

18 grudnia 2023 r. w warszawskim hotelu Novotel Centrum odbyła się konferencja prasowa Centrum Monitoringu Rynku Turystycznego podsumowująca realizację zadania publicznego: **„Kampania informacyjna i edukacyjna mająca na celu podniesienie standardów bezpieczeństwa, dobrych praktyk, konkurencyjności i rzetelności na rynku usług turystycznych”**, realizowanego przez Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel (SOIT), w ramach branżowej inicjatywy Centrum Monitoringu Rynku Turystycznego (CMRT). W konferencji uczestniczyli między innymi: Izabela Stelmańska - Zastępca Dyrektora Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie oraz Zarządu Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej; dr Dominik Borek Dyrektor w Departamencie Turystyki Ministerstwo Sportu i Turystyki; Marcin Różycki – wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej; z Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego prezesi Ireneusz Węglowski i Krzysztof Szadurski oraz Marcin Mazur członek Rady IGHP. Ze Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel - prezes Olga Krzemińska – Zasadzka oraz członek zarządu SOIT Konrad Wielgórski, z Rady Przemysłu Spotkań i wydarzeń – prezes Łukasz Adamowicz. Polską Izbę Turystyki reprezentował Sekretarz Generalny, Paweł Radoliński. Konferencja miała dodatkowo realizację live poprzez streaming internetowy.

W pierwszej części konferencji, koordynatorka projektu – Edyta Dróżdź, dyrektorka Centrum zreferowała przeprowadzone w ramach kampanii - trwającej od czerwca do grudnia br.- działania o charakterze informacyjnym i edukacyjnym, skierowanych do szeroko rozumianej branży spotkań, ale też do hotelarzy i przedstawicieli biur podróży. Były to następujące aktywności:

Zainicjowano powstania 5 artykułów eksperckich w pismach i na portalach branżowych, które dodatkowo zostały wsparte kampanią w mediach społecznościowych (LinkedIn oraz Facebook). W mediach branżowych ukazały się następujące artykuły: w Wiadomościach Turystycznych „Sprawdź organizatora, z którym wyjeżdżasz na wakacje”; w magazynie Nowa Turystyka „Prawne pułapki w działalności organizatora imprez turystyki” współautorstwa Cezarego Wilemajtysa oraz dr Dominika Borka, w piśmie naukowym Ministerstwa Sportu i Turystyki „Turystyka – zarządzanie, administracja, prawo” artykuł autorstwa Edyty Dróżdź, pt. „CMRT – praktyczne narzędzie wspierające administrację publiczną w profesjonalizacji branży

turystycznej oraz w skutecznej eliminacji niezgodnych z prawem praktyk na rynku usług turystycznych”, w magazynie Think Mice, obszerny artykuł redaktor Ewy Kubaczyk pt. „Czy działasz zgodnie z prawem? Sprawdź!”, na portalu MeetingPlannner.pl „Czy eventy mogą być imprezami turystycznymi (wywiad red. Magdaleny Kondas z dr Dominikiem Borkiem).

Aktywność w mediach społecznościowych i zasięgowa kampania kierująca (linkująca) na powyższe artykuły eksperckie. Tu intencją było w możliwie jak najbardziej obrazowy sposób przekazanie głównych treści ustawy, odpowiadając między innymi na pytania takie jak: czym jest impreza turystyczna w myśl ustawy, jeśli organizowana impreza jest imprezą turystyczną, to jakie wymogi powinien spełniać jej organizator, jakie korzyści będzie miał przedsiębiorca z działalności zgodnej z regulacjami prawnymi, jakich korzyści pozbawia się klient powierzając swoje pieniądze organizatorowi działającemu niezgodnie z prawem itp. Dzięki nieoczywistym przykładom imprez turystycznych np. kompleksowa organizacja wesela za granicą, pobytowy kurs modnej aktywność sportowej, zwrócono uwagę na sytuacje, kiedy atrakcyjne zdjęcia i obietnica wspaniałych emocji pozbawia klienta (podróżnego) czujności, by powierzyć swoje pieniądze ale i niejednokrotnie bezpieczeństwo organizatorowi działającemu bez stosownych zabezpieczeń. Przykłady intrygowały i zwróciły uwagę na imprezy, które z pozoru, tj. powszechnie nie są uznawane za „turystyczne”, ponieważ ich pierwszoplanowa „funkcja” przykrywa niejako turystyczny charakter. Zatem kurs czy wesele nie są „turystyczne” w powszechnej opinii, ponieważ „służą czemu innemu niż turystyka”. Oczywiście to błędne postrzeganie wyjaśniały artykuły prasowe, które polecane były pod postami jako lektura (linki do nich).

Swoje działania medialne CMRT poddało ocenie instytutowi PSMM, który wskazał, że wydźwięk publikacji (prasa i mediów społecznościowych) był pozytywny lub neutralny, zaś algorytm docenił proponowany kontent za wartościową treść. Dotarcie informacji do targetowanego branżowo odbiorcy było na poziomie ponad 200 000 os., szacunkowy (AVE) ekwiwalent reklamowy na poziomie wyższym niż ½ miliona złotych. Treści postów o charakterze poradnikowym, które były okraszone odpowiednimi kreacjami graficznymi dopasowanymi do grupy docelowej, miały największy zasięg. Przy niewielkim zaangażowaniu finansowym dotarcie do takiej grupy związanych z branżą należy uznać za duży sukces.

Ważną wartością zaakcentowaną w podsumowaniu kampanii było dotarcie z treściami kampanii bezpośrednio do ponad 2 tys. osób (pierwotnie zakładano 500 os.). W ramach zadania publicznego, CMRT **uczestniczyło bowiem w 15 różnorodnych wydarzeniach** organizowanych przez partnerskie organizacje, między innymi: Polską Izbę Turystyki, Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel, czy Izbę Gospodarczą Hotelarstwa Polskiego, ale też w innych ważnych wydarzeń z kalendarza branżowego, jak targi i fora, które gromadzą właściciele agencji eventowych, MICE menagerów, hotelarzy, specjalistów branży spotkań. Prezentacje, debaty konferencyjne lub rozmowy 1na 1 odbyły się z udziałem przedstawicieli CMRT podczas:

12/ 13.06	Meetings Week Poland / RPSiW Tugether / Warszawa
13.06	Meetings Week Poland spotkanie z Urzędami Marszałkowskimi / Warszawa
14/15.06	Meet the Bidder / Warszawa
21.06	Incentive Day / SOIT/ Warszawa
08.09	Konferencja Zarządu PIT / Zakopane
12.09	Forum Hotelarza / IGHP / Warszawa
26/27	Europejskie Forum Sportu i Turystyki / POT / Zakopane
11.10	Forum Promocji Turystycznej / Wasza Turystyka / Katowice
06.11	MP Fast Day / Meeting Planner / Kraków
10.11	Ogólnopolska Konferencja Turystyki Dziecięcej i Młodzieżowej / PIT / Warszawa
21.11	Meeting Industry Sustainability Forum (MISF) / Warszawa
22.11	Ogólnopolskie Forum Biur Podróży / Wiadomości Turystyczne / Warszawa
22.11	Meet the Bidder / Warszawa
17.11	MPI Chapter Poland / Forum Horeca Idea / Poznań
23.11	Targi turystyczne TT Warsaw / EXPO PTAK / Warszawa
12.12	MP Impact / Meeting Planner / Warszawa

Strategicznie założono, iż korzystniej będzie partycypować, niż organizować własne wydarzenie. Mając świadomość, że CMRT jest młodą inicjatywą, bez zbudowanej marki i wiarygodności, aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców, lepiej jest pokazać się jako partner, mówca lub ekspert w debacie wydarzenia o sprawdzonej reputacji i frekwencji. Nie bez znaczenia był również fakt, że takie rozwiązanie jest korzystniejsze pod względem budżetowym: maksymalne dotarcie przy najniższym koszcie.

W ramach kampanii przeprowadzono również **4 wykłady na warszawskich uczelniach wyższych kształcących przyszłych adeptów zawodów związanych z rynkiem usług turystycznych**: SGTiH Vistula oraz AWF. Gościnne wykłady dotyczące regulacji prawnych w turystyce, nade wszystko zastosowania ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych

usługach turystycznych z 24 listopada 2017r. nie tylko pozwoliły na skonfrontowanie programu nauczania i stanu wiedzy studentów, ale też umożliwiły nawiązanie bliższych relacji z ośrodkami naukowymi. Kontakt zaowocował między innymi współpracą z ośrodkami akademickimi nad przygotowaniem publikacji w formie ebook'a: „Q&A – regulacje prawne rynku usług turystycznych – zagadnienia i analizy” wydanej z inicjatywy CMRT przez wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Warszawie.

E-book „Q&A - regulacje prawne rynku usług turystycznych – zagadnienia i analizy” był integralną częścią realizowanej przez CMRT kampanii. Premiera wydawnictwa miała miejsce właśnie podczas grudniowej konferencji prasowej. Zespół współtworzący pozycję, to:

- REDAKCJA dr hab. Hanna Zawistowska, prof. SGH
- AUTORZY dr Dominik Borek, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Edyta Drózdź, Centrum Monitoringu Rynku Turystycznego
mec. Leszek Miłoś, Polska Izba Turystyki
dr Agnieszka Muszyńska, Akademia Wychowania Fizycznego w W-wie
dr hab. Hanna Zawistowska - Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
- RECENZJA dr hab. Daniel Puciato, prof. AWF w Warszawie
- REDAKCJA / KOREKTA / SKŁAD Izabela Sandomierska
- WYDAWCA
Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie

ISBN 978-83-67228-28-2

Copyright © Wydawnictwo AWF Warszawa 2023 dr Hanna Zawistowska

Jak mówi koordynatorka projektu, Edyta Drózdź: Na wczesnym etapie przygotowania kampanii założono, iż materiał prezentacji i wykładów nie będzie mógł w pełni wyczerpywać tematyki, a zatem może nie być w pełni satysfakcjonujący dla ich uczestników. Dlatego też uznano, iż istotnym elementem kampanii powinna być możliwość stworzenia narzędzia do zbierania pytań i w końcowym etapie projektu – odpowiedzi na te najczęstsze, typowe lub najistotniejsze z punktu widzenia ustawodawcy, tj. mające konsekwencje prawne. Stąd spotkaniom, wykładom i eventom z udziałem CMRT, towarzyszyła specjalna urna, zwana „**skrzynką pytań**”, do której uczestnicy mogli wrzucać karteczki ze swoimi pytaniami dot. poruszanej tematyki. Aby poszerzyć możliwość zadawania pytań i faktycznie stworzyć platformę dla branżowego dialogu, a także bazę wiedzy, na stronie www.cmrt.com.pl

przygotowano **formularz kontaktowy on-line „zadaj pytanie”**, zachęcając w ten sposób społeczność „organizatorów imprez” do aktywnego współtworzenia kompendium wiedzy prawnej w postaci „Q&A”.

Zgodnie z przypuszczeniami zebrano wiele pytań, które zostały następnie przekazane do wyselekcjonowania i opracowania przez zespół naukowy pod kierownictwem dr hab. Hanny Zawistowskiej. Początkowo zakładano, iż wystarczy praktyczne podejście do zadania, a mianowicie odpowiedzenie w możliwie najkrótszy i zrozumiały dla praktyka zawodu sposób na zadane pytanie. Jednakże podczas spotkań branżowych, przedsiębiorcy nierzadko wskazywali, jak ważne jest dla nich, by odpowiedzi miały odniesienia do ustawy, miały charakter prawnej porady, aby można je wykorzystać jako zalecenia prawne, a nie jedynie jako praktyczne wskazówki. Dlatego też Q&A przybrało formę publikacji z przypisami i odniesieniami do aktów prawnych.

E-book można ściągnąć bezpłatnie wchodząc na stronę www.cmrt.com.pl/niezbednik-organizatora. Zespół tworzący poradnik ma nadzieję, że przygotowany materiał branża uzna za pomocny i praktyczny, z którego chętnie będą korzystać pracownicy biur podróży, agencji eventowych, a także studenci. CMRT liczy na to, że publikacja realnie wpłynie na podniesienie poziomu wiedzy prawnej, a co za tym idzie profesjonalizację branży, i zrealizuje wyznaczony w kampanii cel, tj. podniesie standardy bezpieczeństwa, dobrych praktyk, konkurencyjności i rzetelności na rynku usług turystycznych.

Oczywiście e-book nie odpowiada na wszystkie pytania i nie rozwiewa wszystkich wątpliwości, co do stosowania ustawy. CMRT rekomenduje kontynuację akcji „zadaj pytanie” poprzez formularz on-line oraz rozpoczętą współpracę zespołu naukowo – branżowego.

W ramach kampanii **nadano stronie www.cmrt.com.pl praktycznego i użytecznego dla branży** charakteru, między innymi poprzez sekcję **biblioteki prawnej, polecane artykuły, linki do stron ważnych dla przedsiębiorców turystycznych, pomagających w odnalezieniu się w obowiązkach ewidencyjnych, składkach**. Stworzono również użyteczne narzędzie jakim jest swoisty **kalkulator pozwalający na wyliczenie estymacji wysokości zabezpieczenia finansowego (gwarancji bankowych lub ubezpieczeniowych) dla organizatora imprez**

turystycznych lub przedsiębiorcy ułatwiającego nabywanie powiązanych usług turystycznych.

Wszystkie ww. aktywności miały jeden cel zgodny z założeniami kampanii: **informowanie o przepisach obowiązującego prawa, a tym samym o obowiązkach nałożonych na podmioty świadczące usługi w obszarze turystyki.** Przeprowadzona kampania zwracała uwagę na korzyści (zarówno dla przedsiębiorców, jak i dla klientów), jakie wynikają z przestrzegania przepisów oraz ryzyka związanego z zaniechaniem stosowania przepisów przy organizacji imprez turystycznych. Warto przypomnieć, że gdy niemal rok temu powstawała branżowa inicjatywa Centrum Monitoringu Rynku Turystycznego (konferencja inauguracyjna odbyła się w Warszawie 26 stycznia br.), definiując misję, podkreślano najważniejsze zadanie dla inicjatywy CMRT – bycie swoistym facylitorem, upowszechniającym wiedzę dotyczącą prawa w turystyce, swoistym hubem gromadzącym wiedzę i doświadczenie organizacji i urzędów, propagatorem dobrych praktyk - wszystko w dążeniu do profesjonalizacji branży, zadbania o jej reputację, stabilność biznesową przedsiębiorców, wysokie standardy i bezpieczeństwo klienta. Realizacja zadania publicznego w postaci niniejszej kampanii edukacyjnej i informacyjnej dała możliwość faktycznego rozpoczęcia realizacji zadeklarowanych dla Centrum zadań. Podejmując się realizacji kampanii, CMRT wyszło z założenia, że istnieje ogromna nieznajomość prawa wśród przedsiębiorców w branży, świadczących różnorodne usługi mieszczące się w ogólnym określeniu „organizatorzy imprez”, że jest duża grupa podmiotów, która ignoruje prawo i jest również zastraszająca liczna, która nieświadomie omija obowiązujące je prawo. W końcu, że media społecznościowe pełne są ofert niebezpiecznych dla branży i samych klientów/podróżnych – witryn z wysokimi zasięgami, z atrakcyjnymi zdjęciami sprzedającymi imprezy turystyczne pozbawione jakichkolwiek zabezpieczeń, gwarancji, ubezpieczeń, nierzadko również kwalifikujące się do nazwania jej szarą strefą z punktu widzenia podatkowego. Co gorsza, klienci kupujący usługi turystyczne również nie mają wystarczającej wiedzy prawnej. I mowa tu tak o indywidualnym konsumencie, ale też o kontraktujących usługi turystyczne klientach biznesowym (np. działu zakupów, korporacyjnych marketerów, czy pracowników działów HR).

Przystępując do monitoringu rynku, punktowania nieprawidłowości i w końcu ich eliminacji, CMRT uznało, że nade wszystko należy rozpocząć pracę od promocji samego prawa, dobrych

praktyk i upowszechnienia zapisów ustawy. Stąd taka kolejność działań i tak postawiony akcent w zadaniu publicznym: „po pierwsze informacja i edukacja”.

Na stronie www.cmrt.com.pl prócz standardowego formularza kontaktowego oraz formularza „zadaj pytanie”, pojawił się również mechanizm do zgłaszania nieprawidłowości – słowem do faktycznego monitorowania rynku usług turystycznych. W ramach kampanii opracowano **kompletne narzędzie do zgłaszania nieprawidłowości, właściwe narzędzie do monitoringu**. Współpracując z kancelarią prawną stworzono dokumentację służącą zgłaszaniu, przyjmowaniu i rejestracji spraw zgodne z RODO. Powstał **rejestr spraw, regulamin zgłaszania i rozpatrywania zgłoszeń, wewnętrzna procedura postępowania ze zgłoszeniem, procedura kontaktu z monitorowanym i zgłaszającym, w końcu szablony listów do monitorowanego oraz urzędów**. W mediach społecznościowych przeprowadzono kampanię zachęcającą branżę do korzystania z narzędzi.

CMRT nie zarejestrowało wielu zgłoszeń. Mamy świadomość, że zdobycie zaufania do inicjatywy w tak wrażliwym temacie trwa jakiś czas. Również funkcja „sygnalisty” nie jest łatwym zadaniem i stanowi spory opór w branży. Zanotowano kilka zgłoszeń, które nie były zasadne: przykład szkoła językowa organizująca ferie i kolonie oraz plener fotograficzny proponowany przez znanego fotografa. W jednym i drugim przypadku organizator okazał się działającym prawidłowo - szkoła językowej nie znajdziemy w ewidencji, ale ten sam właściciel, w ramach innej swoje spółki, turystycznej zapewnia zgodny wszystko zgodnie z wymogami ustawy. Plener fotograficzny natomiast realizuje wyjazdy, imprezy turystyczne w co-produkcji z profesjonalnym biurem podróży.

CMRT podjęło natomiast kilkadziesiąt kontaktów (głównie telefonicznych), w celu porady prawnej. Wszystkie pytania zostały przekierowane do zespołu pracującego nad poradnikiem Q&A zasilając pulę pytań do ekspertów. To co zaskoczyło, to stosunkowo duża liczba kontaktów (tu również głównie telefonicznych) w sprawach nie związanych z kompetencjami CMRT.

Być może to z powodu tego, że kampania przypadła na burzliwy dla turystyki moment. Wystarczy wymienić: wojna w Ukrainie, konflikt palestyńsko – izraelski, płonące latem wyspy Grecji... Biuro CMRT przyjęło kilkadziesiąt telefonów, z pytaniami typu: *jechać – czy nie jechać do Egiptu, Czy na Krecie jest już bezpiecznie, czy będzie uruchomiona pomoc dla organizatorów w związku z pożarami na Rodos* (tu z pomocą wyszła współpraca partnerska z UFG i wspólne przygotowanie komunikatu prasowego). Odnotowano też telefony z prośbą o interwencję w

sporze z turoperatorami - klasyczne reklamacje. W takich sytuacjach telefonujący do CMRT mógł liczyć na wsparcie Polskiej Izby Turystyki - CMRT kontaktowało strony ze sobą.

Najliczniejsze były telefony i maile od przedsiębiorców, właścicieli i marketerów agencji, oczekujące porady prawnego lub interpretacji zapisu w ustawie lub rozporządzeniu, co pokazało jak potrzebne byłoby posiadanie takiego telefonu z prawnym dyżurem na stałe.

Kampania informacyjna i edukacyjna mająca na celu podniesienie standardów bezpieczeństwa, dobrych praktyk, konkurencyjności i rzetelności na rynku usług turystycznych”, realizowana przez Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel (SOIT), w ramach branżowej inicjatywy Centrum Monitoringu Rynku Turystycznego (CMRT) nie mogłaby być realizowana z sukcesem bez wsparcia branżowych ekspertów – wolontariuszy. W pracach nad projektem udział wzięli:

- Olga Krzemińska – Zasadzka, prezes Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel
- Barbara Czerwińska – Albin, wiceprezeska Departament Turystyki Dziecięcej i Młodzieżowej w Polskiej Izbie Turystyki
- Łukasz Adamowicz prezes Together Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń
- Paweł Niewiadomski, prezes Polskiej Izby Turystyki
- Marcin Mazur, członek Rady Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego,
- Cezary Wilemajtys członek zarządu Together
- Konrad Wielgórski członek zarządu Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel
- Krzysztof Szadurski, wiceprezes Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego.

W drugiej części konferencji Łukasz Adamowicz prezes Together Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń poprowadził dyskusję dotyczącą wniosków z obserwacji poczynionych w trakcie wykonania zadania. Wspólnie z zaproszonymi do debaty, podjęto się naszkicowania wizji, w jaki sposób CMRT może służyć branży w przyszłość. W rozmowie uczestniczyli obok prezesa Adamowicza, Izabela Stelmańska - zastępca dyrektora Departamentu Kultury, Promocji i Turystyki Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie oraz prezes Zarządu Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, dr Dominik Borek dyrektor w Departamencie Turystyki w Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz członkowie Rady CMRT: Konrad Wielgórski – członek zarządu w Stowarzyszeniu Organizatorów Incentive Travel oraz Marcin Mazur, członek Rady Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego. W rozmowie wybrzmiała aprobata do prowadzonych działań i ich praktycznego wpływu na wiedzę dot. stosowania prawa w branży. Podkreślono faktyczne przełożenie działań Centrum na

rozpoznawalność jego misji w środowisku agencji eventowych (Konrad Wielgórski), zarejestrowano (Izabela Stelmańska) zwiększone zainteresowanie przedsiębiorców rejestracją w ewidencji organizatorów turystyki. dr D. Borek podzielił się refleksjami nad pracą w zespole redakcyjnym e-book „Q&A - regulacje prawne rynku usług turystycznych – zagadnienia i analizy” wskazując na powtarzalność pytań, częste niezrozumienie bardziej niż świadome ignorowanie prawa. Marcin Mazur, który jako wolontariusz akcji uczestniczył jako prelegent w jednym z wystąpień CMRT podczas branżowego forum (Idea Horeca w Poznaniu) i który mógł osobiście zbierać pytania do „skrzynki pytań”, uczestniczyć w polemikach „na żywo” z branżowcami, podsumował dyskusję, iż kontynuacja działań Centrum jest więcej niż pożądana. Na koniec, dr Borek pogratulował inicjatywie CMRT zdobycia osobowości prawnej (od lipca br. inicjatywa CMRT stała się Fundacją CMRT), co rokuje pozytywnie na przyszłą aktywność CMRT i ułatwić powinno działania (możliwość pozyskiwania funduszy).



CENTRUM MONITORINGU
RYNKU TURYSTYCZNEGO
ul. Puławska 457
02-844 Warszawa
+48 728 728 451
www.cmrt.com.pl