

PROGRAM ROZWOJU TURYSTYKI NA LATA 2023–2030

PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA



**DOLNY
ŚLĄSK**



WIZERUNEK DOLNEGO ŚLĄSKA

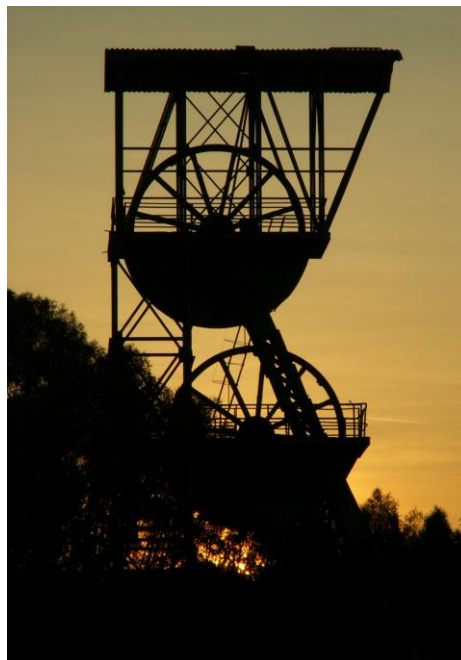
Marka Dolny Śląsk



KULTURA



TURYSTYKA

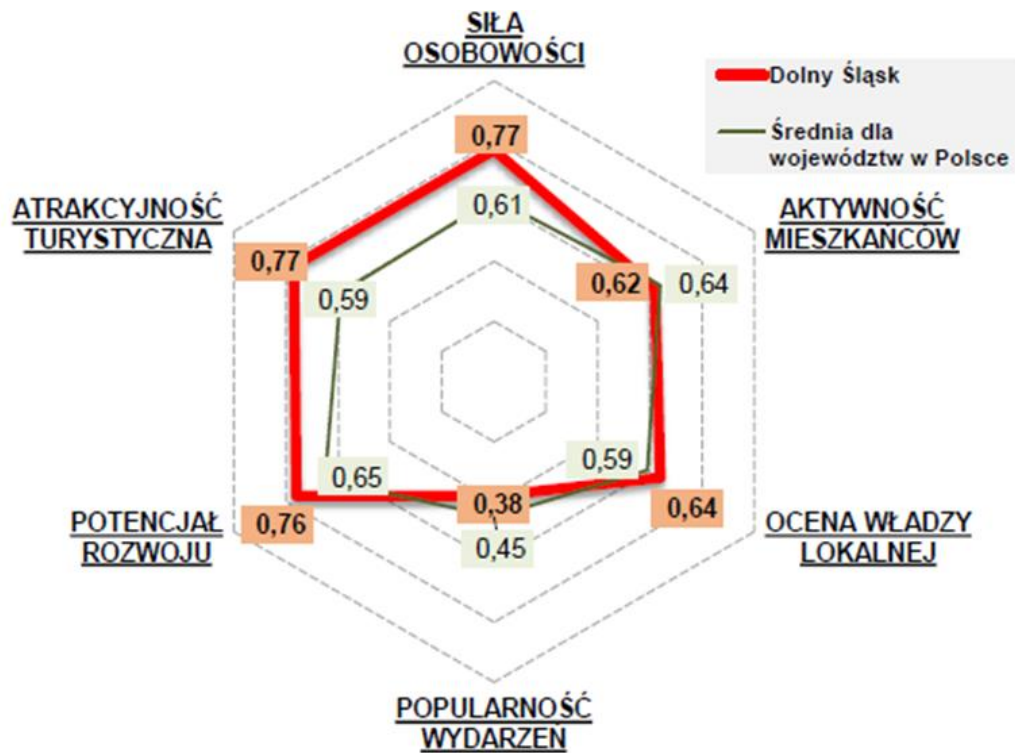


GOSPODARKA



NAUKA

Region Brand Index 2021



Cechy osobowości marki



autentyczna

innowacyjna

różnorodna

energiczna

tajemnicza

urokliwa

ambitna

mądra

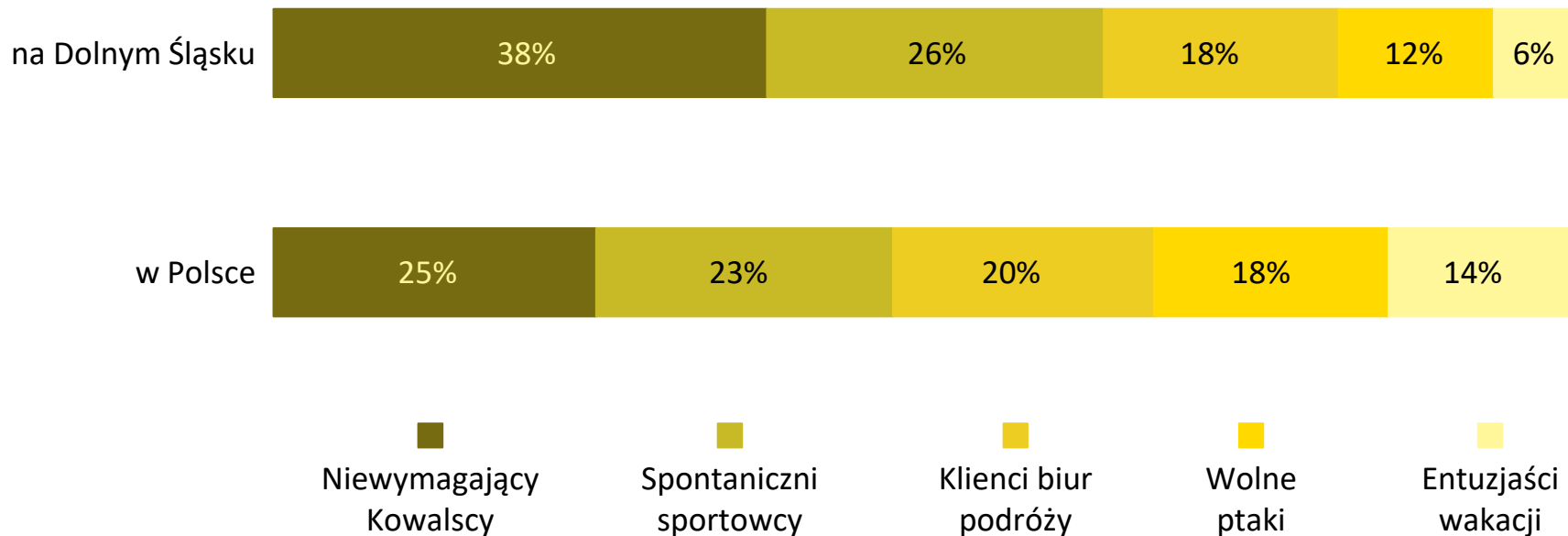
wyjątkowa

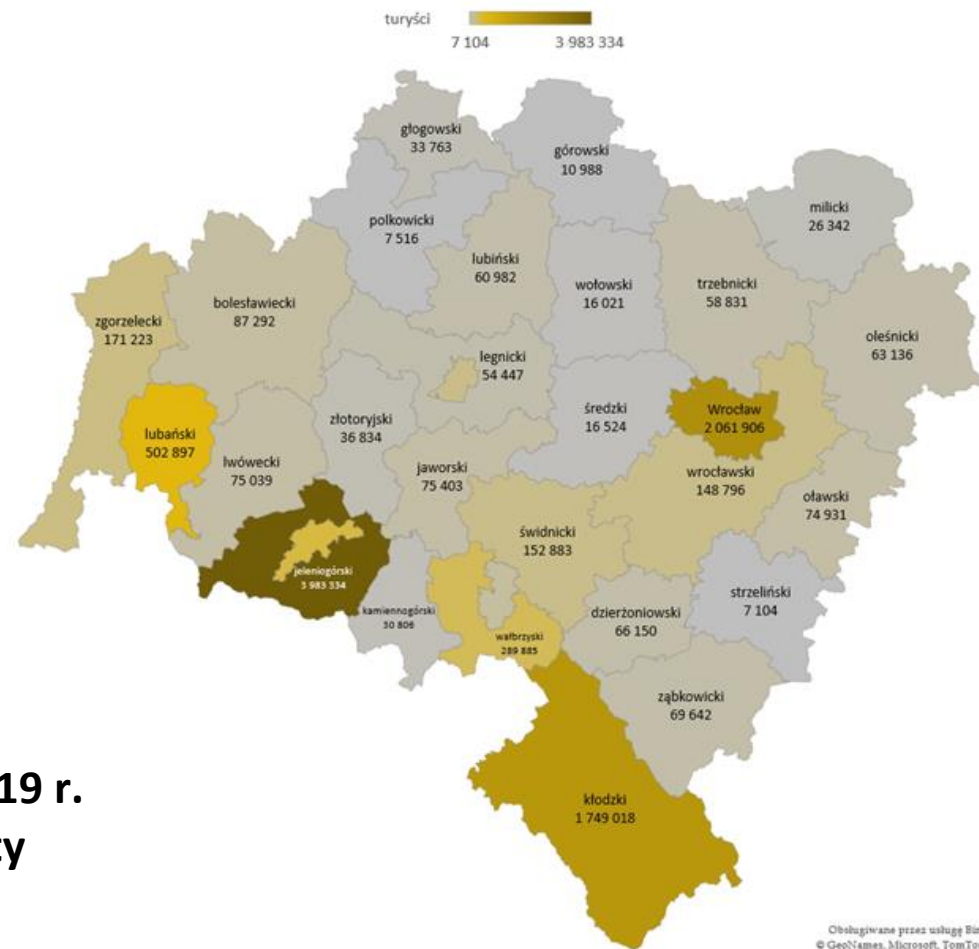
czerpiąca z tradycji



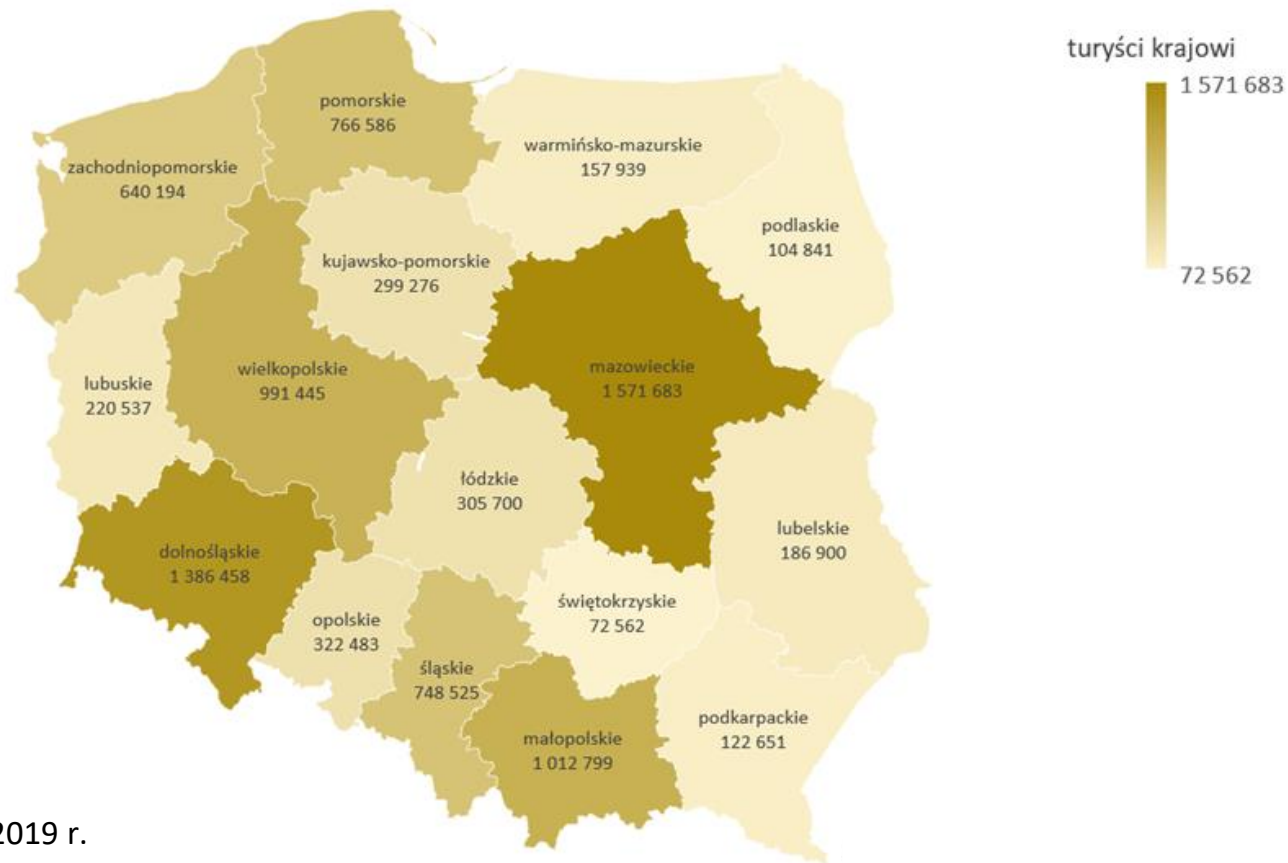
CHARAKTERYSTYKA TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH DOLNY ŚLĄSK

Turysta krajowy: segmentacja



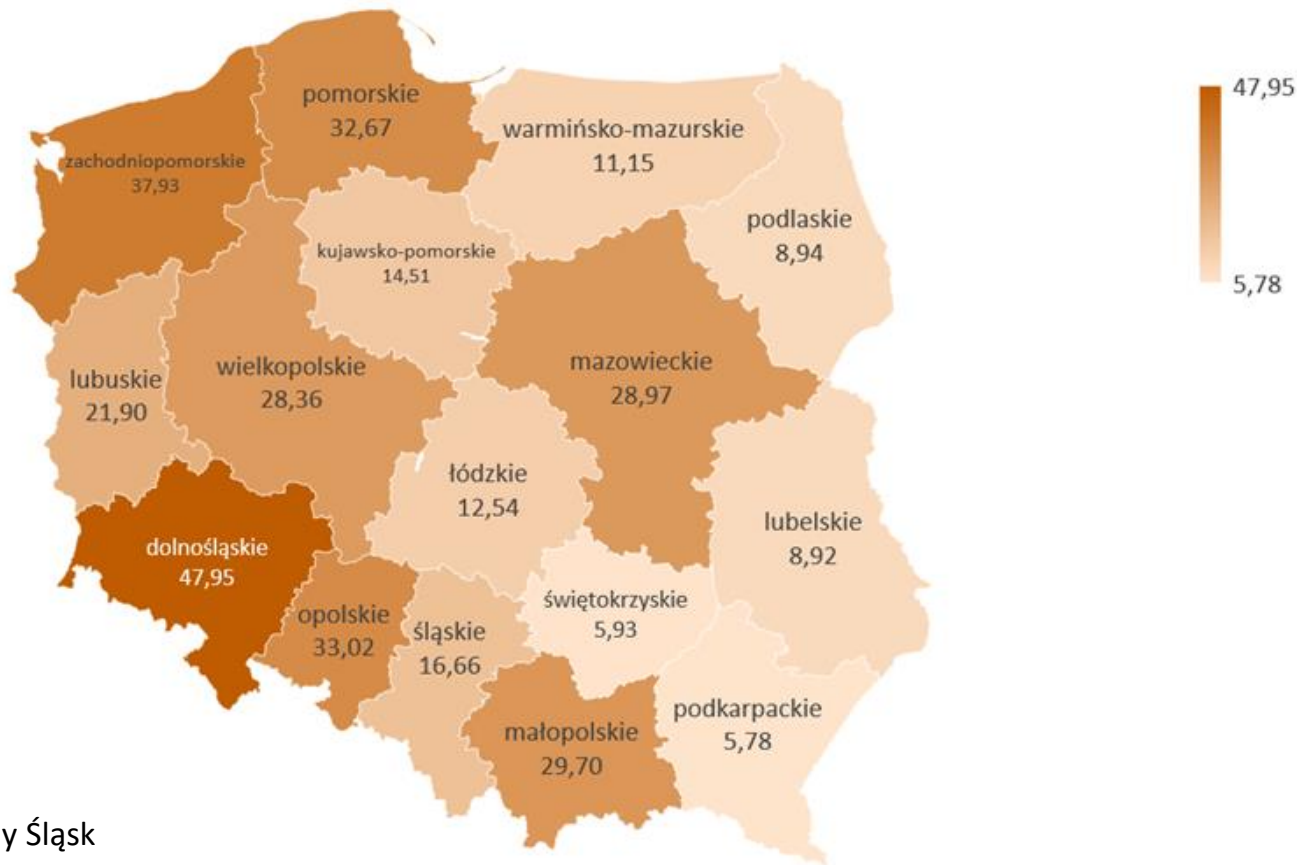


**Liczba turystów w 2019 r.
w podziale na powiaty**



Miejsce zamieszkania turystów krajowych

odwiedzających Dolny Śląsk w 2019 r.



Udział % mieszkańców województw,

którzy w 2019 r. odwiedzili Dolny Śląsk



14 milionów

ŁĄCZNA LICZBA TURYSTÓW
I ODWIEDZAJĄCYCH
JEDNODNIOWYCH
W 2019 ROKU



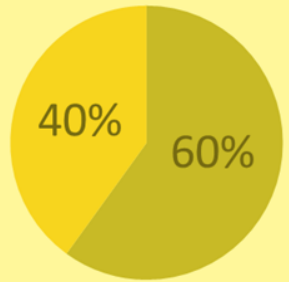
CO TRZECI ODWIEDZAJĄCY DOLNY ŚLĄSK
TO ODWIEDZAJĄCY JEDNODNIOWY

NIEMCY WŚRÓD
TURYSTÓW ZAGRANICZNYCH

30%
DOLNY ŚLĄSK

70%
POWIAT
KARKONOSKI

KONCENTRACJA RUCHU TURYSTYCZNEGO



- POWIAT KARKONOSKI, M. WROCŁAW, KŁODZKI
- POZOSTAŁE POWIATY

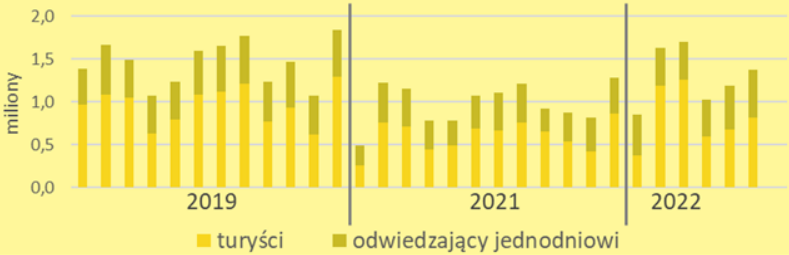
WZROST LICZBY TURYSTÓW



PIERWSZA POŁOWA 2021 R.

PIERWSZA POŁOWA 2022 R.

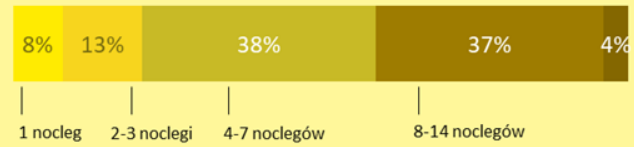
DWA SEZONY TURYSTYCZNE: LETNI I ZIMOWY



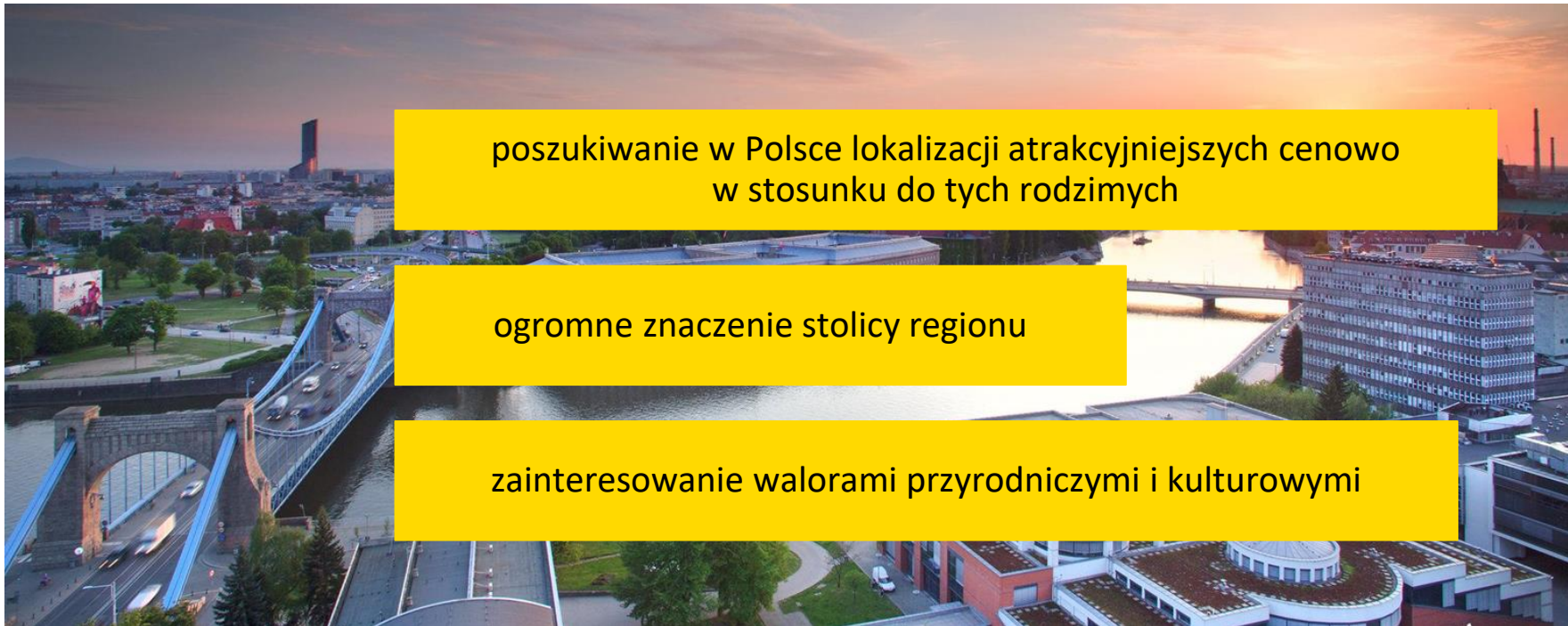
70%

TURYSTÓW KRAJOWYCH
MIESZKA W POLSCE ZACHODNIEJ

POBYT DŁUGOOKRESOWY WŚRÓD 75% TURYSTÓW
W 2019 ROKU



Turysta zagraniczny: tendencje



poszukiwanie w Polsce lokalizacji atrakcyjniejszych cenowo
w stosunku do tych rodzimych

ogromne znaczenie stolicy regionu

zainteresowanie walorami przyrodniczymi i kulturowymi



**DOLNY
ŚLĄSK**



**AKTUALNE
TRENDY
W ODNIESIENIU
DO TURYSTYKI**

Aktualne trendy w turystyce

EKONOMICZNE

A-Commerce
Konwergencja usług
Świadomy konsumpcjonizm
Elastyczność
Gospodarka społeczna

SPOŁECZNO-KULTUROWE

Wpływ GenZ
Srebrne tsunami
Sickcare to healthcare
Hiperlokalność
Sensploration
Digital nomad
Dobrostan psychiczny
Workation i staycation



ŚRODOWISKOWE

Utrata bioróżnorodności
Life After Plastic
Klimatocentryzm
Czysta energia
Zrównoważony transport

TECHNOLOGICZNE

Zrobotyzowane życie
Wdrażanie sztucznej inteligencji (AI)
Asystenci głosowi
Technologia rozpoznawania
Virtual Reality (VR)
Augmented Reality (AR)
Hiperpersonalizacja
Antytech

DIAGNOZA POTENCJAŁU TURYSTYKI

ANALIZA PEST
ANALIZA PRIORYTETOWYCH PRODUKTÓW



Analiza PEST

POLITYCZNE

Spójny plan promocji

Zmiany prawne
w działalności turystycznej

Ograniczenia w prowadzeniu
działalności turystycznej

Zmiany poziomu finansowania
dla rozwoju turystyki

Zmiany na rynku pracy
w branży turystycznej

P

EKONOMICZNE

Zmniejszenie popytu
na usługi turystyczne

Dostępność komunikacyjna

Silna pozycja Dolnego Śląska
w kraju i za granicą

Wzrost znaczenia turystyki
krajowej i kwalifikowanej

Uciążliwość działalności
turystycznej dla lokalnych
społeczności

E

ŚRODOWISKOWE

Niszczenie krajobrazu
i degradacja środowiska

Wzrost znaczenia idei
zrównoważonego rozwoju

Ograniczanie dostępu
turystów do obszarów
cennych przyrodniczo

Popularyzacja postaw
proekologicznych

Konflikt sektora przemysłu
ze środowiskiem

E

SPOŁECZNE

Zmiany demograficzne

Zmiany trendów
turystycznych

Wzrost mobilności
turystycznej społeczeństwa

Wzrost znaczenia turystyki
lokalnej i promocji lokalnych
wartości

S

TECHNOLOGICZNE

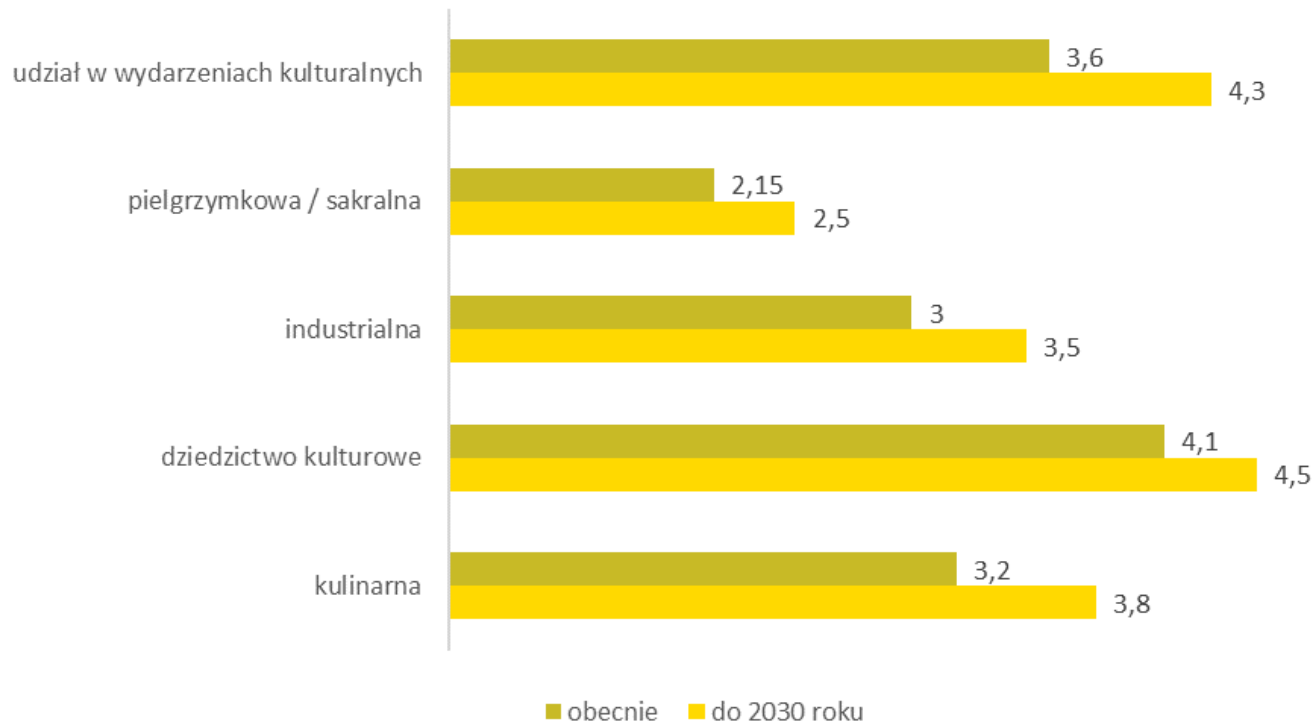
Zmiany w sposobie
komunikowania się
z turystą

Postęp technologiczny
w skali makro i mikro

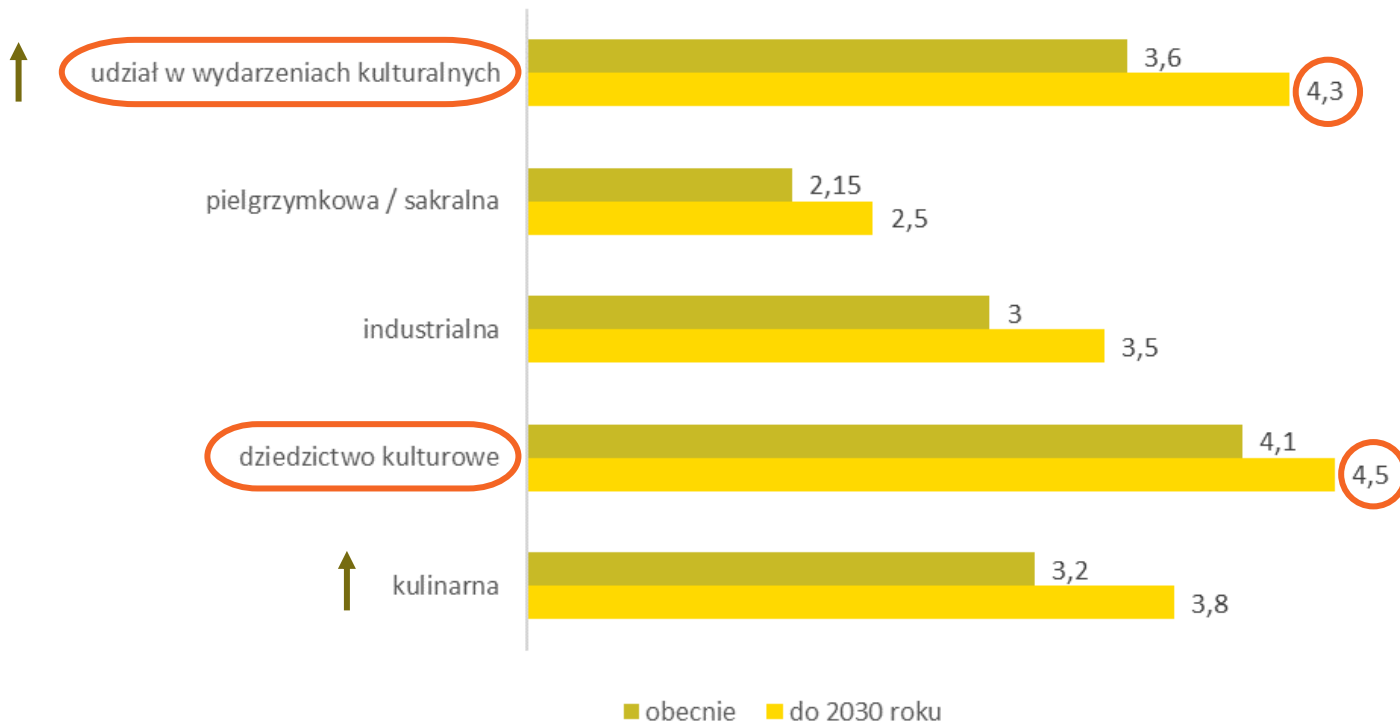
Certyfikacja jakościowa
informacji w sieci

T

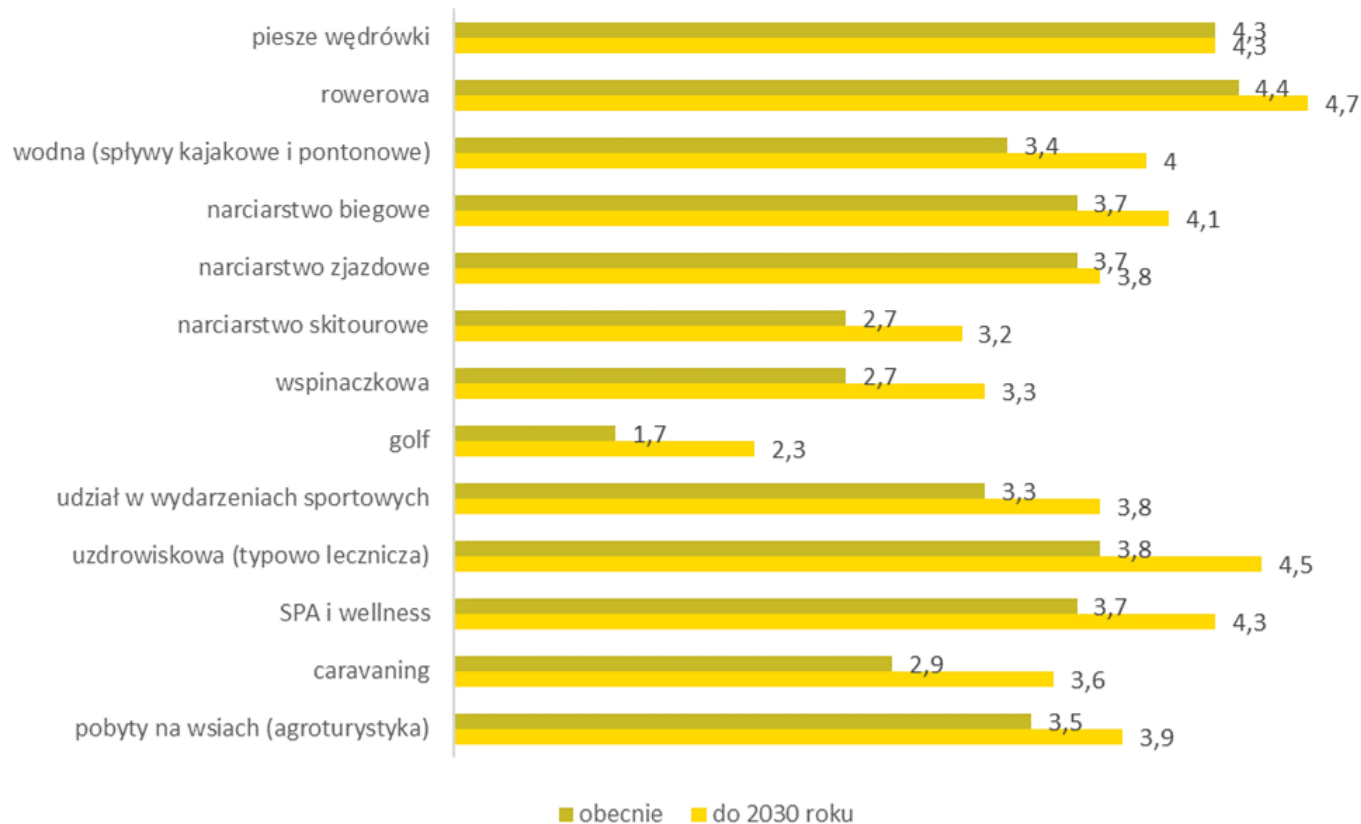
Turystyka miejska i kulturowa



Turystyka miejska i kulturowa



Turystyka aktywna, specjalistyczna, rekreacyjna



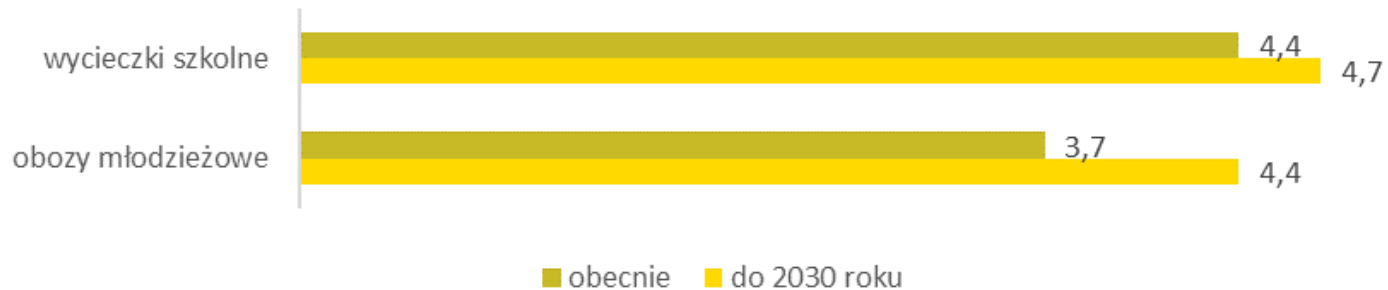
Turystyka aktywna, specjalistyczna, rekreacyjna



Turystyka przyrodnicza



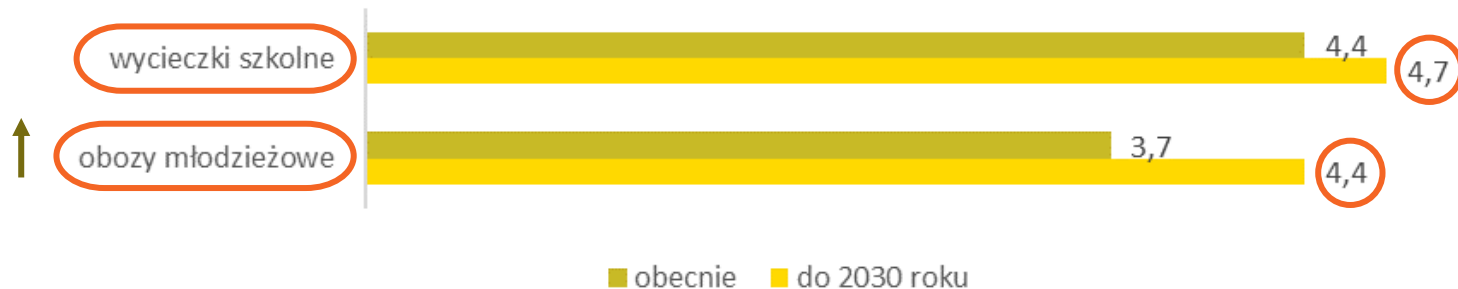
Turystyka szkolna i młodzieżowa



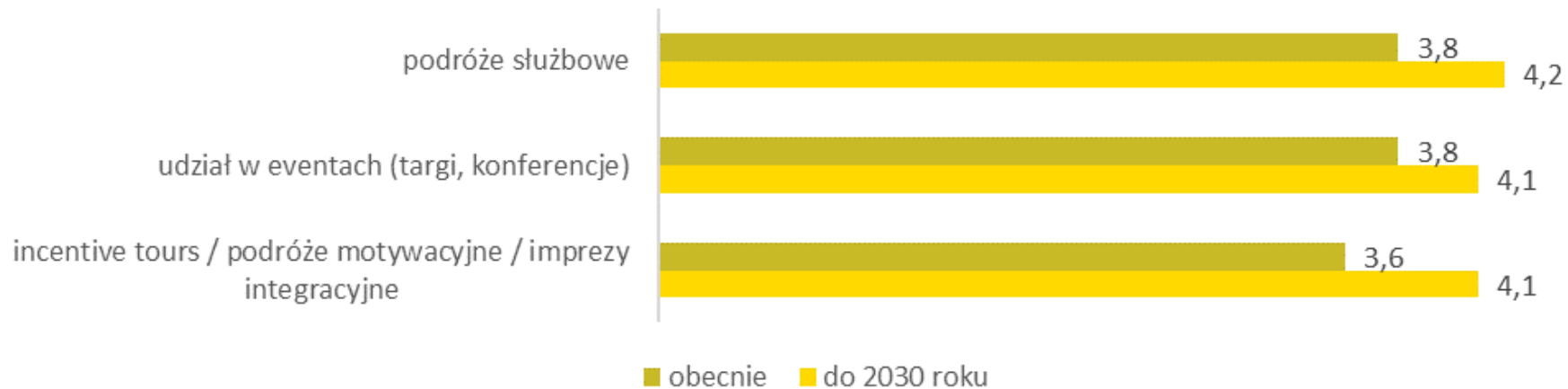
Turystyka przyrodnicza



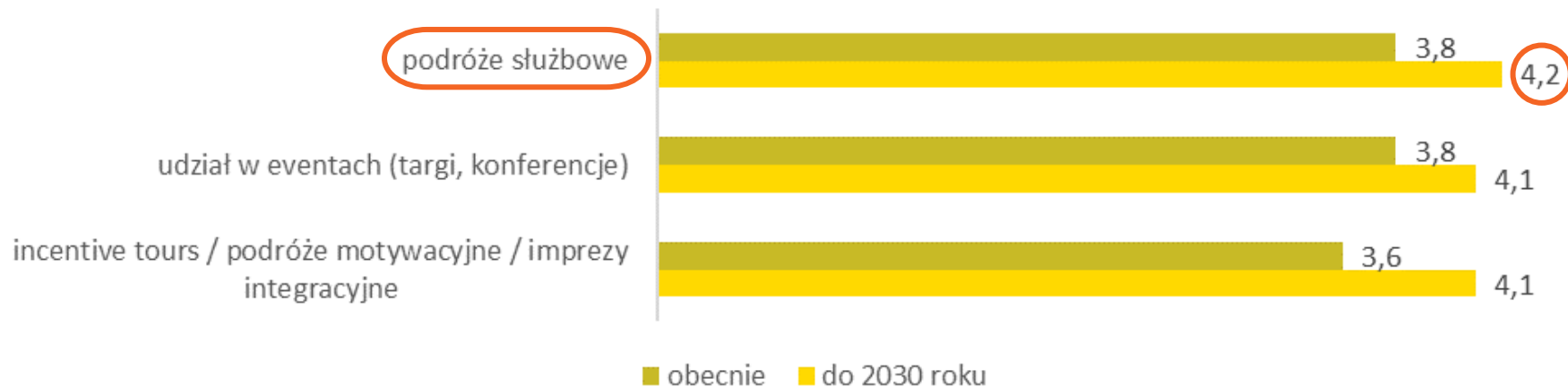
Turystyka szkolna i młodzieżowa



Turystyka biznesowa



Turystyka biznesowa



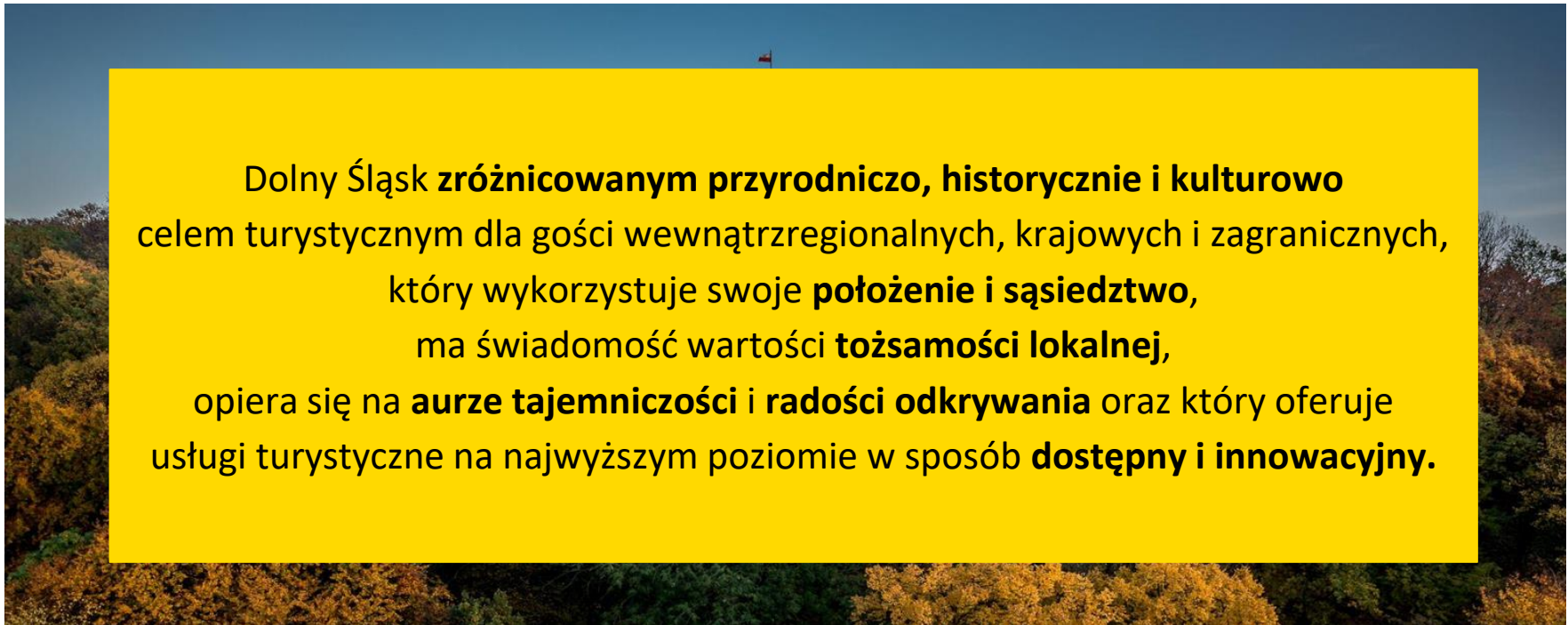


**DOLNY
ŚLĄSK**




WIZJA TURYSTYCZNA REGIONU

Wizja turystyczna regionu



Dolny Śląsk **zróżnicowanym przyrodniczo, historycznie i kulturowo** celem turystycznym dla gości wewnątrzregionalnych, krajowych i zagranicznych, który wykorzystuje swoje **położenie i sąsiedztwo**, ma świadomość wartości **tożsamości lokalnej**, opiera się na **aurze tajemniczości i radości odkrywania** oraz który oferuje usługi turystyczne na najwyższym poziomie w sposób **dostępny i innowacyjny**.

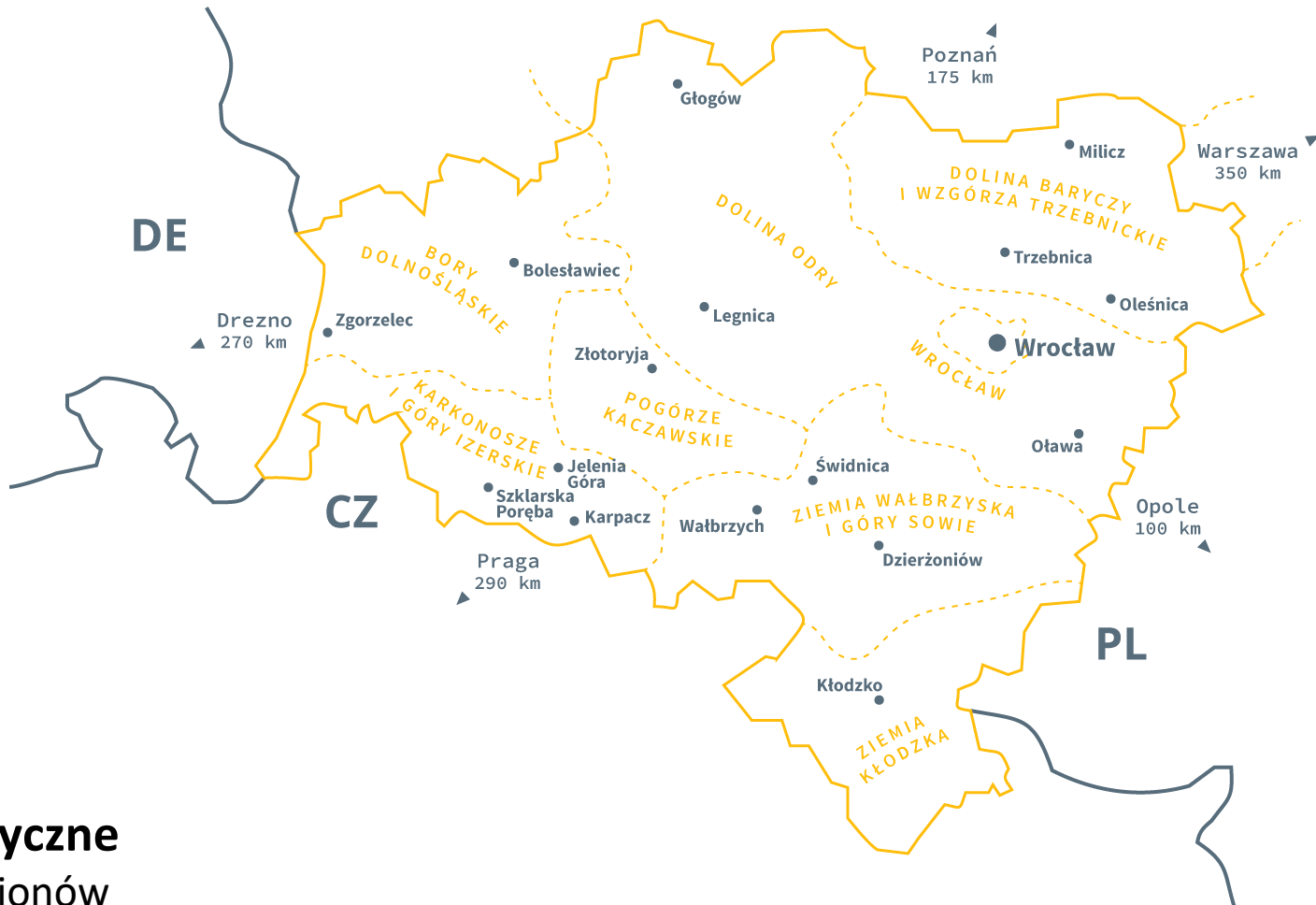
Cel nadrzędny rozwoju turystyki



Rozwój społeczno-gospodarczy
Województwa Dolnośląskiego
poprzez rozwój turystyki
na poziomie regionalnym
i subregionalnym.



Rozwój turystyki na
poziomach regionalnym
i obszarów turystycznych
czynnikiem rozwoju społeczno-
gospodarczego województwa
dolnośląskiego.



**Obszary turystyczne
w miejsce subregionów**

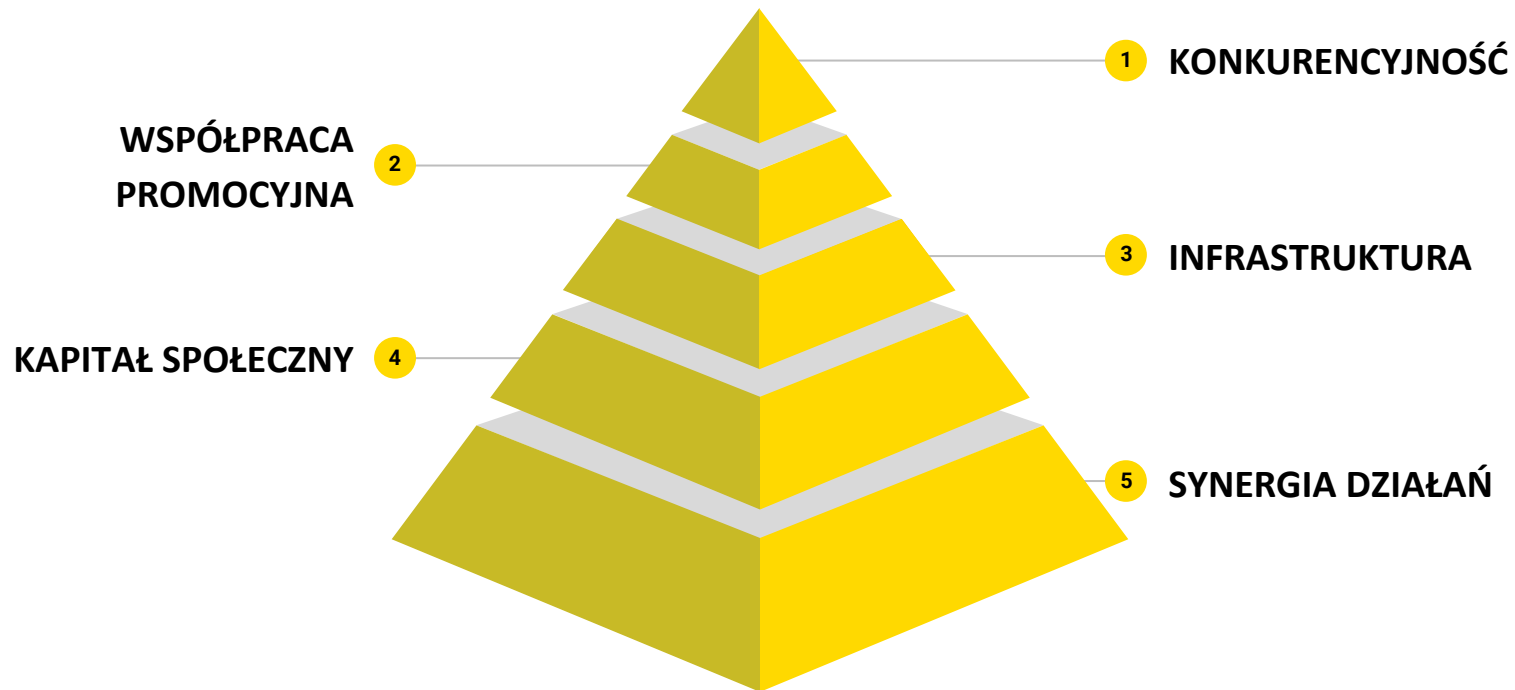


**DOLNY
ŚLĄSK**



OBSZARY PRIORYTETOWE I CELE

Obszary priorytetowe



1. KONKURENCYJNOŚĆ

CEL GŁÓWNY

1. Wzrost konkurencyjności produktów turystycznych ze szczególnym uwzględnieniem obszarów obecnie mniej intensywnie wykorzystywanych turystycznie.

CELE OPERACYJNE

- 1.1. Dążenie do powstania Polskich Marek Turystycznych w oparciu o dolnośląskie obszary turystyczne.
- 1.2. Rozwój sieciowych produktów turystycznych, w tym szlaków tematycznych (m.in. Europejski Szlak Zamków i Pałaców, Szlak Tajemniczych Podziemi, szlak kulinarny Smaki Dolnego Śląska itp.).
- 1.3. Budowanie jakościowej oferty produktów sieciowych i obszarów turystycznych Dolnego Śląska.
- 1.4. Budowanie katalogu ofert integrujących turystykę z innymi dziedzinami wokół wiodących produktów oferowanych w ramach obszarów turystycznych.
- 1.5. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół produktów i obszarów turystycznych.

2. WSPÓŁPRACA PROMOCYJNA

CEL GŁÓWNY

2. Stworzenie nowoczesnego i efektywnego systemu marketingu produktów, usług oraz wizerunku regionu i obszarów turystycznych dla skutecznej ich komercjalizacji.

CELE OPERACYJNE

- 2.1. Stworzenie obserwatorium turystyki – kompleksowego systemu monitoringu ruchu w regionie.
- 2.2. Zwiększenie dostępności ofert turystycznych Dolnego Śląska w internecie.
- 2.3. Zwiększenie prezentacji podmiotów komercyjnych w kanałach promocyjnych.
- 2.4. Rozwój regionalnego systemu informacji turystycznej.
- 2.5. Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu.
- 2.6. Włączenie lokalnych społeczności i przedsiębiorstw w budowę oferty regionu (wykorzystanie potencjału „małych ojczyzn” i angażowanie mieszkańców).
- 2.8. Wykorzystanie potencjału promocyjnego turystycznej oferty regionu w placówkach edukacyjnych.
- 2.9. Zwiększenie aktywności marketingowej w obszarze MICE oraz współpracy z organizatorami turystyki przyjazdowej.

3. INFRASTRUKTURA

CEL GŁÓWNY

3. Wysoka jakość infrastruktury jako przewaga konkurencyjna woj. dolnośląskiego.

CELE OPERACYJNE

- 3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowany wiodącym formom turystyki w regionie.
- 3.2. Rewitalizacja i rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną z przeznaczeniem na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki.
- 3.3. Wspieranie rozwiązań systemowych w obszarze dostępności komunikacyjnej, dostępności cyfrowej, bezpieczeństwa oraz ochrony cennych walorów na obszarach turystycznych.
- 3.4. Rozwój nowoczesnych systemów orientacji turystycznej oraz udogodnień dla turystów aktywnych na trasach i szlakach regionu.

4. KAPITAŁ SPOŁECZNY

CEL GŁÓWNY

4. Wzmocnienie potencjału ludzkiego regionu na potrzeby turystyki.

CELE OPERACYJNE

- 4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr w sektorze turystyki.
- 4.2. Przygotowanie służb publicznych oraz pracowników sektora usług okołoturystycznych do obsługi ruchu turystycznego.
- 4.3. Podniesienie świadomości mieszkańców województwa o potencjale turystycznym Dolnego Śląska.
- 4.4. Rozwój badań na rzecz kształtowania profesjonalnych kadr w sektorze turystyki.

5. SYNERGIA DZIAŁAŃ

CEL GŁÓWNY

5. Stworzenie silnego otoczenia instytucjonalnego wspierającego rozwój turystyki w regionie.

CELE OPERACYJNE

- 5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki na dolnośląskich obszarach turystycznych.
- 5.2. Wzmacnianie współpracy międzysektorowej na rzecz rozwoju turystyki.
- 5.3. Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami.

Wytyczne dot. wdrożenia KOMPETENCJE

Działania wzmacniające ROT, jednocześnie dające im dodatkowe źródło finansowania, aby efektywnie wykorzystać funkcjonujący w Polsce system zarządzania i promocji turystyki POT–ROT–LOT.

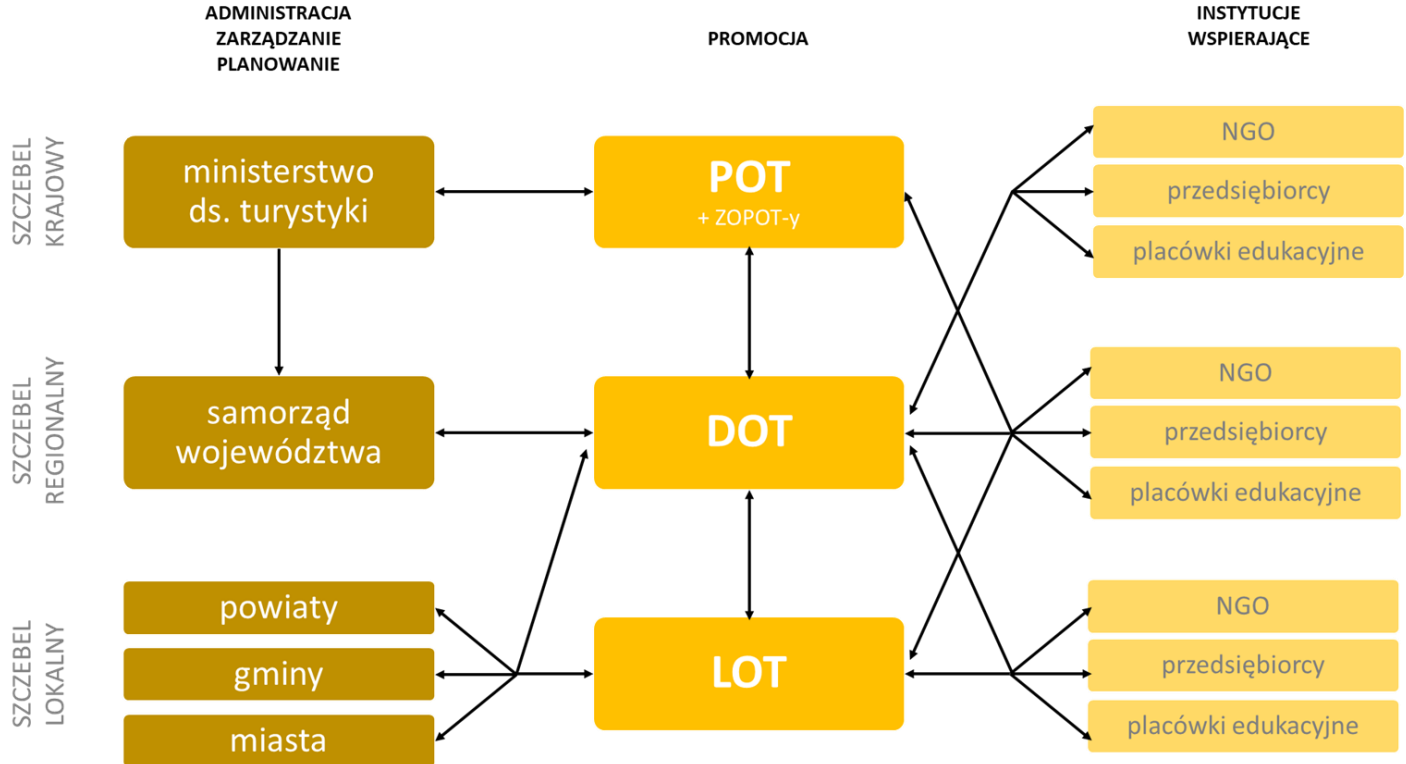
Działania operacyjne w zakresie wspierania i promocji branży na poziomie województwa prowadzone przez DOT – organizację zapewniającą współdziałanie wszystkich chętnych do tego podmiotów turystycznych.

Samorząd województwa jako organ odpowiedzialny za wizję turystyczną regionu, monitorowanie jej realizacji, badanie potrzeb oraz nadawanie kierunku komunikacji wizerunkowej wszystkim podmiotom zaangażowanym w turystykę w regionie.

Istnienie jednostki odpowiedzialnej za rozwój turystyki, pełniącej funkcję koordynatora ds. turystyki.

Jasne określenie kompetencji w zakresie wykonawstwa działań.

Model współpracy



System wsparcia w pozyskiwaniu wkładów własnych do przyznanych dotacji również dla organizacji pozarządowych, by skutecznie mogły one pozyskiwać środki zewnętrzne.

Ogłaszanie konkursów międzysektorowych przez poszczególne wydziały UMWD dla ułatwienia sektorowi pozarządowemu aplikowania o fundusze samorządu województwa oraz usprawnienia ich realizacji.

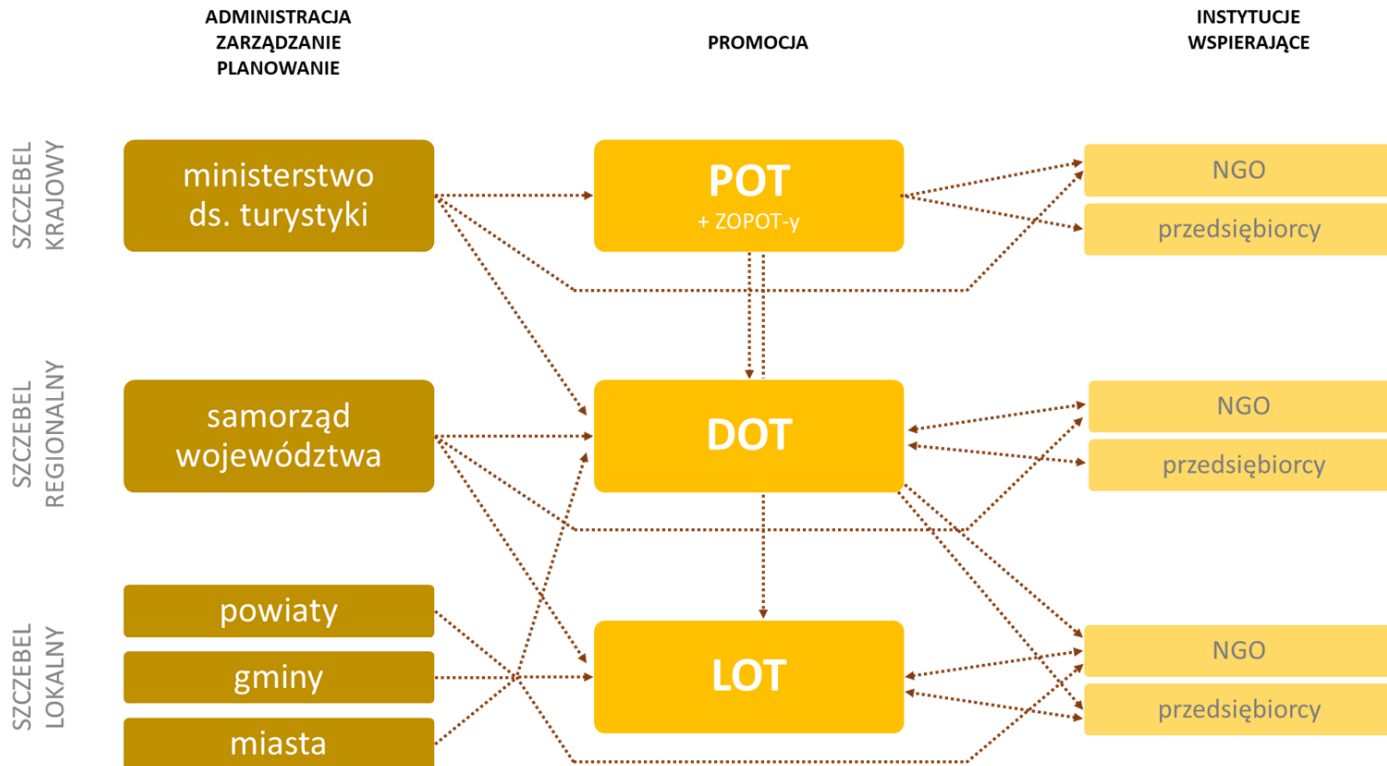
Przeprowadzanie analizy potencjalnych źródeł finansowania zadań turystycznych, biorąc pod uwagę wszystkie programy.

Analiza wykazu proponowanych działań (załącznik nr 2 do dokumentu) i przypisanie ich do właściwych jednostek samorządu województwa oraz inspirowanie organizacji pozarządowych i przedsiębiorców do realizacji tychże działań.

Wytyczne dot. wdrożenia

FINANSOWANIE

Model zależności finansowych





**DOLNY
ŚLĄSK**

Wrocław 2022
