



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura w Warszawie

LWA.410.020.04.2018

Pan
Jan Błoński
Prezes
Mazowieckiej Regionalnej
Organizacji Turystycznej
ul. Nowy Świat 27
00-029 Warszawa

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

P/18/026
Promocja turystyczna Polski

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Delegatura w Warszawie
ul. Filtrowa 57, 02-056 Warszawa
T +48 22 444 57 72, F +48 22 444 57 62
lwa@nik.gov.pl
Adres korespondencyjny: Skr. poczt. P-14, 00-950 Warszawa 1

I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna, ul. Nowy Świat 27, 00-029 Warszawa
Kierownik jednostki kontrolowanej	Jan Błoński, Prezes, od 30 maja 2011 r.
Zakres przedmiotowy kontroli	Działania w zakresie promocji turystyki oraz informacji turystycznej w kraju i za granicą
Okres objęty kontrolą	Lata 2015-2018 (do czasu zakończenia czynności kontrolnych), z wykorzystaniem dowodów sporządzonych przed tym okresem
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 3 pkt 1 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli ¹
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Warszawie
Kontroler	Witold Markiewicz, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr LWA/156/2018 z 10 października 2018 r. (akta kontroli Tom I str.1)

¹ Dz. U. z 2017 r. poz. 524 ze zm., dalej: ustawa o NIK

II. Ocena ogólna² kontrolowanej działalności

OCENA OGÓLNA	Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej ³ w zakresie promocji turystyki oraz informacji turystycznej w kraju i za granicą.
Uzasadnienie oceny ogólnej	MROT prawidłowo realizowała działania w powyższym zakresie; były one skuteczne i efektywne. W okresie objętym kontrolą Organizacja zrealizowała pięć zadań promujących walory turystyczne Mazowsza i województwa mazowieckiego, współfinansowanych ze środków publicznych łączną kwotą 1 967 585,81 zł (dotacje UE, Ministerstwa Sportu i Turystyki⁴ oraz Samorządu Województwa Mazowieckiego⁵. Pozyskane dotacje zostały rzetelnie i terminowo rozliczone. Działanie MROT obejmowało w badanym okresie promocję kilkudziesięciu produktów turystycznych, w tym produktów markowych (np. Królewski Ogród Światła w Wilanowie) i innowacyjnych (np. Farma Iluzji w Mościskach), co pozwoliło na osiągnięcie poziomu promowania powyżej 20 produktów turystycznych w każdym z badanych lat. Plany działania MROT każdorazowo budowane były wokół głównego wydarzenia medialnego w danym roku, jak np. Światowe Dni Młodzieży oraz produktów turystycznych, takich jak np.: Szlak Książąt Mazowieckich czy Szlak Chopinowski. Współpracowano z jednostkami samorządu terytorialnego, lokalnymi organizacjami turystycznymi, touroperatorami wykorzystując w promocji turystyki markowe produkty regionalne, wydarzenia sportowe, kulturalne i gospodarcze. Efektem działań MROT było m.in. zwiększenie zainteresowania przynależnością do Organizacji, co skutkowało wzrostem liczby jej członków⁶ z 76 w 2015 r. do 91 w 2018 r.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego kontrolowanej działalności

OBSZAR	Działania w zakresie promocji turystyki oraz informacji turystycznej w kraju i za granicą.
Opis stanu faktycznego	1. Realizacja działań dotyczących promocji turystycznej i informacji turystycznej. 1.1 Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna działa na podstawie przepisów ustawy z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach⁷ i jest zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym⁸. Obszarem działania Organizacji jest województwo mazowieckie. (akta kontroli Tom I str.18-24) 1.2 MROT działa w oparciu o statut uchwalony przez Walne Zebranie Członków Stowarzyszenia w dniu 21 marca 2018 r. Statut MROT jest zgodny z wymogami art. 10 ust. 1 ww. ustawy Prawo o stowarzyszeniach. (akta kontroli Tom I str. 2-17) 1.3 Według stanu na 30 czerwca 2018 r. członkami MROT było 91 podmiotów, w tym samorząd województwa mazowieckiego oraz Miasto Stołeczne Warszawa. W okresie objętym kontrolą liczba członków ulegała zwiększeniu z 76 w 2015 r. i 83 w 2016 r. do 87 w 2017 r. (akta kontroli Tom I str. 25-38, 186-189)

² Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną, jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

³ Dalej także: MROT lub Organizacja.

⁴ Dalej także: MSiT.

⁵ Dalej także: SWM.

⁶ Do MROT należą samorządy, przedsiębiorcy, instytucje kultury i organizacje pozarządowe, działające w obszarze turystyki i kultury na Mazowszu.

⁷ Dz. U. z 2017 r., poz. 210, dalej także: ustawa Prawo o stowarzyszeniach.

⁸ Numer KRS: 0000260657. MROT zarejestrowano 18 lipca 2006 r.

1.4 MROT jest od 2016 r. członkiem Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych, gdzie w ramach współpracy prowadzono konsultacje projektów działań Polskiej Organizacji Turystycznej⁹ dedykowanych turystycznym organizacjom regionalnym, uczestniczono w pracach nad nową ustawą o promocji turystycznej Polski (w tym o POT), wypracowywano wspólne stanowisko w odniesieniu do promocji turystycznej Polski. Jest też od 2011 r. członkiem stowarzyszonym Krajowej Izby Gospodarczej, gdzie działa na rzecz zwiększenia roli i znaczenia gospodarki turystycznej oraz stymulowania współpracy międzysektorowej. MROT w latach 2015-2018 (I połowa) nie należała do międzynarodowych organizacji turystycznych.

(akta kontroli Tom I str. 25-38)

1.5 Zgodnie z postanowieniami statutu MROT Walne Zebranie Członków, w marcu każdego roku, zatwierdzało w drodze uchwał: plan działalności i plan finansowy MROT na dany rok oraz sprawozdanie finansowe za rok poprzedni¹⁰. W latach 2015-2017 były to roczne plany działania, a w 2018 r. uchwalono po raz pierwszy długofalowy plan działania w zakresie promocji turystycznej Mazowsza na rok 2018 z perspektywą do roku 2023. Tym razem dokument wskazuje długofalową wizję i misję MROT oraz główne kierunki działań realizacyjnych w okresie pięcioletnim.

(akta kontroli Tom I str. 55-211)

1.6 Strona internetowa MROT (www.mrot.pl) zawiera podstawowe informacje o działalności MROT, w tym informację o organizacji, prezentację członków, dokumenty dla nowych członków (w tym statut), obszary działań statutowych MROT, realizowane projekty. Wszystkie dokumenty zamieszczone na stronie internetowej są aktualne. Na ww. stronie MROT nie zamieszczała planów merytorycznych i finansowych oraz sprawozdań merytorycznych i finansowych za lata 2015-2017.

MROT, z częstotliwością raz na tydzień, realizuje także wysyłkę newslettera do swoich członków. Newsletter zawiera informacje z bieżącego tygodnia o działaniach realizowanych przez MROT oraz o głównych wydarzeniach kulturowo-turystycznych na terenie województwa mazowieckiego.

(akta kontroli Tom I str. 212-217)

Dyrektor Biura MROT wyjaśniła, że plany działania, plany finansowe oraz sprawozdania merytoryczne i finansowe są wysyłane do wszystkich członków MROT drogą elektroniczną każdorazowo wraz z zaproszeniem na Walne Zebranie, podczas którego są wręczane w formie drukowanej. Dodała też, że „MROT nie ma obowiązku umieszczania ww. dokumentów na stronie internetowej, a żadna organizacja członkowska MROT ani żadna inna nie wystąpiła z takim żądaniem do MROT”.

(akta kontroli Tom I str. 25-38)

1.7 W rocznych planach działalności MROT na lata 2015-2018 zaplanowano tzw. „kotwice medialne” i „lokomotywy”, obejmujące w danym roku główne wydarzenie promocyjne. Takim wydarzeniem w 2015 r. był Rok Świętego Jana Pawła II, w 2016 r. były to Światowe Dni Młodzieży, w 2017 r. Rok Rzeki Wisły, w 2018 r. jest to Jubileusz 100-lecia odzyskania przez Polskę Niepodległości, a w jego ramach otwarcie Muzeum Józefa Piłsudskiego w Sulejówku i otwarcie Muzeum Historii Polski w warszawskiej Cytadeli.

W ww. planach wskazano, iż jednym z priorytetów w działalności na rzecz rozwoju turystyki w województwie mazowieckim jest realizacja rozwoju sieciowych produktów turystycznych. W planach działalności MROT każdorazowo były wskazywane projekty realizowane przy wykorzystaniu środków UE w ramach RPO WM 2007-2013. Były to: „Szlaki turystyczne dziedzictwa kulturalnego Mazowsza” i „Moda na Mazowsze”. Plany obejmowały zarówno działania na rzecz realizacji projektów, jak i działania na rzecz utrzymania trwałości obu projektów po ich zakończeniu.

Do roku 2015 MROT prowadziła promocję województwa i jego produktów turystycznych podczas zagranicznych targów turystycznych. Następnie bazując na Strategii rozwoju turystyki w województwie mazowieckim na lata 2015-2020¹¹ podjęto decyzję o koncentracji

⁹ Dalej także: POT.

¹⁰ Walne Zebrania MROT odbyły się: 31 marca 2016 r., 22 marca 2017 r. i 21 marca 2018 r.

¹¹ Działania promocyjne MROT wynikały z przyjętej do realizacji Strategii Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2014-2020; dokumentu uchwalonego przez Sejmik Województwa Mazowieckiego.

działań promocyjnych na rynku krajowym i zminimalizowaniu działań podejmowanych na rynkach zagranicznych¹².

W zakresie promocji za granicą MROT współpracuje z Polską Organizacją Turystyczną i jej Ośrodkami Zagranicznymi, Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi oraz branżą turystyczną. Współpraca ta polega m.in. na: organizacji wizyt studyjnych dla tour operatorów i dziennikarzy, produkcji filmów promujących Polskę na poszczególnych rynkach, prowadzeniu portalu turystycznego w językach obcych, przekazywaniu informacji dotyczących rynku turystycznego Mazowsza.

Promowane przez MROT sieciowe produkty turystyczne Mazowsza w latach 2015 -2018 to : Weekend z Termami Mszczonów, Industrialne Mazowsze, Legendy i Baśnie Mazowsza, Wielki Gościniec Litewski, Szlak Folkloru i Smaków Mazowsza, Szlak Chopinowski, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920, Szlak Książąt Mazowieckich, Mazowsze na Filmowo, Skarbiec Mazowiecki, Szlak Frontu Wschodniego I Wojny Światowej na Mazowszu, Śladami Nadbużańskich Tajemnic, Mazowiecki Szlak Literacki, Odkryj rzeki Mazowsza, Misja Kampinos.

Wymienione produkty obejmują różne obszary (rodzaje) turystyki: turystykę kulturową, kulinarną, aktywną i specjalistyczną, turystykę wiejską, turystykę dzieci i młodzieży oraz turystykę rodzinną i weekendową. W związku z faktem, iż są to produkty sieciowe oferta jest zdywersyfikowana i w ramach jednego produktu funkcjonują oferty odnoszące się do kilku rodzajów turystyki.

W każdym rocznym planie działania MROT zdefiniowane były działania promocyjne, tj. uczestnictwo w wybranych targach krajowych (TOUR SALON w Poznaniu, GLOB w Katowicach, Na styku Kultur w Łodzi, LATO i REGIONALIA w Warszawie, TT Warsaw, World Travel Show w Warszawie¹³), uczestnictwo w imprezach promocyjnych plenerowych, współorganizacja ważnych dla branży turystycznej wydarzeń (np. Sejmik Turystyczny Województwa Mazowieckiego), organizacja wizyt studyjnych we współpracy z Ośrodkami Zagranicznymi POT, rozwój Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej – certyfikacja centrów i punktów IT, stała współpraca z centrami i punktami – dystrybucja materiałów informacyjnych i promocyjnych, zainstalowanie ekspozytorów promocyjnych, doradztwo w zakresie zakładania i prowadzenia IT, znakowanie logo Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznej, realizacja szkoleń i study tourów po Mazowszu dla pracowników centrów i punktów IT.

W 2015 r. MROT zakończył realizację projektu finansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach RPO WM na lata 2007-2013 pt. „Szlaki turystyczne dziedzictwa kulturalnego Mazowsza”. W ramach tego projektu oznakowano ok.1000 km dróg na Mazowszu oraz atrakcje turystyczne, w tym 60 obiektów turystycznych związanych z kulturowym dziedzictwem Mazowsza; wyprodukowano 36 tysięcy przewodników w czterech wersjach językowych; zbudowano stronę internetową (dziedzictwomazowsza.pl) wraz z aplikacją mobilną; zmotywowano lokalne organizacje turystyczne¹⁴, samorządy, przedsiębiorców oraz innych partnerów do wspólnego działania.

(akta kontroli Tom I str. 32-38, 66-119, 147-211)

Każdy z badanych planów działalności MROT był spójny ze Strategią rozwoju turystyki. Określenie działań priorytetowych w danym roku wynikało z przyjęcia do realizacji lub kontynuowania celów strategicznych¹⁵.

Odnosnie braku wskazania w planach działalności MROT priorytetowych rynków zagranicznych w promocji turystyki Mazowsza Dyrektor Biura MROT wyjaśniła, że zgodnie z decyzją Samorządu Województwa od 2016 r. promocja turystyczna województwa koncentruje się na rynku krajowym, przede wszystkim na mieszkańcach Warszawy i Mazowsza, w drugiej kolejności na województwach ościennych.

¹² Zgodnie ze Strategią rozwój turystyki w województwie mazowieckim musi opierać się na realistycznej ocenie obecnej sytuacji: atrakcyjność turystyczna województwa jest minimalna i niemal w całości skupiona w Warszawie. Najbardziej obiecującym – i w chwili obecnej jedynym realistycznym – kierunkiem rozwoju turystyki w województwie są wyjazdy na Mazowsze warszawiaków. Dodatkowym kierunkiem w odniesieniu do turystów odwiedzających Warszawę może być poszerzenie ich pobytów o Mazowsze. „Krajową specjalizacją turystyczną Mazowsza jest przyciąganie na pozawarszawskie tereny regionu odwiedzin i pobytów turystycznych warszawiaków oraz zmaksymalizowanie wewnątrzregionalnego przepływu ruchu turystycznego, poczynając od turystyki młodzieży

¹³ MROT od 2016 r. zgodnie z decyzją Samorządu Województwa Mazowieckiego nie uczestniczy w targach zagranicznych.

¹⁴ Dalej także: LOT.

¹⁵ W latach 2015 -2016 przyjęte do realizacji działania były spójne z celem: A1,A2, A3, A4 i B1 Strategii rozwoju turystyki; w 2017 r. były to cele: A2, A3, A4, B3, D1, D2, D3,E1 i E2, a w 2018 r. szło o cele: A1,A2,A3, A4, B1, D1 i D2.

(akta kontroli Tom I str. 32-38)

1.8 Dodatni wynik finansowy (zysk) MROT odnotował w roku 2015 i 2016, odpowiednio: 87 985,55 zł i 832,82 zł. Rok 2017 zamknięto ujemnym wynikiem finansowym (strata) w kwocie 121 863,90 zł.

Dyrektor Biura MROT wyjaśniła m.in., że dokonano operacji księgowej polegającej na skreśleniu z ewidencji księgowej należności nieściągalnych w wysokości 181 020 zł przez wyksięgowanie tych należności w pozostałe koszty operacyjne, co wpłynęło na zmianę księgowego wyniku finansowego Stowarzyszenia: z przed wyksięgowania 59 156,10 zł na (-) 121 863,90 zł oraz, że wynik finansowy wykazany w sprawozdaniu nie wpływa na płynność finansową MROT oraz zostanie pokryty z wpływów przyszłych okresów.

(akta kontroli Tom I str. 32-38, 120-146)

1.9 W okresie objętym kontrolą w Biurze MROT zatrudnionych było 6 osób wraz z dyrektorem Biura. Zarząd MROT liczył również 6 osób.

Koszty wynagrodzeń (wraz z pochodnymi) pracowników Biura wyniosły w 2015 r. – 505 073,89 zł (78,5 % kosztów administracyjnych), w 2016 r. – 481 125,75 zł (72,3 %) i w 2017 r. – 473 919,91 zł. (74,2 %). Koszty wynagrodzeń za I półrocze 2018 r. wyniosły 248 672,13 zł i stanowiły 69,2 % kosztów administracyjnych MROT.

W MROT nie powołano wyodrębnionej komórki organizacyjnej zajmującej się promocją i informacją turystyczną. Zadania z tego zakresu były przypisane czterem pracownikom Biura, którzy odpowiadali za rozwój systemu informacji turystycznej na obszarze województwa mazowieckiego poprzez doradztwo w zakresie uruchamiania punktów IT. MROT pełni obowiązki Regionalnej Komisji Certyfikującej w ramach Polskiego Systemu Informacji Turystycznej realizowanego przez POT.

(akta kontroli Tom I str. 32-54)

1.10 Cele i zadania statutowe MROT były, w okresie objętym kontrolą, finansowane ze składek członkowskich, dotacji i dofinansowań ze środków Samorządu Województwa Mazowieckiego oraz Ministerstwa Sportu i Turystyki.

W 2015 r. przychody z dotacji publicznych stanowiły 52,4 % przychodów z działalności statutowej MROT, w 2016 r. udział tych środków wyniósł 11,3 %, a w 2017 r. spadł do poziomu 3,1 %. W 2018 r. (do 30 czerwca) Organizacja nie uzyskała przychodów z dotacji publicznych. Dotacje w kwocie 1 352 627,78 zł pochodziły z budżetu Samorządu Województwa Mazowieckiego i w kwocie 23 107,66 zł z budżetu MSiT.

(akta kontroli Tom I str. 218-222)

1.11 MROT nie prowadzi działalności gospodarczej (w tym, jako lokalny touroperator) i nie jest podatnikiem VAT.

(akta kontroli Tom I str. 218-222)

1.12 Do kosztów realizacji działań statutowych MROT, związanych z promocją turystyki w województwie mazowieckim, należały koszty związane z poniesieniem wydatków na wydawnictwa i materiały informacyjne i promocyjne, organizację i udział w targach oraz innych wydarzeniach promocyjnych, organizacją study tourów oraz realizacją działań public relation i media relation.

W 2015 r. na realizację powyższych zadań wydatkowano 69 059,70 zł, w 2016 r. 192 465,48 zł, w 2017 r. 175 406,89 zł i w I półroczu 2018 r. 86 933,41 zł.

Do kosztów wsparcia informacji turystycznej należały koszty związane z utrzymaniem systemów informacyjnych (tj. stron internetowych oraz portalu produktowego) oraz z dystrybucją materiałów informacyjno-promocyjnych do punktów informacji turystycznej w województwie mazowieckim.

W 2015 r. na te zadania wydatkowano 51 419,33 zł, w 2016 r. 89 158,98 zł, w 2017 r. 55 022,78 zł i w I półroczu 2018 r. 24 340 zł.

Udział procentowy łącznych kosztów realizacji ww. działań w ogólnej kwocie kosztów realizacji zadań statutowych MROT wyniósł w poszczególnych latach odpowiednio: 7,2 %, 43,2 %, 47,6 % i 58,6 %.

(akta kontroli Tom I str. 218-222)

1.13 W badanym okresie MROT pozyskała jedną dotację z Ministerstwa Sportu i Turystyki w wysokości 29 050 zł przeznaczoną na współfinansowanie zadania pn. *Ludzie dla turystyki – rozwój mazowieckich kadr na rzecz rozwoju gospodarki turystycznej regionu*.

Dyrektor Biura MROT wyjaśniła m.in., że w latach 2016 - 2017 MROT składała wnioski o dofinansowanie projektów ze środków MSiT (Moda na Mazowsze, jako modelowe

rozwiązanie w zakresie partnerstwa publiczno-prywatnego w obszarze produktu turystycznego -2016 oraz Rozwój i komercjalizacja sieciowych markowych produktów turystycznych Mazowsza - (2017), ale nie znalazły się one na liście zadań publicznych dofinansowanych przez resort. MROT zrealizowała ww. projekty ze środków własnych, jako działania statutowe, które zostały zatwierdzone w planie działań na rok 2016 i 2017.

(akta kontroli Tom I str.223)

1.14 Badanie szczegółowe ww. dotacji MSiT wykazało, że środki te przekazano zgodnie z umową nr 2015.0024/0118/400T/DT zawartą 2 czerwca 2015 r. przez Ministra Sportu i Turystyki oraz MROT na podstawie oferty realizacji zadania publicznego.

Przedmiotem umowy było zorganizowanie akcji szkoleniowej dla osób działających na rzecz turystyki na Mazowszu. Zgodnie z ofertą MROT zadanie obejmowało: promocję projektu w celu upowszechnienia informacji o możliwości uczestnictwa w szkoleniach, rekrutację uczestników szkolenia i konferencji podsumowującej, organizację szkoleń dla trzech grup interesariuszy: pracowników jst, pracowników branży turystycznej, pracowników organizacji pozarządowych, organizację konferencji podsumowującej. Umowa była realizowana w okresie od 1 kwietnia do 10 grudnia 2015 r.

Zgodnie z kosztorysem ofertowym i umową koszt zadania miał wynosić 58.100 zł i być pokryty po połowie dotacji MSiT i ze środków własnych MROT.

Sprawozdanie końcowe z wykonania zadania publicznego MROT złożyła do MSiT zgodnie z terminem ustalonym w umowie w dniu 11 stycznia 2016 r., a po dokonaniu wskazanych przez MSiT korekt w dniu 17 lutego 2016 r.

Pismem z dnia 24 lutego 2016 r. MSiT (Departament Turystyki) przyjęło sprawozdanie z wykonania zadania w zakresie rzeczowym i finansowym, przy czym nie uznano kwoty 5 942,34 zł, jako wydatku kwalifikowalnego i o tę kwotę zmniejszono wysokość udzielonej dotacji¹⁶.

Rzeczywisty koszt realizacji zadania wyniósł 58 114,22 zł i został pokryty z dotacji kwotą 23 107,66 zł (tj. 39,8 % kosztów) i ze środków własnych MROT kwotą 35 006,56 zł (60,2% kosztów).

(akta kontroli Tom I str. 224-267)

1.15 W 2015 r. MROT nie realizowała zadań współfinansowanych ze środków Samorządu Województwa Mazowieckiego ani z innych jednostek samorządowych.

W 2016 r. MROT zrealizowała dwa takie zadania:

- zadanie pn. *Rozwój, komercjalizacja i promocja sieciowych produktów turystycznych województwa mazowieckiego*, którego łączny koszt wyniósł 67 796,37zł, w tym: kwota dotacji 33 000 tys. zł oraz środki własne MROT w kwocie 34 796,37 zł,
- zadanie pn. *Turniej Miast na Szlaku Książąt Mazowieckich Anno Domini 2016*, którego łączny koszt wyniósł 30 821,53 zł, w tym: kwota dotacji 20 000 zł oraz środki własne MROT w kwocie 10 821,53 zł.

W 2017 r. MROT zrealizowała jedno zadanie pn. *Utrzymanie systemu promocji szlaków turystycznych Dziedzictwa Mazowsza*, którego łączny koszt wyniósł 49 806 zł, w tym kwota dotacji 37 000 zł oraz środki własne MROT w kwocie 12 806 zł.

W I połowie 2018 r. MROT rozpoczęła realizację czterech zadań, na podstawie umów, których podpisanie nastąpiło po 30 czerwca 2018 r.¹⁷.

(akta kontroli Tom I str. 293-295)

1.16 Szczegółowe badanie realizacji ww. zadań wykazało, że zadania te były realizowane na podstawie umów zawartych z Zarządem Województwa Mazowieckiego na podstawie ofert MROT na realizację zadania publicznego.

Ustalono, że:

¹⁶ MSiT zakwestionowało finansowanie z dotacji udziału tych samych osób w wymiarze 60 osobodni w cyklu szkoleń i zażądało zwrotu naliczonej proporcjonalnie kwoty, co nastąpiło 23 lutego 2016 r.

¹⁷ Są to następujące zadania: umowa nr 681/UMWM/07/2018/KP-IV/D-T z dnia 21 sierpnia 2018 r., zadanie pn. *Rozwój i promocja produktów turystyki kulturowej w ramach Szlaków Turystycznych Dziedzictwa Mazowsza*, kwota dofinansowania 45 000 zł, ogólna wartość projektu 58 200 zł; umowa nr 680/UMWM/07/2018/KP-IV/D-T z dnia 21 sierpnia 2018 r., zadanie pn. *Rozwój systemu promocji sieciowych produktów turystycznych województwa mazowieckiego*, kwota dofinansowania 50 000 zł, ogólna wartość projektu 69 660 zł; umowa nr 877/UMWM/07/2018/KP-IV/D-T z dnia 20 sierpnia 2018 r., zadanie pn. *Fortyfikacje i obiekty wojskowe na Mazowszu. Etap I. Identyfikacja i opracowanie dokumentacji*, kwota dofinansowania 20 000 zł, ogólna wartość projektu 26 000 zł; umowa nr 1068/UMWM/09/2018/KP-IV/D-T z dnia 11 października 2018 r., zadanie pn. *Mazowsze „MyWay” – promocja tras rowerowych i atrakcji okolic Warszawy wśród młodzieży*, kwota dofinansowania 27 000 zł, ogólna wartość projektu 34 000 zł.

a/ zadanie pn. *Tumiej Miast na Szlaku Książąt Mazowieckich Anno Domini 2016* było realizowane na podstawie umowy nr 74/KP-IV/D-K/16 zawartej 7 października 2016 r. Przedmiotem umowy było przeprowadzenie 7 zawodów turniejowych w miastach uczestnikach turnieju: Liw, Przasnysz, Sanniki, Ostrów Maz., Warka, Zwoleń i Czersk, organizacja konferencji inaugurującej i podsumowującej, promocja wizualna i medialna wydarzenia. Umowa była realizowana w okresie od 1 czerwca do 30 listopada 2016 r.

Zgodnie z kosztorysem ofertowym koszt zadania miał wynosić 30 300 zł i być pokryty w części ze środków dotacji z UMWM w wysokości 20 000 zł (67 %).

Sprawozdanie końcowe z wykonania zadania publicznego MROT złożyła w terminie ustalonym w umowie w dniu 23 grudnia 2016 r.

Pismem z dnia 13.03.2017 r. UMWM (Departament Kultury, Promocji i Turystyki) przyjęło sprawozdanie z wykonania zadania w zakresie udzielonego wsparcia finansowego w wysokości 20 000 zł.

Rzeczywisty koszt realizacji zadania wyniósł 30 821,53 zł, tj. był wyższy od kosztorysu ofertowego o 521,53 zł i został pokryty z dotacji kwotą 20 000 zł (tj. 64,9 % kosztów) i ze środków własnych MROT kwotą 10 821,53 zł (35,1 %).

b/ zadanie pn. *Rozwój, komercjalizacja i promocja sieciowych produktów turystycznych województwa mazowieckiego* było realizowane na podstawie umowy nr 18/KP-IV/D-T/16 zawartej 28 października 2016 r.

Przedmiotem umowy było opracowanie i wyprodukowanie kart produktowych dla 8 sieciowych produktów turystycznych województwa mazowieckiego (tj. Weekend z Termami Mszczonowskimi, Industrialne Mazowsze, Legendy i Baśnie Mazowsza, Wielki Gościniec Litewski, Folklor i Smaki Mazowsza, Szlak Chopinowski, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920, Szlak Książąt Mazowieckich) oraz dwóch rodzajów stojaków promocyjnych (ekspozytorów). Zgodnie z ofertą MROT zadanie obejmowało: opracowanie merytoryczne i wydrukowanie 2000 sztuk kart produktowych, zaprojektowanie i wykonanie dwóch typów stojaków ofertowych (ekspozytorów) w ilości 64 sztuk oraz emisję promocyjnych audycji radiowych w mediach publicznych. Umowa była realizowana w okresie od 9 września do 30 listopada 2016 r.

Zgodnie z kosztorysem ofertowym koszt zadania miał wynosić 64 600 zł i być pokryty w części z dotacji z UMWM w kwocie 33 000 zł (51,6 %).

Sprawozdanie końcowe z wykonania zadania publicznego MROT złożyła zgodnie z terminem ustalonym w umowie w dniu 23 grudnia 2016 r.

Pismem z dnia 06.02.2017 r. UMWM (Departament Kultury, Promocji i Turystyki) przyjęło sprawozdanie z wykonania zadania w zakresie udzielonego wsparcia finansowego w wysokości 33 000 zł.

Rzeczywisty koszt realizacji zadania wyniósł 67 796,37 zł i był wyższy od kosztorysu ofertowego o 3 196,37 zł. Koszty zostały pokryte z dotacji kwotą 33 000 zł (tj. 48,7 % kosztów) i ze środków własnych MROT kwotą 34 796,37 zł (51,3 %).

c/ zadanie pn. *Utrzymanie systemu promocji szlaków turystycznych Dziedzictwa Mazowsza* było realizowane na podstawie umowy nr 232/UMWM/07/2017/KP-IV/D-T zawartej 10 sierpnia 2017 r.

Przedmiotem umowy było przeprowadzenie audytu oznakowania trzech wybranych szlaków turystycznych Dziedzictwa Mazowsza (200 lokalizacji), zaktualizowanie portalu internetowego i aplikacji mobilnej, druk 15000 sztuk przewodników dotyczących: Szlaku Chopinowskiego, Szlaku Bitwy Warszawskiej 1920, Szlaku Książąt Mazowieckich. Umowa była realizowana w okresie od 26 kwietnia do 16 sierpnia 2017 r.

Zgodnie z kosztorysem ofertowym koszt zadania miał wynosić 49 800 zł i być pokryty w części ze środków dotacji UMWM w wysokości 37 000 zł (74,3 %).

Sprawozdanie końcowe z wykonania zadania publicznego MROT złożyła po terminie ustalonym w umowie w dniu 30 września 2016 r.¹⁸

Pismem z dnia 26.01.2018 r. UMWM (Departament Kultury, Promocji i Turystyki) przyjęło sprawozdanie z wykonania zadania w zakresie udzielonego wsparcia finansowego w wysokości 37 000 zł.

¹⁸ Opóźnienie wyniosło 14 dni, przy czym MROT poinformowała UMWM o trudnościach w dochowaniu terminu i wniosowała o zgodę na jego przesunięcie do 30 września 2016 r.

Rzeczywisty koszt realizacji zadania wyniósł 49 806 zł i był wyższy od kosztorysu ofertowego o 6 zł. Koszty zostały pokryte z dotacji kwotą 37 000 zł (tj. 74,3 % kosztów) i ze środków własnych MROT kwotą 12 806 zł (25,7 %).

(akta kontroli Tom I str. 296-245)

Szczegółowa analiza dokumentów księgowych obejmujących wydatki na pokrycie kosztów realizacji dofinansowywanych ww. czterech zadań, w tym 100 % środków z dotacji MSiT i z Urzędu Marszałkowskiego wykazała, że dowody księgowe spełniały wymagania określone w ustawie z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości¹⁹ w zakresie rzetelności i kompletności ich sporządzenia oraz w zakresie ich merytorycznego i formalno-rachunkowego sprawdzenia i zatwierdzenia do wypłaty przez upoważnioną osobę.

(akta kontroli Tom I str. 268-293)

1.17 W okresie objętym kontrolą MROT nie realizowała projektów dotyczących promocji turystyki oraz promocji województwa/regionu w ramach krajowych i transgranicznych programów operacyjnych, dofinansowanych ze środków funduszy UE na lata 2013-2017 oraz na lata 2014-2020.

(akta kontroli Tom I str. 426)

1.18 W badanym okresie MROT zrealizowała jeden projekt dofinansowany ze środków UE w ramach RPO WM 2007-2013 pn. *Szlaki turystyczne dziedzictwa kulturalnego Mazowsza*. Projekt był realizowany w latach 2008-2015 (30 września), a jego koszt wyniósł 1 761 047,63 zł. W 2015 r. wydatkowano kwotę 1 219 666,62 zł w całości pochodzącą ze środków dotacji przekazanej przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażającą.

(akta kontroli Tom I str. 427)

1.19 W opinii Zarządu MROT zmiany w ustawie o POT nie są potrzebne. Należy zachować obecną spójną, trójstopniową strukturę pionową. System POT - ROT - LOT powinien funkcjonować, w oparciu o ustawę o POT oraz istniejące prawo o stowarzyszeniach.

W systemie organizacji turystyki można jednak wskazać działania, które powinny być koordynowane, nadzorowane i finansowane z poziomu centralnego (najlepiej przez POT). Najważniejsze z nich to badania turystyki, które dziś są nieobligatoryjnym działaniem organizowanym wg własnego pomysłu i możliwości finansowych przez poszczególne ROT-, przez co nie ma możliwości porównywania wskaźników w różnych regionach ani latach. W opinii MROT, badania ruchu turystycznego powinny być organizowane i finansowane centralnie (przez POT), wg jednolitej metodologii, z poziomem szczegółowości zapewniającym minimum możliwość porównywania do siebie regionów. Należy uzupełnić dane zebrane przez GUS i zapewnić informację o przychodach generowanych przez branżę dla budżetu państwa i poszczególnych regionów. Tylko taka informacja, (że turystyka przynosi konkretne przychody dla Polski, regionów i poszczególnych gmin) może być podstawą do przekazywania odpowiednich środków na promocje turystyki przez władze państwowe i samorządowe do POT-u, ROT-w i LOT-w.

(akta kontroli Tom I str. 32-38)

Opis stanu
faktycznego

2. Efektywność i skuteczność realizacji działań dotyczących promocji turystyki oraz informacji turystycznej.

2.1 Dyrektor Biura MROT wyjaśniła m.in., że Strategia rozwoju turystyki w województwie mazowieckim jest głównym i jedynym dokumentem planistycznym, który jest mapą drogową oraz wskazuje główne kierunki rozwoju. Wszystkie podmioty zainteresowane rozwojem turystyki w regionie wpisują swoje działania w kierunki określone przez Strategię. MROT była koordynatorem podczas opracowywania Strategii na zlecenie Samorządu Województwa na podstawie zawartej umowy. Plany działalności MROT opracowywane odrębnie na każdy rok mają charakter planów operacyjnych do Strategii. Zapewnia to integrację i spójność działań.

(akta kontroli Tom II str. 293-496, 500-508)

Na obszarze działania MROT znajduje się 14 certyfikowanych produktów turystycznych, na które składają się obiekty kultury, muzea, zabytki oraz cykliczne imprezy tematyczne. W tej liczbie 10 produktów, posiadających certyfikat regionalnej organizacji turystycznej ma

¹⁹ Dz. U. 2018 r. poz. 395, ze zm.

znaczenie regionalne²⁰, a cztery posiadające certyfikat POT mają znaczenie ponadregionalne²¹. Produkty te są związane z turystyką edukacyjną w zakresie dziedzictwa kulturowego i historycznego Polski i Mazowsza. Zainteresowanie turystów poszczególnymi produktami wynosi co roku od kilku tysięcy (np. Międzynarodowy Turniej Smaków na Zamku w Liwie) do kilkuset tysięcy osób (np. Polin - Muzeum Historii Żydów Polskich). Szczególnym produktem w tej grupie jest Centrum Nauki Kopernik, które co roku odwiedza ponad milion osób. Powyższe produkty są zarządzane przez różne podmioty działające w sferze gospodarki turystycznej. Obiekty i imprezy są dostępne odpłatnie, przy czym stosowane są promocje i upusty cenowe dla różnych kategorii osób.

W okresie objętym kontrolą MROT promowała w skali każdego roku powyżej 20 produktów turystycznych, w tym 13 produktów sieciowych²², w skład których wchodziło od kilku do kilkunastu produktów prostych, łącznie 67 produktów.

(akta kontroli Tom II str. 36-38, 497-499)

2.2 MROT jest jedną z organizacji turystycznych zajmujących się promocją Mazowsza wśród turystów i potencjalnych turystów w ramach systemu promocji, który tworzą także: Stołeczne Biuro Turystyki, Warszawska Organizacja Turystyczna, Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego oraz grupa przedsiębiorców branżowych.

Dyrektor Biura wyjaśniła, że specyfiką Warszawy i Mazowsza jest odrębność oferty turystycznej miasta i regionu, co skutkuje odrębnością odbiorców obydwu ofert. Oferta Warszawy jest kierowana zarówno do turystów z Polski jak i zza granicy, oferta Mazowsza głównie do mieszkańców Polski, a w szczególności do mieszkańców Warszawy. Co do zasady więc promocją produktów turystycznych za granicą zajmuje się Stołeczne Biuro Turystyki i Warszawska Organizacja Turystyczna.

Od 2015 r. MROT nie prowadziła samodzielnie promocji województwa i jego produktów turystycznych podczas zagranicznych targów turystycznych. Bazując na Strategii Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2014-2020 podjęto decyzję o koncentracji działań promocyjnych na rynku krajowym i zminimalizowaniu działań podejmowanych na rynkach zagranicznych.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

2.3 i 2.4. W ramach czterech zadań publicznych związanych z upowszechnianiem i promocją turystyki oraz informacją turystyczną osiągnięto założone efekty:

a/ w przypadku projektu pn. *Ludzie dla Turystyki* przeszkolono 190 uczestników warsztatów (szkolenia zrealizowano dla trzech grup beneficjentów: samorząd, branża turystyczna i organizacje pozarządowe, z których każda odbyła po trzy szkolenia), opracowano podstronę projektu i zorganizowano konferencję podsumowującą. Rezultatem projektu było podniesienie kwalifikacji kadr działających na rzecz rozwoju turystyki, a także przeprowadzono diagnozę potrzeb szkoleniowych oraz głównych problemów w zakresie rozwoju zasobów ludzkich oraz wypracowano zrzęby regionalnego programu na rzecz profesjonalizacji kadr działających dla turystyki,

b/ w przypadku projektu pn. *Turniej Miast na Szlaku Książąt Mazowieckich* przeprowadzono w 7 miastach zawody turniejowe według autorskich scenariuszy, opracowano i wydrukowano 25000 ulotek, 500 kolorowych plakatów reklamowych, wyprodukowano 8 przenośnych flag reklamowych. Rezultatem projektu była promocja Szlaku Książąt Mazowieckich w mediach, co przyczyniło się do wzrostu zainteresowania turystów i organizatorów oferty turystycznej Szlakiem Książąt Mazowieckich i poszczególnymi miejscowościami na tym szlaku,

c/ w przypadku projektu pn. *Rozwój, komercjalizacja i promocja sieciowych produktów turystycznych województwa mazowieckiego* opracowano i wyprodukowano karty dla 8 produktów sieciowych województwa mazowieckiego wraz z dwoma typami stojaków

²⁰ Są to: Muzeum Zbrojownia na Zamku w Liwie, Zielone Świątki na Urzeczcu, Młyn Gąsiorowo, Park Rozrywki w Julinku, Międzynarodowy Turniej Smaków na Zamku w Liwie, Muzeum Starożytnego Hutnictwa im. Stefana Woydy w Pruszkowie, Zimowy Narodowy w Warszawie, Gamizon Modlin-historia Europy w sercu Polski, Odkryj z nami Płock, Królewski Ogród Świątla w Wilanowie.

²¹ Centrum Nauki Kopernik, Festiwal Kultury Żydowskiej – Warszawa Singera, Farma iluzji w Mościskach, Polin- Muzeum historii Żydów Polskich.

²² Są to: Szlak Folkloru i Smaków Mazowsza (10 elementów), Wielki Gościniec Litewski (7 elementów), Weekend z Termami Mszczonowskimi (3 elementy), Szlak Chopinowski (5 elementów), Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 r. (4 elementy), Legendy i Baśnie Mazowsza (2 elementy), Industrialne Mazowsze (4 elementy), Szlak Książąt Mazowieckich (7 elementów), Mazowsze na Filmowo (5 elementów), Mazowiecki Szlak Literacki (7 elementów), Szlak Frontu Wschodniego I Wojny Światowej na Mazowszu (twierdza Modlin), Skarbiec Mazowsza (6 elementów), Misja Kampinos (6 elementów).

promocyjnych (ekspozytorów), które rozmieszczono w punktach informacji turystycznej i węzłowych punktach szlaku, a także u partnerów projektu; zrealizowano osiem programów poświęconych wszystkim produktom sieciowym w Radiu dla Ciebie. Rezultatem projektu było umocnienie pozycji sieciowych produktów turystycznych na rynku i przygotowanie do rozszerzenia sieci każdego z produktów poprzez intensyfikację działalności liderów sieciowych produktów turystycznych i podległych im roboczych grup produktowych, d/ w przypadku projektu pn. *Utrzymanie systemu promocji szlaków turystycznych Dziedzictwa Mazowsza* wydrukowano 15000 egzemplarzy przewodników turystycznych po trzech szlakach turystycznych: Szlak Książąt Mazowieckich, Szlak Bitwy Warszawskiej 1920, Szlak Chopinowski, przeprowadzono audyt terenowy 202 lokalizacji turystycznych znaków drogowych oraz tablic informacyjnych na tych szlakach, zweryfikowano oraz zaktualizowano treści portalu www.dziedzictwomazowsza.pl i aplikacji mobilnej Dziedzictwo Mazowsza. Rezultatem projektu jest prowadzenie spójnej komunikacji promocyjnej w zakresie wizualizacji oraz rozpoznawalności produktów turystycznych Mazowsza. Realizacja powyższego projektu była konsekwencją zrealizowanego w latach 2008-2015 projektu wynikającego z RPO WM na lata 2007-2013 zleconego MROT przez Urząd Marszałkowski. Realizacja tego programu, zakończona w 2015 r., przyniosła efekty w postaci opracowania koncepcji i programu rozwoju tych trzech szlaków turystycznych, oznakowania 85 obiektów na tych szlakach, rozmieszczenia 250 drogowych tablic informacyjnych, wydrukowania 36 000 egzemplarzy przewodników turystycznych po tych szlakach w czterech wersjach językowych, uruchomienia dedykowanej strony internetowej oraz aplikacji mobilnej.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

2.5 Zgodnie ze Strategią rozwoju systemu informacji turystycznej w województwie mazowieckim²³, na system informacji turystycznej składają się: centra i punkty informacji turystycznej oraz główny portal informacyjno-promocyjny Mazowsza²⁴. MROT nie finansuje działalności i nie prowadzi centrów i punktów IT, jest natomiast administratorem portalu informacyjnego www.mazowszetraavel i prowadzi także działania informacyjno-promocyjne w mediach społecznościowych.

Według stanu na 30 czerwca 2018 r. na terenie województwa mazowieckiego działa 21 skategoryzowanych²⁵ punktów informacji turystycznej²⁶, które zostały objęte: jednolitym oznakowaniem (opracowano Katalog Identyfikacji Wizualnej wraz z logo Mazowieckiego Systemu IT), wsparciem doradczym (bieżące doradztwo świadczone przez pracowników MROT), dystrybucją materiałów promocyjnych i informacyjnych (MROT w każdym kwartale organizuje wysyłkę nowych materiałów informacyjnych i promocyjnych), wsparciem szkoleniowym (MROT organizuje samodzielnie lub we współpracy z POT szkolenia dla pracowników centrów i punktów IT), wsparciem sprzętowym (MROT przekazała otrzymane od POT komputery oraz infokioski na podstawie odrębnych umów). Centra i punkty IT zostały wyposażone w jednolitą sieć stojaków promocyjnych prezentujących sieciowe produkty turystyczne Mazowsza.

(akta kontroli Tom II str.1-35, 39-362,)

2.6 Działania MROT w zakresie wspierania rozwoju i funkcjonowania informacji turystycznej polegały na: opracowaniu i wdrożeniu systemu identyfikacji wizualnej, oznakowaniu dojazdu do punktów informacji turystycznej znakami drogowymi D34, rozdyskrebowanie infokiosków i komputerów wśród centrów i punktów informacji turystycznej, podnoszeniu kwalifikacji kadr centrów i punktów IT dzięki zrealizowaniu szkoleń oraz wizyt studyjnych dla informatorów, wyposażeniu centrów i punktów IT w materiały promocyjne i informacyjne (tj. przewodniki, mapy, foldery oraz sieć ekspozytorów promocyjnych wraz z kartami ofertowymi). Odnosnie projektu Obserwatorium Turystyki – jak wyjaśniła dyrektor Biura – MROT aktywnie uczestniczyła w roboczych spotkaniach konsultacyjnych organizowanych przez POT, gdzie prezentowała swoje stanowisko popierające omawianą ideę.

²³ Dokument opracowany w 2008 r. przez Polską Agencję Rozwoju Turystyki S.A. na zlecenie MROT i Urzędu Marszałkowskiego.

²⁴ www.mazowsze.travel.

²⁵ Kategoryzację przeprowadza Regionalna Komisja Certyfikacyjna działająca przy MROT a weryfikację Krajowa Komisja Certyfikująca działająca w ramach POT.

²⁶ Centrów i punktów IT w 2015 r. było 21, a w latach 2016-2017 – 23.

Współpraca MROT z Narodowym Portalem Turystycznym polega na cyklicznym przekazywaniu informacji dotyczących atrakcji turystycznych Mazowsza, aktualizacji danych teled adresowych obiektów turystycznych oraz centrów i punktów informacji turystycznej.

(akta kontroli Tom II str. 1-35, 276-292)

2.7 MROT wykorzystuje narzędzia internetowe na potrzeby promocji regionalnych produktów turystycznych, takie jak: regionalny serwis turystyczny www.mazowsze.travel, gdzie w zakładce „warto zobaczyć” prezentowane są produkty turystyczne oraz oferty partnerów współpracujących w ramach produktu. W ramach realizacji projektu *Szlaki turystyczne dziedzictwa kulturalnego Mazowsza* dla produktów Szlak Chopinowski, Szlak Książąt Mazowieckich oraz Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 r. powstał serwis internetowy www.dziedzictwomazowsza.pl oraz aplikacja mobilna o tej samej nazwie. Oba narzędzia skupiają się na promocji obiektów i atrakcji turystycznych znajdujących się na szlakach.

Na potrzeby promocji wybranych grup produktowych lub ofert MROT wykorzystuje: serwis internetowy www.modanamazowsze.pl – serwis blogowy promujący najciekawsze obiekty i atrakcje turystyczne regionu, w tym również produkty turystyczne. Prowadzone są również działania promocyjne w mediach społecznościowych poprzez fanpage na Facebooku: [fb/mrot](https://www.facebook.com/mrot) oraz [fb/modanamazowsze](https://www.facebook.com/modanamazowsze), oraz profil [modanamazowsze](https://www.instagram.com/modanamazowsze) na Instagramie.

Podstawowym narzędziem wykorzystywanym w komunikacji z członkami organizacji, partnerami oraz czytelnikami serwisów internetowych jest newsletter, który raz w tygodniu rozsyłany jest do 1000 subskrybentów.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

2.8 Na terenie działania MROT funkcjonuje jedna karta turystyczna Warsaw Pass obejmująca dostęp do 18 obiektów muzealnych, kulturalnych i zabytków zlokalizowanych na obszarze m.st. Warszawy i bliskich okolic. Karta jest dostępna w punktach warszawskiej informacji turystycznej lub online²⁷ za 119 zł. MROT nie jest operatorem ani partnerem tego projektu.

Dyrektor Biura MROT wyjaśniła m.in., że tematyka związana z wdrożeniem Karty Turystycznej na Mazowszu, pilotażowo w ramach produktu Mazowsze Chopina, była analizowana przez MROT, jednakże koszty zaprojektowania, implementacji oraz utrzymania tego przedsięwzięcia przekraczają możliwości budżetowe MROT, a nie było możliwości pozyskania na nie środków ze źródeł zewnętrznych.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

2.9 W okresie objętym kontrolą MROT wydała szereg publikacji promujących atrakcje regionalne województwa mazowieckiego, których nakład zwiększał się z roku na rok. Wydawnictwa publikowane przez MROT były dystrybuowane poprzez punkty i centra informacji turystycznej oraz podczas targów turystycznych i imprez plenerowych, w których uczestniczyła Organizacja.

Były to m.in. przewodniki wydane w czterech wersjach językowych:

- przewodnik Szlak Chopinowski w nakładzie 26000,
- przewodnik Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 w nakładzie 14880,
- przewodnik Szlak Książąt Mazowieckich w nakładzie 21000,
- przewodnik Mazowsze na Filmowo w nakładzie 5500 egzemplarzy, a ponadto:
- mapa atrakcji turystycznych województwa mazowieckiego w nakładzie 26000,
- mapa Camping i Caravanning w nakładzie 2100,
- mapa The Best Places Around Warsaw w nakładzie 4100,
- mapa W kręgu żydowskiego dziedzictwa w nakładzie 4100.

Wydano także:

- karty ofertowe sieciowych produktów turystycznych w nakładzie 870000,
- katalog *Moda na Mazowsze* w nakładzie 2000,
- katalog *Produkty Turystyczne Województwa Mazowieckiego* w nakładzie 5000
- katalog *ALL AROUND WARSAW* w nakładzie 5000 egzemplarzy.

MROT jest też wydawcą periodyku pt. *Moda na Mazowsze*, którego 13 numerów wydano w łącznym nakładzie 64300 oraz numeru specjalnego *Moda na Mazowsze KIDS&FUN* w nakładzie 10000 egzemplarzy.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

²⁷ Strona <https://warsawtour.pl/zaplanuj-pobyt/warsaw-pass-o-karcie/>

2.10 W badanym okresie MROT była organizatorem własnego stoiska wystawieniczoinformacyjnego w takich imprezach targowych, jak: ITB w Berlinie, World Hotel w Warszawie, Na styku kultur w Łodzi, GLOB w Katowicach, a we współpracy z Samorządem Województwa Mazowieckiego uczestniczyła w targach: LATO w Warszawie, Tour Salon w Poznaniu, TT Warsaw, World Travel Show w Nadarzynie, Agrotavel w Kielcach.

MROT uczestniczyła w licznych krajowych imprezach i wydarzeniach kulturalnych. Były to m.in. Zielone Świątki na Urzeczu, Turniej Smaków na Zamku w Liwie, Dożynki Województwa Mazowieckiego, Festiwal Miodu i Chleba, Dzień Tradycji Rzeczypospolitej na Zamku w Pułtusku, Dni Konstancina-Jeziorny, Międzynarodowy Turniej Smaków w Węgrowie. W ramach tych wydarzeń MROT organizowała własne stoisko promocyjne wyposażone w materiały i wydawnictwa, gdzie promowano hasło programowe Moda na Mazowsze.

MROT współorganizowała i obsługiwała wizyty studyjne dla zagranicznych dziennikarzy branżowych i touroperatorów m.in. z Włoch, Chin, Niemiec, Danii, USA.

(akta kontroli Tom III str. 1-35)

2.11 MROT współpracowała w okresie objętym kontrolą z branżą turystyczną Mazowsza poprzez: organizację bezpośrednich spotkań tour operatorów z dostawcami produktów i usług, organizację konferencji i warsztatów branżowych, organizację wizyt studyjnych.

Jednym z takich działań w obszarze B2B był workshop zorganizowany przez MROT²⁸, w którym wzięli udział operatorzy produktów turystycznych na Mazowszu, podmioty prywatne i pozarządowe, które posiadają konkretną ofertę dotyczącą Mazowsza oraz biura podróży zainteresowane ofertą turystyczną Mazowsza. Podczas workshopu było 9 stolików, przy których rezydowali partnerzy posiadający ofertę spędzania czasu np. noclegi, gastronomia, park rozrywki, imprezy, atrakcje dla dzieci, rejsy.

Efektem workshopu było zapoznanie tour operatorów i biur podróży z potencjałem województwa mazowieckiego, doprowadzenie do nawiązania bezpośrednich kontaktów oraz umieszczenie ofert z Mazowsza w ofertach prezentowanych i sprzedawanych przez branżę turystyczną.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

2.12 W okresie objętym kontrolą MROT nie uczestniczyła w tworzeniu w województwie klastrów turystycznych.

W latach 2009-2011 MROT uczestniczyła jako podmiot doradczy w projekcie pn. *Proces rozwoju inicjatywy klastrowej w branży turystycznej*²⁹. Rolą MROT było upowszechnienie informacji o projekcie wśród swoich członków. Przedsiębiorcy zainteresowani utworzeniem klastra wyrazili gotowość przystąpienia do kolejnego etapu i wystąpili z wnioskiem o dofinansowanie projektu pn. *Koncepcja rozwoju obszarów strategicznych i działań w ramach klastra branży turystycznej*. Wniosek nie uzyskał jednak planowanego wsparcia finansowego i zainteresowani przedsiębiorcy odstąpili od sfinansowania projektu z własnego budżetu.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

2.13 W badanym okresie MROT, realizując prerogatywy wynikające z art. 4 ust. 3 pkt 3 ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej³⁰, opiniowała – poprzez Regionalną Kapitułę Turystycznych Znaków Drogowych – projekty stałej organizacji ruchu dla turystycznych znaków drogowych z grupy E22 dla kilkudziesięciu miejsc i obiektów turystycznych, zlokalizowanych na obszarze województwa mazowieckiego oraz uzgodniła wizualizację takich znaków.

(akta kontroli Tom II str. 1-35, 264-272)

2.14 W latach 2015-2018 (30 czerwca) MROT przeprowadziła 23 szkolenia warsztatowe w zakresie promowanych projektów turystycznych, w których uczestniczyły 343 osoby. Szkolenia w 13 przypadkach były finansowane przez MROT, a w 10 przypadkach ze wsparciem finansowym środków publicznych z budżetu POT.

(akta kontroli Tom II str. 1-35)

²⁸ Impreza odbyła się 12 października 2017 r. w Centrum Kultury Wilanów w Warszawie.

²⁹ Projekt stanowił część projektu „KIGNET INNOWACJE – izbowy system wsparcia innowacyjności przedsiębiorstw”, współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, Działanie 5.2: Wsparcie instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi proinnowacyjne oraz ich sieci o znaczeniu ponadregionalnym.

³⁰ Dz. U. z 2018 r. poz. 563

Stwierdzone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono
nieprawidłowości

IV. Uwagi i wnioski

W związku z niestwierdzeniem nieprawidłowości Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje
uwag i wniosków.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla
kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

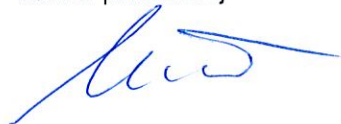
Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

Zgodnie z art. 54 ustawy o NIK kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo
zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie
21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do dyrektora Delegatury NIK
w Warszawie. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 ustawy o NIK, nie
przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały
w sprawie zastrzeżeń.

Warszawa, dnia 28 listopada 2018 r.

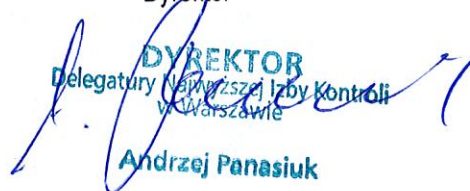
Kontroler

Witold Markiewicz
Gł. specjalista
kontroli państwowej



Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Warszawie

Dyrektor



DYREKTOR
Delegatury Najwyższej Izby Kontroli
w Warszawie
Andrzej Panasiuk