



LABORATORIUM
INICJATYW
TURYSTYCZNYCH

 MAZOWIECKA REGIONALNA
ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

PROGRAM INKUBACJI I ROZWOJU INICJATYW TURYSTYCZNYCH MAZOWSZA EDYCJA 2025

16 grudnia 2024



- 1. ZMIANY W REGULAMINIE EDYCJI 2025**
- 2. CZYM JEST INICJATYWA TURYSTYCZNA?**
- 3. PROGRAM INKUBACJI 2025 – ZASADY I FORMULARZ**
- 4. PYTANIA I UWAGI**



CEL EDYCJI 2025

- Celem programu jest **komercjalizacja** nowopowstających oraz rozwój istniejących na Mazowszu inicjatyw turystycznych, czyli powstanie sprzedażowych produktów turystycznych.
- Propagowanie idei wspólnoty kreatywnej, powstającej dzięki wiedzy ekspertów i doświadczeniu praktyków.
- Poszerzenie wiedzy i rozwój kompetencji członków MROT w zakresie zarządzania, tworzenia produktów i komunikacji marketingowej marek turystycznych.
- Promocja inicjatyw turystycznych Mazowsza.



ZMIANY W REGULAMINIE EDYCJI 2025

- **Zwiększenie liczby inicjatorów zaangażowanych w poszczególne inicjatywy**, co oznacza nie tylko zaangażowanie samego lidera. Co najmniej 2 aktywnych członków z opisanymi rolami i zakresem kompetencji. Obecność 3 członków inicjatywy na prezentacji.
- **Elastyczniejsze podejście do harmonogramów realizacji inkubacji**, zawartych w Porozumieniu z każdą inicjatywą. Elastyczność ta pozwoli na lepsze dostosowanie działań do specyfiki i tempa rozwoju poszczególnych inicjatyw, co ma zwiększyć skuteczność procesu i ułatwić osiągnięcie założonych celów. Zwiększenie czasu inkubacji.
- **Dokładne określenie zakresu i ostatecznych produktów procesu inkubacji inicjatywy** (np. strategia markowego produktu, koncepcja komercjalizacji produktu turystycznego wraz z analizą i segmentacją rynku oraz kanałami sprzedaży i komunikacji etc.)



INICJATYWA TURYSTYCZNA

wszelka oparta na współpracy aktywność członków Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej zmierzającą do **powstania i komercjalizacji markowego produktu turystycznego.**

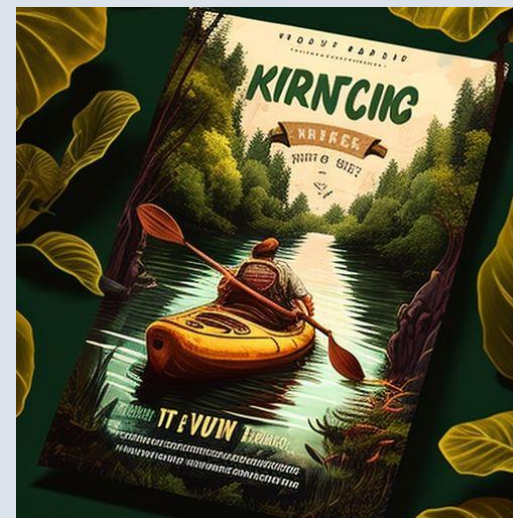
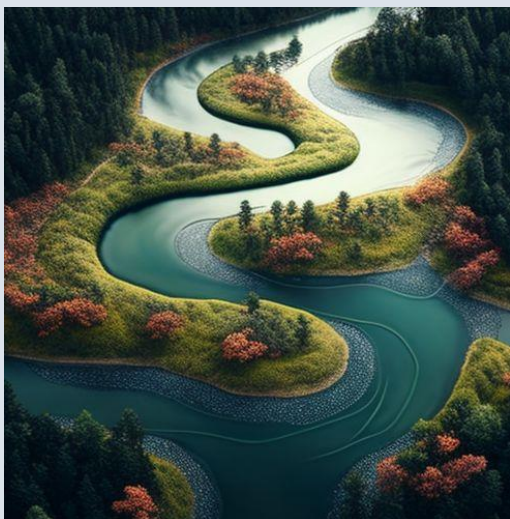
- turystycznego produktu sieciowego,
- szlaku,
- miejsca (obszaru),
- obiektu,
- imprezy turystycznej
- wydarzenia.

KOMERCJALIZACJA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO - to przygotowanie do sprzedaży produktu turystycznego, która odpowiada na potrzeby wybranych grup turystów i dostarcza korzyści zgodnych z obietnicą marki, takich jak satysfakcja, emocje czy wyjątkowe przeżycia. W przypadku LIT oznacza to również opracowanie narzędzi niezbędnych do skutecznej sprzedaży produktu.

Komercjalizacja produktu w przypadku LIT oznacza przygotowanie produktu do sprzedaży wraz ze wszystkimi narzędziami, które do sprzedaży muszą być wykorzystane.



KOMERCJALIZACJA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO



ZASÓB

DOŚWIADCZENIE

PRODUKT
CENA
PROMOCJA
DYSTRYBUCJA



MAZOWIECKA
REGIONALNA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



TURYSTYCZNY PRODUKT SIECIOWY - to zestaw produktów turystycznych, promowanych i sprzedawanych, który łączy jedna spójna koncepcja. Taki produkt opiera się na wspólnym wyróżniku (marce) i może być sprzedawany jako całość lub w zróżnicowanych zestawach produktów.

**Produkt sieciowy oznacza zestaw produktów,
które mogą być sprzedawane wspólnie.**



TURYSTYCZNY PRODUKT SIECIOWY

- WSPÓLNA MARKA - OZNAKOWANIE
- WSPÓLNY BILET
- KARTA LOKALNA/PASZPORT TURYSTYCZNY
- PROGRAM REKOMENDACYJNY
- CERTYFIKACJA PRODUKTÓW I USŁUG
- SZLAK (głównie obiekty komercyjne)



TURYSTYCZNY PRODUKT SIECIOWY



Mazowieckie Zagrody Edukacyjne

Inicjatywa chce stworzyć markę turystycznego produktu sieciowego – Mazowieckie Zagrody Edukacyjne, która będzie oferowała pakiety edukacyjne i pobytowe dla grup przedszkolnych i szkolnych. Sieć chce prowadzić wspólny marketing i sprzedaż usług za pomocą internetu.

SZLAK TURYSTYCZNY - to trasa w przestrzeni turystycznej, która została wytyczona dla zwiedzających, prowadzącą do najbardziej atrakcyjnych miejsc (obiektów) z zachowaniem wielu przepisów, m.in. bezpieczeństwa turystów i ochrony środowiska.

**łączy atrakcje, miejsca publicznie dostępne
– trudniejsza komercjalizacja.**

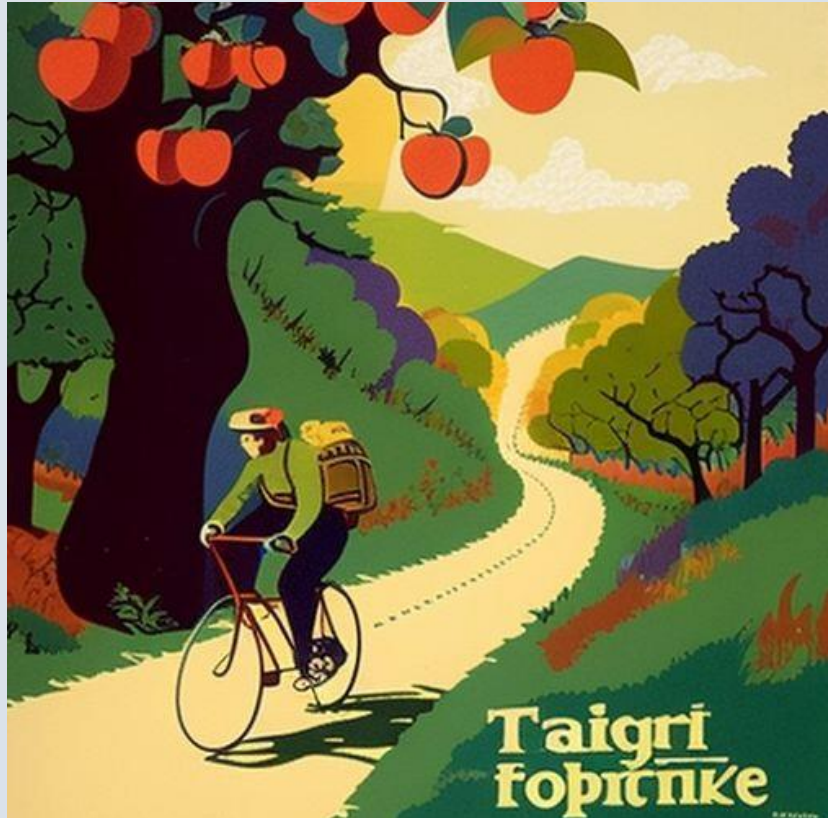


SZLAK TURYSTYCZNY

- SZLAKI, ŚCIEŻKI, TRASY PRZYRODNICZE I KULTUROWE
- SZLAKI PIESZE, ROWEROWE, SAMOCHODOWE, KAJAKOWE, KONNE, ŻEGLARSKIE, KOLEJOWE...
- WYTYCZONE I NIEWYTYCZONE
- SEZONOWE I CAŁOROCZNE



SZLAK TURYSTYCZNY



Jabłkowy Szlak Rowerowy

Inicjatywa chce stworzyć Jabłkowy Szlak Rowerowy łączący ekologiczne sady jabłkowe i kwatery agroturystyczne, które oferują również doświadczenia związane z uprawą i przetwórstwem jabłek.

MIEJSCE (OBSZAR) - to określony geograficznie, kulturowo lub administracyjnie spójny obszar o cechach lokalnej tożsamości np. miasto, region, gmina itp.

łączy wszystkie inne produkty turystyczne w sobie
- Pod jedną wyraźną marką



MIEJSCE (OBSZAR)



Łupnie – kraina miodu i fasoli

Inicjatywa chce stworzyć markę lokalnej kultury ludowej „Łupniów” pod nazwą „Łupnie – kraina miodu i fasoli”, której dziedzictwo w postaci zabytków i tradycji znajduje się w jednym z powiatów. Inicjatywa chce rozwinąć usługi edukacyjne, ofertę kulinarną oraz agroturystykę.



OBIEKT TURYSTYCZNY - to obiekt zagospodarowania przestrzennego, wykorzystywany do realizacji funkcji turystycznej:

- poznawczej, edukacyjnej, historycznej, kulturalnej
- noclegowej i gastronomicznej,
- rekreacyjnej, sportowej
- komunikacyjnej itd.





OBIEKT TURYSTYCZNY

- MUZEUM, SKANSEN, IZBA TRADYCJI ITP.
- OGRÓD, PARK, TEREN/OBIEKT REKREACYJNY I SPORTOWY
- OBIEKT KULTURY – ZABYTKOWY i NIEZABYTKOWY
- NOCLEGOWE I GASTRONOMICZNE – CHARAKTER LOKALNY



OBIEKT TURYSTYCZNY



Stara Gorzelnia

Inicjatywa chce stworzyć markę Stara Gorzelnia, obiektu, którego własnością jest gmina. Zabytkowy obiekt po renowacji może oferować usługi turystyczne, gastronomiczne oraz kulturalne we współpracy z lokalnymi organizacjami i gestorami obiektów agroturystycznych.

IMPREZA TURYSTYCZNA - to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez turoperatorów lub agentów najczęściej w postaci **pakietu turystycznego**.



IMPREZA TURYSTYCZNA

- PROGRAMY TEMATYCZNE DLA WYBRANYCH GRUP
- PAKIETY TERMINOWE – JEDNODNIOWE,
KILKUDNIOWE, WEEKENDOWE
- STAŁE TERMINY LUB NA ZAMÓWIENIE
- Z NOCLEGAMI, BEZ NOCLEGÓW
- SEZONOWE, CAŁOROCZNE



IMPREZA TURYSTYCZNA



RADOMIKS

To wyprawy z przewodnikami-pasjonatami do nieodkrytych miejsc i emocjonujące lekcje historii z opowieściami, które ożywają na każdym kroku. RADOMIKS to również nowe spojrzenie na Radom i ziemię radomską, które wykracza poza granice tradycyjnej turystyki.



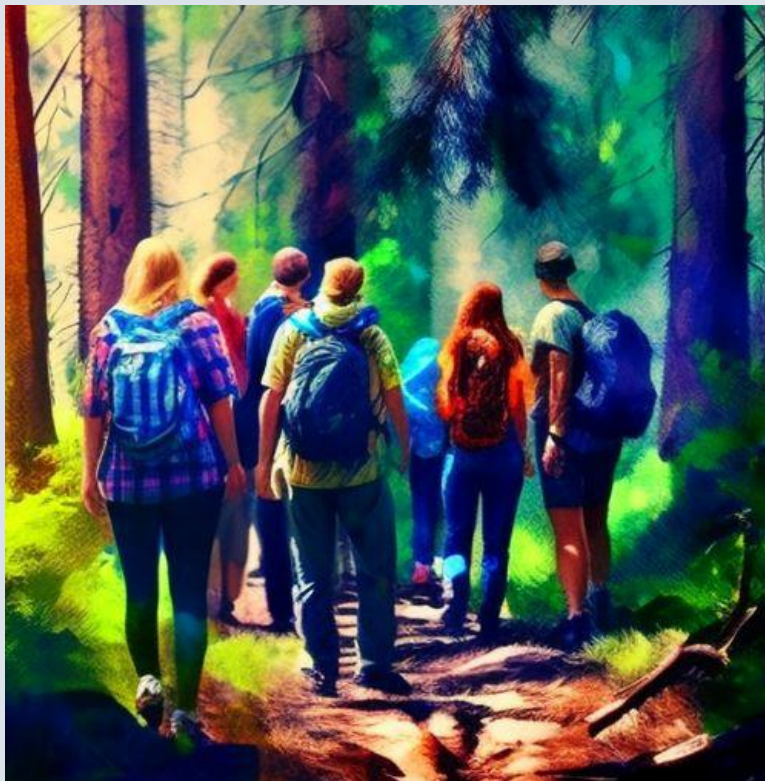
WYDARZENIE - to produkt turystyczny charakteryzujący się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni, może mieć charakter kulturalny, rekreacyjny, rozrywkowy, turystyczny, promocyjny itd.



WYDARZENIE

- KULTURALNE, HISTORYCZNE, REKREACYJNE, SPORTOWE, EDUKACYJNE
- FESTIWALE, DZIEŃ Z..., PROGRAMY SEZONOWE LUB CAŁOROCZNE,
- ŚWIĘTA, BIESIADY, REKONSTRUKCJE...
- CYKLICZNE – CO ROK, MIESIĄC ITP.

WYDARZENIE



Rajdy przyrodnicze

Inicjatywa chce organizować cykliczne wydarzenie pn. Rajdy przyrodniczy wykorzystując zasoby Parku Krajobrazowego i rezerwatów. Rajdy mają mieć charakter oferty edukacyjnej i rekreacyjnej dla grup szkolnych, rodzinnych i seniorów. Organizatorem rajdów będzie lokalne stowarzyszenie przyrodnicze.

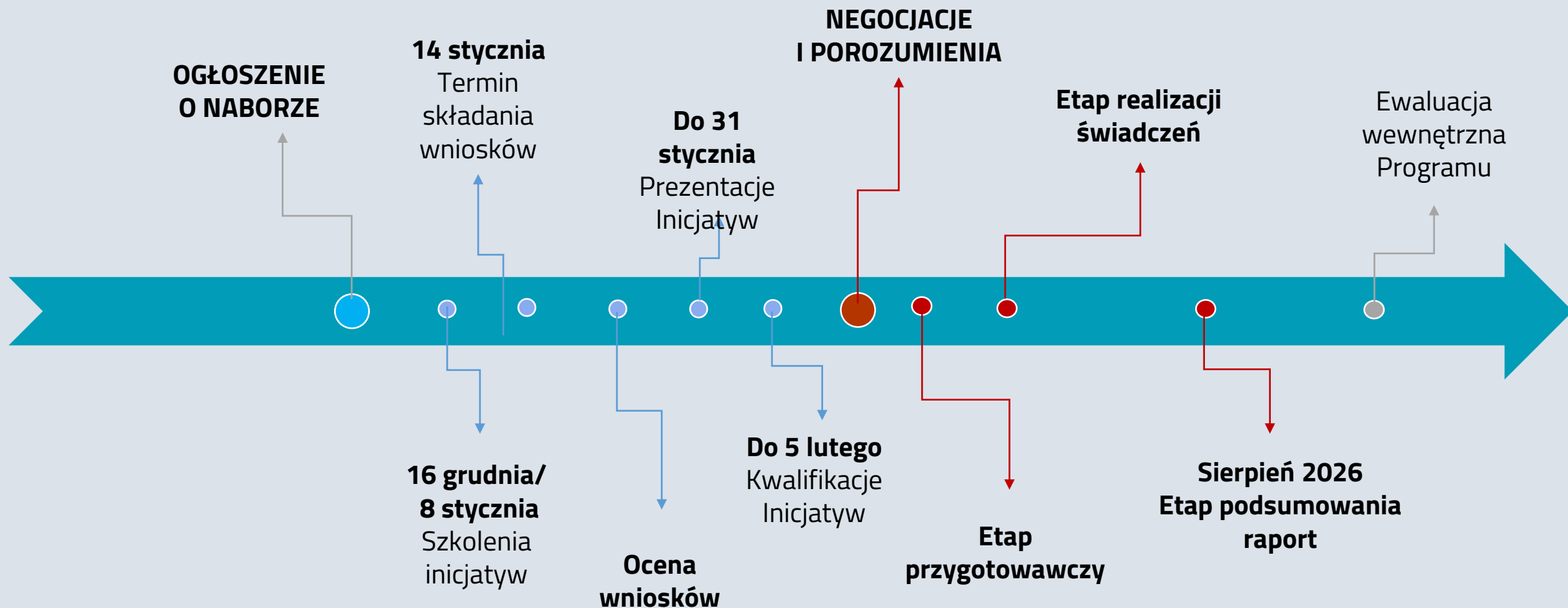
PROGRAM INKUBACJI 2025

- 2 inicjatywy po 50 tys. złotych w usługach (świadczeniach)
- co najmniej 3 inicjatorów w tym członek MROT
- cel: komercjalizacja markowego produktu turystycznego
- czas trwania – **maksymalnie 18 miesięcy**
- na zgłoszenia czekamy **do 14 stycznia**

www.mrot.pl/category/lit



Schemat Programu Inkubacji



Warunki przystąpienia do programu

1. Do Programu mogą zgłosić się Inicjatywy turystyczne Mazowsza, które:
 - a) skupiają co najmniej 3 Inicjatorów, z których co najmniej 1 jest członkiem MROT nieposiadającym zaległości w obowiązujących go składkach na rzecz organizacji;
 - b) wśród Inicjatorów mają co najmniej 1 jednostkę samorządu terytorialnego lub 1 organizację pozarządową;



Warunki przystąpienia do programu

1. Do Programu mogą zgłosić się Inicjatywy turystyczne Mazowsza, które:
 - c) wśród inicjatorów jest co najmniej po 1 reprezentancie z dwóch sektorów: jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy lub inne instytucje (szkoły, uczelnie, instytuty, parafie itp.);
 - d) zostały zapoczątkowane nie dawniej niż 2 lata od terminu ogłoszenia naboru zgłoszeń do Programu lub jeśli powstały wcześniej zgłaszają nową propozycję rozwoju produktu lub marki, który został określony w punkcie 4 niniejszego paragrafu.



Warunki przystąpienia do programu

2. Inicjatywa turystyczna musi mieć wskazanego Lidera, podmiot, który będzie odpowiedzialny za zgłoszenie do Programu, podpisanie Porozumienia z organizatorem Programu oraz zarządzanie Inicjatywą podczas procesu Inkubacji.
3. Liderem Inkubacji może zostać jedynie członek MROT.



UWAGA NOWOŚĆ!

Warunki przystąpienia do programu

4. **Co najmniej dwóch inicjatorów**, poza Liderem, musi określić w formularzu zgłoszeniowym swoją rolę w procesie inkubacji oraz zakres odpowiedzialności za konkretne zadania związane z realizacją inicjatywy.

Każdy z wyznaczonych Inicjatorów będzie zobowiązany do aktywnego udziału w pracach projektowych i współpracy z Liderem oraz pozostałymi członkami zespołu w zakresie przypisanych zadań.

Lider + 2 członków – wymóg formalny

Lider + 3 i więcej członków – 5 pkt.



Przykładowe role i zakresy odpowiedzialności

- **Koordynator ds. Zasobów Lokalnych.**

Zakres odpowiedzialności: Identyfikacja kluczowych zasobów turystycznych w regionie, które mogą zostać włączone do projektu. Odpowiedzialny za konsultacje z lokalnymi partnerami (m.in. samorządami, organizacjami pozarządowymi) w celu uzyskania ich wsparcia i współpracy. Udział w tworzeniu strategii, która odpowiada na potrzeby lokalnej społeczności.

- **Specjalista ds. Promocji i Marketingu.**

Zakres odpowiedzialności: Opracowanie i wdrożenie strategii promocji inicjatywy, w tym zarządzanie kanałami społecznościowymi, opracowywanie materiałów marketingowych i koordynowanie kampanii promocyjnych. Uczestniczy w szkoleniach z zakresu marketingu oraz jest odpowiedzialny za komunikację z potencjalnymi klientami i mediami.



Przykładowe role i zakresy odpowiedzialności

- **Specjalista ds. Finansów i Budżetowania.**

Zakres odpowiedzialności: Przygotowanie budżetu projektu oraz bieżące monitorowanie kosztów i zarządzanie środkami finansowymi. Odpowiedzialny za poszukiwanie dodatkowych źródeł finansowania (np. grantów) oraz rozliczenia finansowe zgodnie z wymaganiami Programu.

- **Specjalista ds. Partnerstw i Współpracy.**

Zakres odpowiedzialności: Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z partnerami projektu, w tym jednostkami samorządu terytorialnego, lokalnymi przedsiębiorstwami i instytucjami. Organizacja spotkań roboczych i koordynacja działań wspierających rozwój partnerstwa.



Warunki przystąpienia do programu

5. Inicjatywa turystyczna musi mieć na celu stworzenie i komercjalizację markowego produktu turystycznego m. in.: turystycznego produktu sieciowego, szlaku, miejsca (obszaru), obiektu, imprezy turystycznej lub wydarzenia.



Warunki przystąpienia do programu

6. Zgłoszenia do programu należy dokonać przy użyciu formularza zgłoszeniowego, którego wzór jest Załącznikiem do niniejszego regulaminu. Formularz w formie elektronicznej zostanie umieszczony na platformie on-line Google Forms.
7. Zgłoszenie do Programu należy przesłać w terminie zgodnym z harmonogramem Programu i określonym w ogłoszeniu o naborze. Ogłoszenie będzie zamieszczone na stronie internetowej www.mrot.pl oraz przesyłane członkom MROT. [Wzór ogłoszenia o naborze do Programu jest Załącznikiem do Regulaminu.](#)



Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

Zestaw świadczeń to określony w ogłoszeniu o naborze do Programu inkubacji i rozwoju inicjatyw turystycznych Mazowsza zbiór korzyści, które otrzymają inicjatywy turystyczne zakwalifikowane do programu w procesie oceny wniosków i prezentacji.

- Budżet: 2 x 50 tys. zł brutto w usługach
- Opiekun i Ekspert merytoryczny
- Dodatkowe konsultacje eksperckie
- Inne usługi np. organizacja wyjazdu studyjnego, badania itp.
- Promocja w kanałach MROT



Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

A. Opiekun – ekspert, pracownik MROT. Zakres doradztwa/obowiązków:

- koordynacja procesu inkubacji Inicjatywy poprzez stały kontakt z Liderem Inicjatywy;
- organizacja realizacji świadczeń ze strony MROT;
- zarządzanie harmonogramem Inkubacji;
- monitoring postępów Inkubacji.



Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

B. Ekspert merytoryczny – 1 ekspert zewnętrzny, zatrudniony przez MROT, który będzie pracował tylko z 1 inicjatywą.

Zadaniem eksperta będzie przeprowadzenie merytoryczne procesu inkubacji oraz opracowanie dokumentu, którego charakter i cel określony zostanie w Porozumieniu.

Rekomendowane formy dokumentów:

- plany, programy, strategie dotyczące markowego produktu/komercjalizacji produktu itp.



Rekomendowane obszary kompetencji ekspertów w 2025 roku:

- Komercjalizacja markowych produktów turystycznych
- Komercjalizacja produktu sieciowego
- Produkty turystyki edukacyjnej
- Przemysł spotkań
- Turystyka wiejska – agroturystyka
- Organizacja wydarzeń



Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

C. konsultacje doradców - jeśli będą potrzebne w zakresie poza kompetencjami eksperta merytorycznego ale niezbędne dla procesu inkubacji. Zakres konsultacji: opinie, ekspertyzy, rekomendacje rozwoju/zmian itp.

D. organizacja krajowego wyjazdu studyjnego dla członków Inicjatywy w celu zapoznania się dobrymi praktykami z zakresu obszaru doradztwa merytorycznego/celu inkubacji inicjatywy.

<przykładowa usługa>



Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

E. Uczestnictwo w organizowanych przez MROT szkoleniach, warsztatach i wyjazdach studyjnych na zasadach priorytetowych tzn. pierwszeństwo dla Inicjatywy w rekrutacji uczestników.

F. Promocja Inicjatywy w kanałach MROT oraz partnerów medialnych. Informacje z przebiegu inkubacji, prezentacja działań i efektów, wsparcie redaktorskie i edycyjne itp.

Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

Przykładowy zakres doradztwa określany w trakcie negocjacji:

- **określenie szczegółowych działań** w trzech etapach procesu zmierzającego do opracowania planu, programu, strategii dotyczących marki/produktu/komercjalizacji produktu.
- **organizacja merytoryczna X spotkań szkoleniowych**, warsztatowych, konsultacyjnych dla członków Inicjatywy w zakresie marketingu marek turystycznych;



Zakres świadczeń (usług) w roku 2025

Przykładowy zakres doradztwa określany w trakcie negocjacji:

- **realizacja badania jakościowego** poprzez wykonanie X wywiadów IDI dotyczących potrzeb i oczekiwań w zakresie marketingu Inicjatywy wraz z raportami z wywiadów;
- **opracowanie finalnego dokumentu** wraz z jego konsultacjami;
- **konsultacje prawne** w zakresie zarządzania turystyką i komercjalizacji produktu.

FORMULARZ

CHARAKTER INICJATYWY ORAZ JEJ POTENCJAŁ KOMERCJALIZACJI

- Prosimy opisać charakter Inicjatywy. Co jest jej celem?
- Z jakiego potencjału będzie korzystać?
- Jakiego zaplanowano działania zmierzające do stworzenia i komercjalizacji produktu?
- Jakiego elementy będą wchodzić w skład planowanego produktu?
- Do kogo będzie adresowany? Na jakie potrzeby turystyczne będzie odpowiadać?
- Kto i jak będzie zarządzał produktem?
- Jak produkt będzie komercjalizowany?
- Jak produkt będzie włączać społeczność lokalną?



FORMULARZ

ZGODNOŚĆ INICJATYWY ZE STRATEGIAMI REGIONALNYMI I LOKALNYMI

Prosimy o wskazanie czy inicjatywa przyczyni się do powstania produktu, który będzie zgodna z założeniami:

- Strategią Marki Województwa Mazowieckiego
- Strategią Rozwoju Turystyki w Województwie Mazowieckim
- Inne strategie regionalne (np. powiatu, LGD, LOT)
- Strategie lokalne (miasta, gminy, organizacji lokalnej)



FORMULARZ

IDENTYFIKACJA WYZWAŃ I BARIER

Jakie są najważniejsze wyzwania, bariery i ograniczenia dla Inicjatywy: organizacyjne, finansowe, rzeczowe, kompetencyjne, w zakresie tworzenia partnerstw i współpracy itp.

Przykładowo:

- Brak wiedzy o rynku turystycznym, o konkurencji, o popycie na podobne marki...
- Problemy prawne związane z organizacją sprzedaży
- Brak wykwalifikowanej kadry np. w zakresie marketingu internetowego



FORMULARZ

OKREŚLENIE POTRZEB W ZAKRESIE INKUBACJI

Jakie są główne potrzeby i oczekiwania od Inkubacji w ramach Programu: organizacyjne, finansowe, rzeczowe, kompetencyjne, w zakresie tworzenia partnerstw i współpracy itp.

Przykładowo:

- Szkolenie z zakresu tworzenia produktu i jego komercjalizacji
- Strategia marki, produktu, plan promocji itp.
- Rekomendacje prawne, księgowość itp.
- Poznanie dobrych praktyk – wizyta studyjna, szkolenie itp.



OCENA

1. Zgłoszenia do udziału w Programie podlegają ocenie Komisji powołanej przez Zarząd MROT składającej się z 3 osób, pracowników merytorycznych MROT.
2. Zgłoszenia oceniane są pod względem formalnym i merytorycznym

Poprzez ocenę merytoryczną rozumie się:

- a) W etapie I ocenę zgłoszeń dokonaną przez wszystkich członków Komisji na podstawie wypełnionego przez Lidera inicjatywy formularza zgłoszeniowego.
- b) W etapie II ocenę prezentacji inicjatywy wybranych w etapie I.



POROZUMIENIE O INKUBACJI

Porozumienie o Inkubacji określa:

- a) Nazwę i charakter Inicjatywy ze wskazaniem jej Lidera i członków;
- b) Szczegółowy zakres uzgodnionych na podstawie zgłoszenia i negocjacji z MROT świadczeń w ramach Inkubacji;
- c) Harmonogram Inkubacji;



POROZUMIENIE O INKUBACJI

Porozumienie o Inkubacji określa:

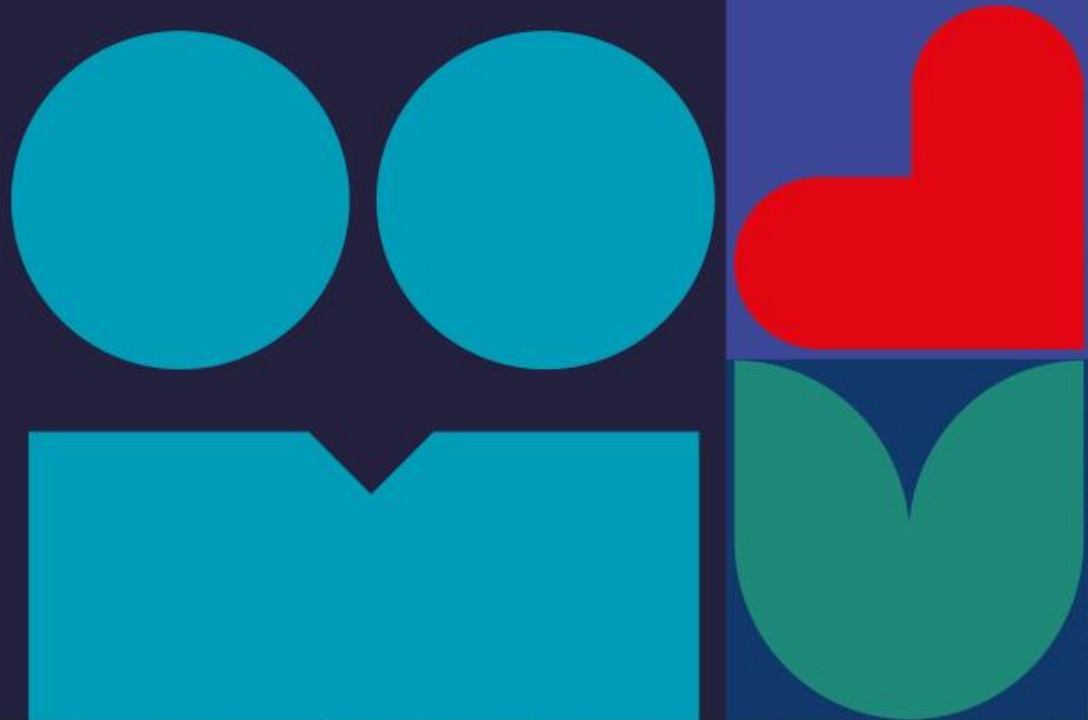
- d) Formy współpracy i komunikacji pomiędzy Inicjatywą a MROT;
- e) Sposób raportowania o postępach Inkubacji;
- f) Wskaźniki efektu końcowego Inkubacji;
- g) Zasady udzielania praw do wykorzystania utworów niezbędnych do realizacji procesu Inkubacji;





PYTANIA I UWAGI





MAZOWIECKA
REGIONALNA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA