



# Strategia budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego

---

Toruń 2024



„Strategia budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego” została opracowana przez Biuro ds. Rozwoju Turystyki, Departamentu Sportu i Turystyki.

## Spis treści

|                                                                                                                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Wstęp .....                                                                                                                                                                                              | 4  |
| Diagnoza – załącznik do strategii.....                                                                                                                                                                   | 5  |
| Określenie misji i wizji .....                                                                                                                                                                           | 6  |
| Koncepcja budowy i promocji produktów turystycznych .....                                                                                                                                                | 9  |
| Cele i kierunki działania.....                                                                                                                                                                           | 12 |
| <b>Cel strategiczny 1.</b> Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego .....                                                                                             | 14 |
| <b>Cel taktyczny 1.</b> Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki. .... | 14 |
| <b>Cel taktyczny 2.</b> Promocja oferty turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego. ...                                                                                                               | 26 |
| <b>Cel strategiczny 2.</b> Zwiększenie znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie .....                                                                                                           | 38 |
| <b>Cel taktyczny 1.</b> Wzmocnienie i rozwój regionalnej i lokalnej współpracy interesariuszy instytucjonalnych .....                                                                                    | 38 |
| <b>Cel taktyczny 2.</b> Poprawa przepływu informacji o turystyce sprzyjającej tworzeniu i realizacji wspólnych projektów turystycznych.....                                                              | 41 |
| <b>Cel taktyczny 3.</b> Rozwój systemu badań monitorujących sektor turystyki.....                                                                                                                        | 44 |
| <b>Cel strategiczny 3.</b> Kształtowanie przestrzeni turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego .....                                                                                                 | 49 |
| <b>Cel taktyczny 1.</b> Tworzenie rozwiązań wspierających uprawianie turystyki aktywnej .....                                                                                                            | 50 |
| <b>Cel taktyczny 2.</b> Opracowanie narzędzi mających wpływ na kształtowanie i rozwój przestrzeni turystycznej .....                                                                                     | 53 |
| Wykaz projektów kluczowych .....                                                                                                                                                                         | 57 |
| System wdrażania, monitorowania i ewaluacji.....                                                                                                                                                         | 83 |
| Finansowanie działań .....                                                                                                                                                                               | 84 |
| Słowniczek .....                                                                                                                                                                                         | 85 |
| Spis tabel .....                                                                                                                                                                                         | 86 |
| Spis rysunków.....                                                                                                                                                                                       | 87 |



## Wstęp

Niniejsza Strategia budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego wynika ze Strategii Rozwoju Województwa Kujawsko-Pomorskiego - Strategia Przyspieszenia 2030 +. Została ona opracowana na lata 2025-2030, na podstawie przeprowadzonej diagnozy stanu turystyki w województwie kujawsko-pomorskim.

Strategia Przyspieszenia 2030+ komunikuje jasne i silne podstawy do działania. Wskazuje, że sposobem na rozwój województwa do 2030 roku powinno być wykorzystywanie różnorodności potencjałów endogenicznych, które stanowią rdzeń produktów turystycznych. Turystyka traktowana jest jako wielowymiarowa aktywność społeczno-gospodarcza, budująca konkurencyjność województwa w wymiarze gospodarczym. W równym stopniu przyczynia się ona zarówno do rozwoju gospodarczego województwa, poszerzając eksport usług, jak i do podnoszenia jakości życia mieszkańców, co wpływa na równomierne rozłożenie zasobów czasu i aktywności pomiędzy pracę a wypoczynek.

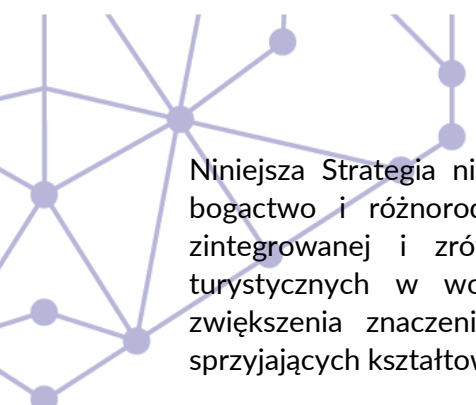
Niniejsza Strategia opracowana była w okresie po epidemicznym COVID-19 oraz w czasie wojny na Ukrainie. Wydarzenia te zmieniły postrzeganie turystyki i zostawiły po sobie dużą niepewność dotyczącą przyszłości i przeświadczenie, że przyszłość turystyki nigdy dotąd nie zależała tak bardzo od szeroko rozumianej branży turystycznej.

W wymiarze organizacyjnym turystyki, ostatnie lata były czasem dyskusji, zintegrowanych działań i pracy na poziomie lokalnym i regionalnym, zgodnie z zasadą turystyki zrównoważonej. Położenie szczególnego nacisku na działania Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej w ramach budowania marki turystycznej „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc”, polegające na tworzeniu sieci powiązań (konstelacji), a tym samym rozprowadzaniu ruchu turystycznego po całym województwie zagwarantuje spełnienie obietnicy odnalezienia w regionie SPOKOJU, IMPULSU do działania, oraz MOCY (wywodzącą się z marki Kujaw i Pomorza) – wystarczy nas odwiedzić. Rozwijana będzie idea, wg której „Konstelacje dobrych miejsc” pełnią rolę tzw. „marki parasolowej” dla miejsc o różnej tożsamości i różnego rodzaju walorach. Kujawsko-Pomorskie tworzy Konstelacje dobrych miejsc turystycznych, zróżnicowanych pod względem stopnia rozwoju, szczebla oddziaływania oraz rodzaju odbiorców.

Otoczający nas świat sprawił, że cechy oferty turystycznej regionu – ekologia, zrównoważony rozwój, dziedzictwo kulturowe, endogeniczność, małoskalowość – jeszcze niedawno uznawane jako słabości, stały się obecnie pożądanymi kryteriami wyszukiwania ofert turystycznych. Oferty te spełniają oczekiwania i światowe trendy w turystyce. Konceptje rozwoju endogenicznego w turystyce odwołują się do potrzeby wykorzystania własnych zasobów środowiska przyrodniczego, ekonomicznego, instytucjonalnego, społecznego i kulturowego, kompetencji i umiejętności społeczności lokalnej. Czynniki endogeniczne sprzyjają kreatywności. Należy podkreślić, że od nich zależy rozwój nowych działalności, idei i koncepcji, a także tworzenie produktów i atrakcji regionalnych. Stymulują one nowe metody zarządzania, mają wpływ na poziom przedsiębiorczości, nowe inicjatywy, sposoby zachowywania oraz komunikowania się<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Lokalna gospodarka turystyczna a rozwój regionów, Aleksandra Grabowska



Niniejsza Strategia nie kreuje nowych produktów. Nie jest to konieczne ze względu na bogactwo i różnorodność już istniejącej oferty turystycznej. Przedstawia za to ideę zintegrowanej i zrównoważonej koncepcji rozwoju budowy i promocji produktów turystycznych w województwie kujawsko-pomorskim. Dokument wskazuje na istotę zwiększenia znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie i tworzenie rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim.

## Diagnoza – załącznik do strategii



## Określenie misji i wizji

### Wizja

***Zintegrowana, różnorodna i zrównoważona oferta produktów turystycznych, przyczyniająca się do podniesienia jakości życia do typowej dla wysoko rozwiniętych regionów europejskich oraz wpływająca na wzrost konkurencyjności gospodarki turystycznej.***

Istniejąca oferta produktów turystycznych jest głęboko zakorzeniona w kulturowym, przyrodniczym i gospodarczym dziedzictwie województwa – tajemnicza, jak Pałuki, pełna przygód, jak Bory Tucholskie, fascynująca, jak Dolina Dolnej Wisły, nieodkryta, jak Bydgoszcz, w stylu slow, jak Pojezierze Brodnickie, z ułąską fantazją, jak Grudziądz, emanująca dobrą energią, jak nasze uzdrowiska, łagodna, jak Kociewie, sięgająca gwiazd, jak Toruń. Odpowiada przy tym na kluczowe potrzeby ludzkie odnoszące się do czasu wolnego, wypoczynku, budowania relacji społecznych i samorealizacji. W ten sposób bezpośrednio wpływa na jakość życia wszystkich mieszkańców województwa oraz turystów.

Oferta turystyczna jest zgodna z aspiracjami województwa dotyczącymi rozwoju turystyki na dużo większą skalę, niż miało to miejsce wcześniej. Jest wynikiem odpowiednio skomponowanej różnorodności, zintegrowania produktów ją tworzących pod względem organizacyjnym i marketingowym, a także zrównoważonego charakteru, który wynika z endogenicznych zasobów przyrodniczych, kulturowych, społecznych i gospodarczych. Turystyka traktowana jest jako pełniąca dynamiczną funkcję gospodarczą wzmacniającą konkurencyjność województwa.

Aby wizja mogła zostać osiągnięta należy zdefiniować czym charakteryzuje się oferta turystyczna przyczyniająca się do wysokiej jakości życia typowej dla wysoko rozwiniętych regionów europejskich.

### Misja

***Tworzymy zintegrowaną, zróżnicowaną i zrównoważoną ofertę regionów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, opartą na endogenicznych potencjałach regionu, z uwzględnieniem aspiracji i wyzwań współczesnego świata.***

Trzy atrybuty oferty turystycznej odnoszą się do największych wyzwań zidentyfikowanych na poziomie diagnozy:

- przypadkowość zamiast podkreślenia różnorodności oferty,
- niepełne wykorzystanie potencjałów endogenicznych do rozwoju turystyki w województwie,
- konieczność wpisania się w ideę zrównoważonego rozwoju.

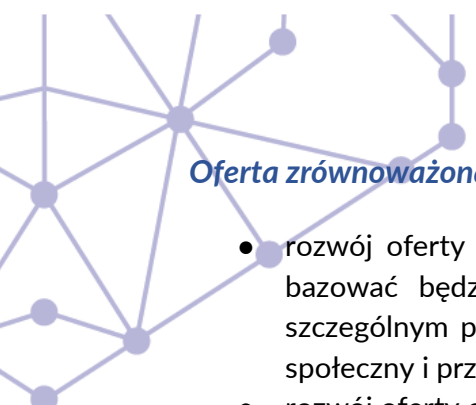
Podkreślenie tych aspektów w ramach realizacji założonych celów pozwoli na zaistnienie na odpowiednim poziomie atrakcyjnej, konkurencyjnej i pasującej do nowych wyzwań oferty turystycznej regionu. Dogłębne zrozumienie specyfiki regionalnej jest fundamentem dla tworzenia efektywnych strategii i planów rozwoju turystyki, które będą wspierać zarówno lokalną gospodarkę, jak i społeczność.

### *Oferta zintegrowana:*

- niezbędne jest usprawnienie zarządzania marką turystyczną regionu jak i wsparcie systemu doszkalania kadr nią zarządzających;
- położenie nacisku na kooperację poszczególnych obszarów produktowych regionu;
- tworzenie nowych możliwości wsparcia finansowania projektów turystycznych;
- prowadzenie spójnego marketingu regionów turystycznych, realizowanego zgodnie z koncepcją Konstelacji dobrych miejsc i "spiritus movens" marki kujawsko-pomorskiego, tj. „Spokój – Impuls – Moc”;
- sprzedaż produktów, w oparciu o czytelną i spójną narrację ofert przy wsparciu nowoczesnych technologii;

### *Oferta zróżnicowana:*

- wykorzystanie różnorodności potencjałów turystycznych regionu, poprzez stworzenie wielotematycznej oferty, jednocześnie wskazując na unikatowość i specjalizację każdego z potencjałów;
- zwiększenie roli bogatego i wieloimiennego dziedzictwa kulturowego, społecznego i gospodarczego województwa, a także promocja oferty zbudowanej na zróżnicowanym krajobrazie i walorach przyrodniczych;
- umocnienie znaczenia marki turystycznej regionu Konstelacje dobrych miejsc, tworzącej markę parasolową dla trzech głównych rodzajów/poziomów produktów turystycznych: produktowych obszarów turystycznych (Bydgoszcz, Toruń, Bory Tucholskie i Krajna, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska, Pałuki, Kujawy, Dolina Dolnej Wisły i ziemia chełmińska), szlaków turystycznych (Szlak Piastowski, Św. Jakuba, Kopernikowski oraz Wisły) oraz form turystyki;
- wzmocnienie konkurencyjności gospodarki poprzez różnorodność prowadzenia działalności turystycznej oraz możliwości spędzania czasu wolnego.



### Oferta zrównoważona:

- rozwój oferty dostosowany będzie do charakteru zabudowy i architektury regionu, bazować będzie na istniejących potencjałach endogenicznych województwa, ze szczególnym podkreśleniem troski o walory naturalne i kulturowe, a także o kapitał społeczny i przedsiębiorczość;
- rozwój oferty oparty będzie o włączenie społeczne oraz ideę przyspieszenia, która jest wizją rozwoju regionu i zakłada zapewnienie zarówno obiektywnej, jak i subiektywnej najwyższej jakości życia mieszkańców poprzez atrakcyjne możliwości realizacji czasu wolnego oraz wsparcie aktywności zawodowej;
- wzmocnienie konkurencyjności w wymiarze krajowym i międzynarodowym odbywać się będzie poprzez wykorzystanie bliskiego i przystępnego charakteru regionu, a także poprzez podkreślenie atrakcyjnego jego położenia jak i zrównoważone trendy społeczne i gospodarcze;
- wzmocniony zostanie dobrostan mieszkańców województwa, zarówno tych odnajdujących w jego ofercie turystycznej źródło spokoju i siły oraz impulsu do działania, jak i przedsiębiorców oraz osób zatrudnionych w sektorze turystycznym, którzy tworzą tę ofertę produktową;
- wzmocniony zostanie indywidualny dobrostan osób odwiedzających województwo kujawsko-pomorskie w celach turystycznych, a także szukających w ofercie produktów regionu źródła spokoju, siły i impulsu do działania;
- zapewnione zostanie wsparcie działalności gospodarczej, w tym społecznej w sektorze turystycznym, zapewnienie potencjalnym przedsiębiorcom atrakcyjnych warunków prowadzenia działalności turystycznej, a także podnoszenie orientacji przedsiębiorczej pracowników organizacji turystycznych, instytucji otoczenia rynkowego oraz pracowników samorządowych mających wpływ na rozwój turystyki w województwie;
- rozbudowa oferty turystycznej oparta będzie o system badań monitorujących ruch turystyczny, jak i wskaźniki wpływające na jakość życia mieszkańców, rozwój gospodarczy i zachowanie dziedzictwa przyrodniczego.



## Koncepcja budowy i promocji produktów turystycznych

W obliczu dynamicznie zmieniającego się świata, turystyka jako branża przechodzi przez istotne transformacje, kształtowane przez szereg uwarunkowań społecznych, technologicznych, ekonomicznych, środowiskowych oraz politycznych i regulacyjnych. Pandemia COVID-19 i kolejne zawirowania geopolityczne, jak wojna na Ukrainie, nadały tym zmianom nieprzewidywalny rytm, ale również uwypukliły pewne kierunki rozwoju. Zmiany w turystyce o największym natężeniu opierają się na transformacji klimatycznej i transformacji cyfrowej. Dotyczy to zarówno turystyki na świecie, w Polsce, w tym w układzie regionalnym.

Na całym świecie obserwuje się rosnące zainteresowanie wartościami takimi jak szczęście, samodoskonalenie i większa troska o zdrowie psychiczne oraz fizyczne. Wzrasta również świadomość ekologiczna, co przekłada się na popularność proekologicznych postaw i inicjatyw turystycznych. Ponadto, coraz więcej miejsca w przekazach medialnych i nie tylko, zajmują kwestie autentyczności, prawdy i wzajemnego szacunku, co odzwierciedla się w turystycznych preferencjach pokolenia Z. Pojawiają się również nowe segmenty rynku turystycznego, koncentrujące się na ofertach związanych z samorozwojem i chęcią przeżywania autentycznych doświadczeń przez turystów.

Z kolei dynamiczny rozwój technologii i usług opartych na chmurze przyczynia się do tworzenia spersonalizowanego środowiska cyfrowego dla osób w różnym wieku, tworząc indywidualne „bańki cyfrowe”. To zjawisko sprawia, że użytkownicy otrzymują treści dopasowane do ich oczekiwań, co skutkuje dynamiczną konkurencją o uwagę konsumentów.

Interesariusze sektora turystyki w województwie kujawsko-pomorskim, podobnie jak reszta świata, doświadczają wpływu niestabilnej sytuacji geopolitycznej oraz długotrwałych następstw pandemii. Te wydarzenia prowadzą do niestabilności na rynkach finansowych, co przekłada się na wzrost inflacji i zmniejszenie siły nabywczej mieszkańców. W efekcie, konsumenci ograniczają swoje wydatki do zaspokajania podstawowych potrzeb, redukując jednocześnie budżety przeznaczone na turystykę. W odpowiedzi na te wyzwania, w regionie rośnie zainteresowanie turystyką krajową, jako alternatywą dla kosztowniejszych podróży zagranicznych. Zmiany te wpływają również na budżety publiczne i prywatne, które są obciążone dodatkowymi kosztami związanymi z opieką zdrowotną po pandemii oraz wydatkami wynikającymi ze starzenia się społeczeństwa. Sektor turystyczny w województwie boryka się z brakami kadrowymi spowodowanymi przebranżowieniem pracowników oraz z trudnościami w pozyskiwaniu finansowania, co zmusza branżę do poszukiwania nowych rozwiązań i adaptacji do zmieniających się warunków.

Wszystkie te zmiany wskazują na ewolucję trendów w turystyce kierującą się ku większej dostępności, zrównoważonemu rozwojowi oraz innowacyjności w oferowanych usługach.

Rozpoznanie ewoluujących trendów w turystyce jest kluczowe dla efektywnego rozwijania i promowania atrakcji turystycznych regionu Kujaw i Pomorza, które mogą wykształcić przyszłość turystyki na Kujawach i Pomorzu, odzwierciedlając szanse, jakie niesie ze sobą zmieniający się kontekst globalny dla lokalnej oferty turystycznej. Biorąc pod uwagę założenia Strategii Przyspieszenia 2030+ województwa kujawsko-pomorskiego, potencjał turystyczny regionu, a także strukturę obecnych produktów turystycznych województwa, w niniejszym dokumencie określono następujące cele i kierunki działań.

**Cel strategiczny 1.** Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego, poprzez:

**Cel taktyczny 1.** Kształtowanie wizerunku z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych i wybranych form turystyki.

**Cel taktyczny 2.** Promocja oferty turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego

**Cel strategiczny 2.** Zwiększenie znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie

**Cel taktyczny 1.** Wzmocnienie i rozwój regionalnej i lokalnej współpracy interesariuszy instytucjonalnych

**Cel taktyczny 2.** Poprawa przepływu informacji o turystyce sprzyjającej tworzeniu i realizacji wspólnych projektów turystycznych

**Cel taktyczny 3.** Rozwój systemu badań monitorujących sektor turystyki - Barometr turystyczny województwa

**Cel strategiczny 3.** Tworzenie rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim

**Cel taktyczny 1.** Wsparcie rozwoju infrastruktury turystycznej

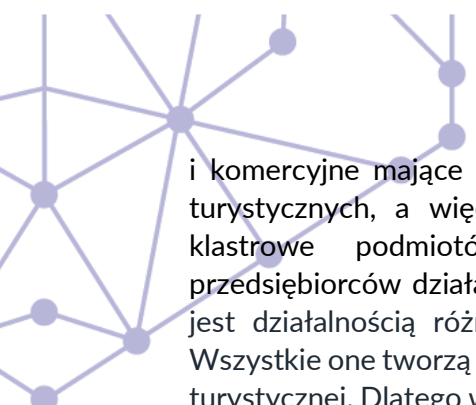
**Cel taktyczny 2.** Opracowanie narzędzi mających wpływ na kształtowanie przestrzeni turystycznej

Należy zaznaczyć, iż systematyczny rozwój wszystkich wyznaczonych przez dokument priorytetów, jest warunkiem niezbędnym do osiągnięcia założonych celów rozwoju turystyki województwa.

**Cel strategiczny 1.** skupia się na osiągnięciu celu poprzez wykorzystanie endogenicznych potencjałów, włączeniu społecznym, i wsparciu przedsiębiorczości, które jest kluczowe dla wzmocnienia tożsamości i konkurencyjności regionu. Kluczowym jest wskazanie i położenie nacisku na wzmocnienie marki turystycznej regionu tj. Kujawsko-Pomorskich konstelacji dobrych miejsc. W ramach idei konstelacji wyróżnione zostały takie obszary jak: Bydgoszcz oraz Toruń, Bory Tucholskie i Krajna, Dolina Dolnej Wisły i ziemia chełmińska, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska, Kujawy, Pałuki. W niniejszym dokumencie opisano działania mające na celu kształtowanie i wsparcie wizerunku tych właśnie obszarów, ze szczególnym naciskiem na elementy zrównoważonego rozwoju w turystyce. Równie ważnym segmentem wsparcia objęte zostały działania na szlakach turystycznych i kulturowych (Szlak Św. Jakuba, Szlak Piastowski, Szlak Kopernikowski) w województwie oraz formy turystyki takie jak np. turystyka wodna, która ze względu na położenie województwa i bogactwo Wisły stanowi jednocześnie skarb ale i niewykorzystany potencjał turystyczny.

**Cel strategiczny 2.** wskazuje na efektywny rozwój gospodarki poprzez współpracę pomiędzy podmiotami, instytucjami zarządzającymi turystyką w regionie. Współpraca opierać się powinna na dobrowolnym współdziałaniu, w którym autonomiczni interesariusze angażują się w interaktywny proces, wykorzystując wspólne reguły, normy i struktury, by działać i decydować w sprawach związanych z rozwojem turystyki w regionie. Zadania realizowane w ramach tak szeroko rozumianej kooperacji mogą stanowić np.: doradztwo, konsultacje, wspólne inwestycje infrastrukturalne, wspólne działania marketingowe (np. opracowanie jednego folderu, organizacja eventu, stosowanie wspólnego brandingu itp.). Rolą samorządu województwa jest programowanie oraz wsparcie takich działań. Niezwykle ważnym aspektem jest również systematyczne prowadzenie badań sektora turystyki. Tylko wtedy możliwe będzie podjęcie właściwych działań, które doprowadzą do optymalnego wykorzystania lokalnych zasobów, zwiększenia atrakcyjności regionu dla turystów oraz maksymalizacji pozytywnego wpływu turystyki na gospodarkę lokalną. Zapewnienie solidnej bazy danych i dogłębne zrozumienie specyfiki regionalnej są fundamentem dla tworzenia efektywnych strategii i planów rozwoju turystyki, które będą wspierać zarówno lokalną gospodarkę, jak i społeczność. Prowadzenie systematycznych badań ruchu turystycznego w regionie pomoże w lepszym zrozumieniu trendów, preferencji turystów oraz efektywności działań promocyjnych.

**Cel strategiczny 3.** tworzenie rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim stanowi kolejny niezwykle ważny aspekt. Wśród otoczenia turystyki należy bowiem wymienić wszelkiego rodzaju podmioty publiczne



i komercyjne mające na celu stwarzanie sprzyjających warunków prowadzenia działalności turystycznych, a więc: punkty informacji turystycznej, izby, stowarzyszenia, organizacje klastrowe podmiotów turystycznych, wyspecjalizowane jednostki doradcze dla przedsiębiorców działających w zakresie turystyki. Proces rozwoju turystyki determinowany jest działalnością różnego rodzaju organizacji, instytucji oraz podmiotów gospodarczych. Wszystkie one tworzą szeroko rozumiany funkcjonalny system regionalnej i lokalnej gospodarki turystycznej. Dlatego w kontekście kreowania regionalnego produktu turystycznego tak ważne jest koordynowanie działań wszystkich podmiotów oraz inicjowanie współpracy między nimi. Wskazane cele taktyczne warunkują konkretne działania, które opisano w dokumencie.

Zakłada się, że takie podejście tworzy podstawę do podjęcia zasadniczych decyzji w ramach strategii rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego. Zadaniem samorządu województwa będzie więc umacnianie silnych stron przy wykorzystaniu szans rozwoju turystyki w regionie a także przeciwdziałanie słabością i niwelowanie zagrożeń. W zakresie produktu turystycznego rekomendowane są działania ukierunkowane na kształtowanie konkurencyjnych produktów turystycznych oraz rozwój nowych produktów, jak również rozwój wiodących typów turystyki, inwestycje w obszarze infrastruktury turystycznej produktów, integracja produktów i oferty turystycznej regionów oraz działania mające na celu rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki.

## Cele i kierunki działania

Cele Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego zostały określone na czterech poziomach:

1. celów strategicznych (długookresowych),
2. celów taktycznych,
3. celów operacyjnych,
4. projektów kluczowych.

**Tabela 1.** Podział celów Strategii.

| Misja<br>Wizja                                                                                                                       | Cele<br>strategiczne                                                                     | Cele taktyczne                                                                                                      | Cele<br>operacyjne                           | Projekty<br>kluczowe                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Wizja – jest obrazem przyszłości sektora turystyki w regionie<br>Misja – filozofia realizacji misji, nadrzędny cel rozwoju turystyki | określają główne wyzwania regionu w budowaniu i promocji produktów turystycznych regionu | Obszary działań przyporządkowanych celom strategicznym, które muszą być uwzględnione, aby zrealizować misję i wizję | wskazują kluczowe produkty i obszary działań | zestaw konkretnych działań, które pozwolą na zrealizowanie celów strategicznych |

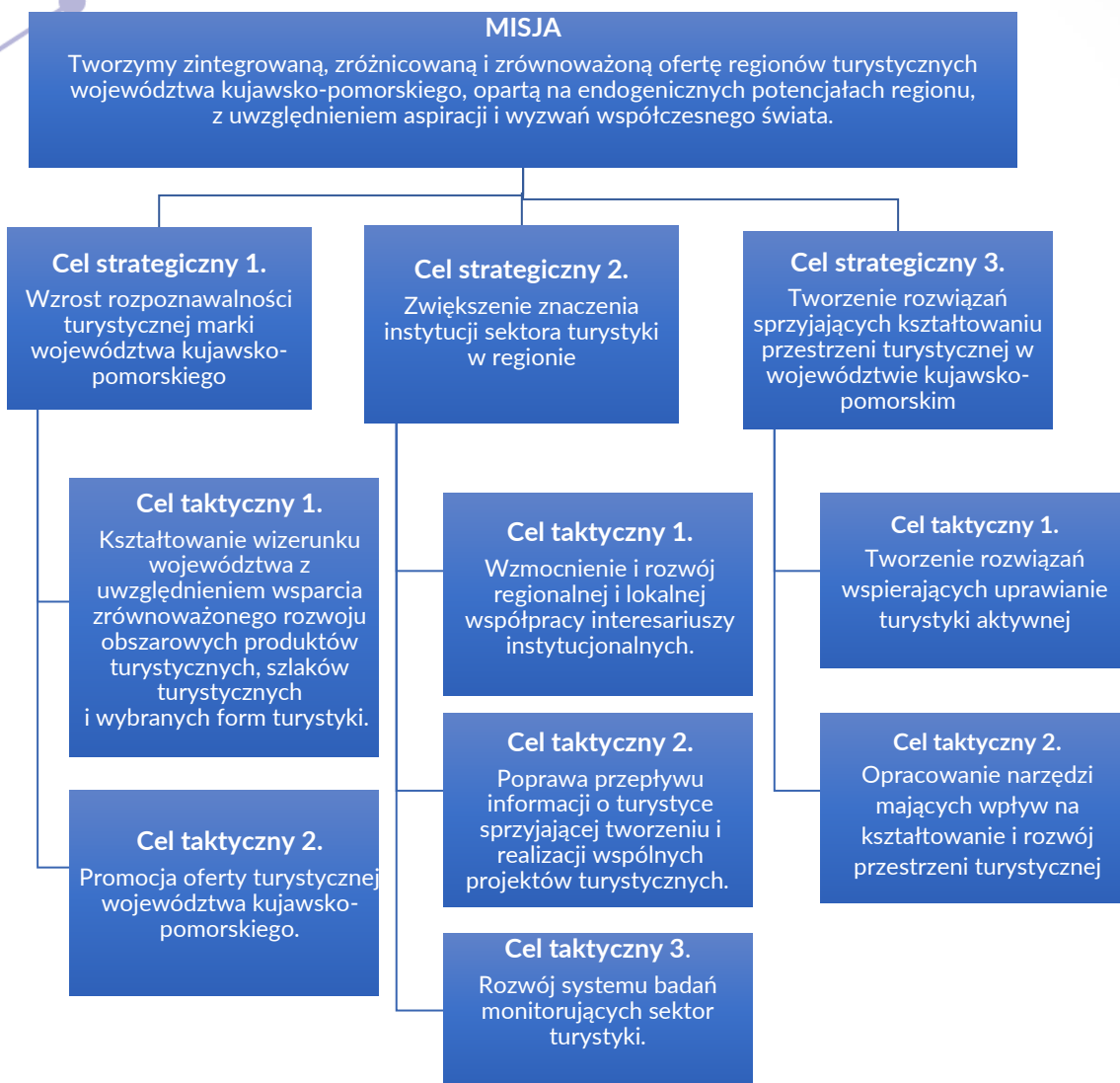
Źródło: Opracowanie własne

W oparciu o przeprowadzoną diagnozę<sup>2</sup>, w tym ocenę potencjału oferty turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego wraz z oceną czynników zewnętrznych i wewnętrznych mających wpływ na budowanie marki turystycznej regionu<sup>3</sup> sformułowane zostały trzy cele strategiczne. Stanowią one odpowiedź na zdiagnozowane problemy i są urealnieniem wypracowanej misji i wizji. Poniżej zaprezentowano strukturę celów strategicznych i taktycznych Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego:

<sup>2</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego

<sup>3</sup> Potencjał Turystyczny Województwa Kujawsko-Pomorskiego

**Rysunek 1.** Drzewo celów strategicznych i taktycznych Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego.



Źródło: Opracowanie własne

## Cel strategiczny 1. Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego

Analiza turystyki w województwie kujawsko-pomorskim ujawnia unikatowe możliwości, które powinny być wykorzystane do zrównoważonego rozwoju i promocji regionu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej. Skupienie się na endogenicznych potencjałach, włączeniu społecznym, i wsparciu przedsiębiorczości jest kluczowe dla wzmocnienia tożsamości i konkurencyjności regionu. Poniższe cele taktyczne pozwolą na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej regionu na tle innych, a także na zwiększeniu jego rozpoznawalności i atrakcyjności turystycznej.

### Cel taktyczny 1. Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.

Kształtowanie wizerunku województwa w oparciu o obszarowe produkty turystyczne, swoje źródło czerpie z turystycznej marki regionu tj. „kujawsko-pomorskich konstelacji dobrych miejsc”. Idea „Konstelacji”, zaprojektowana przez Kujawsko-Pomorską Organizację Turystyczną<sup>4</sup> jest inspirowana tożsamością regionu i dziedzictwem kopernikańskim: miejsce urodzenia Mikołaja Kopernika (Toruń) i inne miejsca z nim związane (m.in. Chełmża, Chełmno, Grudziądz, Włocławek), fakt istnienia największego w Europie Środkowej radioteleskopu i ważnego ośrodka badawczego kosmosu w Piwnicach oraz perspektywa powstania największego w całej Europie radioteleskopu w Borach Tucholskich, działalność 14 Astrobaz – obiektów edukacyjnych, dzięki którym Kujawsko-Pomorskie posługuje się nazwą „Astroregion” (...)<sup>5</sup>. W ramach inicjatywy K-POT wyróżnione zostały takie obszary jak: Bydgoszcz oraz Toruń, Krajna, Dolina Dolnej Wisły i Ziemia Chełmińska, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska, Kujawy, Pałuki.

O bogactwie dziedzictwa kulturowego województwa kujawsko-pomorskiego świadczy zachowany i zróżnicowany pod względem rodzaju oraz rozmieszczenia przestrzennego zasób kultury materialnej i niematerialnej. Na różnorodność tych zasobów i tożsamość kulturową miały wpływ zaistniałe na przestrzeni wieków zarówno przeobrażenia polityczne, społeczno-gospodarcze jak i kulturowe. Oczywistym więc jest wyróżnienie i wspieranie działań przez Samorząd województwa kujawsko-pomorskiego na szlakach turystycznych czy wybranych formach turystyki.

W poniższych tabelach z konsekwencją opisano konieczne działania prowadzące do wzrostu rozpoznawalności marki turystycznej regionu, jak również zgodnie ze wskazaniem z przeprowadzonej diagnozy, w odpowiednich segmentach umieszczone zostały obszary produktowe, szlaki oraz formy turystyczne. Sens prowadzenia segmentacji sprowadza się do grupowania nabywców na podstawie podobnych potrzeb, zachowań i wprowadzania programów marketingowych im dedykowanych.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Szczegółowe korelacje między Samorządem województwa kujawsko-pomorskiego a Kujawsko-Pomorską Organizacją Turystyczną opisano w diagnozie, stanowiącej załącznik do niniejszej Strategii.

<sup>5</sup> <http://k-pot.pl/wp-content/uploads/2017/01/k-pot-jubileusz-web-1.pdf>

<sup>6</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 147.



**Cel operacyjny 1. Rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie****Tabela 2. Cel operacyjny 1.1.1. Rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie**

| Bory Tucholskie i Krajna                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                |
| <b>Cel operacyjny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                |
| Rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajinie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                |
| <p><b>Bory Tucholskie</b> to jeden z najbardziej rozpoznawalnych regionów w Polsce. W 2022 r. została opracowana Strategia marki Bory Tucholskie wraz z planem promocji, w której zdefiniowano turystyczną specjalizację <b>Borów Tucholskich jako regionu turystyki naturalnej</b>. W kontekście strategicznego rozwoju turystyki w Borach Tucholskich, kluczowym zadaniem jest promocja i podkreślenie wyjątkowości Borów Tucholskich jako miejsca, w którym turystyka naturalna jest nie tylko atrakcją, ale też istotą oferty. Ma to na celu przyciągnięcie turystów poszukujących autentycznych doświadczeń w środowisku naturalnym. Plan zakłada dwa główne kierunki działań. Pierwszym jest rozwój nowych produktów turystycznych, które będą harmonijnie wpisane w koncepcję turystyki naturalnej, zachęcając do interakcji z naturą i zwiększając świadomość ekologiczną. Drugim celem jest stworzenie spójnej marki regionalnej, co wymaga opracowania i wdrożenia efektywnego modelu zarządzania, który podkreśli unikalność i różnorodność oferty regionu. Istnieje także potrzeba inwestycji w rozwój umiejętności i kompetencji zawodowych osób pracujących w sektorze turystycznym, co bezpośrednio przyczyni się do poprawy jakości usług turystycznych w regionie. Ważne jest także stworzenie zintegrowanej, wspierającej się nawzajem społeczności, która będzie wspólnie pracować nad promocją turystyki naturalnej i zrównoważonego rozwoju regionu. Inicjatywy takie mogą obejmować wspólne kampanie marketingowe, wymianę doświadczeń i najlepszych praktyk oraz organizację wydarzeń. Podjęcie działań w każdym z tych obszarów strategicznych ma na celu nie tylko zwiększenie atrakcyjności Borów Tucholskich jako destynacji turystycznej, ale również stworzenie podstaw do długoterminowego, zrównoważonego rozwoju turystyki w regionie, z korzyścią dla lokalnej społeczności i środowiska<sup>7</sup>.</p> |                                                                |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Działania promocyjne marki Bory Tucholskie i Krajny (w tym m.in. organizacja cyklicznego wydarzenia specjalnego ze szczególnym wskazaniem turystyki naturalnej).</li> <li>2) Stworzenie, pakietyzacja i sieciowanie ofert turystycznych w oparciu o turystykę naturalną.</li> <li>3) Stworzenie platformy sprzedażowej.</li> <li>4) Aktywności turystyki naturalnej.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka kulinarna</li> <li>• turystyka naturalna - przyrodnicza</li> <li>• turystyka wiejska</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Projekty</b>                                                |
| Niewymagający Kowalscy<br>Spontaniczni sportowcy<br>Poszukiwacze ciszy i spokoju<br>Obserwatorzy przyrody                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. Święto Turystycznych Marek Województwa Kujawsko-Pomorskiego |

Źródło: Opracowanie własne

<sup>7</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 164-165

**Cel operacyjny 2. Rozwój turystyki w Dolinie Dolnej Wisły i ziemi chełmińskiej****Tabela 3. Cel operacyjny 1.1.2. Rozwój turystyki w Dolinie Dolnej Wisły i ziemi chełmińskiej**

| Dolina Dolnej Wisły i ziemia chełmińska                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |                                                                |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------|--|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                |  |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                |  |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |                                                                |  |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                |  |
| <b>Cel operacyjny 2.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                |  |
| Rozwój turystyki w Dolinie Dolnej Wisły i ziemi chełmińskiej                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                                                                |  |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                |  |
| <p><b>Dolina Dolnej Wisły</b> to naturalny krajobraz doliny Wisły, jednej z nielicznych dzikich rzek Europy. W 2022 r. została opracowana Strategia marki Dolina Dolnej Wisły wraz z planem działania, w której wypracowano turystyczną specjalizację subregionu jako <b>Dolina Dolnej Wisły - kraina slow&amp;flow</b>. W kontekście strategicznego rozwoju turystyki w Dolinie Dolnej Wisły, podstawowym zadaniem jest wykreowanie wizerunku Doliny Dolnej Wisły spójnym ze stylem slow&amp;flow, gdyż Dolina Dolnej Wisły cierpi na brak rozpoznawalności w porównaniu z sąsiednimi regionami turystycznymi jak Kujawy czy Bory Tucholskie. Jednak paradoksalnie, niska rozpoznawalność Doliny może się okazać atutem. Kolejnym kluczowym zadaniem będzie wypracowanie projektów marketingowych, które stworzą kompleksową ofertę Doliny Dolnej Wisły, bo dzięki odpowiedniej komunikacji marketingowej, region ten ma szansę na promocję jako nowa, nieodkryta jeszcze destynacja, co może przyciągnąć turystów szukających nowych doświadczeń. Wisła, będąca najdłuższą polską rzeką, jest postrzegana w różnych kontekstach – jako wyzwanie dla sportowców, symbol polskości, ale też miejsce dotknięte przez zmiany klimatyczne i problemy środowiskowe, jak awarie ściekowe. Te różnorodne obrazy rzeki mogą wpływać na percepcję Doliny Dolnej Wisły. Ostatnim zadaniem strategicznym jest integracja i aktywizacja lokalnej branży turystycznej wokół idei slow&amp;flow, bowiem, aby skutecznie promować Dolinę oraz Wisłę jako atrakcje turystyczne, niezbędne jest zbudowanie koalicji obejmującej samorządy, instytucje centralne, organizacje pozarządowe oraz pasjonatów. Współpraca ta jest kluczowa do stworzenia spójnej i przyciągającej uwagę oferty turystycznej.<sup>8</sup></p> |  |                                                                |  |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Działania promocyjne marki Dolina Dolnej Wisły i ziemi chełmińskiej (w tym m.in. organizacja cyklicznego wydarzenia specjalnego).</li> <li>2) Stworzenie, pakietyzacja i sieciowanie ofert turystycznych w oparciu o styl slow&amp;flow.</li> <li>3) Stworzenie platformy ofertowej.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |                                                                |  |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                                                                |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka kulinarna</li> <li>• turystyka wiejska</li> <li>• turystyka wodna</li> <li>• turystyka naturalna – przyrodnicza</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |                                                                |  |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  | <b>Projekty</b>                                                |  |
| Wolne ptaki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  | 1. Święto Turystycznych Marek Województwa Kujawsko-Pomorskiego |  |

Źródło: Opracowanie własne

<sup>8</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 166.



**Cel operacyjny 3. Rozwój turystyki na Kujawach****Tabela 4. Cel operacyjny 1.1.3. Rozwój turystyki na Kujawach.**

| Kujawy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                |
| <b>Cel taktyczny 2.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                |
| <b>Cel operacyjny 3.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                |
| Rozwój turystyki na Kujawach                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                |
| <p><b>Kujawy</b> to godny zaufania, życzliwy, profesjonalny region, który zapewnia duchowy i fizyczny dobrostan, ponieważ czerpie dobrą energię z naturalnych źródeł. Jak wynika z przeprowadzonej diagnozy do głównych wyzwań dla Kujaw jest ich niewystarczające rozpoznanie jako atrakcyjnego regionu do życia, wypoczynku i inwestycji. W dokumencie pn. „Strategia marki Kujawy wraz z planem promocji” został określony rozwój marki regionalnej Kujawy powinien odbywać się jednocześnie na 3 poziomach: wizerunku – stworzenie wizerunku Kujaw jako silnej marki terytorialnej, gdyż brak wyraźnego wizerunku i rozpoznawalności Kujaw może ograniczać zainteresowanie regionem zarówno wśród potencjalnych turystów, jak i inwestorów. Drugim priorytetowym poziomem jest turystyka w kontekście zwiększenia konkurencyjności oferty turystycznej Kujaw, bowiem rozproszenie i niespójność w działaniach marketingowych i promocyjnych może prowadzić do niespójnego komunikatu o regionie. W obliczu rosnącej konkurencji turystycznej, Kujawy mogą borykać się z wyzwaniem przyciągnięcia nowych turystów oraz zachęcenia ich do dłuższego pobytu, szczególnie poza głównymi sezonami turystycznymi. Ostatnim, strategicznym poziomem jest tożsamość regionalna – czyli wzmocnienie tożsamości regionalnej mieszkańców Kujaw poprzez popularyzację dziedzictwa kulturowego regionu oraz wypromowanie regionalnych symboli wśród jego mieszkańców. Ważne jest, aby zbudować w świadomości mieszkańców i turystów poczucie, że Kujawy to region zapewniający dobrostan i wykreować markę Kujaw jako centrum srebrnej turystyki.<sup>9</sup></p> |                                                                |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Stworzenie pakietów turystycznych i komercjalizacja.</li> <li>2) Stworzenie platformy ofertowej.</li> <li>3) Opracowanie linii produktowej i komercjalizacja – Kujawski Spichlerz.</li> <li>4) Działania promocyjne marki Kujawy (organizacja cyklicznego wydarzenia specjalnego).</li> <li>5) Rozwój turystyki uzdrowiskowej.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka kulinarna</li> <li>• turystyka uzdrowiskowa</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Projekty</b>                                                |
| Niewymagający Kowalscy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1. Święto Turystycznych Marek Województwa Kujawsko-Pomorskiego |

Źródło: Opracowanie własne

<sup>9</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 165-166.

**Cel operacyjny 4. Rozwój turystyki na Pojezierzu Brodnickim i ziemi dobrzyńskiej****Tabela 5. Cel operacyjny 1.1.4. Rozwój turystyki na Pojezierzu Brodnickim i ziemi dobrzyńskiej**

| Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                   |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                   |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                   |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                   |
| <b>Cel operacyjny 4.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                   |
| Rozwój turystyki na Pojezierzu Brodnickim i ziemi dobrzyńskiej                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                   |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                   |
| <p><u>Pojezierze Brodnickie</u> to kameralny, malowniczy, czysty i cichy region. Na podstawie przeprowadzonej diagnozy należy prowadzić stałą obserwację rozwoju marki, angażując w to proces przyszłych partnerów z danego regionu, a także koncentrować się na szkoleniu lokalnych władz i przedsiębiorców. Taka strategia może w przyszłości przyczynić się do budowania i rozwoju marki turystycznej. Wsparcie budowy tej submarki powinno obejmować zarówno działania związane z infrastrukturą, jak i inicjatywy edukacyjne oraz szkoleniowe<sup>10</sup>. W 2024 roku została wypracowana Strategia marki Pojezierza Brodnickiego wraz z planem promocji, w którym określono cele strategiczne na trzech poziomach wizerunku, oferty i zarządzania. W obszarze strategicznym wizerunku wyznaczono cele: wykreowanie marki Pojezierze Brodnickie, rozwój regionu zgodny z zasadami turystyki zrównoważonej. W obszarze strategicznym oferty ustalono cele: stworzenie nowych oraz sprofilowanie już istniejących produktów turystycznych pod kątem założeń marki Pojezierze Brodnickie, wydłużenie sezonu turystycznego na Pojezierzu Brodnickim, rozproszenie ruchu turystycznego po Pojezierzu Brodnickim, wydłużenie pobytu turystów na Pojezierzu Brodnickim, zbudowanie lojalności wśród turystów – turystyka powrotów. W ostatnim obszarze strategicznym jakim jest zarządzanie określono cele: zarządzanie rozwojem i promocją turystyki na Pojezierzu Brodnickim, integracja lokalnej branży turystycznej, rozwój kompetencji zawodowych przedstawicieli lokalnej branży turystycznej.</p> <p>W ramach ww. Strategii wypracowano hasło promocyjne dla Pojezierza Brodnickiego tj. Podaruj sobie spokój.</p> |                                                                   |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Wsparcie powstania atrakcji wizerunkowych.</li> <li>2) Stworzenie pakietów turystycznych i komercjalizacja.</li> <li>3) Stworzenie platformy ofertowej.</li> <li>4) Działania promocyjne marki Pojezierze Brodnickie i ziemi dobrzyńskiej (organizacja cyklicznego wydarzenia specjalnego).</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                   |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka rowerowa</li> <li>• turystyka wodna</li> <li>• turystyka naturalna- przyrodnicza</li> <li>• turystyka wiejska</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                   |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Projekty</b>                                                   |
| Niewymagający Kowalscy<br>Spontaniczni sportowcy<br>Wolne Ptaki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1. Święto Turystycznych Marek<br>Województwa Kujawsko-Pomorskiego |

Źródło: Opracowanie własne

<sup>10</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 167.

**Cel operacyjny 5. Rozwój turystyki na Pałukach****Tabela 6. Cel operacyjny 1.1.5. Rozwój turystyki na Pałukach.**

| Pałuki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                   |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                   |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                   |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                   |
| <b>Cel operacyjny 5.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                   |
| Rozwój turystyki na Pałukach                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                   |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                   |
| <p><b>Pałuki – kompaktowy region aktywnej edukacji.</b> Pałuki to kompaktowy w formie, a aktywny edukacyjnie w treści region turystyczny. Rozwój turystyki edukacyjnej na Pałukach napotyka na szereg barier związanych z kreowaniem i zarządzaniem ofertą turystyczną oraz jej promocją, co zostało zidentyfikowane w trakcie badań i warsztatów w ramach kreowania marki. Do głównych problemów należy mała rozpoznawalność regionu, słaba współpraca między różnymi sektorami turystycznymi, a także brak zintegrowanej oferty turystycznej. Ponadto, istnieje problem z niewystarczającą elastycznością ofert, brakiem nowoczesnej infrastruktury edukacyjnej oraz niewystarczającym wykorzystaniem potencjału turystycznego regionu. Kluczowe wyzwania to stworzenie wizerunku Pałuk jako wiodącego w kraju regionu aktywnej edukacji, wykreowanie wspólnej oferty aktywnej edukacji oraz rozwój kompetencji zawodowych przedstawicieli regionalnej branży turystycznej pod kątem tworzenia i promocji wspólnej oferty aktywnej edukacji.<sup>11</sup></p> |                                                                   |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Stworzenie oferty Akademii Pałuki (podstawowy produkt marki regionu).</li> <li>2) Stworzenie platformy ofertowej.</li> <li>3) Działania promocyjne marki Pałuki (w tym m.in. organizacja cyklicznego wydarzenia specjalnego).</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                   |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka archeologiczna i historyczna</li> <li>• turystyka rowerowa</li> <li>• turystyka wodna</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                   |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Projekty</b>                                                   |
| Niewymagający Kowalscy<br>Wolne Ptaki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 1. Święto Turystycznych Marek<br>Województwa Kujawsko-Pomorskiego |

Źródło: Opracowanie własne

<sup>11</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 165.

**Cel operacyjny 6. Rozwój turystyki Bydgoszczy****Tabela 7. Cel operacyjny 1.1.6. Rozwój turystyki Bydgoszczy.**

| Bydgoszcz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                        |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                        |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                        |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                        |
| <b>Cel operacyjny 6.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                        |
| Rozwój turystyki Bydgoszczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                        |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Bydgoszcz</b> - to miasto, które zachwyca turystów przede wszystkim położeniem nad rzeką przecinającą centrum miasta. Bydgoszcz coraz intensywniej zwraca się ku wodzie. To właśnie w bezpośrednim sąsiedztwie rzeki Brdy toczy się codzienne, kulturalne, sportowe i biznesowe życie miasta. Zgodnie ze Strategią Rozwoju Bydgoszczy do 2030 roku, miasto określiło następujące działania w zakresie rozwoju turystyki: wzmacnianie roli Bydgoszczy jako ośrodka targowo-wystawienniczego oraz miejsca organizacji międzynarodowych konferencji i kongresów, wydarzeń kulturalnych, sportowych, gospodarczych oraz rozwój produktów turystycznych oparty na walorach wodnych Bydgoszczy i dziedzictwie przemysłowym oraz na potencjale kulturowym miasta. Ponadto w 2024 r. została opracowana Strategia rozwoju markowych produktów turystycznych oraz marki turystycznej Bydgoszczy, w której określono hasło promujące miasto: Zanurz się w Bydgoszczy wraz z modelem zarządzania marki.</p> <p>Do wzmocnienia wizerunku całego regionu ważna jest integracja działań Bydgoszczy z regionalnymi inicjatywami turystycznymi takimi jak: Kujawsko-pomorski Szlak Wisły czy Szlak św. Jakuba. Ponadto kluczowa jest integracja lokalnego portalu turystycznego z regionalnym oraz systemowe powiązanie ofert promocyjnych i turystycznych pomiędzy Bydgoszczą a regionem.</p> |                                                                                                                                                                        |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                        |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Wzmacnianie integracji, współpracy sieciowej oraz komercjalizacja podmiotów branży turystycznej.</li> <li>2) Promocja atrakcji turystycznych poprzez organizację wydarzeń kulturalnych i sportowych i innych.</li> <li>3) Stworzenie pakietów turystycznych i komercjalizacja.</li> <li>4) Stworzenie platformy ofertowej.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                        |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka biznesowa</li> <li>• turystyka festiwalowa</li> <li>• turystyka postindustrialna</li> <li>• turystyka wodna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka sportowa</li> <li>• turystyka weekendowa</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul> |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                        |
| Klienci biur podróży                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                        |

Źródło: Opracowanie własne

**Cel operacyjny 7. Rozwój turystyki Torunia****Tabela 8. Cel operacyjny 1.1.7. Rozwój turystyki Torunia.**

| Toruń                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| <b>Cel operacyjny 7.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| Toruń                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
| <p><b>Toruń</b> – Zgodnie z Programem rozwoju turystyki dla miasta Torunia do 2030 roku misją rozwoju turystycznego Miasta Torunia jest: Tworzenie warunków do rozwoju turystyki zrównoważonej w mieście Toruniu oraz zwiększenie korzyści związanych z ruchem turystycznym dla wszystkich podmiotów rynku turystycznego, przy uwzględnieniu interesów turystów, mieszkańców i ochrony środowiska naturalnego i kulturowego miasta, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, a celem głównym rozwój turystyki zrównoważonej miasta.</p> <p>Gotyk, piernik, Mikołaj Kopernik oraz Zespół Staromiejski, który jest na liście UNESCO przyciągają turystów z regionu, kraju i świata. Dlatego w kwestii promocji zagranicznej regionu, powinna ona być prowadzona wspólnie z Toruniem, znanym turystycznie w Europie. Integracja działań Torunia z regionalnymi inicjatywami turystycznymi jak: turystyka filmowa, Szlak Kopernikowski czy oferty edukacyjne i biznesowe, jest niezbędna do wzmacniania wizerunku całego regionu. Ponadto, kluczowa jest integracja portalu <a href="http://visittorun.com">visittorun.com</a> z regionalnym portalem turystycznym. Odkrywczy segment turystów, składający się z par szukających romantycznych weekendów, również powinien być docelowy dla Torunia oraz innych miast regionu jak: Bydgoszcz, Chełmno czy Grudziądz. Istotne jest systemowe powiązanie ofert promocyjnych i turystycznych pomiędzy Toruniem a regionem, co wymaga uporządkowania współpracy pomiędzy różnymi markami regionalnymi.<sup>12</sup></p> |  |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Toruński Piernikowy Szlak Kulinarny.</li> <li>2) Wzmacnianie integracji, współpracy sieciowej oraz komercjalizacji podmiotów branży turystycznej.</li> <li>3) Stworzenie pakietów turystycznych i komercjalizacja.</li> <li>4) Stworzenie platformy ofertowej.</li> <li>5) Promocja atrakcji turystycznych poprzez organizację wydarzeń kulturalnych, sportowych i innych.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka biznesowa</li> <li>• turystyka festiwalowa</li> <li>• turystyka filmowa</li> <li>• turystyka kulturowa</li> <li>• turystyka wodna</li> <li>• turystyka sportowa</li> <li>• turystyka weekendowa</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| Klienci biur podróży                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |

Źródło: Opracowanie własne

<sup>12</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 167.

**Cel operacyjny 8. Rozwój turystyki na szlaku św. Jakuba****Tabela 9. Cel operacyjny 1.1.8. Rozwój turystyki na szlaku św. Jakuba.**

| Szlak św. Jakuba                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                |
| <b>Cel operacyjny 8.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                |
| Rozwój turystyki na szlaku św. Jakuba                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                |
| <p><b>Szlak św. Jakuba</b> – to przecinająca całą Europę sieć dróg prowadzących do znajdującego się w Santiago de Compostela grobu apostoła. Uznaje się, że Camino de Santiago i tradycja pielgrzymowania do Santiago są ważne dla chrześcijańskiej tożsamości Europy. Fragment Camino Polaco, polskiej części drogi, przebiega przez Kujawsko-Pomorskie. Chcemy, by stał się szansą na rozwój turystyki pielgrzymkowej, aktywizującej gospodarczo miejscowości Kujaw i Pomorza. Główne wyzwanie dla szlaku tkwi w zintegrowaniu informacji dotyczących trasy, włączając atrakcje, kościoły oraz możliwości noclegowe i gastronomiczne, co wymaga skompilowania wszystkich danych w jednym miejscu. Inicjatywy takie jak program Przyjazne Camino, organizowane przez różne instytucje, również przyczyniają się do zwiększenia atrakcyjności szlaku. Ważne jest zatem zintegrowanie tych działań i prezentacja ich w sposób profesjonalny, aby zwiększyć wartość oferty szlaku. Konsolidacja i integracja przepływu informacji i standardów działań jest kluczowa, zwłaszcza że województwo posiada potencjał lidera w rozwoju tej inicjatywy. Rozwój turystyczny szlaku będzie możliwy tylko wtedy, gdy zostanie zapewniona odpowiednia infrastruktura i atmosfera, tworząca rzeczywistą propozycję noclegową dla pielgrzymów. Ustanowienie systemu udostępniania kościołów na szlaku, dobre oznakowanie dróg jakubowych, promocja samego szlaku jak i Paszportu Pielgrzyma, a także koordynacja działań szlaku przez jedną instytucję mogą znacznie przyspieszyć komercjalizację trasy.</p> |                                |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Zlecenie koordynacji Szlaku św. Jakuba.</li> <li>2) Działania mające na celu rozwój i promocję Dróg św. Jakuba</li> <li>3) Członkostwo w Europejskiej Federacji Dróg Św. Jakuba.</li> <li>4) Stworzenie platformy ofertowej.</li> <li>5) identyfikacja i analiza obiektów sakralnych jak i dziedzictwa religijnego niematerialnego, zlokalizowanych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego w tym: kościołów, klasztorów, sanktuariów, zabudowań przykościelnych, miejsc kultu jak np. przydrożne kapliczki i krzyże wraz z rekomendacjami dotyczącymi wykorzystania wybranych obiektów sakralnych i dziedzictwa niematerialnego, np. jako miejsca odpoczynku dla pielgrzymów czy inne.</li> <li>6) Współpraca ponadregionalna m.in. z samorządem województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka kulturowa</li> <li>• turystyka religijna</li> <li>• turystyka sportowa</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Projekt</b>                 |
| Entuzjaści wakacji<br>Spontaniczni sportowcy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2. Jakubowa Sztafeta Rowerowa. |

Źródło: Opracowanie własne



**Cel operacyjny 9. Rozwój turystyki na szlaku Kopernikowskim****Tabela 10. Cel operacyjny 1.1.9. Szlak Kopernikowski.**

| Szlak Kopernikowski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Cel operacyjny 9.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Rozwój turystyki na szlak Kopernikowski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Szlak Kopernikowski</b> – to drogowy szlak turystyczny poświęcony Mikołajowi Kopernikowi o długości około 590 km, który przebiega przez województwa warmińsko-mazurskie, pomorskie i kujawsko-pomorskie. Szlak jest oznakowany symbolem astrolabium i oferuje zwiedzanie zabytków, muzeów, obserwatorium astronomicznego i planetariów. W województwie kujawsko-pomorskim główna trasa dzieli się na część północną i wschodnią, obejmując około 200 km. Szlak Kopernikowski ma potencjał, aby stać się kluczowym produktem turystycznym regionu, ale wymaga współpracy z ważnymi partnerami takimi jak: jednostki samorządów terytorialnych przez obszary których przebiega Szlak, Departament właściwy ds. turystyki Urzędu Marszałkowskiego, Kujawsko-Pomorskie Centrum Dziedzictwa (koordynator Szlaku) i Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna. Powinien on szczególnie włączyć do współpracy ważne miasta regionu, jak Toruń czy Grudziądz, aby wzmocnić wspólną ofertę turystyczną. Zaleca się współpracę z województwem pomorskim i warmińsko-mazurskim w celu ujednolicenia działań promocyjnych. Wyzwaniem jest pełne zaangażowanie kluczowych środowisk turystycznych i opracowanie kompleksowej strategii. Szlak powinien promować również tematykę astronomiczną, wykorzystując lokalne zasoby jak astrobazy.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Zlecenie koordynacji Szlaku Kopernikowskiego.</li> <li>2) Działania promujące Szlak Kopernikowski.</li> <li>3) Współpraca z samorządem województwa pomorskiego i warmińsko-mazurskiego.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka kulturowa</li> <li>• turystyka szkolna</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>Projekty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Entuzjaści wakacji                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Weekend na Szlaku Kopernikowskim.</li> <li>4. Oznakowanie obiektów znajdujących się w kujawsko-pomorskiej części Szlaku Kopernikowskiego.</li> <li>5. Realizacja szkoleń na certyfikowanych przewodników po Szlaku Kopernikowskim</li> <li>6. Stworzenie sieci murali kopernikańskich prezentujących postać Mikołaja Kopernika oraz przestrzenie z nim związane na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.</li> <li>7. Opracowanie, wydanie i dystrybucja informatora o Szlaku Kopernikowskim dedykowanego krajowym i zagranicznym biurom turystycznym oraz firmom świadczącym usługi przewodnickie.</li> <li>8. Organizacja rajdu rowerowego Szlakiem Kopernikowskim.</li> </ol> |

Źródło: Opracowanie własne



**Cel operacyjny 10. Rozwój turystyki na Szlaku Piastowskim****Tabela 11. Cel operacyjny 10. Rozwój turystyki na Szlaku Piastowskim.**

| Szlak Piastowski                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Cel operacyjny 10.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Rozwój Turystyki na Szlaku Piastowskim                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>Szlak Piastowski</b> – to jeden z najstarszych i najbardziej znanych szlaków kulturowych w Polsce, przebiegający przez województwo kujawsko-pomorskie i wielkopolskie. Zgodnie z opracowaną Koncepcją strategii komunikacji marketingowej dla Szlaku Piastowskiego, określono cele strategiczne Szlaku Piastowskiego, tj. wykreowanie marki szlaku w oparciu o zaproponowaną koncepcję brandingową jako jednego z najbardziej rozpoznawalnych szlaków kulturowych w Polsce; zwiększenie popularności i jakości oferty szlaku oraz poprawa komunikacji i współpracy wewnątrz struktur szlaku i w jego otoczeniu.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Zlecenie koordynacji Szlaku Piastowskiego.</li> <li>2) Działania promujące Szlak Piastowski (tj. organizacja eventów i wydarzeń sportowych).</li> <li>3) Współpraca z samorządem województwa wielkopolskiego oraz Klastrem Turystycznym "Szlak Piastowski w Wielkopolsce".</li> <li>4) Realizacja opracowanej Koncepcji strategii komunikacji dla Szlaku Piastowskiego.</li> </ol>                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Formy turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka kulturowa</li> <li>• turystyka szkolna</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Projekty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Entuzjaści wakacji<br>Spontaniczni sportowcy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Piastokreator - tworzymy nowe innowacyjne produkty</li> <li>10. Poznaj Szlak Piastowski</li> <li>11. Rekonstrukcja fragmentu średniowiecznego grodu na Szlaku Piastowskim</li> <li>12. Kultura w zasięgu 3.0</li> <li>13. Piastowski Rajd Rowerowy</li> </ol> |

Źródło: Opracowanie własne

**Cel operacyjny 11. Rozwój turystyki na szlaku Wisły****Tabela 12. Cel operacyjny 11. Rozwój turystyki na szlaku Wisły.**

| Szlak Wisły                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Cel strategiczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                              |
| Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                              |
| <b>Cel taktyczny 1.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                              |
| Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                              |
| <b>Cel operacyjny 11.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                              |
| Rozwój turystyki na szlaku Wisły                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                              |
| <b>Opis</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                              |
| <p><b>Szlak Wisły</b> – Wisła to najdłuższa rzeka w Polsce i jedna z najdłuższych w Europie, która uchodzi do Morza Bałtyckiego. W kontekście rozwijanej turystyki wodnej, kluczowe będzie zachęcanie mieszkańców do korzystania z nowych atrakcji. Mimo, że turystyka wodna jest obecnie traktowana jako niszowa, posiada duże znaczenie dla regionalnego dziedzictwa. Programy edukacyjne skierowane do najmłodszych, zapewniające chociażby jednorazowy rejs po Wiśle, mogą służyć jako narzędzie marketingowe dla tej formy aktywności. Szlak Wisły wiedzie bowiem przez ostatnią wielką dziką rzekę Europy, gdzie pod względem historyczno-krajoznawczym Szlak Wisły przedstawia wyjątkową wartość, na jej brzegach bowiem leżą najstarsze polskie miasta, obfitujące w zabytkowe budowle, pomniki kultury narodowej.</p> |                                                                                              |
| <b>Działania</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                              |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Promocja turystyki wodnej i rowerowej (nadrzecznej).</li> <li>2) Działania promujące Szlak Wisły</li> <li>3) Modernizacja i uspołnienie oferty szlaków pieszych wzdłuż Wisły.</li> <li>4) Działania infrastrukturalne: rozbudowa infrastruktury do przemieszczania się Wisłą oraz infrastruktury do spędzania czasu wolnego nad Wisłą.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                              |
| <b>Formy Turystyki</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka wodna</li> <li>• turystyka zrównoważona</li> <li>• turystyka dostępna</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                              |
| <b>Segmenty</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Projekty</b>                                                                              |
| Entuzjaści wakacji<br>Spontaniczni sportowcy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 14. Kujawsko-Pomorski Szlak Wisły – budowa przystani rzecznych<br>15. Wiśłana Trasa Rowerowa |

Źródło: Opracowanie własne

## Cel taktyczny 2. Promocja oferty turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego.

Prosperity wielu obszarów uzależnione jest w dużej mierze od turystów wydających pieniądze w czasie swojego pobytu. Chcąc zachęcić turystów do przyjazdu czy przedłużenia pobytu, należy wykorzystywać w działaniach różnorodne elementy marketingu, a o sile przyciągania decyduje ich umiejętne zastosowanie. Aby odnieść sukces nie wystarczy przygotowana atrakcyjna oferta, ale niezbędna staje się odpowiednio dobrana promocja, dzięki której oferowany produkt zostanie wyróżniony spośród podobnych na rynku<sup>13</sup>. Oferta turystyczna powinna więc opierać się o lokalne zasoby naturalne, ludzkie i materialne, jej rozwój powinien być zintegrowany z miejscową, zróżnicowaną i mieszaną gospodarką danego obszaru, a także dostosowany do charakteru jego zabudowy i architektury. Zakłada się więc promocję oferty regionu, opartego o całokształt działań, związanych z komunikowaniem o terytorium, przekonywaniem o jego atrakcyjności i nakłanianie do nabycia produktów terytorialnych potencjalnych rynków docelowych.

Województwo kujawsko-pomorskie stawia na różnorodność i spójność w promowaniu swojej oferty turystycznej, dążąc do zwiększenia jej rozpoznawalności i przyciągnięcia większej liczby turystów zarówno z kraju, jak i z zagranicy. Kluczem do sukcesu jest współpraca między różnymi podmiotami turystycznymi i skupienie się na unikalnych, regionalnych produktach, które mogą przyciągnąć różnorodnych odwiedzających.

Analiza preferencji i zachowań turystów dostarcza cennych wskazówek dla dalszego rozwoju turystyki w województwie kujawsko-pomorskim. Wskazuje na potrzebę dalszej promocji regionu, rozwijania różnorodnej oferty turystycznej, dostosowanej do różnych grup docelowych, oraz wykorzystania nowoczesnych technologii w komunikacji marketingowej. Istotne jest również śledzenie zmieniających się trendów i dostosowywanie do nich strategii turystycznej, by maksymalnie wykorzystać potencjał regionu i zwiększyć jego atrakcyjność turystyczną. Podkreślić należy, że w obecnej chwili region boryka się z niepełnym wykorzystaniem potencjałów endogenicznych do rozwoju turystyki. Posiada bowiem aspiracje do jej rozbudowy na znacznie większą skalę niż dotychczas przy jednoczesnych trudnościach z określeniem wpływu gospodarczego turystyki na rozwój całego regionu.

Opracowane cele odpowiadają na zidentyfikowane powyżej potrzeby.

<sup>13</sup> Promocja regionu turystycznego na przykładzie kampanii "Tajemniczy Dolny Śląsk", Piotr Zawadzki.

Tabela 13. Wykaz celów taktycznych

**Cel taktyczny 2.**  
Promocja oferty  
turystycznej  
województwa  
kujawsko-  
pomorskiego.

**Cel operacyjny 1.** Stworzenie zintegrowanego portalu promocji turystycznej regionu

**Cel operacyjny 2.** Integracja regionalnego systemu informacji turystycznej

**Cel operacyjny 3.** Promocja wizerunku i oferty turystycznej regionu wśród mieszkańców regionu - Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc

**Cel operacyjny 4.** Promocja wizerunku i oferty turystycznej regionu **w kraju** - Kujawsko-Pomorskie konstelacje dobrych miejsc

**Cel operacyjny 5.** Promocja wizerunku i oferty regionu **za granicą** – Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc

**Cel operacyjny 6.** Powstanie Kujawy Pomorze Convention Bureau

Źródło: Opracowanie własne

Tabela 14. Cel taktyczny 1.2. Opis najważniejszych informacji.

| Cel strategiczny 1. Wzrost rozpoznawalności turystycznej marki województwa kujawsko-pomorskiego |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Cele taktyczne                                                                                  | Cele operacyjne                                                        | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Projekty                                              |
| 1.2. Promocja oferty turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego.                             | 1.2.1. Stworzenie zintegrowanego portalu promocji turystycznej regionu | <p>Stworzenie portalu-platformy ma na celu wzrost konkurencyjności regionalnych i lokalnych marek turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego względem silnych marek innych województw.</p> <p>Portal promocji turystycznej regionu będzie przedstawiał ofertę turystyczną regionu oraz będzie to kompendium wiedzy turystycznej o regionie dla turysty, a także platformą współpracy dla branży turystycznej (LOT, ROT, JST, NGO) i mediów kreujących wizerunek i ofertę turystyczną w województwie kujawsko-pomorskim. Portal będzie prezentował całościową ofertę regionu w sposób zachęcający i atrakcyjny, a same treści będą kompleksowe i użyteczne. Odbiorcami portalu będą turyści, branża turystyczna, samorządy, gestorzy atrakcji i media. Każdy z przedstawicieli lokalnych atrakcji i ofert turystycznych, będzie miał możliwość tworzenia i aktualizacji opisów własnych produktów i usług.</p> <p>Celem długofalowym jest stworzenie możliwości sprzedaży ofert przez platformę. Zaproszenie podmiotów do współtworzenia strony i stworzenie możliwości współredagowania kontentu strony, będzie znaczącym krokiem ku pogłębianiu i rozwijaniu współpracy w ramach Konstelacji dobrych miejsc zarówno między samorządami, jak i branżą. Platforma będzie źródłem informacji nie tylko dla turystów, ale także dla przedstawicieli atrakcji, dlatego będą na niej utworzone i stale poszerzane bazy materiałów szkoleniowych, promocyjnych i statystycznych. Baza promocyjna, w ramach współpracy, będzie udostępniona także podmiotom spoza województwa oraz mediom, które będą chciały promować ofertę turystyczną region za granicą.</p> <p>Planuje się, że realizacja platformy przebiegać będzie etapami, a wdrażanie kolejnych stadiów będzie uzależnione od poziomu zaangażowania podmiotów z województwa w tworzenie treści. Założono, że każdy kolejny</p> | 16. Stworzenie portalu promocji turystycznej regionu. |

etap będzie modułowo poszerzał funkcjonalność strony, czyli w przypadku braku realizacji jednego z nich strona będzie w pełni działającą i atrakcyjną platformą ofert dla turysty.

Portal będzie składał się z trzech części/etapów:

- 1) **portalu wizerunkowego** – celem portalu będzie przedstawienie oferty turystycznej produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego w sposób atrakcyjny i zachęcający turystę do przyjazdu do województwa. Będzie on pomagał turystyce w zorganizowaniu podróży dostarczając najważniejszych informacji o bazie atrakcji, noclegów czy gastronomii w formie spisu dostępnych obiektów i miejsc. Będzie „hubem” integrującym zewnętrzne strony w jednym miejscu wraz z krótkimi opisami udostępnianymi przez administratora strony. Portal będzie adresowany dla turystów
- 2) **portalu współpracy** – celem portalu ma być zacieśnianie współpracy między podmiotami kreującymi turystykę w województwie kujawsko-pomorskim. Podmioty z branży turystycznej będą tworzyły treści, dzięki temu będą mogły promować swoją ofertę na wspólnej stronie. To one również będą odpowiedzialne za aktualizowanie treści i stronę wizualną własnych ofert. Będzie to portal współpracy Konstelacji dobrych miejsc, każdy z podmiotów będzie w mniejszym bądź większym stopniu identyfikował się z marką parasolową, a także będzie rozumiał znaczenie współpracy.
- 3) **portalu komercyjnego sprzedaży** – celem portalu ma być komercjalizacja zebranych ofert w województwie kujawsko-pomorskim. Bazując na wypracowanych formach współpracy, nastąpi integracja możliwości wyszukiwania treści z opcją ich kupna bezpośrednio przez portal, bądź rezerwacji, a zakupu u zewnętrznych partnerów. Tutaj nastąpi również poszerzenie współpracy o tzw. partnerów wspierających czyli branżę pochodzącą spoza województwa oraz media, które mogą zostać ambasadami województwa na zewnątrz.

|  |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                    |
|--|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|  | <p>1.2.2. Integracja regionalnego systemu informacji turystycznej</p> | <p>Integracja regionalnego systemu informacji turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim polega na wypracowaniu form współpracy i komunikacji z lokalnymi punktami informacji turystycznej (IT), co ułatwi turystom dostęp do kompleksowych informacji dotyczących atrakcji, wydarzeń, oraz możliwości spędzania czasu w regionie. Dzięki temu punkty IT staną się bardziej przyjazne dla turystów co przyczyni się do wzrostu ruchu turystycznego i pozytywnego wizerunku regionu pod szyldem turystycznej marki Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc.</p> <p>Działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Centralizacja informacji: wprowadzenie jednolitego systemu gromadzenia i dystrybucji informacji turystycznej dla całego regionu. Pozwoli to na lepszą współpracę między punktami IT oraz zapewni spójność przekazywanych informacji.</li> <li>• Standaryzacja materiałów promocyjnych: stworzenie dedykowanych materiałów promocyjnych, które mogą być dystrybuowane w punktach IT w całym regionie. Materiały te powinny być atrakcyjne, profesjonalne i łatwo dostępne dla turystów.</li> <li>• Inicjatywy promocyjne w punktach IT: wprowadzenie gadżetów do sprzedaży, takich jak ekspozytory na magnesy, foldery informacyjne, czy inne drobiazgi związane z regionem i konstelacjami. To pozwoli na stworzenie spójnego wizerunku i promocji regionu.</li> <li>• Tożsamość wizualna: zaproponowanie informatorom ciekawych, elementów stroju, które będą łączyły znak Konstelacji z lokalnymi elementami. Mogą to być koszule, chusty, krawaty, broszki lub inne, które podkreślą spójność wizualną.</li> <li>• Elementy estetyczne w punktach IT: montaż witraży lub neonów z motywami Konstelacji w witrynach punktów IT. Dodanie grafiki do selfie, które zachęcą turystów do robienia zdjęć i udostępniania ich w mediach społecznościowych.</li> <li>• Podłoga z grafiką: możliwość stworzenia podłogi z motywami konstelacyjnymi, aby podkreślić bogactwo turystyczne regionu i zachęcić turystów do odwiedzenia różnych miejsc.</li> </ul> | <p>17. Integracja regionalnego systemu informacji turystycznej</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|



|  |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Rozwiązania multimedialne: Stworzenie elementów multimedialnych, takich jak teleskopy lub gogle VR, które wyświetlają grafiki i wideo związane z konstelacjami. Pozwoli to na bardziej interaktywne doświadczenie turystom.</li> </ul> <p>Wdrożenie:<br/>Aby zrealizować założenia integracji regionalnego systemu informacji turystycznej, konieczne będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wsparcie samorządów i lokalnych partnerów: współpraca z lokalnymi władzami, hotelami, gestorami atrakcji turystycznych, a także jednostkami samorządowymi, aby zapewnić odpowiednie wsparcie dla projektu i jego realizacji.</li> <li>Promocja i komunikacja: skuteczna kampania promocyjna, która zaprezentuje korzyści płynące z zintegrowanego systemu informacji turystycznej. Działania te powinny obejmować zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne metody promocji.</li> </ul>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|  | 1.2.3. Promocja wizerunku i oferty turystycznej regionu wśród mieszkańców regionu - Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc | <p>Stworzenie całorocznego programu promocji turystyki - Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc skierowanego do mieszkańców regionu. Analiza preferencji i zachowań turystów dostarcza cennych wskazówek dla dalszego rozwoju turystyki w województwie kujawsko-pomorskim. Wskazuje na potrzebę dalszej promocji regionu, rozwijania różnorodnej oferty turystycznej, dostosowanej do różnych grup docelowych, oraz wykorzystania nowoczesnych technologii w komunikacji marketingowej. Istotne jest również śledzenie zmieniających się trendów i dostosowywanie do nich strategii turystycznej, by maksymalnie wykorzystać potencjał regionu i zwiększyć jego atrakcyjność turystyczną<sup>14</sup>. Dlatego działania promocyjne powinny uwzględniać:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>różnorodność ofert gwarantujących szeroki wachlarz możliwości w ramach każdego z wymiarów turystyki: edukacji, działań i doznań;</li> <li>sieciowanie ofert (integracja sił różnych podmiotów);</li> </ul> | <p>18. ESKAPADA. Poznaj swój region z przewodnikiem</p> <p>19. Eskapada na rowerach</p> <p>20. Opracowanie i wydanie map rowerowych</p> <p>21. Kujawsko-Pomorskie na Rowery – strona internetowa/aplikacja mobilna</p> <p>22. Kujawsko-Pomorskie na Rowery – rajdy rowerowe</p> |

<sup>14</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 92

|                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• zrównoważoną turystykę skupioną na odkrywaniu uroków miejsc bliskich miejscu zamieszkania – lokalnych skarbów;</li> <li>• mikrowyprawy - zainteresowanie wyjazdami bliższymi miejscu zamieszkania i krótszymi kilkugodzinnymi, jedno lub dwudniowymi;</li> <li>• wykorzystanie nowych technologii w prezentacji ofert - formularz online do rezerwacji wycieczek oraz lokalnych atrakcji oraz formularz online do zgłoszeń dla organizatorów;</li> <li>• dostosowanie do możliwości osób z niepełnosprawnościami - ułatwienie dostępu do kultury, turystyki wszystkim osobom, bez względu na ich ograniczenia, które mają związek z wiekiem i niepełnosprawnościami.</li> </ul> <p>Ponadto mieszkańcy województwa nie utożsamiają się z dziedzictwem kulturowym regionu, swoich małych ojczyzn, nie są świadomi jego różnorodności. Aby wypromować ofertę turystyczną regionu należy zdecydowanie zbudować wizerunek wśród jego mieszkańców, by sami mogli się włączyć w proces jej współtworzenia.</p> <p>Działania:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. komunikacja z mieszkańcami województwa w mediach społecznościowych,</li> <li>2. organizacja bezpłatnych akcji eventowych dla mieszkańców,</li> <li>3. zachęcanie do współorganizacji wydarzeń lokalnych przedsiębiorców, organizacji pozarządowych działających w branży turystycznej, parków krajobrazowych,</li> <li>4. przygotowanie ofert zgodnie z współczesnymi trendami,</li> <li>5. promocja turystyki aktywnej (rowerowej i pieszej), m.in. poprzez rozwój aplikacji „Przewodnik po Konstelacjach”.</li> </ol> | <p>13. Piastowski Rajd Rowerowy</p> <p>2. Jakubowa Sztafeta Rowerowa</p>                    |
| <p>1.2.4. Promocja wizerunku i oferty turystycznej regionu w kraju - Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc</p> | <p>Pierwsza dekada XXI wieku – mimo wielu kataklizmów – przyniosła stały rozwój gospodarki turystycznej. Obserwujemy wzrost podaży usług turystycznych w warunkach ostrej konkurencji, poszukiwania nowych nabywców. Ewolucji ulegają zachowania wypoczynkowe turystów, zmuszając do doskonalenia produktów i metod sprzedaży oraz uruchamiania działań pobudzających popyt na usługi turystyczne. Sprzedaż produktów turystycznych staje się celem nie tylko poszczególnych usługodawców, ale również miast, regionów, na których one występują, określanych terminem „miejsce docelowe”. Profesjonalny marketing</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>23. Ogólnopolska kampania promocyjna "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc"</p> |

wymaga ciągłej analizy zjawisk na rynku, selekcji i pozycjonowania produktów, wyboru właściwych instrumentów promocji i kanałów dystrybucji, a także cierpliwości. Wylansowanie nowego kierunku wyjazdów wymagać może nawet kilkuletniego okresu intensywnego i spójnego marketingu<sup>15</sup>. Kujawsko-Pomorskie jest 10. najczęściej odwiedzanym regionem przez turystów krajowych. Dotychczas mieszkańcy kraju nie mieli możliwości poznać nowych ofert turystycznych wykreowanych przez region. Marki Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc oraz marka regionu Kujawy i Pomorze obecnie nie są utożsamiane z turystycznymi treściami. Nie są one znane przez mieszkańców regionu, a tym bardziej przez inne województwa.

Preferowana jest promocja obszarów produktowych, posiadających aktywne partnerstwo, mogących uczestniczyć finansowo i produktowo w realizacji kampanii ogólnopolskiej, a także operacyjnie w sprzedaży ofert turystycznych (tour-operator).

Rekomenduje się stworzenie programu promocji turystyki skierowanego do turysty polskiego pod hasłem: „Odkryj kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc: Bydgoszcz i Toruń, Pałuki, Kujawy, Bory Tucholskie i Krajny, Dolinę Dolnej Wisły i ziemi chełmińskiej, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska”. Kolejną odstoną promocji krajowej może być program dedykowany konkretnej ofercie poszczególnych szlaków turystycznych czy innych form turystyki. Należy wykorzystać istniejące, markowe ogólnopolskie czy międzynarodowe imprezy w tym ze szczególnym uwzględnieniem masowych imprez sportowych, kulturalnych czy turystycznych, systematycznie odbywających się w województwie, do promowania produktowych obszarów czy gotowych ofert sprzedażowych (Ster na Bydgoszcz, Festyn Archeologiczny w Biskupinie, Camerimage, Międzynarodowy Turniej Rycerski w Golubiu-Dobrzyniu, 9-Hills Festiwal, Skyway - festiwal światła, ENEA Bydgoszcz Triathlon, ENEA Pałuki Tour,

<sup>15</sup> Promocja i informacja w turystyce, Z. Kruczek, B. Walas

|        |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                                                                                                      | <p>Copernicus Cup, czy zbliżające się Mistrzostwa Świata w lekkiej atletyce - 2026 r.).</p> <p>Należy łączyć odpowiednio charakter imprezy z ofertą regionu, np. imprezy sportowe z reklamą i promocją miejsc do uprawiania turystyki aktywnej, szlakami rowerowymi czy pieszymi.</p> <p>Kampania i poszczególne narzędzia promocyjne skierowane powinny być na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wzrost świadomości turystów dotyczącej istnienia regionu,</li> <li>- przekonywanie o walorach regionu,</li> <li>- podnoszenie użyteczności oferty regionu,</li> <li>- kształtowanie tożsamości i pozytywnego wizerunku,</li> <li>- przyciągnięcie większej liczby turystów i inwestorów.</li> </ul> <p>Wyjątkowość eventów polega również na wywoływaniu u odbiorców związków emocjonalnych z danym regionem. Kampania promocyjna regionu bądź obszaru produktowego oparta na organizacji masowej imprezy sportowej umożliwia organizatorom dostęp do efektywnej komunikacji przez obecność środków masowego przekazu.</p> <p>Nacisk należy położyć na dobrej jakości wydawnictwa, produkcje filmowe - dostosowane do potrzeb medium, prowadzenie stosownych kampanii w social mediach.</p> <p>Plan realizacji kampanii optymalnie powinien być ułożony w perspektywie do 2030 +.</p> |                                                                                    |
| 1.2.5. | Promocja wizerunku i oferty regionu <b>zagranicą</b> – Kujawsko-pomorskie Konstelacje dobrych miejsc | <p>Kształtowanie wizerunku marki jest procesem złożonym i długotrwałym, który wymaga zaangażowania wielu podmiotów, stworzenia odpowiednich struktur instytucjonalnych oraz opracowania, a następnie konsekwentnego realizowania zaplanowanego planu działań. W zależności od przyjętych założeń, plan powinien koncentrować się na promowaniu walorów turystycznych całego regionu bądź innych istotnych jego atrybutów atrybutów. Oprócz atrakcyjności turystycznej, eksponowany może być</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 24. Kampania Promocyjna „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc” za granicą |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>potencjał gospodarczy, innowacyjność, nowoczesność jako integralne elementy współtworzące wizerunek regionu. Należy położyć nacisk na kształtowanie wizerunku marki turystycznej regionu tj. Kujawsko-Pomorskich Konstelacji dobrych miejsc - jako całości. Należy również podkreślić jak ważnym jest odpowiednie zintegrowanie oraz koordynacja działań przez różne instytucje. Jednolita i spójna koncepcja marki regionu może przynieść wiele wymiernych korzyści i przyczynić się do zwiększenia liczby przybywających turystów, napływu inwestycji oraz wykwalifikowanych pracowników, wzrostu eksportu, poprawy wizerunku marki turystycznej zagranicą, a także wzmocnienia tożsamości narodowej i szacunku dla własnego kraju.</p> <p>Należy wykorzystać istniejące, markowe ogólnopolskie czy międzynarodowe imprezy w tym ze szczególnym uwzględnieniem masowych imprez sportowych, kulturalnych czy turystycznych, systematycznie odbywających się w województwie, do promowania produktowych obszarów czy gotowych ofert sprzedażowych (Ster na Bydgoszcz, Festyn Archeologiczny w Biskupinie, Camerimage, Międzynarodowy Turniej Rycerski w Golubiu-Dobrzyniu, 9-Hills Festiwal, Skyway - festiwal światła, ENEA Bydgoszcz Triathlon, ENEA Pałuki Tour, Copernicus Cup, czy zbliżające się Mistrzostwa Świata w lekkiej atletyce - 2026 r.).</p> <p>Należy łączyć odpowiednio charakter imprezy z ofertą regionu, np. imprezy sportowe z reklamą i promocją miejsc do uprawiania turystyki aktywnej, szlakami rowerowymi czy pieszymi.</p> <p>Kampania i poszczególne narzędzia promocyjne skierowane powinny być na:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wzrost świadomości turystów dotyczącej istnienia regionu,</li> <li>- przekonywanie o walorach regionu,</li> <li>- podnoszenie użyteczności oferty regionu,</li> <li>- kształtowanie tożsamości i pozytywnego wizerunku,</li> <li>- przyciągnięcie większej liczby turystów i inwestorów.</li> </ul> |  |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Wyjątkowość eventów polega również na wywoływaniu u odbiorców związków emocjonalnych z danym regionem. Kampania promocyjna regionu bądź obszaru produktowego oparta na organizacji masowej imprezy sportowej umożliwia organizatorom dostęp do efektywnej komunikacji przez obecność środków masowego przekazu oraz zainteresowanie potencjalnych sponsorów.</p> <p>Nacisk należy położyć na dobrej jakości wydawnictwa, produkcje filmowe - dostosowane do potrzeb medium, prowadzenie stosownych kampanii w social mediach w j. angielskim, niemieckim, hiszpańskim.</p> <p>Plan realizacji kampanii optymalnie powinien być ułożony w perspektywie do 2030 +.</p> |  |
| 1.2.6. Powstanie Kujawy Pomorze Convention Bureau | <p>Kujawsko-Pomorskie Convention Bureau (KPCB) będzie to konsorcjum produktowe mające na celu rozwój turystyki biznesowej w województwie kujawsko-pomorskim. Będzie ono specjalistyczną jednostką zajmującą się promocją całego regionu jako atrakcyjnego miejsca do organizacji konferencji, kongresów, spotkań biznesowych, czy wydarzeń specjalnych. KPCB będzie działać non-profit i będzie dążyć do promowania unikalnych aspektów turystycznych i biznesowych województwa.</p> <p>KPCB powinno działać w ramach struktur Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej (KPOT) i będzie tworzone jako konsorcjum złożone z różnych podmiotów, które mają wpływ na rozwój turystyki biznesowej w regionie.</p> <p>KPCB będzie funkcjonować poprzez tworzenie spójnej i zbiorczej oferty obiektów konferencyjnych i kongresowych, doradztwo dla firm działających w sektorze turystyki biznesowej oraz profesjonalne pośrednictwo między firmami a organizatorami wydarzeń. Będzie także współpracować z hotelarzami, gestorami atrakcji turystycznych, jednostkami samorządu terytorialnego oraz organizatorami wydarzeń, aby zapewnić bogatą i atrakcyjną ofertę dla klientów.</p> | 25. Kujawy-Pomorze Convention Bureau                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |

Kluczowe zadania Kujawsko-Pomorskiego Convention Bureau będą obejmować:

1. Tworzenie spójnej oferty konferencyjnej i kongresowej: Prezentowanie potencjału regionu jako miejsca dla turystyki biznesowej, kongresowej i konferencyjnej.
2. Doradztwo i wsparcie dla sektora turystyki biznesowej: Pomoc w organizacji wydarzeń biznesowych oraz wsparcie dla firm w celu promocji turystyki biznesowej w regionie.
3. Profesjonalne pośrednictwo: Łączenie firm oferujących usługi dla branży spotkań z organizatorami wydarzeń.
4. Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego oraz innymi podmiotami: Współdziałanie z lokalnymi władzami i partnerami biznesowymi w celu stworzenia silnego ekosystemu turystyki biznesowej.
5. Stworzenie banku informacji: Gromadzenie danych o ofercie turystycznej regionu oraz dostarczanie ich organizatorom wydarzeń.
6. Współpraca ze środowiskiem naukowym: Partnerstwo z uczelniami w zakresie badań nad turystyką biznesową oraz pozyskiwanie prestiżowych wydarzeń naukowych.
7. Uczestnictwo w wydarzeniach branżowych: Promocja na targach turystycznych, spotkaniach branży.

Realizacją zadań zajmować się będzie co najmniej jeden pracownik zatrudniony na pełen etat. KPCB przygotuje materiały promocyjne, a także stworzy dedykowaną stronę internetową, która stanowić będzie źródło informacji dla organizatorów spotkań.

Dzięki tym założeniom KPCB stanie się kluczowym narzędziem do promowania województwa kujawsko-pomorskiego jako atrakcyjnego miejsca dla turystyki biznesowej i konferencyjnej.

Źródło: Opracowanie własne



## Cel strategiczny 2. Zwiększenie znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie

Analizy wskazują, że aby gospodarka regionów rozwijała się efektywnie, instytucje formalne (wszelkiego rodzaju normowane przez prawo) i nieformalne (zakorzenione w dziedzictwie kulturowym społeczeństwa – wartości, tradycje, obyczaje, zwyczaje, kultura, moralność, zaufanie itp.) muszą być do siebie dopasowane i pozytywnie na siebie oddziaływać, wzajemnie się wzmacniając. Przy czym, o ile te pierwsze zmienia się stosunkowo łatwo i szybko – przez wprowadzenie nowych przepisów prawa, te drugie, uwarunkowane sposobem myślenia i działania ludzi, zmieniają się powoli i z wielkim trudem. Warunkiem trwałego wzrostu gospodarczego jest elastyczność instytucji ujawniająca się w długim okresie jako zdolność tworzenia form współpracy i postaw kreatywności sprzyjających wzrostowi dobrobytu<sup>16</sup>. Dokument Strategii, podkreśla istotę powyższego, wskazując za swoje priorytety i cele taktyczne, współpracę i kooperację na wielu płaszczyznach, między władzami samorządowymi a podmiotami branży turystycznej.

### Cel taktyczny 1. Wzmocnienie i rozwój regionalnej i lokalnej współpracy interesariuszy instytucjonalnych

Współpracę na rzecz rozwoju turystyki w regionie rozumie się jako formę dobrowolnego współdziałania, w którym autonomiczni interesariusze angażują się w interaktywny proces, wykorzystując wspólne reguły, normy i struktury, by działać i decydować w sprawach związanych z rozwojem turystyki w regionie. Zadania realizowane w ramach tak szeroko rozumianej kooperacji mogą stanowić np.: doradztwo, konsultacje, wspólne inwestycje infrastrukturalne, wspólne działania marketingowe (np. opracowanie jednego folderu, organizacja eventu, stosowanie wspólnego brandingu itp.). Rolą samorządu województwa jest programowanie oraz wsparcie takich działań.

W sektorze turystyki współpraca jest niezbędnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej regionu. Umożliwia ona nie tylko zwiększenie atrakcyjności oferty turystycznej, ale także promuje innowacje, efektywne zarządzanie zasobami, skuteczniejszy marketing oraz wzmacnia odporność na kryzysy. Współpraca przyczynia się do tworzenia wartości dodanej dla turystów oraz wzmacnia pozycję konkurencyjną regionu na rynku turystycznym. W planach strategicznych na poziomie regionu należy więc wzmacniać i rozwijać regionalną i lokalną współpracę wszystkich interesariuszy sektora turystyki. Takie działania sprzyjać będą także tworzeniu i realizacji wspólnych projektów turystycznych.

<sup>16</sup> Instytucje jako uwarunkowania współpracy w regionie turystycznym – ujęcie z perspektywy nowej ekonomii instytucjonalnej

Tabela 15. Cel taktyczny 2.1. Opis najważniejszych informacji

| Cele taktyczne                                                                                     | Cele operacyjne                                                                                                   | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1. Wzmocnienie i rozwój regionalnej i lokalnej współpracy wśród interesariuszy instytucjonalnych | 2.1.1. Wsparcie podmiotów branży turystycznej                                                                     | <p>Wsparcie podmiotów branży turystycznej: Regionalnej Organizacji Turystycznej - Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej (ROT - KPOT), Lokalnych Organizacji Turystycznych (LOT), Lokalnych Grup Działania (LGD), Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego - regionalnych oddziałów na terenie województwa kujawsko-pomorskiego (PTTK) oraz pozostałych organizacji pozarządowych działających w sektorze turystyki oraz branży turystycznej.</p> <p>Działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wsparcie rozwoju organizacji (ROT-u, LOT-ów, LGD, PTTK),</li> <li>- szkolenia kadr branży turystycznej (patrz 2.2.1.),</li> <li>- doskonalenie kadr poprzez wymianę dobrych praktyk,</li> <li>- organizacja study tourów,</li> <li>- wsparcie finansowe działań promocyjnych organizacji pozarządowych działających w sektorze turystyki,</li> <li>- stworzenie sieci współpracy w celu wypracowania wspólnej oferty produktów turystycznych.</li> </ul>                                                                                          |
|                                                                                                    | 2.1.2. Opracowanie zasad współwystępowania i księgi zgodności marek Konstelacji dobrych miejsc i Kujawy i Pomorze | <p>Obecnie województwo kujawsko-pomorskie posługuje się w niespójny sposób dwoma markami wizerunkowymi tj. Kujawy i Pomorze oraz marką turystyczną: Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc. Jest to między innymi jeden z powodów, dlaczego mieszkańcy regionu a tym bardziej turyści, nie identyfikują województwa z żadną z tych marek.</p> <p>Istnieje więc potrzeba zapewnienia tożsamości wizerunku na poziomie marki regionu: Kujawy i Pomorze i marki turystycznej: Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc oraz komunikacji marketingowej. Odbiorcy powinni otrzymać komunikat, że mają do czynienia ze wspólnie zarządzanym markowym produktem turystycznym.</p> <p>Aktualnie, Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc jako idea spajająca ofertę turystyczną województwa znana jest jedynie gronu specjalistów branżowych, w tym członków ROT. Stworzenie i konsekwentne trzymanie się standardów brandingowych przekona mieszkańców regionu i turystów, że Kujawsko-Pomorskie posiada przemyślane i wysokiej jakości produkty turystyczne.</p> |

Samorząd województwa i ROT są właścicielami marek, które posiadają znaczące zasięgi i prowadzoną przez cały rok komunikację. Poprzez uporządkowanie relacji jest możliwe wzmocnienie efektu obu przekazów. Konstelacja dobrych miejsc, jako marka turystyczna została zatwierdzona do użycia w 2016 roku przez członków K-POT. W roku 2017 Zarząd Województwa Kujawsko-Pomorskiego na mocy uchwały przyjął stosowanie marki Kujawy i Pomorze z uwiarygodnieniem Spokój – Impuls – Moc. Do dziś nie opracowano jednak zasad wspólnego używania obu marek.

Planuje się opracowanie książki identyfikacji werbalnej i graficznej, pokazującej współwystępowanie obu marek. Do każdej z marek opracowane powinny zostać komunikaty promocyjne (np. nagłówki – leady), które staną się punktem odniesienia do prowadzenia dalszych działań marketingowych.

Źródło: Opracowanie własne

**Cel taktyczny 2.** Poprawa przepływu informacji o turystyce sprzyjającej tworzeniu i realizacji wspólnych projektów turystycznych

Branża turystyczna, mimo swojego kluczowego znaczenia w wytwarzaniu dóbr i usług turystycznych oraz w obsłudze ruchu turystycznego nie jest obecnie – i nie będzie w przyszłości – jedynym podmiotem mającymi potrzeby doskonalenia zawodowego i szkolenia kadr dla turystyki. Równie ważne role odgrywają tu organizacje i instytucje publiczne związane z jednostkami administracji państwowej i samorządowej różnych szczebli oraz samorządu gospodarczego. Tworzą one nie tylko otoczenie przedsiębiorstw branży turystycznej, ale w szeregu przypadkach jako instytucje o charakterze użyteczności publicznej bardzo często uzupełniają i wspierają działalność przedsiębiorstw. Jako przykłady mogą tu służyć centra i punkty informacji turystycznej, biura promocji miasta/regionu. Skutki właściwego przygotowania kadr, szkolenia i doszkalania dla tej grupy jednostek organizacyjnych jest warunkiem koniecznym efektywnego funkcjonowania całego rynku turystycznego, w tym naturalnie przedsiębiorstw<sup>17</sup>.

Niezbędne jest również wypełnienie luki poznawczej za pomocą dokładnej wiedzy i danych np. poprzez system monitorowania turystyki w regionie. Tylko wtedy możliwe będzie podjęcie właściwych działań, które doprowadzą do optymalnego wykorzystania lokalnych zasobów, zwiększenia atrakcyjności regionu dla turystów oraz maksymalizacji pozytywnego wpływu turystyki na gospodarkę lokalną. Zapewnienie solidnej bazy danych i dogłębne zrozumienie specyfiki regionalnej są fundamentem dla tworzenia efektywnych strategii i planów rozwoju turystyki, które będą wspierać zarówno lokalną gospodarkę, jak i społeczność. Prowadzenie systematycznych badań ruchu turystycznego w regionie pomoże w lepszym zrozumieniu trendów, preferencji turystów oraz efektywności działań promocyjnych. Badania w turystyce opisane w niniejszym opracowaniu to również wspieranie opracowania i wdrożenia cyklicznego badania ruchu turystycznego w regionie umożliwiającego pomiar lub szacunek wpływu turystyki na lokalną gospodarkę. Opracowanie dostosowanej do specyfiki regionu, jego atrakcji i bazy turystycznej metodologii badawczej wykorzystującej dane z systemów cyfrowych.

---

<sup>17</sup> PROJEKT ZAŁOŻEŃ PRAC BADAWCZYCH DOTYCZĄCYCH POTRZEB DOSKONALENIA ZAWODOWEGO I SZKOLENIA KADR DLA TURYSTYKI, mgr Michał Bucholz, dr Tomasz Dziedzic, dr Krzysztof Łopaciński

Tabela 16. Cel taktyczny 2.2. Opis najważniejszych informacji.

| Cel strategiczny 2. Zwiększenie znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie                                   |                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Cele taktyczne                                                                                                      | Cele operacyjne                                                  | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Projekty    |
| 2.2. Poprawa przepływu informacji o turystyce sprzyjającej tworzeniu i realizacji wspólnych projektów turystycznych | 2.2.1. Doskonalenie kadr branży turystycznej dla potrzeb turysty | <p>Sektor turystyki generuje wiele miejsc pracy poza turystyką, głównie z powodu specyfiki produktu turystycznego, który zazwyczaj obejmuje wiele usług turystycznych, hotelarskich, gastronomicznych, pilotażowych i przewodnickich<sup>18</sup>. Nieprzewidziane zjawiska, jak np. pandemia czy wojna, nazywane często black swan, spowalniają dynamikę rozwoju tego sektora, jednak nie odwracają trendu związanego z bogaceniem się społeczeństwa i przeznaczaniem większej ilości czasu i środków na wypoczynek. Tym samym bardzo ważne staje się dopasowanie wiedzy i umiejętności oferowanych w systemie edukacji do zapotrzebowania rynku pracy i zmieniających się potrzeb społecznych<sup>19</sup>.</p> <p>Dlatego tak ważne jest szkolenie kadr sektora turystyki, gdyż wykształcona branża będzie służyć w przyszłości kompleksowej obsłudze turystów w sposób konkurencyjny oraz będzie inspiracją do podejmowania działań w kolejnych sezonach turystycznych.</p> <p>Działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozwój oferty szkoleń w zakresie nowych technologii oraz nowych specjalizacji turystycznych;</li> <li>- specjalistyczne szkolenia produktowe dla branży hotelowej oraz osób działających w turystyce;</li> <li>- organizacja wizyt studyjnych między branżą turystyczną - wymiana i poznanie dobrych praktyk z regionu;</li> </ul> | Nie dotyczy |

<sup>18</sup> Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005<sup>19</sup> "Kształcenie kadr branży turystycznej w Polsce", Mariusz Barczak, Rynek Pracy 2/2022

|  |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- zaproszenie i udział interesariuszy z regionu w projektach realizowanych w ramach współpracy międzynarodowej (np. Interreg Europa, Interreg Środkowa Europa itp.);</li> <li>- organizacja cyklicznych spotkań branży turystycznej - Regionalne Forum Turystyki oraz Regionalne Zakończenie Sezonu Turystycznego, itp.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           |
|  | 2.2.2. Powstanie portalu dla projektu kompleksowych badań ruchu turystycznego - Barometr Turystyczny | <p>Budowa strony internetowej pn. Barometr Turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego, którego celem będzie prezentacja wyników badań ruchu turystycznego w regionie kujawsko-pomorskim, możliwość generowania wyników przez branżę zgodnie z potrzebami, stworzenie dashboardu czyli przygotowanie rozwiązań do wizualizacji wyników, rozszerzenie pola eksploracji.</p> <p>Portal będzie miał za zadanie dostarczyć kompleksowe informacje o sektorze turystycznym w województwie kujawsko-pomorskim. Strona ta pozwoli nie tylko na określenie wielkości ruchu turystycznego w województwie, ale również dostarczy szeregu innych danych, których odpowiednie wykorzystanie i analiza może zwiększyć konkurencyjność turystyczną całego regionu.</p> | 26. Barometr turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego |

Źródło: Opracowanie własne

### Cel taktyczny 3. Rozwój systemu badań monitorujących sektor turystyki

Strategia Przyspieszenia 2030+ podkreśla, że kluczem do postępu województwa jest eksploatacja wewnętrznych atutów, które stanowią esencję produktów turystycznych. Turystyka postrzegana jest jako wielowymiarowa aktywność, która zwiększa konkurencyjność regionu, wspierając gospodarkę i poprawiając jakość życia mieszkańców.

Do tej pory jednak analizy dotyczące turystyki opierały się głównie na dostępnych źródłach wtórnych, takich jak oficjalne statystyki czy raporty związane z rynkiem turystycznym. Część tych analiz była przeprowadzana niesystematycznie lub skupiała się tylko na pewnych aspektach turystyki.

Tymczasem współczesne możliwości technologiczne pozwalają na spojrzenie na problem badań sektora turystyki w bardziej systematyczny i holistyczny sposób pozwalając przy tym na obserwację sytuacji w sektorze nie tylko z perspektywy historycznej, ale także bieżącej. Jak wynika z przeprowadzonej diagnozy zmiany technologiczne w turystyce przynoszą integrację i internacjonalizację działań, umożliwiając lokalnym dostawcom usług włączenie się w globalne systemy rezerwacji i sprzedaży. Rozwój technologii, w tym big data, pozwala na dokładniejszą analizę preferencji konsumentów, co zwiększa przewagę konkurencyjną podmiotów turystycznych i umożliwia samorządom efektywniejsze zarządzanie turystyką w regionie. Nowe źródła danych, takie jak dane mobilne, webscrapingowe, z kart płatniczych, czy z czujników AI, otwierają nowe możliwości analizy ruchu turystycznego, co pozwala na uzyskanie bardziej kompleksowego obrazu popytu turystycznego w danym regionie.

Dla zrównoważonej ewolucji produktów turystycznych kluczowe jest regularne przeprowadzanie dogłębnych analiz strategicznych. To właśnie one, bazując na kompleksowym monitoringu funkcji turystycznych danego regionu, w tym przypadku województwa, mogą dostarczyć istotnych informacji na temat potrzeb, trendów oraz możliwości rynkowych. Zintegrowany monitoring funkcji turystycznej województwa powinien okazać się nie tylko narzędziem do zbierania danych, ale również fundamentem do zrozumienia specyfiki regionu, jego atutów i wyzwań.

Rola i znaczenie jakie przypisuje się współcześnie turystyce w gospodarce a także jej wpływ gospodarczy, przestrzenny i społeczny sprawiają, że wzrasta zapotrzebowanie na informacje, które mogą służyć podejmowaniu optymalnych decyzji dotyczących jej rozwoju. Przegląd dotychczasowego dorobku naukowego, aktualnych wyników badań, a także analiza aktywności podmiotów branży turystycznej wskazują, że o sukcesie oferty turystycznej na współczesnym rynku – przedsiębiorstw, ośrodków czy też całych regionów turystycznych - decyduje nie tylko „to”, co mają one do zaoferowania, ale przede wszystkim precyzyjna, szczegółowa wiedza na temat zachowań i postaw konsumentów wobec oferowanych im produktów i usług. Bez tego typu informacji trudno jest na rynku wypracować i utrzymać wysoką pozycję konkurencyjną.

Docelowo system badań sektora turystyki powinien integrować następujące obszary tematyczne:

- wielkość ruchu turystycznego i wydatków turystów w podziale m.in. na obszarowe produkty turystyczne;
- satysfakcję osób odwiedzających oraz postrzeganie marki województwa i produktów turystycznych;
- profile behawioralne i psychograficzne turystów według wybranych produktów;



- kluczowe wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej (wskaźnik gęstości ruchu turystycznego, intensywności ruchu turystycznego, gęstości i wielkości bazy noclegowej);
- wpływ turystyki na jakość życia mieszkańców, w tym ich stosunku do turystów oraz rozwoju turystyki w województwie;
- wpływ turystyki na gospodarkę województwa (tzw. impact turystyczny), z dodatkowym wyróżnieniem branży spotkań i wydarzeń);
- analizę rynku pracy w sektorze turystycznym;
- wpływ rozwoju turystyki na osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju przyjętych przez Narody Zjednoczone, z podkreśleniem następujących celów:
  - cel 3: Zapewnić wszystkim ludziom w każdym wieku zdrowe życie oraz promować dobrobyt ;
  - cel 8: Promować stabilny, zrównoważony i inkluzywny wzrost gospodarczy, pełne i produktywne zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich ludzi;
  - cel 9: Budować stabilną infrastrukturę, promować zrównoważone uprzemysłowienie oraz wspierać innowacyjność;
  - cel 11: Uczynić miasta i osiedla ludzkie bezpiecznymi, stabilnymi, zrównoważonymi oraz sprzyjającymi włączeniu społecznemu;
  - cel 12: Zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji.

Tabela 17. Cel taktyczny 2.3. Opis najważniejszych informacji.

| Cel strategiczny 2. Zwiększenie znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie |                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Cele taktyczne                                                                    | Cele operacyjne                                                  | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Projekty                                                  |
| 2.3. Rozwój systemu badań monitorujących sektor turystyki                         | 2.3.1. Przeprowadzenie badań realizowanych cyklicznie (co roku). | <p>Oferowane w regionie produkty turystyczne, takie jak atrakcje, trasy czy wydarzenia, są kluczowym elementem oferty. Jednak, aby te produkty były atrakcyjne i odpowiadały na rzeczywiste potrzeby i oczekiwania turystów, niezbędne jest zrozumienie rynku, konkurencji, a także unikalnych cech danego województwa. Stąd też, systematyczne prowadzenie analizy strategicznej bazującej na zintegrowanym monitoringu pozwala nie tylko na identyfikację obecnych trendów, ale również prognozowanie zmian w sektorze turystyki. Dzięki temu, decydenci i osoby odpowiedzialne za rozwój turystyki w województwie będą mogły podejmować świadome decyzje, planować inwestycje, a także dostosowywać ofertę do zmieniających się potrzeb turystów.</p> <p>Planowane podejście przyczyni się do tworzenia produktów turystycznych, które są nie tylko atrakcyjne dla odwiedzających, ale także wpisują się w długoterminową strategię rozwoju regionu, promując zrównoważony rozwój i korzystając z zasobów w sposób odpowiedzialny.</p> <p>Niezbędne dla dalszego prosperity województwa kujawsko-pomorskiego stworzenie systemu badań ruchu turystycznego dla województwa kujawsko-pomorskiego uwzględniającego nowoczesne technologie pozyskiwania danych źródłowych, polegającego na opracowaniu i wdrożeniu nowatorskiego narzędzia do pozyskiwania danych z różnych źródeł, w tym w czasie rzeczywistym. Opracowany system analiz turystycznych, który integruje różne obszary tematyczne wskazując częstotliwość ich wykonywania. Z drugiej strony zostanie określona ważność każdego z tych elementów, która powinna odnosić się do wkładu, jaki dany element analiz wnosi do systemu. Dzięki takiemu</p> | 26. Barometr turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego |

|  |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                            | <p>podejściu będzie można otrzymać obraz zmiennych, które będą miały największy wpływ na analizowane zjawisko.</p> <p>Koncepcja badań realizowanych cyklicznie (co roku), przewiduje realizację następujących celów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• badania ruchu turystycznego i wydatków turystów (pełne lub częściowe),</li> <li>• analiza satysfakcji odwiedzających,</li> <li>• kluczowe wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej,</li> <li>• wpływ turystyki na gospodarkę województwa,</li> <li>• analityka korzystania z kanałów mediów społecznościowych, stron internetowych, oraz aplikacji turystycznych,</li> <li>• wpływ rozwoju turystyki na osiągnięcie Celów Zrównoważonego Rozwoju.</li> </ul>                                      |                                                           |
|  | 2.3.2. Przeprowadzenie badań uwzględniająca potrzeby w krótkim horyzoncie czasowym (w perspektywie od dwóch do pięciu lat) | <p>Koncepcja badań uwzględniająca potrzeby w dłuższym horyzoncie czasowym przewiduje (w perspektywie od dwóch do pięciu lat) realizację następujących celów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• profile behawioralne i psychograficzne turystów,</li> <li>• wpływ turystyki na jakość życia mieszkańców,</li> <li>• analiza konkurencyjnych produktów turystycznych w kraju,</li> <li>• monitoring otoczenia rozwoju produktów turystycznych, w tym trendów turystycznych,</li> <li>• badania wizerunku województwa jako obszaru atrakcyjnego turystycznie oraz marek produktowych,</li> <li>• segmentacja rynku,</li> <li>• analiza rynku pracy w sektorze turystycznym,</li> <li>• ewaluacja śródkresowa oraz expost niniejszej strategii.</li> </ul> | 26. Barometr turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego |

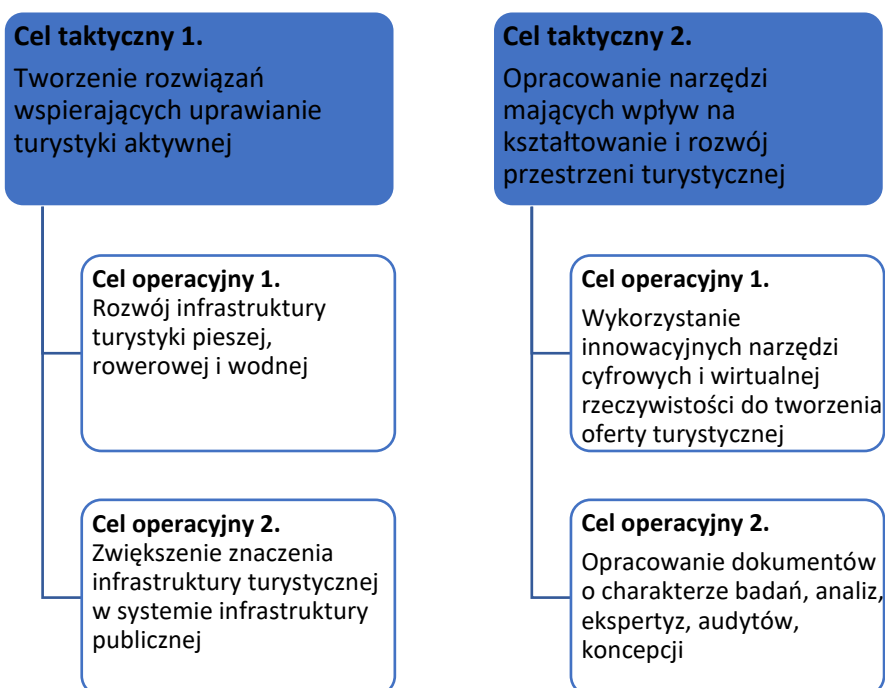
|  |                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                           |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|  | 2.3.3. Przeprowadzenie badań do realizacji analiz sporadycznych, realizowanych w razie potrzeby | Koncepcja badań do realizacji analiz sporadycznych, realizowanych w razie potrzeby, uwzględniających: <ul style="list-style-type: none"><li>• analiza portfela produktów turystycznych województwa,</li><li>• analiza potencjalnych rynków.</li></ul> | 26. Barometr turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|

Źródło: Opracowanie własne

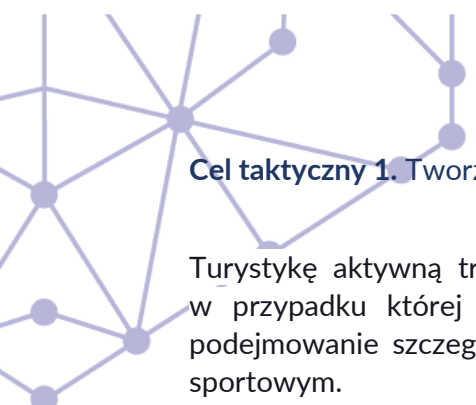
### Cel strategiczny 3. Kształtowanie przestrzeni turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego

Strategia rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego - Strategia przyspieszenia 2030+, wskazuje na priorytety w kierunkach rozwoju województwa. Jednym z nich jest "Rozwój turystyki jako dziedziny gospodarki". Kierunek ten jest dedykowany wsparciu rozwoju działalności gospodarczych w dziedzinie turystyki oraz szeroko rozumianego otoczenia instytucjonalnego oraz organizacyjnego turystyki. Turystyka nie jest tu utożsamiana jednoznacznie z określonymi rodzajami działalności gospodarczych, a raczej z celem prowadzenia tej działalności lub grupą docelową świadczenia usług (a więc obejmuje np.: ogół działalności noclegowych, działalności gastronomiczne ukierunkowane dla obsługi turystyki, działalności transportowe ukierunkowane dla obsługi turystyki itp.). Wśród otoczenia turystyki należy wymienić wszelkiego rodzaju podmioty publiczne i komercyjne mające na celu stwarzanie sprzyjających warunków prowadzenia działalności turystycznych, a więc: punkty informacji turystycznej, izby, stowarzyszenia, organizacje klastrowe podmiotów turystycznych, wyspecjalizowane jednostki doradcze dla przedsiębiorców działających w zakresie turystyki. Rozwój wszystkich wspomnianych powyżej aspektów może być realizowany w ramach pozostałych kierunków mających na celu stymulowanie ogólnego rozwoju przedsiębiorczości, a wydzielenie dedykowanego kierunku ma na celu przede wszystkim podkreślenie jej specyfiki i woli nadania większego niż dotąd znaczenia w rozwoju gospodarczym województwa.

Rysunek 2. Schemat celu strategicznego 3.



Źródło: Opracowanie własne



### Cel taktyczny 1. Tworzenie rozwiązań wspierających uprawianie turystyki aktywnej

Turystykę aktywną traktować należy jako nadrzędne pojęcie określające formę turystyki, w przypadku której jednym z głównych lub najważniejszych elementów wyjazdu jest podejmowanie szczególnego rodzaju aktywności ruchowej o charakterze rekreacyjnym lub sportowym.

Zgodnie z obserwacjami zawartymi w diagnozie, w turystyce następuje przesunięcie w preferencjach społeczeństwa. Turyści coraz częściej wybierają miejsca, które pozwolą im na nowe doświadczenia. Podróżujący preferują krótsze, ale bardziej aktywne i wypełnione atrakcjami wyjazdy. Wzrasta zainteresowanie turystyką nastawioną na nowe doznania, zrównoważony rozwój i troskę o własne dobre samopoczucie. Wzrasta grono turystów, którzy podróżują, aby uprawiać sport, korzystając przy tym z zaawansowanego technologicznie sprzętu. Opisane poniżej działania oraz propozycje projektów, ukierunkowane są na przybliżenie określonych w niniejszej strategii celów. Dotyczą one opracowania narzędzi (w tym: aplikacji, map, filmów, gier terenowych) mających przyczynić się do popularyzacji turystyki aktywnej wśród turystów; organizacji wydarzeń promujących turystykę aktywną; tworzenia produktów, ofert turystycznych turystyki aktywnej; tworzenia oraz wdrażania zapisów w zakresie turystyki aktywnej w dokumentach programowych; inicjowania, opiniowania i wspomagania planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej sprzyjającej aktywności fizycznej połączonej z poznawaniem atrakcji turystycznych.

Proces rozwoju turystyki aktywnej determinowany jest działalnością różnego rodzaju organizacji, instytucji oraz podmiotów gospodarczych. Wszystkie one tworzą szeroko rozumiany funkcjonalny system regionalnej i lokalnej gospodarki turystycznej. Dlatego w kontekście kreowania regionalnego produktu turystycznego tak ważne jest koordynowanie działań wszystkich podmiotów oraz inicjowanie współpracy między nimi.

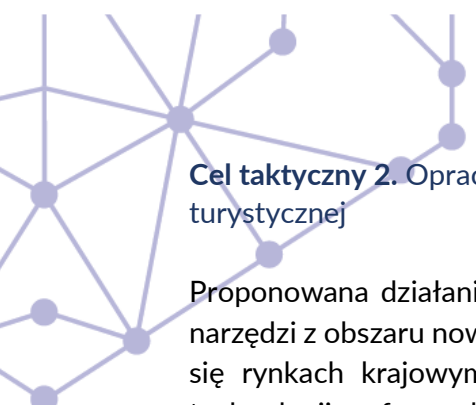
Tabela 18. Cel taktyczny 3.1. Opis najważniejszych informacji.

| Cel strategiczny 3. Kształtowanie przestrzeni turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego |                                                                 |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cele taktyczne                                                                              |                                                                 | Cele operacyjne | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Projekty                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 3.1.                                                                                        | Tworzenie rozwiązań wspierających uprawianie turystyki aktywnej | 3.1.1.          | Rozwój infrastruktury turystyki pieszej, rowerowej i wodnej                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                             |                                                                 |                 | Duży potencjał dla rozwoju turystyki aktywnej znajduje się w odpowiednim gospodarowaniu i zarządzaniu infrastrukturą rowerową, wodną i pieszą, a jej rozbudowa będzie mieć kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki aktywnej. Dlatego tak ważne jest wspieranie działań w zakresie tworzenia/odnowienia infrastruktury turystycznej.<br>Przykładowe działania: <ul style="list-style-type: none"><li>- wyznaczenie, oznakowanie, odnowienie oznakowania szlaków/tras/ścieżek pieszych i rowerowych oraz szlaków wodnych;</li><li>- powstanie, adaptacja, odnowienie punktowej infrastruktury turystycznej pełniące funkcje, np.: odpoczynku, schronienia, zabezpieczenia, naprawy, cumowania, składowania, przechowywania;</li><li>- poprawa dostępności infrastruktury turystycznej dla osób ze szczególnymi potrzebami;</li><li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej w parkach krajobrazowych województwa kujawsko-pomorskiego;</li><li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej przy Wiślanej Trasie Rowerowej;</li><li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej związanej ze Szlakiem Wisły;</li><li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej związanej ze Szlakiem św. Jakuba,</li><li>- digitalizacja szlaków pieszych i rowerowych.</li></ul> | 27. Mała infrastruktura turystyczna<br>28. Brodnicka Ósemka<br><br>29. Velo Gopło<br><br>30. Grudziądz – twierdza na wiślanym szlaku<br><br>31. Rozwój turystyki rowerowej w Gostynińsko-Włocławskim Parku Krajobrazowym<br><br>32. Bike Park Pojezierza Brodnickiego<br><br>33. Rowerem przez Bory Tucholskie<br><br>34. Budowa, rozbudowa i modernizacja infrastruktury sprzyjającej uprawianiu turystyki aktywnej – systemowy komponent planistyczny |



|  |                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 14. Kujawsko-Pomorski Szlak Wisły – budowa przystani rzecznych<br><br>15. Wiśłana Trasa Rowerowa |
|  | Zwiększenie znaczenia infrastruktury turystycznej w systemie infrastruktury publicznej | Organizacja i wsparcie zadań w zakresie roli i rozbudowy infrastruktury publicznej i publicznych środków transportu o komponenty infrastruktury turystycznej. Wsparcie zadań w zakresie tworzenia, adaptacji, odnowienia infrastruktury turystycznej funkcjonującej w ramach infrastruktury publicznej.<br>Przykładowe działania:<br>- sympozja, konferencje, warsztaty, szkolenia, zespoły specjalistów;<br>- budowa, rozbudowa, modernizacja, zakup drobnej infrastruktury turystycznej związanej z miejscami i obiektami publicznymi oraz funkcjami transportu publicznego, np. stojaki, wiaty rowerowe, bagażniki, przyczepy do przewozu sprzętu rowerowego. | Nie dotyczy                                                                                      |

Źródło: Opracowanie własne



## Cel taktyczny 2. Opracowanie narzędzi mających wpływ na kształtowanie i rozwój przestrzeni turystycznej

Proponowane działania w celu taktycznym 3.2 ukierunkowane są na wdrożenie wybranych narzędzi z obszaru nowych technologii zgodnych z trendami obserwowanymi na zmieniających się rynkach krajowym i zagranicznym. Z uwagi na trendy zachodzące w wykorzystaniu technologii cyfrowych w turystyce planuje się realizację zadań wzmacniających markę turystyczną i ofertę regionu. Działanie ma mieć kompleksowy charakter i uwzględnić zarówno atrakcyjność turystyczną regionu w podziale na obszary markowe, tj. Bydgoszcz i Toruń, Pałuki, Bory Tucholskie i Krajna, Kujawy, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska, Dolina Dolnej Wisły i ziemia chełmińska, jak również ma uwzględnić unikatowe i poszukiwane przez turystów aktywności możliwe do realizacji w Kujawsko-Pomorskim.

Fizyczne przemieszczanie się, podróżowanie w realnej przestrzeni turystycznej to dzisiaj nie jedyny sposób poznania/konsumowania przestrzeni turystycznej. Wirtualna podróż, a więc konsekwentnie wirtualna turystyka – dzięki technologiom stała się czymś rzeczywistym. Uzyskano dzięki temu wiele nowych sposobów tworzenia i nadawania kierunków rozwoju przestrzeni turystycznej.

Istotnym czynnikiem kształtującym przestrzeń turystyczną są również dokumenty o charakterze programowym, diagnozującym, koncepcyjnym. To one wyznaczają kierunki działań i standardy dla przyjaznej i nowoczesnej infrastruktury turystycznej.

Tabela 19. Cel taktyczny 3.2. Opis najważniejszych informacji.

| Cel strategiczny 3. Kształtowanie przestrzeni turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego |                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cele taktyczne                                                                              | Cele operacyjne                                                                                                    | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Projekty                                                                                                        |
| 3.2. Opracowanie narzędzi mających wpływ na kształtowanie i rozwój przestrzeni turystycznej | 3.2.1. Wykorzystanie innowacyjnych narzędzi cyfrowych i wirtualnej rzeczywistości do tworzenia oferty turystycznej | <p>Diagnoza potrzeb branży turystycznej wskazuje na zapotrzebowanie na kompleksowe wdrożenie technologii cyfrowych na poziomie regionu, co mogłoby obniżyć koszty pojedynczych implementacji i ułatwić dostęp do wiedzy eksperckiej. Ograniczenia finansowe, brak wiedzy o nowych technologiach i brak spójnej koncepcji wdrożenia stanowią główne bariery. Projekt Digitourism - cyfrowa rzeczywistość w turystyce, realizowany przez województwo kujawsko-pomorskie w latach 2018-2023 w ramach Programu Interreg Europa, zakładał wykorzystanie AR (augmented reality) i VR (Virtual reality) do promocji turystyki w regionie. Odpowiadał na te potrzeby, oferując rozwiązania które mogłyby zwiększyć atrakcyjność oferty turystycznej, szczególnie dla młodszych grup turystów.</p> <p>Zarówno AR, jak i VR mają potencjał do zastosowania w turystyce, jednak ich wybór zależy od grupy docelowej i rodzaju oferowanego produktu turystycznego. AR może wzbogacać rzeczywiste otoczenie o dodatkowe informacje, podczas gdy VR oferuje intensywne wirtualne doświadczenia. Wdrażanie nowych technologii w turystyce wymaga współpracy i stworzenia platform promujących turystykę na poziomie lokalnym i subregionalnym, co stanowi klucz do przyszłości sektora turystycznego<sup>20</sup>.</p> <p>Przykładowe działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• opracowanie i wdrożenie regionalnego narzędzia wykorzystującego technologię rzeczywistości cyfrowych do promocji oferty turystycznej produktów obszarowych (Dolina Dolnej Wisły, Pałuki, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobryńska, Kujawy, Bory Tucholskie i Krajna itd.).</li> </ul> <p>Działanie przewiduje opracowanie i wdrożenie regionalnego narzędzia wykorzystującego technologię wirtualnej rzeczywistości (VR) do promocji oferty turystycznej produktów obszarowych. Podobne działania zostaną</p> | <p>12. Kultura w zasięgu 3.0</p> <p>21. Kujawsko-Pomorskie na Rowery - strona internetowa/aplikacja mobilna</p> |

<sup>20</sup> Diagnoza - załącznik do Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego, str. 127.

przygotowane dla każdego z obszarów turystycznych, które mają przyczynić się do zwiększenia widoczności jego atrakcji turystycznych, a w konsekwencji zwiększenia ruchu turystycznego poza regionami aglomeracyjnymi.

Przeprowadzone badania wskazują, że ruch turystyczny w województwie kujawsko-pomorskim zdominowany jest przez dwie aglomeracje i ich ofertę. Lepsza promocja produktowa miejsc może wydłużyć pobyty turystyczne w regionie. Przyciągnięcie turystów i przyjezdnych do miejscowości poza Bydgoszczą i Toruniem może zaowocować bardziej zrównoważonym podziałem dochodów z turystyki. Przyczyni się również w dłuższej perspektywie do zapobiegania niepożądanemu trendowi overtourismu, który w okresie przed pandemią COVID-19 obserwowano w Toruniu.

Zakłada się również, że opisywane działanie może w znaczny sposób złagodzić lęki w grupach docelowych oraz zmniejszyć różnicę w postrzeganiu, które istnieją pomiędzy rzeczywistą atrakcyjnością turystyczną miejsc, a ich wizerunkiem. Przykłady dobrych praktyk projektu Digitourism pokazują, że realia cyfrowe mogą w bardzo przekonujący sposób przyczynić się do popularyzacji aktywności turystycznych nawet uważanych za ekstremalne.

Działanie to będzie realizowane w trzech etapach: edukacja i badania, pilotaż (w tym jedna z konstelacji) oraz realizacja (w tym wszystkie inne konstelacje i ich integracja).

Efektami jego realizacji mają być wdrożone, konkretne narzędzia wspierające promocję i informację dotyczącą najważniejszych przeżyć i atrakcji turystycznych w regionie w ramach siedmiu produktów obszarowych Konstelacji dobrych miejsc.

- Powstanie Centrum Kreatywności Piastokreator – Wirtualne muzeum Szlaku Piastowskiego części kujawsko-pomorskiej - kuźni innowacyjnych produktów turystyki kreatywnej dla Szlaku Piastowskiego:

- przestrzeń/miejsce spotkań, wymiany doświadczeń dla przedstawicieli JST, IT, muzeów i innych administratorów obiektów Szlaku, przewodników, przedsiębiorstw turystycznych i kreatywnych,

|  |                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                    |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- centrum szkoleniowo-doradcze dla w/w grup podmiotów w zakresie rozwoju i promocji Szlaku Piastowskiego,</li> <li>- miejsce aktywizacji gospodarczej rękodzielników i rzemieślników oraz mieszkańców posiadających zdolności artystyczne, którzy mogą tworzyć na potrzeby Szlaku Piastowskiego,</li> <li>- miejsce wsparcia w informowaniu i przygotowaniu wniosków unijnych dot. innowacji, kreatywności działań związanych ze Szlakiem Piastowskim,</li> <li>- miejsce integracji, aktywizujące współpracę, zapewniająca spójność działań związanych z Szlakiem Piastowskim,</li> </ul> <p>Działanie to wynika z zapisów Planu działania dla województwa kujawsko-pomorskiego projektu Cult-CreaTE finansowanego z Interreg Europa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie/rozbudowa strony internetowej i aplikacji o charakterze planner'a wycieczek z uwzględnieniem infrastruktury turystycznej na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.</li> </ul> |                                                                                                    |
|  | 3.2.2. Opracowanie dokumentów o charakterze badań, analiz, ekspertyz, audytów, koncepcji | <p>Badania, analizy, audyty, plany i koncepcje to przykłady dokumentów, w oparciu o które można planować rozwój infrastruktury turystycznej, określać jej standardy i wpływać na kształtowanie przestrzeni turystycznej.</p> <p>Przykładowe działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- badania ruchu turystycznego związanego z uprawianiem turystyki aktywnej</li> <li>- badanie, analiza potrzeb turystów w zakresie rozwoju infrastruktury turystycznej</li> <li>- audyt tras turystycznych</li> <li>- koncepcja rozwoju tras turystycznych</li> <li>- standardy tworzenia infrastruktury przyjaznej turystom</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>15. Wiśłana Trasa Rowerowa</p> <p>26. Barometr turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego</p> |

Źródło: Opracowanie własne

## Wykaz projektów kluczowych

Wykaz projektów kluczowych przedstawia zestawienie zadań, które są niezbędne do realizacji, aby oferta produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego przyczyniła się do wzrostu konkurencyjności gospodarki turystycznej w sposób zintegrowany, różnorodny i zrównoważony. Poniżej zaprezentowano zestaw projektów, które są znane na etapie opracowywania Strategii.

**Tabela 20.** Wykaz projektów kluczowych.

| Lp. | Nazwa projektu                                              | Opis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Wartość projektu (wartość brutto) | Źródło finansowania                             |
|-----|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1.  | Święto Turystycznych Marek Województwa Kujawsko-Pomorskiego | <p>Promocja turystycznych marek województwa kujawsko-pomorskiego poprzez coroczną organizację cyklu imprez. Wydarzenia te mają na celu zwiększenie rozpoznawalności poszczególnych regionów naszego województwa, zachęcenie turystów do odwiedzania różnych jego zakątków oraz umocnienie współpracy pomiędzy lokalnymi podmiotami turystycznymi.</p> <p>Projekt obejmuje organizację serii wydarzeń, które będą odbywać się w różnych miastach i miejscowościach Kujawsko-Pomorskiego. Każde z tych wydarzeń będzie dedykowane jednej z turystycznych marek regionu, takich jak: Bory Tucholskie i Krajna, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska, Dolina Dolnej Wisły i ziemia chełmińska, Kujawy i Pałuki. Podczas realizacji wydarzeń akcent ma być postawiony na:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promocja i marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>o Kampanie promocyjne w mediach tradycyjnych i nowych, w tym reklama w prasie, radiu, telewizji oraz na platformach społecznościowych.</li> <li>o Wydawnictwa promujące poszczególne wydarzenia i marki turystyczne, w formie broszur, map i katalogów.</li> </ul> </li> </ol> | 500 000 zł na rok                 | Środki KPOT/środki własne samorządu województwa |

|    |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |                                     |
|----|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------|
|    |                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Współpraca z influencerami i blogerami, którzy będą relacjonować wydarzenia i zachęcać swoich obserwatorów do udziału.</li> </ul> <p>2. Współpraca z Partnerami Lokalnymi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Zaangażowanie lokalnych przedsiębiorstw, instytucji kulturalnych i organizacji pozarządowych do współpracy przy organizacji i promocji wydarzeń.</li> <li>o Wsparcie ze strony samorządów lokalnych w zakresie logistyki, bezpieczeństwa i promocji.</li> </ul> <p>Święto Turystycznych Marek Województwa Kujawsko-Pomorskiego to unikalny projekt mający na celu promocję i integrację regionalnych atrakcji turystycznych poprzez organizację serii wydarzeń tematycznych. Dzięki różnorodnym aktywnościom i bogatej ofercie kulturalnej, projekt ma szansę przyciągnąć turystów z całej Polski, promując jednocześnie unikalne walory Kujawsko-Pomorskiego.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: KPOT</p> |                 |                                     |
| 2. | Jakubowa Sztafeta Rowerowa | <p>Organizacja rajdu rowerowego popularyzującego Szlak św. Jakuba w województwie kujawsko-pomorskim; wydarzenie dwudniowe, w którym weźmie udział ok. 150 uczestników.</p> <p>Trasa rajdu: ok. 140 km.</p> <p>Przez województwo kujawsko-pomorskie biegnie fragment Szlaku Świętego Jakuba, który jest przecinającą całą Europę siecią dróg prowadzących do znajdującego się w Santiago de Compostela grobu apostoła. Województwo Kujawsko-Pomorskie od 2017 roku jest członkiem Europejskiej Federacji Dróg Świętego Jakuba z Composteli.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 55 000 zł / rok | środki własne samorządu województwa |



|    |                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                  |                                     |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------|
| 3. | Weekend na Szlaku Kopernikowskim                                                           | <p>Projekt zakłada realizację cyklicznego wydarzenia promującego Szlak Kopernikowski w wybrany weekend wakacji. Zadanie realizowane przez regionalnego koordynatora Szlaku Kopernikowskiego we współpracy z samorządami współtworzącymi trasę turystyczną w województwie kujawsko-pomorskim. Wydarzenie obejmuje centralne obchody, corocznie realizowane w innym mieście na szlaku oraz równolegle realizowane wydarzenia w innych miejscowościach. Na wydarzenie składać się będą takie inicjatywy jak: wystawy plenerowe, zwiedzanie wystaw stałych i czasowych w muzeach, wykłady, warsztaty tematyczne, zwiedzanie obiektów na szlaku na co dzień niedostępnych, rajdy/wycieczki rowerowe po Szlaku Kopernikowskim, biegi po miejscowościach i w pobliżu obiektów znajdujących się na Szlaku Kopernikowskim, wycieczki/spacery z przewodnikiem, animacje kulturalne, gry terenowe/miejskie czy obserwacje astronomiczne.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Kopernikowskiego, organizacje pozarządowe</p> | 100 000 zł / rok | środki własne samorządu województwa |
| 4. | Oznakowanie obiektów znajdujących się w kujawsko-pomorskiej części Szlaku Kopernikowskiego | <p>Projekt zakłada zamocowanie w 54 obiektach znajdujących się na trasie kujawsko-pomorskiej części Szlaku Kopernikowskiego tablic informujących z kodem QR. Tablica określałaby przynależność danego zabytku/instytucji do Szlaku Kopernikowskiego oraz pozwoliłaby uzyskać więcej informacji o związkach tego miejsca z tą trasą po zeskanowaniu kodu.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Kopernikowskiego, organizacje pozarządowe</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 50 000 zł        | środki własne samorządu województwa |
| 5. | Realizacja szkoleń na certyfikowanych przewodników po Szlaku Kopernikowskim                | <p>Projekt zakłada przeprowadzenie cyklu wykładów oraz wyjazdów studyjnych we współpracy z PTTK, których celem byłoby przygotowanie kandydatów na przewodników turystycznych do egzaminu nadającego certyfikat do świadczenia usług przewodnickich na Szlaku Kopernikowskim. Wykształcenie wykwalifikowanej kadry jest kluczowe dla rozwoju trasy oraz podniesienia jej atrakcyjności dla odbiorcy grupowego.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Kopernikowskiego, organizacje pozarządowe</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 80 000 zł / rok  | środki własne samorządu województwa |

|    |                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                 |                                                           |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------|
| 6. | Stworzenie sieci murali kopernikańskich prezentujących postać Mikołaja Kopernika oraz przestrzenie z nim związane na terenie województwa kujawsko-pomorskiego                 | Projekt zakłada powstanie sieci murali tematycznie związanych z postacią Mikołaja Kopernika i promujących Szlak Kopernikowski. Zadanie to byłoby elementem szerszej kampanii organizowanej również przez samorządy województwa warmińsko-mazurskiego i pomorskiego.<br>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Kopernikowskiego, organizacje pozarządowe                                                                                                                         | 200 000 zł      | środki własne samorządu województwa                       |
| 7. | Opracowanie, wydanie i dystrybucja informatora o Szlaku Kopernikowskim dedykowanego krajowym i zagranicznym biurom turystycznym oraz firmom świadczącym usługi przewodnickie. | Zadanie przewiduje wydanie informatora zawierającego podstawowe informacje o trasie turystycznej, jak również jej potencjał poznawczy, rekreacyjny i ekonomiczny. Zawierałby również propozycje wycieczek, które można by zaaplikować do oferty firm zainteresowanych współpracą w ramach budowania marki szlaku.<br>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Kopernikowskiego, organizacje pozarządowe                                                                           | 60 000 zł       | środki własne samorządu województwa                       |
| 8. | Organizacja rajdu rowerowego Szlakiem Kopernikowskim                                                                                                                          | Wydarzenie będzie miało na celu promocję kujawsko-pomorskiej części Szlaku Kopernikowskiego wśród turystów preferujących turystykę rowerową. Równocześnie promować będzie aktywność fizyczną oraz rodzinne spędzanie czasu. Trasa rajdu będzie wiodła drogami rowerowymi na wybranym odcinkach szlaku oraz na terenie miast współtworzących szlak na Kujawach i Pomorzu.<br>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP                               | 40 000 zł / rok | środki własne samorządu województwa                       |
| 9. | Piastokreator - tworzymy nowe innowacyjne produkty                                                                                                                            | Celem projektu jest rozwój produktów turystyki kreatywnej na Szlaku Piastowskim poprzez zaangażowanie małych i średnich przedsiębiorców. Sprostanie konkurencji na rynku turystycznym wymaga stosowania innowacyjnych, nieszablonowych rozwiązań w zakresie asortymentu produktów. W przypadku Szlaku Piastowskiego istnieje konieczność znacznego wzbogacenia oferty turystycznej, skupionej wokół jednej marki. Włączony będzie potencjał twórczy i kreatywny mieszkańców tej części | 200 000 zł      | środki własne samorządu województwa/ Interreg/środki TARR |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <p>regionu rękodzielników i rzemieślników, animatorów, organizacje społeczne i branżowe.</p> <p>Działania:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przeprowadzenie rekrutacji beneficjentów i partnerów i ekspertów merytorycznych.</li> <li>2. Przeprowadzenie cyklu kreatywnych szkoleń i warsztatów dla małych i średnich przedsiębiorców w celu zdobycia przez nich wiedzy na temat aktywnego angażowania turystów poprzez projektowanie dla nich nowych ofert. Będą to zarówno szkolenia teoretyczne, jak też praktyczne warsztaty obejmujące wspólne projektowanie lub wstęp do niego: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Szkolenia dot. kreowania przez przedsiębiorstwa marki;</li> <li>• Szkolenia dot. obsługi turysty na Szlaku Piastowskim;</li> <li>• Szkolenia dot. kreatywności w turystyce dla małych i średnich przedsiębiorców na Szlaku Piastowskim, prowadzone przez wspierające program przedsiębiorstwa kreatywne z regionu;</li> <li>• Warsztaty dot. średniowiecznego menu – PIASTmenu;</li> <li>• Warsztaty dot. rękodzieła i mody – PIASTkraft, PIASTbox;</li> <li>• Warsztaty dot. kreatywnej i angażującej oferty turystycznych małych i średnich przedsiębiorców – PIASTadventure;</li> <li>• Warsztaty z projektowania wizualnego;</li> </ul> </li> <li>3. Organizacja wizyt studyjnych w kreatywnych przedsiębiorstwach turystycznych w Bydgoszczy i Toruniu.</li> <li>4. Zaprojektowanie unikatowego piastowskiego designu dla przedsiębiorstw turystycznych Szlaku Piastowskiego – realizowany przez małych i średnich przedsiębiorców regionu zajmujących się projektowaniem wizualnym.</li> </ol> <p>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Piastowskiego, organizacje pozarządowe</p> |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

|     |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |            |                                                               |
|-----|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|
| 10. | Poznaj Szlak Piastowski | <p>Projekt zakłada następujące działania:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikacja POZNAJ HISTORIĘ – Szlak Piastowski</li> </ol> <p>Stworzenie i wdrożenie aplikacji dedykowanej dla Szlaku Piastowskiego. W aplikacji będzie można odsłuchać słuchowisko „Poznaj historię”, nawigacja poprowadzi do kolejnych obiektów – wyświetli się mapa oraz lista wraz z odległościami. W systemie będzie można przeczytać informacje o obiekcie oraz zobaczyć jego zdjęcie. Koszt projektu przewiduje utrzymanie aplikacji.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Film Promocyjny o Szlaku Piastowskim</li> </ol> <p>Kilkominutowa produkcja oparta będzie o kadry z wszystkich miejscowości na Szlaku, prezentując w atrakcyjny sposób obiekty na Szlaku i zachęcając turystów do ich odwiedzenia i poznania.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Opracowanie i przygotowanie materiałów promocyjnych Szlaku Piastowskiego</li> </ol> <p>Materiały będą wykorzystane lub dystrybuowane przez zarządzających obiektami na Szlaku: gra memory, gra karciana Piotruś, stojaki do mini ulotek, ulotki, namioty promocyjne</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Projekt i wydruk pocztówek dla obiektów na Szlaku Piastowskim</li> </ol> <p>Zgodnie z założeniem wszystkie 16 przygotowanych projektów będzie zawierało wspólne elementy graficzne (np. mapa Szlaku) oraz element wyróżniający miejscowość, której projekt jest przeznaczony</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. OBJAZDOWY SZLAK PIASTOWSKI</li> </ol> | 160 000 zł | środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |
|-----|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <p>Organizacja objazdowych warsztatów i animacji piastowskich dla rodzin z dziećmi w wybranych miejscowościach znajdujących się na Szlaku. Wybór miejscowości będzie konsultowany z Zarządzającymi obiektami w miejscowościach na Szlaku. W trakcie wizyty animatorzy w strojach nawiązujących do epoki przeprowadzą nawiązujące do epoki Piastów animacje i warsztaty. Animatorzy odwiedzą wybrane w ramach konsultacji miejscowości na Szlaku i przeprowadzą w każdej z miejscowości minimum 3- godzinne animacje.</p> <p>Animatorzy podróżować będą ze specjalną wystawą nt. oferty Szlaku, która wzbudza interakcje wśród uczestników (np. gry zręcznościowe i pamięciowe, tworzenie pamiątek związanych ze Szlakiem Piastowskim). Warsztaty i animacje skierowane są do mieszkańców i turystów odwiedzających wybrane miejscowości ale nie tylko, ponieważ przedsięwzięcie zakłada aktywizację zarządzających obiektami, samorządów, stowarzyszeń i przedsiębiorców w tworzenie oferty, poprzez analizę, zbadanie potencjału miejsca i propozycji działań kreatywnych, które mogą w przyszłości uzupełnić i uatrakcyjnić ofertę danego obiektu.</p> <p><b>6. PODSUMOWANIE WEEKENDU NA SZLAKU PIASTOWSKIM – Piknik Historyczny nad jeziorem Cementowo</b></p> <p>Organizacja podsumowania Weekendu na Szlaku Piastowskim, tj. imprezy plenerowej – pikniku w Brześciu Kujawskim we wrześniu 2025 roku. W programie imprezy przewidziano: stoiska rekonstruktorów i rękodzielników nawiązujące do epoki średniowiecza (m.in rybak, kowal, barwiarka, łucznik), tematyczne warsztaty i animacje dla dzieci raz koncert muzyki nawiązującej klimatem do czasów Piastów. Do udziału w wydarzeniu, poprzez przygotowanie własnego stoiska promocyjnego zostaną zaproszeni wszyscy zarządzający obiektami znajdującymi się na kujawsko-pomorskim</p> |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

|     |                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |              |                                                               |
|-----|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|
|     |                                                                      | <p>jak i wielkopolskim odcinku Szlaku. Impreza odbędzie się w ramach Europejskich Dni Dziedzictwa.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Piastowskiego, organizacje pozarządowe</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |              |                                                               |
| 11. | Rekonstrukcja fragmentu średniowiecznego grodu na Szlaku Piastowskim | <p>Rekonstrukcja fragmentu średniowiecznego grodu z piecem do Piastowskiego chleba i precli, wyrobu serów i wypalania wyrobów glinianych ze stanowiskiem VR dotyczącym wszystkich obiektów na Szlaku Piastowskim.</p> <p>Projekt zakłada budowę fragmentu grodu średniowiecznego z piecem do wypiekania chleba i precli, wypalania elementów z gliny, produkcji sera. Miejsce będzie wykorzystywane przy organizacji imprez plenerowych o charakterze historycznym oraz warsztatów dla dzieci i młodzieży. W grodzie zorganizowana będzie strefa VR, poświęcona wszystkim obiektom na Szlaku.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Koordynator Szlaku Piastowskiego, organizacje pozarządowe</p> | 90 000 zł    | środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |
| 12. | Kultura w zasięgu 3.0                                                | <p>Projekt Kultura w zasięgu 3.0 będzie kontynuacją działań w zakresie cyfryzacji obszaru kultury i dziedzictwa regionalnego realizowanych w perspektywach 2007-2013 oraz 2014-2020 (odpowiednio projekty e-Uslugi, e-Organizacja – pakiet rozwiązań informatycznych dla jednostek organizacyjnych Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz Kultura w zasięgu 2.0).</p> <p>Projekt Kultura w zasięgu 3.0 będzie realizowany przez Województwo Kujawsko-Pomorskie w formule partnerskiej z instytucjami kultury działającymi w regionie. Planowane obszary działań:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Digitalizacja zasobów dziedzictwa regionalnego</li> </ol>                       | 1 000 000 zł | Fundusze Europejskie dla Kujaw i Pomorza (FEKP)               |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doposażenie i modernizacja pracowni digitalizacji – zakup sprzętu i oprogramowania do digitalizacji;</li> <li>• Zakup usług digitalizacyjnych;</li> <li>• Działania pomocnicze i uzupełniające (doinwestowanie i uwspółcześnienie infrastruktury instytucji kultury np. sieci lokalnych, adaptacja pomieszczeń - oświetlenie, klimatyzacja);</li> </ul> <p>2. Udostępnianie digitalizowanych zasobów dziedzictwa regionalnego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozwój platform prezentacyjnych typu biblioteki cyfrowe, wirtualne muzea i galerie;</li> <li>• Rozbudowa systemu elektronicznego plakatu o specjalistyczne systemy multimedialne do prezentowania digitalizowanych obiektów;</li> </ul> <p>3. Dostosowanie regionalnej oferty kulturalnej do ery cyfrowej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przystosowanie systemów teleinformatycznych instytucji kultury do ery cyfrowej (Zastąpienie rozproszonych przestarzałych lokalnych systemów zintegrowanym modelem cloud computing)</li> <li>• Systemy dziedziczne dla różnych profili instytucji kultury;</li> <li>• Budowa kanałów cyfrowego kontaktu z odbiorcą (konsumentem) dóbr kultury;</li> </ul> <p>4. Kompleksowy program podnoszenia kompetencji cyfrowych pracowników</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Szkolenia i warsztaty</li> <li>• Inne formy (stworzenie bazy wiedzy, subskrypcje elektroniczne, system wymiany know how)</li> </ul> |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|



|     |                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                              |                                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                           | <p>Dzięki realizacji projektu dziedzictwo regionu oraz oferta kulturalna województwa staną się powszechnie dostępne dla osób zainteresowanych, ułatwiając zarazem badania naukowe, zaś wykorzystanie zdigitalizowanego zasobu do celów promocyjnych znacząco wpłynie na życie turystyczne regionu – m.in. ułatwiając udział w nim osobom obcojęzycznym.</p> <p>Główne działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie i wdrożenie regionalnego narzędzia wykorzystującego technologię rzeczywistości cyfrowych do promocji oferty turystycznej subregionów.</li> <li>• Powstanie Centrum Kreatywności Piastokreator – Wirtualne muzeum Szlaku Piastowskiego części kujawsko-pomorskiej - kuźni innowacyjnych produktów turystyki kreatywnej dla Szlaku Piastowskiego:</li> </ul> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament Cyfryzacji i departament właściwy ds. rozwoju turystyki wraz z parterami, w tym szczególnie z K-POT.</p> |                                                              |                                                                                             |
| 13. | Piastowski Rowerowy Rajd                                  | <p>Rajd rowerowy popularyzujący Szlak Piastowski w województwie kujawsko-pomorskim; ilość uczestników ok. 150; około 30 km</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 30 000 zł / rok                                              | środki własne samorządu województwa                                                         |
| 14. | Kujawsko-Pomorski Szlak Wisły– budowa przystani rzecznych | <p>Szlak Wiślany na odcinku kujawsko-pomorskim obejmuje 205 z 1047 kilometrów Wisły. Odcinek od Skoków Dużych do Nowego odśłania kilka oblicz rzeki. Jest urozmaicony, wręcz edukacyjny, jedyny taki na całej długości Wisły. Wytypowano 55 atrakcyjnych punktów, które umożliwiają cumowanie i oferują w pobliżu atrakcje przyciągające turystów. Te typowane wstępnie lokalizacje przyszłych przystani wiślanych zostały zaproponowane przez Nadwiślańską Organizację Turystyczną. Wyznaczone miejsce przystani może różnić się w zależności od warunków, zarówno częścią nadwodną jak i zapleczem na lądzie. Podstawa zakresu</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1 l1<br>lokalizacja ok. 600 000 do 1 mln zł (55 lokalizacji) | środki własne samorządu województwa/ wkład własny partnerów – jst/ inne źródła finansowania |

|     |                  |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    |                                     |
|-----|------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------|
|     |                  |       | <p>interwencji to przyjazny fragment brzegu z możliwością cumowania pomostu, wiatą dla rowerów, zadaszoną altaną, paleniskiem ogniskowym, prostym zapleczem sanitarnym, koszami, tablicą informacyjną, miejscem do biwakowania. Można będzie też planować parking dla kamperów, samochodów, ładowarki dla kamperów slip, kontener przenośny eventowy, oświetlenie solarne, podłączenie prądu, wody, bosmanat oraz inne elementy infrastruktury. Ważne jest połączenie tego miejsca ze szlakami pieszymi, rowerowymi i ścieżkami przyrodniczo-dydaktycznymi. Nadwiślańska Organizacja Turystyczna zajmie się logistyką związaną z obsługą pływających pomostów oraz promocją szlaku. Powstanie m. in. strona internetowa z aplikacją mobilną uaktualnianą na bieżąco. Znajdą się tam informacje o wszystkich ofertach pojawiających się na szlaku, imprezach, koncertach, kolejnych przystaniach, ale i o ewentualnych przeszkodach nawigacyjnych (konarach, mieliznach itp.). Operator szlaku wyznaczać będzie aktualne traki – czyli trasy umożliwiające bezpieczne poruszanie się na akwenu. Operatorzy łodzi, wypożyczalnie sprzętu sportowego np. rowerów, kajaków będą mogli dzięki aplikacji oferować aktualne usługi.</p> |                    |                                     |
| 15. | Wiśłana Rowerowa | Trasa | <p>Wiśłana Trasa Rowerowa w województwie kujawsko-pomorskim to najdłuższy szlak rowerowy liczący ok. 470 km, który został oznakowany w 2014 r. na zlecenie samorządu województwa kujawsko-pomorskiego. Przebiega po obu stronach Wisły – od strony województwa mazowieckiego - przez: Dobrzyń nad Wisłą, Włocławek, Bobrowniki, Nieszawę, Ciechocinek, Toruń, Solec Kujawski, Bydgoszcz, Ostromecko, Chełmno, Świecie, Grudziądz, Nowe, dalej do województwa pomorskiego. Szlak wymaga okresowego i stałego monitoringu w zakresie przejezdności, stanu oznakowania i podejmowania interwencji w celu poprawy warunków podróżowania przez korzystających z niego rowerzystów. W zależności od potrzeb oraz środków finansowych podejmowane są działania projektowe,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 100 000 zł/<br>rok | środki własne samorządu województwa |

|     |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |                                                                            |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                           | naprawcze i inwestycyjne. Uczynienie z WTR atrakcyjnego produktu turystycznego wymaga przede wszystkim poprawy stanu nawierzchni trasy. Połączenie jej ze Szlakiem Wisły będzie stanowić konkurencyjny w skali kraju produkt turystyczny.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |             |                                                                            |
| 16. | Stworzenie portalu promocji turystycznej regionu                                          | <p>Stworzenie portalu - platformy promocji ofert turystycznych województwa będzie regionalnym narzędziem promocji produktów turystycznych. Stworzenie portalu - platformy ma na celu wzrost konkurencyjności regionalnych i lokalnych marek turystycznych woj. kujawsko-pomorskiego, takich jak: Bydgoszcz, Toruń, Pałuki, Kujawy, Dolina Dolnej Wisły i ziemia chełmińska, Bory Tucholskie i Krajna, Pojezierze Brodnickie i ziemia dobrzyńska) względem silnych marek innych województw.</p> <p>Portal będzie składał się z trzech części/etapów:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) portalu wizerunkowego – celem portalu będzie przedstawienie oferty turystycznej produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego w sposób atrakcyjny i zachęcający turystę do przyjazdu do województwa.</li> <li>2) portalu współpracy – celem portalu ma być zacieśnianie współpracy między podmiotami kreującymi turystykę w województwie kujawsko-pomorskim.</li> <li>3) portalu komercyjnego sprzedaży – celem portalu ma być komercjalizacja zebranych ofert w województwie kujawsko-pomorskim.</li> </ol> <p>Instytucja odpowiedzialna: KPOT</p> | 5000 000 zł | środki KPOT/ środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |
| 17. | Integracja regionalnego systemu informacji turystycznej w Województwie Kujawsko-Pomorskim | Integracja regionalnego systemu informacji turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim ma na celu zjednoczenie punktów informacji turystycznej (IT) w ramach jednolitego systemu, który ułatwi turystom dostęp do kompleksowych informacji dotyczących atrakcji, wydarzeń, oraz możliwości spędzania czasu w regionie. Dzięki temu system stanie się bardziej przyjazny dla turystów, a punkty informacji turystycznej będą lepiej współpracować, co przyczyni się do wzrostu ruchu turystycznego i pozytywnego wizerunku regionu pod szyldem turystycznej marki Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 100 000 zł  | środki KPOT/ środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |

|     |                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |                                     |
|-----|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------|
|     |                                              | <p>Działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• centralizacja informacji,</li> <li>• standaryzacja materiałów promocyjnych,</li> <li>• inicjatywy promocyjne w punktach IT,</li> <li>• tożsamość wizualna,</li> <li>• elementy estetyczne w punktach IT,</li> <li>• podłoga z grafiką,</li> <li>• rozwiązania multimedialne.</li> </ul> <p>Aby zrealizować założenia integracji regionalnego systemu informacji turystycznej, konieczne będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wsparcie samorządów i lokalnych partnerów: Współpraca z lokalnymi władzami, hotelami, gestorami atrakcji turystycznych, a także jednostkami samorządowymi, aby zapewnić odpowiednie wsparcie dla projektu i jego realizacji.</li> <li>• Promocja i komunikacja: Skuteczna kampania promocyjna, która zaprezentuje korzyści płynące z zintegrowanego systemu informacji turystycznej. Działania te powinny obejmować zarówno tradycyjne, jak i nowoczesne metody promocji.</li> </ul> <p>Instytucja odpowiedzialna: KPOT</p>                       |            |                                     |
| 18. | ESKAPADA. Poznaj swój region z przewodnikiem | <p><b>Eskapada. Poznaj swój region z przewodnikiem</b> to bezpłatna akcja (lub za symboliczną opłatą 2 zł), organizowana od 2014 roku dla mieszkańców i turystów z regionu, mająca na celu wypromowanie nieznanych, nowych miejsc w regionie, niedostępnych na co dzień do zwiedzania. Wydarzenie organizowane jest w ramach wojewódzkich obchodów Międzynarodowego Dnia Przewodnika Turystycznego, w miesiącu kwietniu. Organizatorami akcji są: organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, samorządowe jednostki organizacyjne, uczelnie, przedsiębiorcy branży turystycznej, przedsiębiorstwa produkcyjne. Partnerzy: Samorząd Przewodników Turystycznych Województwa Kujawsko-Pomorskiego i Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna. Organizatorzy przesyłają koordynatorowi gotową ofertę zwiedzania (wydarzenie). Wszystkie informacje dotyczące ofert zwiedzania są gromadzone i udostępniane na stronie: <a href="https://eskapada-z-przewodnikiem.pl/">https://eskapada-z-przewodnikiem.pl/</a> Zapewniona jest promocja</p> | 100 000 zł | środki własne samorządu województwa |

|     |                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                  |                                     |
|-----|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------------------------|
|     |                                                                     | <p>wydarzeń w mediach społecznościowych i na posiadanych stronach www; materiały promocyjne dla uczestników oraz organizacja systemu zapisów. W wydarzeniu corocznie bierze udział około 80 organizatorów, przygotowując przeszło 100 atrakcji w ciągu 2 dni. Na wydarzenia zapisuje się przeszło 3000 osób.</p> <p>Działania:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. rekrutacja interesariuszy akcji,</li> <li>2. przygotowanie planu promocji akcji i jej realizacja,</li> <li>3. ewaluacja projektu.</li> </ol> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP we współpracy z K-POT</p> |                  |                                     |
| 19. | Eskapada na rowerach                                                | <p>Organizacja rajdu rowerowego dookoła województwa kujawsko-pomorskiego (4 dni, trasa ok. 400 km) adresowana do zaawansowanych rowerzystów.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 160 000 zł / rok | środki własne samorządu województwa |
| 20. | Opracowanie i wydanie map rowerowych                                | <p>Opracowanie propozycji przebiegu różnych tras rowerowych w województwie kujawsko-pomorskim wraz z ich opisem i charakterystyką. Trasy będą posiadały różny stopień trudności, różne długości i będą adresowane do różnych grup odbiorców.</p> <p>Opracowanie graficzne i druk map rowerowych. Mapy będą prezentować propozycje tras rowerowych.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP</p>                                                                                                                                                                                          | 45 000 zł        | środki własne samorządu województwa |
| 21. | Kujawsko-Pomorskie na Rowery - strona internetowa/aplikacja mobilna | <p>Rozbudowa strony internetowej <a href="https://kujawsko-pomorskienarowery.pl/">https://kujawsko-pomorskienarowery.pl/</a> oraz utworzenie lub rozszerzenie aplikacji na urządzenia mobilne o planer wycieczek pieszych/rowerowych/kajakowych z uwzględnieniem infrastruktury turystycznej na terenie województwa kujawsko-pomorskiego</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 80 000 zł        | środki własne samorządu województwa |

|     |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |                                                                            |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 22. | Kujawsko-Pomorskie na Rowery - rajdy rowerowe                                    | Kujawsko-Pomorskie na Rowery to coroczna akcja samorządu województwa polegająca na przeprowadzeniu cyklu rajdów rowerowych w danym roku w różnych częściach województwa. Celem akcji jest popularyzacja jazdy rowerem, poznawanie atrakcji turystycznych regionu. Każdy rajd jest planowany na około 300 uczestników; trasa rajdu ok. 25 km. Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 150 000 zł / rok | środki własne samorządu województwa                                        |
| 23. | Ogólnopolska kampania promocyjna "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc" | <p>Celem projektu jest szeroko zakrojona kampania promocyjna marki turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego - "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc". Kampania ma na celu zwiększenie rozpoznawalności regionu na arenie ogólnopolskiej, przyciągnięcie większej liczby turystów oraz wzmocnienie pozytywnego wizerunku regionu jako atrakcyjnego miejsca na turystycznej mapie Polski. Działania promocyjne będą obejmować różnorodne kanały komunikacji, w tym produkcję i emisję spotów promocyjnych, organizację eventów, kampanie outdoorowe, działania w mediach tradycyjnych i nowych, wydawnictwa, gadżety promocyjne, study tours, study press, lokowanie marki oraz marketing influencerów.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produkcja i Emisja Spotów Promocyjnych <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Produkcja profesjonalnych spotów wraz ze zdjęciami promujących atrakcje regionu.</li> <li>○ Emisja spotów w telewizji ogólnopolskiej i regionalnej.</li> <li>○ Kampanie video w mediach społecznościowych.</li> </ul> </li> <li>2. Eventy <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organizacja eventów promujących region w największych miastach Polski.</li> <li>○ Współpraca z lokalnymi influencerami i celebrytami.</li> <li>○ Interaktywne stoiska promocyjne na targach turystycznych.</li> </ul> </li> <li>3. Outdoor <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Billboardy i citylighty w strategicznych miejscach na terenie całego kraju.</li> <li>○ Reklama na środkach komunikacji miejskiej (autobusy, tramwaje, metro).</li> </ul> </li> </ol> | 4 750 000,00 zł  | środki KPOT/ środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <p>4. Media Tradycyjne i Nowe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Artykuły sponsorowane w najważniejszych dziennikach i magazynach turystycznych.</li> <li>o Kampanie w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, YouTube).</li> <li>o Współpraca z portalami turystycznymi.</li> </ul> <p>5. Wydawnictwa i Gadżety</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Broszury i katalogi turystyczne.</li> <li>o Mapy i przewodniki po regionie.</li> <li>o Gadżety promocyjne (magnesy, kubki, koszulki, torby).</li> </ul> <p>6. Study Tours i Study Press</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Organizacja wizyt studyjnych dla touroperatorów i dziennikarzy.</li> <li>o Pokazanie najważniejszych atrakcji regionu.</li> <li>o Publikacje artykułów i reportaży w mediach turystycznych.</li> </ul> <p>7. Lokowanie Marki</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Współpraca z filmami i serialami, które mogą prezentować region.</li> <li>o Lokowanie marki w programach telewizyjnych i internetowych.</li> </ul> <p>8. Marketing Influencerzy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Współpraca z popularnymi influencerami i blogerami turystycznymi.</li> <li>o Kampanie w mediach społecznościowych z udziałem influencerów.</li> <li>o Konkursy i wyzwania z nagrodami.</li> </ul> <p>Projekt "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc" to kompleksowa kampania promocyjna mająca na celu zwiększenie atrakcyjności turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego. Inwestycja w różnorodne działania promocyjne pozwoli na skuteczne dotarcie do szerokiego grona odbiorców i znacząco przyczyni się do wzrostu liczby turystów odwiedzających region.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: KPOT</p> |  |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|



|     |                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                 |                                                                            |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 24. | Kampania Promocyjna "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc" za granicą | <p>Celem projektu jest szeroko zakrojona kampania promocyjna marki turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego - "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc" na rynkach międzynarodowych. Kampania ma na celu zwiększenie rozpoznawalności regionu poza granicami Polski, przyciągnięcie większej liczby zagranicznych turystów oraz wzmocnienie pozytywnego wizerunku regionu jako atrakcyjnego miejsca na turystycznej mapie Europy i świata. Działania promocyjne będą obejmować udział w międzynarodowych targach turystycznych, współpracę z influencerami, kampanie z liniami lotniczymi, organizację study tours, produkcję materiałów promocyjnych i gadżetów w różnych językach.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Udział w Wydarzeniach Targowych <ul style="list-style-type: none"> <li>o Stoisko promocyjne na najważniejszych międzynarodowych targach turystycznych (np. ITB Berlin, WTM London, FITUR Madrid).</li> <li>o Prezentacje i warsztaty dla przedstawicieli branży turystycznej.</li> <li>o Dystrybucja materiałów promocyjnych w różnych językach.</li> </ul> </li> <li>2. Współpraca z Influencerami <ul style="list-style-type: none"> <li>o Zapraszanie popularnych influencerów z różnych krajów na wizyty w regionie.</li> <li>o Kampanie w mediach społecznościowych z udziałem influencerów.</li> <li>o Relacje z podróży i rekomendacje publikowane na blogach, YouTube, Instagramie i innych platformach.</li> </ul> </li> <li>3. Kampanie z Liniami Lotniczymi <ul style="list-style-type: none"> <li>o Współpraca z liniami lotniczymi obsługującymi loty do Polski.</li> <li>o Reklamy regionu w magazynach pokładowych.</li> <li>o Kampanie promocyjne na stronach internetowych i w mediach społecznościowych linii lotniczych.</li> </ul> </li> <li>4. Organizacja Study Tourów <ul style="list-style-type: none"> <li>o Organizacja wizyt studyjnych dla zagranicznych touroperatorów, dziennikarzy i blogerów.</li> <li>o Pokazanie najważniejszych atrakcji regionu.</li> </ul> </li> </ol> | 2 900 000,00 zł | środki KPOT/ środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------|

|     |                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |              |                                                                                  |
|-----|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Publikacje artykułów i reportaży w zagranicznych mediach turystycznych.</li> </ul> <p>5. Produkcja Materiałów Promocyjnych i Gadżetów w Innych Językach</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Broszury, katalogi, mapy i przewodniki po regionie w różnych językach.</li> <li>o Gadżety promocyjne dostosowane do zagranicznych rynków (magnesy, kubki, koszulki, torby).</li> <li>o Interaktywne prezentacje i filmy promujące region.</li> </ul> <p>Projekt "Kujawsko-Pomorskie Konstelacje Dobrych Miejsc" to kompleksowa kampania promocyjna mająca na celu zwiększenie atrakcyjności turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego na rynkach międzynarodowych. Inwestycja w różnorodne działania promocyjne pozwoli na skuteczne dotarcie do szerokiego grona odbiorców poza granicami Polski i znacząco przyczyni się do wzrostu liczby zagranicznych turystów odwiedzających region.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: KPOT</p> |              |                                                                                  |
| 25. | Kujawy-Pomorze Convention Bureau                      | <p>Kujawsko-Pomorskie Convention Bureau (KPCB) będzie konsorcjum produktowym mającym na celu rozwój turystyki biznesowej w województwie kujawsko-pomorskim.</p> <p>Instytucja odpowiedzialna: KPOT</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1mln zł      | środki KPOT/<br>środki własne samorządu województwa/<br>inne źródła finansowania |
| 26. | Barometr turystyczny województwa kujawsko-pomorskiego | <p>Opracowanie budowy i wdrożenia nowatorskiego oprogramowania, do pozyskiwania danych z różnych źródeł, w tym w czasie rzeczywistym. Pozyskane dane służyć będą badaniom ruchu turystycznego w województwie kujawsko-pomorskim. Wdrożenie nowatorskiego oprogramowania do badań sektora turystyki w województwie kujawsko-</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1 360 000 zł | środki własne samorządu województwa/<br>inne źródła finansowania                 |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |  |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <p>pomorskim stanowić będzie realizację autorskich prac zespołu badawczego (pracownicy naukowcy WSG oraz partner technologiczny ATOS),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>koncepcja badań realizowanych cyklicznie (co roku), uwzględniająca realizację następujących celów: <ul style="list-style-type: none"> <li>- badania ruchu turystycznego i wydatków turystów (pełne lub częściowe),</li> <li>- analiza satysfakcji odwiedzających,</li> <li>- kluczowe wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej,</li> <li>- wpływ turystyki na gospodarkę województwa,</li> <li>- analityka korzystania z kanałów mediów społecznościowych, stron internetowych, oraz aplikacji turystycznych,</li> </ul> </li> </ul> <p>wpływ rozwoju turystyki na osiągnięcie Celów Zrównoważonego Rozwoju.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>koncepcja badań uwzględniająca potrzeby w dłuższym horyzoncie czasowym (w perspektywie od dwóch do pięciu lat): <ul style="list-style-type: none"> <li>- profile behawioralne i psychograficzne turystów,</li> <li>- wpływ turystyki na jakość życia mieszkańców,</li> <li>- analiza konkurencyjnych produktów turystycznych w kraju,</li> <li>- monitoring otoczenia rozwoju produktów turystycznych, w tym trendów turystycznych,</li> <li>- badania wizerunku województwa jako obszaru atrakcyjnego turystycznie oraz marek produktowych,</li> <li>- segmentacja rynku,</li> <li>- analiza rynku pracy w sektorze turystycznym,</li> <li>- ewaluacja śródkresowa oraz expost niniejszej strategii.</li> </ul> </li> <li>koncepcja badań do realizacji analiz sporadycznych, realizowanych w razie potrzeby, uwzględniających: <ul style="list-style-type: none"> <li>- analiza portfela produktów turystycznych województwa,</li> </ul> </li> </ul> |  |  |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

|     |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |                                     |
|-----|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------|
|     |                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- analiza potencjalnych rynków.</li> </ul> <p>Instytucja odpowiedzialna: Departament właściwy ds. rozwoju turystyki, UMWKP we współpracy z K-POT.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |            |                                     |
| 27. | Mała infrastruktura turystyczna | <p>Organizacja konkursu ofert na wykonywanie zadań publicznych związanych z realizacją zadań samorządu województwa kujawsko-pomorskiego w zakresie turystyki pod nazwą poprawy i rozwoju infrastruktury turystycznej w regionie w ramach otwartego konkursu ofert zgodnie z ustawą z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.</p> <p>Celem konkursu będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wyznaczenie, oznakowanie, odnowienie oznakowania szlaków/tras/ścieżek pieszych i rowerowych oraz szlaków wodnych;</li> <li>- powstanie, adaptacja, odnowienie punktowej infrastruktury turystycznej pełniącej funkcje, np.: odpoczynku, schronienia, zabezpieczenia, naprawy, cumowania, składowania, przechowywania;</li> <li>- poprawa dostępności infrastruktury turystycznej dla osób ze szczególnymi potrzebami;</li> <li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej w parkach krajobrazowych województwa kujawsko-pomorskiego;</li> <li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej przy Wiślanej Trasie Rowerowej;</li> <li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej związanej ze Szlakiem Wisły;</li> <li>- powstanie, rozwój, utrzymanie infrastruktury turystycznej związanej ze Szlakiem św. Jakuba,</li> <li>- digitalizacja szlaków pieszych i rowerowych.</li> </ul> | 700 000 zł | środki własne samorządu województwa |

|     |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |               |                                                                                                       |
|-----|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 28. | Brodnicka Ósemka | <p>W ramach przedsięwzięcia zakłada się wybudowanie dwóch pętli rowerowych (dużej i małej) na obszarze Brodnickiego Parku Krajobrazowego. Pętle tworzą razem kształt cyfry „8”, stąd nazwa projektu. Większa pętla prowadzi ze Zbiczna przez Gaj-Grzmięcę i Pokrzydowo do Jajkowa, a stamtąd przez Tamę Brodzką do Brodnicy. Pętla ta łączy się z planowaną drogą rowerową po dawnej linii kolejowej z Brodnicy przez Kurzętnik na Nowe Miasto Lubawskie. Mniejsza pętla biegnie lasami ze Zbiczna do Cichego, a następnie drogą na Mścín i drogą leśną do Gaj-Grzmięcy, gdzie łączy się z dużą pętlą. Działania opisane we wdrożeniu wpisują się w powiatową koncepcję budowy dróg rowerowych i pozwolą znacznie zwiększyć bezpieczeństwo rowerzystów na tym obszarze. Tak zaprojektowana sieć dróg rowerowych łączy ze sobą wszystkie najważniejsze atrakcje turystyczne Brodnickiego Parku Krajobrazowego oraz Brodnicy i większości miejscowości na tym terenie.</p> <p>Partnerzy przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gmina Zbiczno (lider)</li> <li>- Powiat Brodnicki</li> <li>- Gmina Brodnica</li> <li>- Gmina Brzozie</li> <li>- Miasto Brodnica</li> <li>- Brodnicki Park Krajobrazowy</li> </ul> <p>Zakładane efekty przedsięwzięcia:</p> <p>Efektem realizacji projektu będą dwie pętle tras rowerowych wysokiej jakości, łącznie mające blisko 50 km długości. Będą one połączone dodatkowo z miastem Brodnica (węzeł komunikacji publicznej) i Kurzętnikiem (kompleks turystyczny w sąsiednim województwie).</p> <p>Koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p> | ok. 22 mln zł | środki własne partnerów projektu/<br>środki własne samorządu województwa/<br>inne źródła finansowania |
| 29. | Velo Gopło       | <p>W ramach przedsięwzięcia planuje się wybudowanie trasy rowerowej dookoła północnej części Jeziora Gopło. W pobliżu jeziora przebiega wiele dróg publicznych, jednak bezpieczeństwo i wygoda rowerzystów na części z nich są niewystarczające, z uwagi na dużą prędkość samochodów i brak poboczy lub zły stan nawierzchni. Początek i koniec trasy znajdować się będzie w Kruszwicy przy Mysiej Wieży. Trasa prowadzić ma z Kruszwicy po</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ok. 21 mln zł |                                                                                                       |

|     |                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |               |                                                                                                       |
|-----|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                           | <p>dawnej nieczynnej linii kolejowej do miejscowości Gopło na odcinku 12 km. Dalszy odcinek, przez Rzeszynek i Ostrówek do Złotowa i Ostrowa, prowadzi ma drogami powiatowymi. Na tej części trasy inwestycje nie są konieczne, a atrakcją jest prom pływający przez jezioro pomiędzy Złotowem i Ostrowem. Na dalszej części trasy konieczny jest remont dróg gruntowych pomiędzy Kickiem a Rusinowem, a następnie budowa drogi rowerowej pomiędzy Gocanowem a Grodztwem, wzdłuż drogi krajowej nr 62. Atrakcyjną alternatywą jest poprowadzenie trasy bliżej jeziora, przez las w kierunku istniejącej promenady na wschodnim brzegu jeziora. W samej Kruszwicy do zamknięcia pętli należy wybudować kładkę nad Notecią przy drodze krajowej nr 62.</p> <p>Partnerzy przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gmina Kruszwica (lider)</li> <li>- Gmina Jeziora Wielkie</li> <li>- Nadgoplański Park Tysiąclecia</li> </ul> <p>Zakładane efekty przedsięwzięcia:</p> <p>Efektem realizacji projektu będzie pętla dookoła północnej części Jeziora Gopło, licząca 42 kilometry (oraz 5 km tras łącznikowych). Działanie to zapewni pełne udostępnienie Nadgoplańskiego Parku Tysiąclecia dla rowerzystów i utworzenie atrakcyjnego produktu turystycznego (Velo Gopło) o łącznej długości 47km.</p> <p>Koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p> |               |                                                                                                       |
| 30. | „Grudziądz – twierdza na wiślanym szlaku” | <p>Przedsięwzięcie zlokalizowane jest w Parku Krajobrazowym Góry Łosiowe, który jest najmłodszym z parków krajobrazowych województwa kujawsko-pomorskiego. W ramach zadania zakłada się korektę przebiegu WTR (Wiślanej Trasy Rowerowej) na południe i północ od Grudziądza poprzez jej przesunięcie bliżej cytadeli i Wisły oraz poprawę jakości nawierzchni. Uzupełnieniem projektu jest także wybudowanie atrakcyjnej infrastruktury towarzyszącej (np. platforma widokowa w Zakurzewie) oraz wytyczenie szlaków rowerowych przez teren parku, od WTR do rewitalizowanej obecnie zagrody w Dusocinie.</p> <p>Partnerzy przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gmina Grudziądz (lider)</li> <li>- Miasto Grudziądz</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Ok. 11 mln zł | środki własne partnerów projektu/<br>środki własne samorządu województwa/<br>inne źródła finansowania |

|     |                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                |                                                                                                       |
|-----|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Powiat Grudziądzki</li> <li>- Gmina Rogóźno</li> <li>- Zespół Parków Krajobrazowych nad Dolną Wisłą</li> <li>- Nadleśnictwo Jamy</li> </ul> <p>Zakładane efekty przedsięwzięcia:<br/>Efektem realizacji projektu będzie wytyczenie i poprawa jakości sieci szlaków rowerowych w Parku Krajobrazowym Góry Łosiowe, w szczególności trasy krajowej/międzynarodowej EuroVelo 9 / WTR, uzupełnionych przez szlak lokalny, prowadzący przez teren parku krajobrazowego.<br/>Koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |                                                                                                       |
| 31. | „Rozwój turystyki rowerowej w Gostynińsko-Włocławskim Parku Krajobrazowym” | <p>Wdrożenie zakłada budowę sieci dróg rowerowych na terenie Gostynińsko-Włocławskiego Parku Krajobrazowego. W ramach zadania przewiduje się połączenie Włocławka i Kowala drogą rowerową wzdłuż drogi krajowej nr 91, wybudowanie lokalnej drogi rowerowej z Kowala przez Goreń Duży do Skrzynek oraz poprawę jakości WTR - Wiślanej Trasy Rowerowej poprzez budowę drogi rowerowej wzdłuż Kanału Zuzanka oraz na zaporze bocznej Zalewu Włocławskiego. Przewiduje się też wybudowanie brakujących odcinków dróg rowerowych we Włocławku w kierunku wschodnim. W dalszej perspektywie zaś planuje się także połączenie rowerowe północ-południe, wzdłuż niebezpiecznej dla rowerzystów, choć malowniczej drogi z Kowala do Zuzanki.</p> <p>Partnerzy przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gmina Kowal (lider)</li> <li>- Miasto Kowal</li> <li>- Gmina Włocławek</li> <li>- Miasto Włocławek</li> <li>- Gmina Baruchowo</li> <li>- Gostynińsko-Włocławski Park Krajobrazowy</li> </ul> <p>Zakładane efekty przedsięwzięcia:<br/>Efektem realizacji projektu będzie sieć tras rowerowych, prowadząca przez Gostynińsko-Włocławski Park Krajobrazowy, w szczególności trasy krajowej/międzynarodowej EuroVelo 2 /WTR, uzupełnionych przez szlaki i</p> | ok. 20 mln. zł | środki własne partnerów projektu/<br>środki własne samorządu województwa/<br>inne źródła finansowania |



|     |                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |                                                                                                       |
|-----|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                   | <p>trasy lokalne. W ramach przedsięwzięcia zakłada się utworzenie łącznie 44 km nowej trasy rowerowej.</p> <p>Koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                |                                                                                                       |
| 32. | Bike Park Pojezierza Brodnickiego | <p>Górznieńsko-Lidzbarski Park Krajobrazowy obejmuje tereny o bardzo dużej atrakcyjności turystycznej. W parku znajdują się liczne jeziora, a krajobraz ma charakter podgórski. Obszar gminy Brzozie, leżący na skraju tego parku, ma wyjątkowe ukształtowanie powierzchni i walory krajobrazowe. Pozwala to na tym obszarze wyznaczyć wiele miejsc, w których znajdować się mogą trasy zjazdowe dla miłośników kolarstwa górskiego („single tracki”). Liczne pagórki i gęsta sieć asfaltowych dróg o małym ruchu pojazdów pozwala także rozwijać inne formy aktywności rowerowej, jak amatorskie kolarstwo szosowe czy turystyka na rowerach ze wspomaganie elektrycznym. Przedsięwzięcie ma na celu stworzenie pierwszego w Polsce Północnej zrównoważonego parku rowerowego. Składać się on będzie z sieci pięciu tras „single track” do wyczynowej jazdy MTB wraz z infrastrukturą towarzyszącą, czterech tras „baby track” i dwóch tras typu „pump track”, połączonych ze sobą szlakiem łącznikowym. Jedną taką trasę już funkcjonuje w okolicach Lidzbarka (tzw. „Weltrak”).</p> <p>Partnerzy przedsięwzięcia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gmina Brzozie (lider)</li> <li>- Gmina Górzno</li> <li>- Górznieńsko-Lidzbarski Park Krajobrazowy</li> <li>- Nadleśnictwo Brodnica</li> </ul> <p>Zakładane efekty przedsięwzięcia:</p> <p>Efektom realizacji projektu będzie sieć tras MTB na terenie gminy Brzozie, zlokalizowanych w trzech miejscach – okolicach miejscowości Obrazik, Zembrze i Wielki Głęboć. Uzupełniać je będą dwie trasy typu „pump track”, zlokalizowane w Wielkim Leźnie i Brzoziu.</p> <p>Koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p> | Ok. 2 mln zł   | środki własne partnerów projektu/<br>środki własne samorządu województwa/<br>inne źródła finansowania |
| 33. | Rowerem przez Bory Tucholskie     | <p>W ramach prac nad Planem Działania zidentyfikowano potrzebę budowy kompleksowej sieci szlaków rowerowych na obszarze kujawsko-pomorskiej części Borów Tucholskich, objętej ochroną jako Tucholski i Wdecki Park Krajobrazowy. Na tym obszarze rekomenduje się budowę sieci tras</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Do oszacowania | środki własne partnerów projektu/                                                                     |

|     |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |              |                                                               |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                               | <p>rowerowych o jakości i standardzie podobnym do „Kaszubskiej Marszruty” w województwie pomorskim (powiat chojnicki).</p> <p>Dodatkowo zarekomendowano przedłużenie do Bydgoszczy regionalnego szlaku rowerowego o nazwie „Przez Zielone Serce Pomorza”. Obecnie prowadzi on z Ustki przez Słupsk i Bytów do powiatu chojnickiego. Sugeruje się jego poprowadzenie przez Fojutowo, Tucholę, Koronowo do Bydgoszczy i uzupełnienie na tej trasie brakujących odcinków dróg rowerowych. Długość takiego szlaku (od Ustki do Bydgoszczy) to ok. 300 km.</p> <p>Zaleca się także wytyczenie regionalnego „Rowerowego Szlaku Czterech Parków” o długości ok. 180 km. Jego proponowany przebieg to Bydgoszcz – Mroczka – Sępólno Krajeńskie – Kamień Krajeński – Tuchola – Cekcyn – Tleń – Osie – Laskowice – Świecie. Szlak łączyłby cztery parki krajobrazowe województwa: Krajeński, Tucholski, Wdecki i Nadwiślański, tworząc wraz ze szlakiem „Przez Zielone Serce Pomorza” oraz z siecią leśnych tras w Borach Tucholskich bardzo atrakcyjny system tras rowerowych.</p> <p>Szczegółowe zaplanowanie tej sieci szlaków oraz wytyczenie przebiegów i oszacowanie kosztów zadania, jak też modelu jego realizacji wymaga kolejnych prac koncepcyjnych.</p> <p>Wstępna koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p> |              | środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |
| 34. | Budowa, rozbudowa i modernizacja infrastruktury sprzyjającej uprawianiu turystyki aktywnej – systemowy komponent planistyczny | <p>Poprawa warunków rozwoju turystyki aktywnej i przyrodniczej na obszarze parków krajobrazowych województwa kujawsko-pomorskiego.</p> <p>Projekt obejmować będzie szereg działań o charakterze systemowym, realizowanych jednocześnie lub równolegle na terenie poszczególnych parków krajobrazowych, zgodnie z lokalną specyfiką i zidentyfikowanymi problemami danego parku.</p> <p>Przedsięwzięcia, realizowane w ramach tego działania, mają na celu wypracowanie ogólnych standardów, procedur i wytycznych postępowania dla całego obszaru (np. regionalne standardy infrastruktury turystycznej). Będą przyjęte jako wzorcowe dla wszystkich inicjatyw na obszarze parków. Są one możliwe do realizacji jedynie całościowo dla wszystkich obszarów z poziomu województwa, przy pomocy wspólnych narzędzi.</p> <p>Zakres działań projektu:</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 9 405 000 zł | środki własne samorządu województwa/ inne źródła finansowania |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|  |  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) opracowanie standardów budowy i utrzymania infrastruktury turystycznej (lider + partnerzy);</li> <li>2) zebranie i zaprezentowanie danych o atrakcjach turystycznych na terenie parków (partnerzy);</li> <li>3) opracowanie tras wycieczek typowych (pętli) dla każdego z parków krajobrazowych w regionie (partnerzy);</li> <li>4) działania informacyjne, promocyjne i edukacyjne o charakterze pilotażowym i systemowym (lider + partnerzy);</li> <li>5) poprawa jakości wybranych szlaków turystycznych na terenie parków krajobrazowych (partnerzy).</li> </ol> <p>Przykłady powyższych działań, jako propozycje rozwiązań systemowych, mają na celu wyposażać w narzędzia inwestorów realizujących budowę infrastruktury sprzyjającej uprawianiu turystyki aktywnej w parkach krajobrazowych.</p> <p>Wstępna koncepcja projektu została wypracowana w ramach projektu ThreeT finansowanego z Interreg Europa.</p> |  |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

Źródło: Opracowanie własne.

## System wdrażania, monitorowania i ewaluacji

### Wdrażanie

„Strategia budowy i promocji produktów turystycznych” jest dokumentem kierunkowym dla sektora turystyki w województwie kujawsko-pomorskim. Realizację opracowanego dokumentu planuje się od 2025 roku do 2030 roku.

### Monitoring

Celem monitoringu i realizacji niniejszej Strategii jest bieżąca ocena wdrożenia opracowanego dokumentu. Umożliwia ona weryfikację osiągniętych celów. Monitoring „Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego” zakłada przygotowanie w I kwartale każdego roku raportu monitoringowego z wdrażania zapisów dokumentu - za rok poprzedni. Raport powinien być spójny z Raportem rocznych z realizacji Strategii rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego do 2030 roku – Strategia Przyspieszenia 2030+ i będzie zawierał następujące informacje:

- opis realizacji celów Strategii,
- wykaz realizowanych projektów i poziom jego realizacji,
- zdiagnozowane trudności w realizacji Strategii.

Ogólne ramy systemu monitoringu i ewaluacji tworzy analiza spójności celów strategicznych niniejszej Strategii z kierunkami rozwoju w ramach celu operacyjnego 35. Rozwój turystyki „Strategii rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego do 2030 roku – Strategia Przyspieszenia 2030+”. Na podstawie analizy treści obu dokumentów przedstawiono zakresy spójności. Wynika z niej, że każdy cel strategiczny przyczynia się bezpośrednio do realizacji poszczególnych kierunków rozwoju określonych w ramach celu operacyjnego 35. Rozwój turystyki Strategii Przyspieszenia 2030+.

**Tabela 21.** Analiza spójności celów strategicznych.

|                                  |                                                     | Cele Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego                                                                                                       |                                                                                      |                                                                                                                                   |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  |                                                     | Cel taktyczny 1.<br>Kształtowanie wizerunku województwa z uwzględnieniem wsparcia zrównoważonego rozwoju obszarowych produktów turystycznych, szlaków turystycznych i wybranych form turystyki. | Cel Strategiczny 2:<br>Zwiększenie znaczenia instytucji sektora turystyki w regionie | Cel Strategiczny 3.<br>Tworzenie rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej w województwie kujawsko-pomorskim |
| Strategia Przyspieszenia 2030+ - | 3501. Rozwój turystyki jako dziedziny gospodarki    | x                                                                                                                                                                                               | x                                                                                    | x                                                                                                                                 |
|                                  | 3502. Kształtowanie oferty turystycznej województwa | x                                                                                                                                                                                               |                                                                                      |                                                                                                                                   |
|                                  | 3503. Wzmacnianie otoczenia                         |                                                                                                                                                                                                 | x                                                                                    |                                                                                                                                   |

|  |                                                             |   |   |  |
|--|-------------------------------------------------------------|---|---|--|
|  | instytucjonalnego turystyki                                 |   |   |  |
|  | 3504. Rozwój systemu badań monitorujących rynek turystyczny |   | x |  |
|  | 3505. Rozwój funkcji konferencyjnej, kongresowej            | x |   |  |
|  | 3506. Rozwój promocji i informacji turystycznej             | x | x |  |

Źródło: Opracowanie własne

## Ewaluacja

Ewaluacja oznacza okresową, cykliczną kontrolę w zakresie osiągania przyjętych celów, kierunków i priorytetów, zwłaszcza w odniesieniu do sposobów ich realizacji, także w odniesieniu do założonych w dokumencie wskaźników. Ewaluacja realizowana będzie dwukrotnie, w połowie okresu wdrażania oraz po zakończeniu obowiązywania Strategii, tj.:

- ewaluacja okresowa (mid-term) - przeprowadzona będzie po 3 latach od rozpoczęcia procesu wdrażania Strategii za okres 2025-2028,
- ewaluacja końcowa (ex-post) - przeprowadzona będzie po zakończeniu wdrażania Strategii za okres 2025-2030.

Badania ewaluacyjne będą realizowane na podstawie danych dostarczonych z rocznych raportów z monitoringu.

## Finansowanie działań

Realizacja założeń "Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego" będzie finansowana z trzech źródeł:

1. budżetu własnego Samorządu województwa kujawsko-pomorskiego dedykowany departamentowi właściwemu ds. rozwoju turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego
2. budżetu własnego organizacji pozarządowych działających w sektorze turystyki:
  - 2.1. Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej (ROT)
  - 2.2. Lokalnych Organizacji Turystycznych
  - 2.3. Lokalnych Grup Działania
3. Funduszy Europejskich dla Kujaw i Pomorza 2021-2027 (FEdKP) - Program zatwierdzony decyzją wykonawczą Komisji Europejskiej z dnia 7 grudnia 2022 r.

Tabela 22. Wykaz zastosowanych w dokumencie skrótów.

| Skrót | Rozwinięcie                                                  |
|-------|--------------------------------------------------------------|
| AR    | (ang. augmented reality) rozszerzona rzeczywistość           |
| JST   | Jednostki samorządu terytorialnego                           |
| KPCB  | Kujawsko-Pomorskie Convention Bureau                         |
| KPOT  | Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna                    |
| LGD   | Lokalna Grupa Działania                                      |
| LOT   | Lokalna Organizacja Turystyczna                              |
| NGO   | (ang. non governmental organisation) organizacje pozarządowe |
| PTTK  | Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze                 |
| POT   | Polska Organizacja Turystyczna                               |
| ROT   | Regionalna Organizacja Turystyczna                           |
| UMWKP | Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego         |
| WTR   | Wiśłana Trasa Rowerowa                                       |
| VR    | (ang. virtual reality) wirtualna rzeczywistość               |

Źródło: Opracowanie własne

## Spis tabel

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabela 1.</b> Podział celów Strategii.....                                                                 | 12 |
| <b>Tabela 2.</b> Cel operacyjny 1.1.1. Rozwój turystyki w Borach Tucholskich i Krajnie .....                  | 15 |
| <b>Tabela 3.</b> Cel operacyjny 1.1.2. Rozwój turystyki w Dolinie Dolnej Wisły i ziemi chełmińskiej.....      | 16 |
| <b>Tabela 4.</b> Cel operacyjny 1.1.3. Rozwój turystyki na Kujawach. ....                                     | 17 |
| <b>Tabela 5.</b> Cel operacyjny 1.1.4. Rozwój turystyki na Pojezierzu Brodnickim i ziemi<br>dobrzyńskiej..... | 18 |
| <b>Tabela 6.</b> Cel operacyjny 1.1.5. Rozwój turystyki na Pałukach.....                                      | 19 |
| <b>Tabela 7.</b> Cel operacyjny 1.1.6. Rozwój turystyki Bydgoszczy. ....                                      | 20 |
| <b>Tabela 8.</b> Cel operacyjny 1.1.7. Rozwój turystyki Torunia. ....                                         | 21 |
| <b>Tabela 9.</b> Cel operacyjny 1.1.8. Rozwój turystyki na szlaku św. Jakuba.....                             | 22 |
| <b>Tabela 10.</b> Cel operacyjny 1.1.9. Szlak Kopernikowski.....                                              | 23 |
| <b>Tabela 11.</b> Cel operacyjny 10. Rozwój turystyki na Szlaku Piastowskim. ....                             | 24 |
| <b>Tabela 12.</b> Cel operacyjny 11. Rozwój turystyki na szlaku Wisły.....                                    | 25 |
| <b>Tabela 13.</b> Wykaz celów taktycznych .....                                                               | 27 |
| <b>Tabela 14.</b> Cel taktyczny 1.2. Opis najważniejszych informacji.....                                     | 28 |
| <b>Tabela 15.</b> Cel taktyczny 2.1. Opis najważniejszych informacji .....                                    | 39 |
| <b>Tabela 16.</b> Cel taktyczny 2.2. Opis najważniejszych informacji.....                                     | 42 |
| <b>Tabela 17.</b> Cel taktyczny 2.3. Opis najważniejszych informacji.....                                     | 46 |
| <b>Tabela 18.</b> Cel taktyczny 3.1. Opis najważniejszych informacji.....                                     | 51 |
| <b>Tabela 19.</b> Cel taktyczny 3.2. Opis najważniejszych informacji.....                                     | 54 |
| <b>Tabela 20.</b> Wykaz projektów kluczowych. ....                                                            | 57 |
| <b>Tabela 21.</b> Analiza spójności celów strategicznych. ....                                                | 83 |
| <b>Tabela 22.</b> Wykaz zastosowanych w dokumencie skrótów. ....                                              | 85 |





## Spis rysunków

|                                                                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Rysunek 1.</b> Drzewo celów strategicznych i taktycznych Strategii budowy i promocji produktów turystycznych województwa kujawsko-pomorskiego. .... | 13 |
| <b>Rysunek 2.</b> Schemat celu strategicznego 3.....                                                                                                   | 49 |