW

Branżowy newsletter wg badań jest w chwili obecnej jedną z najskuteczniejszych form dotarcia ze specjalistyczną wiedzą do spersonalizowanej grupy odbiorców. Szeroki krąg zainteresowanych odbiorców z branży turystycznej i okołoturystycznej Mazowsza, instytucji samorządowych i organizacji pozarządowych systematycznie przez cały rok otrzymywał newslettery, których zawartość obejmowała m.in. najważniejsze informacje branżowe, wiadomości o działaniach MROT i jej członków, zaproszenia na wydarzenia, kursy, szkolenia i konferencje, a także materiały dotyczące zmian na rynku i trendów w obszarze szeroko rozumianej turystyki i wypoczynku oraz branży MICE zarówno w kraju, jak i na świecie. W roku 2023 przygotowano i wysłano 28 newsletterów, które trafiły do branżowych subskrybentów i przedstawicieli mediów. Średnia liczba odbiorców newslettera na Mazowszu wynosiła 550 subskrybentów.



● OBSZAR 3. RELACJE Z MEDIAMI I DZIAŁANIA W ZAKRESIE  
PUBLIC RELATIONS

LICZBA PUBLIKACJI



Plan finansowy Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej na 2023 rok stanowił zestawienie przychodów i wydatków MROT związanych z realizacją przyjętego Planu działalności na rok 2023.

20 kwietnia 2023 roku Walne Zebranie MROT zatwierdziło Plan finansowy na rok 2023. Zakładał on utrzymanie przychodów i wydatków na poziomie **5 265 tys. zł**, w tym wpływy:

**5 015 tys. zł** z tytułu składek członkowskich oraz 250 tys. zł z tytułu pozyskania dotacji dla trzech projektów: ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki. Plan finansowy po stronie przychodów uwzględniał kwotę w wysokości **1 365 tys. zł**, którą stanowiły środki pozyskane z tytułu składek członkowskich z lat ubiegłych.

7 grudnia 2023 roku Walne Zebranie MROT przyjęło aktualizację Planu finansowego na rok 2023 spowodowaną zwiększeniem składki członkowskiej Samorządu Województwa Mazowieckiego do wysokości **4 850 tys. zł**. Pozwoliło to na realizację dodatkowych działań ujętych w aktualizacji Planu działalności MROT na 2023 rok zatwierdzonym na tym Walnym Zebraniu.

Struktura finansowania działalności MROT zakładała zwiększenie przychodów z tytułu pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania projektów oraz pozyskania nowych członków.

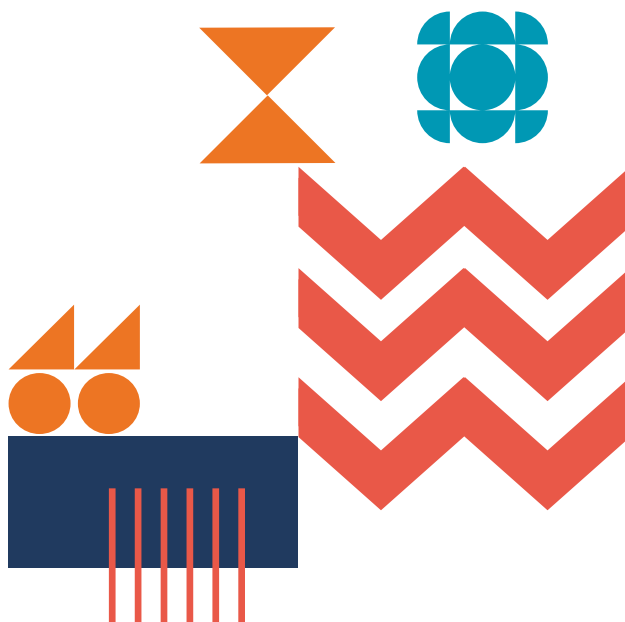
Dla porównania w roku 2022 wysokość planowanych przychodów plasowała się na poziomie 4 590 tys. zł wraz z planowanym dofinansowaniem projektów z dotacji.

Faktyczna wysokość wpływów w roku 2023 osiągnęła poziom **6 112 596,50 zł**, w tym m.in. z tytułu składek członkowskich – **5 505 500 zł** oraz **477 600 zł** z tytułu dotacji.

Wydatki – koszty działalności statutowej MROT w 2023 roku – to kwota **6 696 997,70 zł**. Koszty działalności statutowej MROT za rok 2023 zostały poniesione z otrzymanych przychodów w roku 2023 oraz ze środków zgromadzonych z tytułu składek z lat ubiegłych w wysokości **584 401,20 zł**.

W 2024 roku pozostają do wykorzystania na działalność statutową MROT środki pieniężne ujęte w Bilansie w Aktywach w pozycji Środki pieniężne na dzień 31.12.2023 r. w kwocie **860 225,78 zł**.

Sprawozdanie finansowe za rok 2023 świadczy, że kondycja finansowa MROT, będąca rezultatem racjonalnego i dobrze zaplanowanego gospodarowania, jest dobra i stabilna.







**Mazowiecka Regionalna  
Organizacja Turystyczna**

ul. Nowy Świat 27/2  
00-029 Warszawa

tel. 22 877 20 10  
[www.mrot.pl](http://www.mrot.pl)

