

Biura podróży oraz certyfikowane produkty turystyczne łączą siły podczas Akademii Produktu Turystycznego

14.5.2026 - | Polska Organizacja Turystyczna

Ponad 80 Certyfikowanych Produktów Turystycznych z całej Polski, dziesiątki spotkań branżowych i dwa dni rozmów o tym, jak skuteczniej sprzedawać polską turystykę. W Warszawie odbyła się Akademia Produktu Turystycznego 2026, zorganizowana przez Polską Organizację Turystyczną. Wydarzenie zgromadziło przedstawicieli branży turystycznej, biur podróży oraz twórców najciekawszych i najwyżej ocenianych atrakcji turystycznych w kraju, wyróżnionych Certyfikatem POT.

Akademia została pomyślana jako praktyczna platforma współpracy pomiędzy gestorami **Certyfikowanych Produktów Turystycznych** a organizatorami turystyki. Jej głównym celem było zwiększenie obecności wyróżnionych w konkursie **Polskiej Organizacji Turystycznej „Na Najlepszy Produkt Turystyczny”** produktów, w ofertach biur podróży oraz budowanie nowych relacji biznesowych, które mogą przełożyć się na rozwój turystyki zorganizowanej w Polsce.

Certyfikowane Produkty Turystyczne to miejsca, wydarzenia i atrakcje wyróżniane przez **Polską Organizację Turystyczną** za wysoką jakość usług, autentyczność oraz unikalny charakter. Wśród nich znajdują się zarówno rozpoznawalne atrakcje, jak i mniej oczywiste miejsca posiadające duży potencjał dla turystyki krajowej i przyjazdowej. Akademia była okazją do pokazania, że wiele z tych produktów jest gotowych do szerszej współpracy z branżą i może stać się ważnym elementem ofert touroperatorów.

W inauguracji wydarzenia udział wzięli **Ireneusz Raś - Sekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki, Magdalena Krucz - Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej, Paweł Niewiadomski - Prezes Polskiej Izby Turystyki oraz dr Adam Zaborowski, doradca prezesa ds. marketingu i promocji w Grupie „Gromada”.**

O ogromnym potencjale polskiej turystyki oraz potrzebie dalszej profesjonalizacji branży mówił podczas otwarcia Akademii, Ireneusz Raś - Sekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki. W swoim wystąpieniu podkreślał, że polska turystyka znajduje się dziś w wyjątkowym momencie rozwoju, a Certyfikowane Produkty Turystyczne mogą stać się jednym z najważniejszych narzędzi budowania silnej marki Polski za granicą. Zwracał uwagę, że krajowa oferta turystyczna coraz częściej reprezentuje poziom światowy, jednak nadal potrzebuje lepszej organizacji, profesjonalizacji i skuteczniejszej promocji.

„W Polsce mamy już wiele produktów turystycznych na światowym poziomie i ogromny potencjał dalszego rozwoju. Dzisiaj potrzebujemy przede wszystkim inspiracji, odwagi i mądrego połączenia jakości produktów z nowoczesną promocją. Musimy nauczyć się jeszcze lepiej opowiadać o Polsce i pokazywać nasze wyjątkowe miejsca jako część dużego, atrakcyjnego produktu turystycznego. Jestem przekonany, że przed polską turystyką jest bardzo dobry czas, a takie spotkania jak Akademia Produktu Turystycznego pomagają budować współpracę, profesjonalizację i nowe pomysły dla całej branży” - powiedział **Ireneusz Raś, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki.**

Z kolei **Magdalena Krucz - Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej** mówiła o tym, że **Akademia Produktu Turystycznego** ma być przede wszystkim miejscem realnego spotkania branży turystycznej z przedstawicielami **Certyfikowanych Produktów Turystycznych**. Jak zaznaczyła, mimo ponad **23 edycji konkursu** i setek wyróżnionych atrakcji, wiele z nich nadal nie funkcjonuje szeroko w ofertach biur podróży. Celem Akademii jest więc nie tylko promocja produktów, ale przede wszystkim budowanie współpracy i tworzenie warunków do ich skutecznej komercjalizacji.

„Doszliśmy do wniosku, że potrzebna jest przestrzeń, w której te dwie strony będą mogły się spotkać. Z jednej strony mamy przepiękne produkty turystyczne, często jeszcze nieoczywiste i niewystarczająco rozpoznane, a z drugiej branżę turystyczną, która chce je poznawać i włączać do swoich ofert. Chcemy, żeby produkty turystyczne usłyszały od branży, czego ona potrzebuje, ale też żeby same mogły pokazać swój potencjał, możliwości i ograniczenia. Dzisiaj otwieramy kolejny etap współpracy, bo do tej pory komunikowaliśmy certyfikowane produkty głównie do klientów, a teraz chcemy jeszcze mocniej otworzyć je na współpracę z biurami podróży i touroperatorami” - mówiła **Magdalena Krucz, Prezes POT**.

Pierwszy dzień Akademii poświęcono analizie trendów i wyzwań stojących przed rynkiem turystyki zorganizowanej. Eksperti i przedstawiciele branży rozmawiali o **kierunkach rozwoju turystyki w perspektywie lat 2026-2030**, oczekiwaniach współczesnych turystów oraz czynnikach decydujących o atrakcyjności produktu turystycznego. Dyskutowano również o barierach utrudniających wprowadzanie certyfikowanych produktów do katalogów organizatorów turystyki oraz o tym, jak przygotować ofertę odpowiadającą potrzebom rynku.

Istotnym elementem programu był panel dyskusyjny poświęcony pytaniu, dlaczego certyfikowane produkty nadal stosunkowo rzadko trafiają do regularnej sprzedaży w biurach podróży. Przedstawiciele POT, regionalnych organizacji turystycznych, gestorzy atrakcji oraz reprezentanci branży tourooperatorskiej rozmawiali o konieczności lepszego przygotowania ofert, budowania gotowych pakietów dla grup zorganizowanych oraz większego otwarcia na współpracę biznesową.

Paweł Niewiadomski, Prezes Polskiej Izby Turystyki, zwracał uwagę na dynamicznie zmieniające się zachowania współczesnych turystów i rosnące znaczenie produktów opartych na doświadczeniach: Te zmiany dotyczą przede wszystkim skróconego okresu wypoczynku, krótszych podróży, bliższych podróży, ale również podróży, które dają doświadczenia turystom. To właśnie doświadczenia trzeba dziś umiejętnie proponować jako jeden z najważniejszych elementów produktu turystycznego.

W programie znalazły się także seminaria pokazujące, jak przygotować atrakcję do sprzedaży przez organizatora turystyki oraz panel „**Dobre praktyki: Co dał mi certyfikat?**”, podczas którego przedstawiciele wyróżnionych produktów opowiadali o wpływie **Certyfikatu POT** na rozwój swojej działalności, rozpoznawalność marki i wzrost zainteresowania turystów.

Drugi dzień wydarzenia miał **charakter warsztatowo-biznesowy**. Uczestnicy pracowali nad praktycznymi aspektami komercjalizacji produktów turystycznych, przygotowaniem kompletnych pakietów informacji dla biur podróży oraz budowaniem ofert gotowych do wdrożenia przez organizatorów turystyki. Równolegle odbywały się seminaria dla touroperatorów i agentów turystycznych poświęcone komercjalizacji Certyfikatów POT.

Kulminacyjnym punktem wydarzenia był **Speed Dating B2B**, czyli seria krótkich spotkań

biznesowych pomiędzy przedstawicielami biur podróży a gestorami **Certyfikowanych Produktów Turystycznych**. Formuła rozmów stolikowych pozwoliła uczestnikom bezpośrednio zaprezentować swoje produkty, omówić możliwości współpracy i nawiązać kontakty, które mogą zaowocować obecnością polskich atrakcji w ofertach turystycznych na kolejne sezony.

Pierwsza edycja **Akademii Produktu Turystycznego** udowodniła, jak duży potencjał ma bezpośrednia współpraca między branżą turystyczną a twórcami certyfikowanych atrakcji i miejsc z całej Polski. Dwa dni rozmów, warsztatów i spotkań biznesowych stworzyły przestrzeń nie tylko do wymiany doświadczeń, ale także do nawiązywania kontaktów i inicjowania konkretnych projektów oraz nowych ofert dla turystyki zorganizowanej. Wydarzenie potwierdziło, że Certyfikowane Produkty Turystyczne to nie tylko gwarancja jakości, lecz także solidna podstawa do budowania konkurencyjnej oferty turystycznej.

<https://www.pot.gov.pl/pl/nawosci/wiadowosci-z-pot/biura-podrozy-oraz-certyfikowane-produkty-turystyczne-lacza-sily-podczas-akademii-produktu-turystycznego>