

Wrocław, 12.01.2026 r.

AKTUALIZACJA PLANU MERYTORYCZNEGO STOWARZYSZENIA NA 2026 R. - PROJEKT



**DOLNOŚLĄSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA**

W 2025 roku Zarząd Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej zakończył prace nad strategią rozwoju stowarzyszenia DOT, która została przyjęta na walnym zebraniu członków stowarzyszenia. Plan Merytoryczny Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej na rok 2026 stanowi kontynuację i rozwinięcie działań prowadzonych w poprzednich latach, a zarazem jest pierwszym planem operacyjnym w pełni opartym na założeniach nowej **Strategii DOT**. Dokument ten wyznacza kierunki rozwoju turystyki w regionie w perspektywie kolejnych lat, odpowiadając na współczesne wyzwania, potrzeby branży oraz zmieniające się oczekiwania turystów.

Dolnośląska Organizacja Turystyczna, jako regionalna organizacja turystyczna o ugruntowanej pozycji, odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu wizerunku Dolnego Śląska jako atrakcyjnego, nowoczesnego

i zrównoważonego kierunku turystycznego. Nasze działania opierają się na ścisłej współpracy z członkami stowarzyszenia, partnerami instytucjonalnymi i branżowymi, a także z jednostkami samorządu terytorialnego, Polską Organizacją Turystyczną oraz miastem Wrocław.

Plan na 2026 rok powstał w wyniku szerokich konsultacji z członkami stowarzyszenia. Proces jego tworzenia rozpoczął się podczas Walnego Zebrania Sprawozdawczo-Wyborczego, gdzie zaproszono członków do zgłaszania propozycji i priorytetów. Następnie, w toku spotkań Zarządu DOT oraz prac biura, opracowano projekt dokumentu, który został przyjęty po uwzględnieniu zgłoszonych uwag. Tak ukształtowany plan stanowi wspólne zobowiązanie do realizacji celów strategicznych i operacyjnych, które służą rozwojowi turystyki w regionie.

Zgodnie z nową Strategią DOT, działalność stowarzyszenia opiera się na trzech filarach:

- 1. Promocja i komercjalizacja**
- 2. Sieciowanie i relacje wewnętrzne**
- 3. Informacja, edukacja, badania**

Planowane działania na 2026 rok zostały pogrupowane zgodnie z powyższymi priorytetami. Ich realizacja ma na celu nie tylko wzmocnienie pozycji Dolnego Śląska na mapie turystycznej Polski i Europy, ale także budowanie trwałych relacji z partnerami, wspieranie lokalnych społeczności, rozwój produktów turystycznych oraz wdrażanie innowacyjnych i odpowiedzialnych rozwiązań.

Adam Zawada

Prezes Zarządu

PROMOCJA I KOMERCJALIZACJA

1. PODNOSZENIE JAKOŚCI MERYTORYCZNO-WIZUALNEJ I SPÓJNOŚCI KOMUNIKACJI

- 1.1. Rozwój spójnego wizualnie katalogu w formie PDF z ofertami członków DOT
- 1.2. Rozbudowa własnej bazy zdjęć, tekstów, filmów
- 1.3. Aktualizacja przestrzeni na serwerze z bazą zdjęć i filmów udostępnianą członkom DOT i partnerom -
- 1.4. Powstanie elektroniczny katalog wydarzeń turystycznych w regionie na 2026
- 1.5. Patronaty DOT – popularyzacja patronatów oraz profesjonalizacja usług realizowanych dla objętych patronatem w tym: promocja w social mediach, na portalu dolnyslask.travel i w komunikacji z mediami.

2. KAMPANIE PROMOCYJNE I PROMOCJA OFERTY REGIONU

2.1. **Rozwój portalu turystycznego i aplikacji turystycznych**

2.1.1. Rozbudowa dolnyslask.travel o nowe treści

- minimum 5 nowych artykułów w inspiracjach
- publikacja minimum 2 artykułów napisanych przez blogerów i ich promocja wspólnie z nimi
- dodanie minimum 1 wersji językowej strony

2.1.2. Rozwój www.dolnyslaskrowerem.pl

- wprowadzenie co najmniej 10 nowych tras
- promocja narzędzia embedowania tras

2.1.3. Prowadzenie kampanii Google Ads dla artykułów na www.dolnyslask.travel oraz www.dolnyslaskrowerem.pl – zakładamy osiągnięcie w 2025 r. łącznie 600.000 wyświetleń artykułów sponsorowanych tworzonych na potrzeby kampanii oraz wizytówek członków DOT. Prowadzonych będzie co najmniej 250.000 różnych kampanii Google Ads przez rok.

2.1.4 wzrost zasięgów stron:

Dolnyslask.travel planowana liczba odsłon: 1.200.000 planowana liczba użytkowników: 700.000

Szlakpodziemi.pl planowana liczba odsłon: 150.000 planowana liczba użytkowników: 80.000

Dolnyslaskrowerem.pl planowana liczba odsłon: 300.000 planowana liczba użytkowników: 60.000

Smakidolnegoslaska.pl planowana liczba odsłon: 65.000 planowana liczba użytkowników: 20.000

Szlakzmkowipalacow.eu planowana liczba odsłon: 250.000 planowana liczba użytkowników: 110.000

2.1.5 Utrzymanie, rozwój i promocja aplikacji DolnySlask.Travel

2.1.6 Utrzymanie, rozwój i promocja aplikacji DolnySlaskRowerem

2.1.7 Współpraca z PTTK w celu promocji dolnośląskiej części strony i aplikacji www.szlaki.pttk.pl

2.1.8 Szeroka współpraca w ramach obchodów 75 lecia PTTK w celu promocji portalu www.dolnyslask.travel jako źródła informacji turystycznej

2.1.9 Opracowanie i realizacja nowej kampanii promującej turystykę caravaningową w oparciu o współpracę z istniejącymi tytułami oraz o zasoby własne (wydawnictwo i strona www)

2.2. Współpraca i komunikacja

2.2.1. Rozwój bazy mediów i komunikacja z mediami

- dalsza aktualizacja i rozszerzenie bazy dziennikarzy
- wysyłka co najmniej 10 newsletterów do mediów z informacjami o nowościach turystycznych członków DOT

2.2.2. Organizacja co najmniej 4 własnych konferencji prasowych związanych z wydarzeniami realizowanymi przez DOT oraz członków DOT

2.2.3. Współpraca z mediami

- realizacja co najmniej 15 wizyt studyjnych z kraju i z zagranicy i udział w nich co najmniej 50 uczestników

2.2.4. Działania crossmarketingowe z województwem śląskim

- wymiana stoisk promocyjnych na imprezach turystycznych
- wspólna kampania w mediach społecznościowych

2.2.5. Spotkania branżowe B2B i z mediami

2.2.6. Identyfikowanie i promocja kluczowych wydarzeń regionalnych (kotwice medialne) w tym m.in.:

- Mistrzostwa Europy w płukaniu Złota
- Otwarcie dla turystów nowej trasy w Jaskini Niedźwiedziej
- Święto Ceramiki w Bolesławcu
- i inne



2.2.7. utrzymanie i rozwój newslettera jako narzędzia komunikacji z członkami DOT

2.3 Rozwój mediów społecznościowych

2.3.1 Opracowanie strategii komunikacji w mediach społecznościowych prowadzonych przez DOT:

- dolnyslask.travel
- szlak tajemniczych podziemi
- europejski szlak zamków i pałaców
- szlak kulinarny smaki dolnego śląska
- dolnyslask rowerem
- dot

2.3.2. Zakładamy średnio 10% wzrost liczby obserwujących na tych kanałach na portalu FB oraz Instagram

Zakładamy łączny w 2026r.:

Zasięg FB + instagram 4.000.000

Odwiedziny FB +instagram: 200.000

Obserwujący na FB: 255.000

Obserwujący na Instagramie: 38.000

2.3.3. Publikacja materiałów Video (rolek) na kanałach Tik Tok, Instagram , Facebook

2.4 Kampania Certyfikatów Najlepsze na Dolnym Śląsku we współpracy z POT

2.4.1 Ogłoszenie kolejnej edycji konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny

2.4.2 Wydawnictwo drukowane promujące laureatów

2.4.3 Aktualizacja portalu i publikacje w mediach społecznościowych

2.5 Kampania Mistrzostw Vlogerów Turystycznych we współpracy z POT

2.5.1 Realizacja 3 wizyt studyjnych polskich Vlogerów i wspólna promocja efektów

2.6 Mobilna Informacja Turystyczna

- Udział w co najmniej 10 imprezach turystycznych w regionie ze stanowiskiem informacji turystycznej
- Zaproszenie na każdą z tych imprez partnerów DOT jako współwystawców
- udział w co najmniej 2 imprezach plenerowych w innych województwach
- udział w co najmniej 2 imprezach plenerowych w innych krajach – próba organizacji stoisk Dolny Śląsk Rowerem podczas imprez rowerowych w Roc d'Azur we Francji w październiku oraz nad Gardą w maju.

2.7 Promocja marki Dolny Śląsk Travel jako źródła informacji turystycznej zwłaszcza na potrzeby turystyki aktywnej i kwalifikowanej poprzez promocję logo i nazwy portalu na imprezach:

- Nocny Półmaraton Wrocławski – w zależności od pozyskania dofinansowania
- Tour de Pologne – w zależności od pozyskania dofinansowania
- UCI Gravel maraton Szklarska Poręba - Jakuszyce – w zależności od pozyskania dofinansowania
- i innych – w zależności od pozyskania dofinansowania

3 WSPARCIE DLA BRANŻY TURYSTYCZNEJ

3.3 Współpraca z biurami turystyki przyjazdowej

3.3.1 Cykliczne warsztaty branżowe i wizyty studyjne

- udział w co najmniej 3 warsztatach B2B: Buy Poland, Praga, Warszawa
- realizacja co najmniej 5 fam trip dla zagranicznych biur podróży we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną
- realizacja co najmniej 5 indywidualnych fam trip dla polskich biur podróży

3.3.2 Udział w targach turystycznych,

- * Fitur Madryt – styczeń
- * Fespo Zurych – luty
- * BIT Mediolan - luty
- * MTT Wrocław – marzec
- * ITB Berlin – marzec
- * ATM Dubaj – maj
- * KOTFA Seul - czerwiec
- * TTG Rimini – październik (zależnie od otrzymania zewnętrznego finansowania)
- * WTM Londyn – listopad (zależnie od otrzymania zewnętrznego finansowania)
- * T&C Leipzig – listopad (zależnie od otrzymania zewnętrznego finansowania)

Zakładamy udział maksymalnie 3 współwystawców w każdej z imprez. Nabór współwystawców będzie odbywał się poprzez ogłoszenie rozpoczęcia przyjmowania zgłoszeń w newsletterze DOT do członków Stowarzyszenia.

3.3.3 Udział w warsztatach B2B,

- wyjazd na warsztaty B2B do Krajów Zatoki Perskiej – luty
- udział w warsztatach B2B z biurami z Korei w Polsce – jesień
- udział w Buy Poland
- udział w warsztatach B2B realizowanych na rynkach działania ZOPOT

3.3.4 Udostępnienie bazy kontaktów B2B członkom DOT



4 PROMOCJA ZASOBÓW NATURALNYCH DOLNEGO ŚLĄSKA I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

4.1 Rozpoczęcie we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną pilotażu Krajowego programu certyfikacji zrównoważonych destynacji turystycznych (Green Destination)

5 WYKORZYSTANIE NOWYCH TRENDÓW / DOSTOSOWYWANIE SIĘ DO NOWYCH REALIÓW W TURYSTYCE

5.1 Podnoszenie wiedzy przez pracowników DOT

- organizacja szkoleń dla pracowników punktów it w zakresie wykorzystania i tworzenia nowoczesnych baz danych
- organizacja 1 szkolenia dla pracowników DOT w zakresie wykorzystania narzędzi AI
- organizacja we współpracy z Dolnośląską Izbą Turystyki 4 szkoleń dla członków w zakresie nowych wymogów Urzędów Skarbowych (KSeF) – pierwszy kwartał

6 ROZWÓJ I PROMOCJA JAKOŚCIOWYCH PRODUKTÓW I OBSZARÓW TURYSTYCZNYCH

6.1 Wsparcie dla powstawania Polskich Marek Turystycznych w oparciu o dolnośląskie obszary turystyczne

- organizacja co najmniej 4 spotkań w regionach promujących współpracę w ramach 8 obszarów turystycznych i promujących współpracę w formie Lokalnych Organizacji Turystycznych na tych obszarach.

6.2 Promocja certyfikacji usług, dobrych praktyk i kategoryzacji miejsc noclegowych

6.3 Konsultacje i promocja właściwego oznakowanie i udogodnienia na trasach dla turystyki aktywnej

6.4 Udział w pilotażowych działaniach POT w zakresie certyfikacji Lokalnych Organizacji Turystycznych

7 SEGMENTACJA RYNKU

7.1 Skupienie na turystach krajowych i regionalnych jako głównych odbiorcach

7.2 Priorytetyzacja rynków zagranicznych – w 2026 roku kluczowymi rynkami zagranicznymi w działaniach DOT są: odpowiednio

Grupa 1 „podstawowa”: Niemcy i Czechy

Grupa 2 „uzupełniająca”: Kraje z licznymi połączeniami lotniczymi, przede wszystkim (kraje Benelux, kraje skandynawskie, Hiszpania, Włochy, Szwajcaria

Grupa 3 „perspektywiczna”: Kraje Zatoki Perskiej oraz Korea

8 MICE I TURYSTYKA BIZNESOWA

8.1 Współpraca z Convention Bureau Wrocław w zakresie promocji oferty członków DOT w działaniach biura Convention Bureau Wrocław Dolny Śląsk

SIECIOWANIE I RELACJE WEWNĘTRZNE

1. WYDARZENIA I INTEGRACJA BRANŻY

- 1.1. Organizacja otwarcia sezonu turystycznego w ostatni weekend kwietnia – impreza o charakterze wystawienniczym dla wszystkich przedstawicieli branży turystycznej i kulturalnej z regionu
- 1.2. Organizacja spotkania wielkanocnego dolnośląskiej branży turystycznej – we współpracy z Dolnośląską Izbą Turystyki
- 1.3. Organizacja spotkania bożonarodzeniowego dolnośląskiej branży turystycznej – we współpracy z Dolnośląską Izbą Turystyki
- 1.4. Organizacja dolnośląskich obchodów Światowego Dnia Turystyki – we współpracy z Dolnośląską Izbą Turystyki
- 1.5. Wykorzystanie Walnego Zebrania DOT na potrzeby integracji członków Stowarzyszenia poprzez organizację giełdy ofert członków DOT jako imprezy towarzyszącej

2. ZACIEŚNIANIE RELACJI Z PARTNERAMI ZEWNĘTRZNYMI



2.1. Udział w organizacjach krajowych i międzynarodowych:

- Stowarzyszenie Forum ROTów
- Stowarzyszenie European Route of Reformation

2.2. Współpraca z POT, ROT i LOT

- organizacja szkolenia zawodowego dla pracowników DOT wspólnie z wybraną Regionalną Organizacją Turystyczną
- współdziałanie w zakresie realizowanych przez POT projektów
- wsparcie powstawania silnych Lokalnych Organizacji Turystycznych w oparciu o 8 obszarów turystycznych nazwanych w Programie Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

2.3. Kontakt z polskimi i zagranicznymi touroperatorami i przedstawienie oferty DOT jako Destination Managment Organisation poprzez zaoferowanie bazy zdjęć, udostępnienia kontaktów i informacji turystycznych oraz organizację Fam Trip.

3. DYWERSYFIKACJA I ZWIĘKSZANIE ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA

3.1. Rozwój odpłatny działalności statutowej

- oferowanie podmiotom nie będącym członkiem DOT współpracy przy tworzeniu wydawnictw drukowanych i wykupu reklam w prasie

3.2. Złożenie nowych wniosków o dofinansowanie do programów:

- Interreg Dolny Śląsk Saksonia – projekt Łączą nas Zamki i Pałace II
- Interreg Polska Czechy – priorytet 5 Wzmocnienie zrównoważonego rozwoju transgranicznego małych i średnich przedsiębiorstw na pograniczu czesko-polskim – projekt: Wsparcia przedsiębiorstw turystycznych polsko czeskiego pogranicza w promocji na rynkach zagranicznych
- MSiT oraz innych ministerstw – w zależności od ogłoszonych w konkursie priorytetów
- Samorząd Województwa Dolnośląskiego – w zależności od ogłoszonych w konkursie priorytetów
- gmina Wrocław oraz innych samorządów – w zależności od ogłoszonych w konkursie priorytetów
- realizacja zadań statutowych DOT wspólnie z samorządami z regionu w oparciu o konkursy dla organizacji pozarządowych w tym opracowanie wniosku o dofinansowanie Gminy Wrocław na prowadzenie punktów informacji turystycznych
- pozyskanie dofinansowania z Polskiej Organizacji Turystycznej na szkolenie dla pracowników informacji turystycznych
- przedłużenie Google Grant
- przedłużenie wsparcia Microsoft Office

4. WYZNACZANIE KIERUNKÓW ROZWOJU TURYSTYKI NA DOLNYM ŚLĄSKU

- 4.1. Opracowanie zestawienia na temat statystyk ruchu turystycznego w województwie dolnośląskim na podstawie dostępnych źródeł
- 4.2. Przeprowadzenie w III kwartale konsultacji z organizacjami branżowymi (m.in. LOTy, DIT, IGHP) w zakresie wytyczania priorytetów promocji na kolejny rok

5. ZINTEGROWANE PRODUKTY TURYSTYCZNE SZANSĄ NA KOMPLEKSOWĄ OFERTĘ TURYSTYCZNĄ DOLNEGO ŚLĄSKA

5.1. Rozwój flagowych produktów turystycznych regionu

5.1.1. Europejski Szlak Zamków i Pałaców

- wznowienie wspólnego wydawnictwa
- kontynuacja grywalizacji i promocja tytułu Zdobywcy szlaku
- rozwój portalu i social mediów szlaku

5.1.2. Szlak Tajemniczych Podziemi

- wznowienie wspólnego wydawnictwa
- kontynuacja grywalizacji i promocja tytułu Zdobywcy szlaku
- rozwój portalu i social mediów szlaku

5.1.3. Smaki Dolnego Śląska

5.2. Rozwijanie i wspieranie Dolnośląskiej Sieci Informacji Turystycznej (DSIT)

5.2.1. Rozwój i profesjonalizacja DSIT w oparciu o obszary turystyczne

- organizacja 8 spotkań na terenie województwa promujących wspólną promocję pod szyldem obszarów turystycznych
- organizacja szkolenia zawodowego dla pracowników it z regionu (jesień)

5.2.2. Integracja DSIT z systemem krajowym – wdrożenie Repozytorium Informacji Turystycznej POT na portalu dolnyśląsk.travel i integracja baz danych z polska.travel

1. PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI EDUKACYJNEJ I SZKOLENIOWEJ

- 1.1. We współpracy z partnerami branżowymi (np. DIT, IGHP) organizacja szkoleń z bieżących tematów dotyczących działalności turystycznej
 - szkolenie z nowego systemu fakturowania KSeF (we współpracy z Urzędami Skarbowymi)
- 1.2. Budowanie trwałych relacji z uczelniami wyższymi poprzez pracę przedstawicieli DOT w Radach Biznesu dolnośląskich uczelni turystycznych
- 1.3. Dotarcie do szkół z ofertami dolnośląskiej branży turystycznej
 - organizacja giełdy ofert turystycznych podczas konferencji Dolnośląskiego Ośrodka Doskonalenia Nauczycieli
 - wycieczki dla laureatów szkół konkursu Poznaj Dolny Śląsk

2. GROMADZENIE, ANALIZA ORAZ UDOSTĘPNIANIE WIEDZY NA TEMAT TURYSTYKI

- 2.1. Prowadzenie badań statystycznych i analiz dotyczących ruchu turystycznego – wykonanie dwóch podsumowań statystycznych w oparciu o dostępne dane we wrześniu dla okresu od początku roku z wyszczególnieniem wakacji oraz w styczniu za cały poprzedni rok;
- 2.2. Gromadzenie, porządkowanie i rozpowszechnianie informacji istotnych dla rozwoju turystyki w regionie w formie newslettera dla członków Stowarzyszenia

3. PROMOWANIE DZIAŁAŃ ZGODNYCH Z IDEAŁEM ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

- 3.1. Wdrożenie pilotażu POT procesu certyfikacji obszarów w zakresie zrównoważonej turystyki
- 3.2. Promocja obszarów chronionych jako atrakcyjnych i odpowiedzialnych celów turystycznych
 - 3.2.1. Tłumaczenie na język angielski Atlasu turystyki wodnej i wydanie go w formie pliku PDF

4. DZIAŁANIE W DUCHU NOWYCH TRENDÓW I WSPÓŁCZESNYCH WYZWAŃ

- 4.1. Podnoszenie kompetencji kadr JST i partnerów branżowych
- 4.2. Organizacja szkoleń, wymiana wiedzy i dobrych praktyk
- 4.3. Inicjowanie wydarzeń podkreślających znaczenie turystyki
 - organizacja otwarcia sezonu turystycznego – kwiecień
 - organizacja otwarcia wakacji – czerwiec
 - współorganizacja dolnośląskich obchodów Światowego Dnia Turystyki (razem z DIT) – wrzesień
 - organizacja konferencji prasowych na temat wielkości ruchu turystycznego (styczeń i wrzesień)

4.4. Wspieranie rozwój nowoczesnych technologii w turystyce

4.4.1. Cyfryzacja usług turystycznych:

- 10 nowych śladów .gpx tras rowerowych Dolnego Śląska na portalu dolnyslaskrowerem.pl

4.4.2. Rozwój turystyki inteligentnej:

- we współpracy z POT wdrożenie planera podróży opartego na AI w oparciu o przeprowadzoną integrację baz danych portali dolnyslask.travel i polska.travel

