



W Muzeum Toruńskiego Piernika ogłoszona została druga edycja projektu Polska Marka Turystyczna. Toruń tytuł ten otrzymał już w 2019 roku.

Informacje o drugiej edycji projektu pn. „Polska Marka Turystyczna” przekazali wiceministrowie Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii Iwona Michałek i Andrzej Gut-Mostowy w dniu 19 lipca 2021 r. przed Muzeum Toruńskiego Piernika przy ul. Strumykowej. Miejsce to było nieprzypadkowe, miasto Toruń jest jednym z pięciu miejsc w Polsce, które tytuł Polskiej Marki Turystycznej otrzymało w pierwszej edycji projektu w roku 2019.

*- Polskie Marki Turystyczne to program, który jest okazją i szansą do podjęcia współpracy na rzecz popularyzacji godnych polecenia i wartych odwiedzenia miejsc oraz promocji dobrych praktyk w obszarze turystyki – powiedział sekretarz stanu **Andrzej Gut-Mostowy**. - Toruń jest dobrym przykładem turystyki zrównoważonej ze środowiskiem społecznym, przyrodniczym i kulturowym. Miasto może być wzorcem budowy i promocji marek turystycznych - zostało laureatem ub. konkursu - dlatego właśnie tutaj ogłaszamy kolejną edycję projektu. Toruń poprzez dywersyfikację ruchu turystycznego, stał się w ostatnich latach turystycznym*

motorem napędowym dla całego regionu – dodał.

Projekt „Polskie Marki Turystyczne” został opracowany w 2019 roku przez ówczesne Ministerstwo Sportu i Turystyki we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną. Projekt wpisany jest także do Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju.

Jak zapowiedziano podczas spotkania, uruchomienie naboru wniosków planowane jest na pierwszy tydzień sierpnia 2021 r. Zgłoszenia będzie można dokonać przy użyciu formularza zgłoszeniowego, który będzie opublikowany na stronie internetowej polskiemarkiturystyczne.gov.pl.

O tytuł „Polska Marka Turystyczna” mogą ubiegać się: organizacje, samorządy terytorialne i gospodarcze, instytucje, spółki, fundacje, stowarzyszenia, przedsiębiorcy prywatni, organizatorzy turystyki oraz inne jednostki, których jednym z celów lub zadań statutowych jest promocja turystyki.

*- Tytuł Polska Marka Turystyczna otwiera zupełnie nową drogę promocyjną dla miasta. Jesteśmy wspólnie z Polską Organizacją Turystyczną tym podmiotem, który uczestniczy w przedsięwzięciach zarówno krajowych, jak i międzynarodowych, np. targach, prezentacjach, a także wydarzeniach prowadzonych zdalnie, jak webinaria, dyskusje, spotkania – **mówił prezydent Michał Zaleski**. Prezydent podkreślił, że poszerzenie grona laureatów tytułu spowoduje zdrową konkurencję na polu promocji miasta i rozwoju turystyki. W Toruniu w tym względzie cały czas wiele się dzieje – powstają nowe atrakcje, jak Muzeum Twierdzy Toruń, nacisk kładziony jest na rozwój miejsc rekreacji i wypoczynku w kontakcie z przyrodą. Po spotkaniu prezydent był przewodnikiem ministra Andrzeja Guta-Mostowego i Rafała Szlachty, prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej po atrakcjach Torunia, takich jak Muzeum Toruńskiego Piernika, Katedra św. Janów, Ratusz Staromiejski czy uliczki zespołu staromiejskiego.*

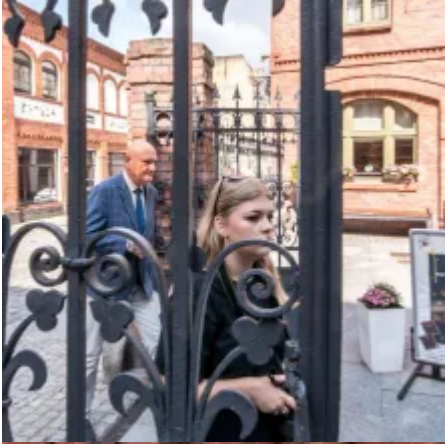
*- Turystyka to przede wszystkim usługi, czyli nowe lub dodatkowe miejsca pracy. Warto też podkreślić znaczenie jakości w turystyce, za którą stoją profesjonalne kadry. To jeden z najistotniejszych czynników warunkujący jakość pracy świadczonej w tym sektorze polskiej gospodarki. Turystyka rozwijająca się w oparciu o lokalne zasoby, odpowiednio przygotowane kadry, energię i kreatywność mieszkańców, to szansa na budowanie unikalnej oferty, która przyciągnie turystów, również w miejsca obecnie mniej popularne – **dodała sekretarz stanu Iwona Michałek**.*

Przyznanie tytułu Polskiej Marki Turystycznej wiąże się **z wieloma korzyściami**, które wpływają na potencjał turystyczny miast i regionów. Ministerstwo Rozwoju,

Pracy i Technologii oferuje im wsparcie o charakterze ekspercko-doradczym, udział w szkoleniach z zakresu zarządzania, promocji, aspektów prawnych, RODO, prezentację w broszurze informacyjnej o laureatach projektu, możliwość korzystania z systemu identyfikacji wizualnej projektu. Laureaci biorą także udział w działaniach promocyjnych realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną m.in. prezentacje w ramach podróży dla mediów, w tym blogerów, publikacje w mediach POT, udział w kampaniach promocyjnych na rynku krajowym (w 2020 r. „Odpoczywaj w Polsce”). Zostaną także włączeni do kampanii „Turystyczna Szkoła”, promującej projekt skierowany do nauczycieli oraz uczniów szkół podstawowych i średnich, w ramach którego stworzona zostanie baza materiałów dydaktycznych dla nauczycieli oraz baza scenariuszy wycieczek szkolnych.

Pierwszy nabór do projektu wystartował w 2019 r. Do udziału w konkursie zgłosiło się wówczas 117 miast i regionów. Procedura konkursowa polegała m.in. na złożeniu szczegółowej i wielostronicowej aplikacji opisującej markę oraz procesy zarządcze. Do Torunia przejechali również na parę dni przedstawiciele ministerstwa, aby osobiście poznać potencjał miasta i jakość zarządzania turystycznego. Ostatnim etapem była analiza i ocena zgłoszeń przez jury projektu. Wręczenie tytułów odbyło się 16 września 2019 roku w Reducie Banku Polskiego w Warszawie. Wraz z Toruniem tytuł Polskiej Marki Turystycznej otrzymali: Marka Beskidy, Kraina Lessowych Wąwozów, Lublin i Śląsk Cieszyński. Przyznano wówczas także 6 tytułów Polska Marka Turystyczna – kandydat, tym obszarom, które posiadają potencjał, aby w przyszłości stać się rozpoznawalną marką turystyczną. Należały do nich: Jura Krakowsko-Częstochowska, Mazury Zachodnie, Ziemia Świętego Krzyża, Zamość, Szlak wokół Tatr oraz Puszcza Białowieska.

Fot. Lech Kamiński



















- [Go back](#)
- [Share on: X](#)
- [Share on: FB](#)
- [Print](#)
- [PDF](#)