

Plan Rozwoju Turystyki

dla subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy na lata 2012-2020



Projekt współfinansowany przez Szwajcarię
w ramach szwajcarskiego programu współpracy
z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Konfederacja Szwajcarska

2

Projekt: ***EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego: Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny***

EUROchance project for the Lublin Region - building a social consensus to promote sustainable development of the "tourist triangle": Nałęczów - Puławy - Kazimierz Dolny

Partnerzy: **Powiat Puławski (Lider), Lokalna Grupa Działania "Zielony Pierścień" w Nałęczowie, Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli, Lubelski Ośrodek Samopomocy**

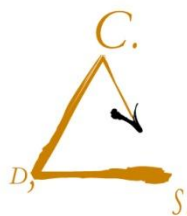
**Zespół konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego s.c.
zaangażowanych w prace nad Planem Rozwoju Turystyki:**

Dagmara Bieńkowska

Justyna Szymańska

Cezary Ulański

Jakub Żywiec



Centrum Doradztwa Strategicznego

Spis treści

Część I. Wprowadzenie.....	5
1.1. Plan Rozwoju Turystyki jako instrument kreowania polityki rozwoju na obszarze trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.	5
1.2. Proces konstruowania Planu Rozwoju Turystyki	7
1.3. Struktura dokumentu.....	9
Część II. Plan Rozwoju Turystyki – misja oraz domeny strategicznego rozwoju	11
2.1. Główne wnioski z diagnozy i inwentaryzacji stanu turystyki w subregionie oraz analizy trendów turystycznych.	11
2.1.1. Przestrzeń turystyczna.....	11
2.1.2. Trendy w turystyce	17
2.1.3 okumenty strategiczne o turystyce	18
2.2. Analiza SWOT	19
2.3. Misja rozwoju turystyki w subregionie	22
2.4. Domena 1: Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały. .	25
2.5. Domena 2: Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu.	31
2.6. Domena 3: Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej.	32
Część III. Programy turystyczne i plany działań	34
3.1. Programy Turystyczne dla Domeny 1. Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały.....	34
3.1.1. Ożywienie turystyczne Doliny Wieprza	39
3.1.2 Przywrócenie świetności Małopolskiemu Przełomowi Wisły	51
3.1.3. Dziedzictwo historyczne, kulturowe, religijne subregionu - atrakcyjna turystyka.....	62
3.1.4 Specyficzne, unikatowe potencjały turystyczne gmin.....	80
3.1.5. Po terenie - połączeni szlakami	98
3.1.6 Wzmacnianie rozpoznawalnych marek w subregionie w oparciu o nowe trendy turystyczne	117
3.2. Plan działań dla Domeny 2. Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu.	125
3.3. Plan działań dla Domeny 3. Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej. ...	135
Część IV. System wdrażania i monitorowania Planu Rozwoju Turystyki.....	141
4.1 System wdrażania Planu Rozwoju Turystyki	141

4.2. Podmioty odpowiedzialne i zaangażowane we wdrażanie Planu Rozwoju Turystyki	143
4.3. System monitorowania Planu Rozwoju Turystyki	147
4.3.1 Monitoring Planu Rozwoju Turystyki	148
4.3.2 System zapewnienia jakości usług turystycznych świadczonych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy pn. „Turystyczny Trójkąt Jakości”	154
4.4. Finansowanie Programu Rozwoju Turystyki	161

CZĘŚĆ I. WPROWADZENIE

1.1. Plan Rozwoju Turystyki jako instrument kreowania polityki rozwoju na obszarze trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.

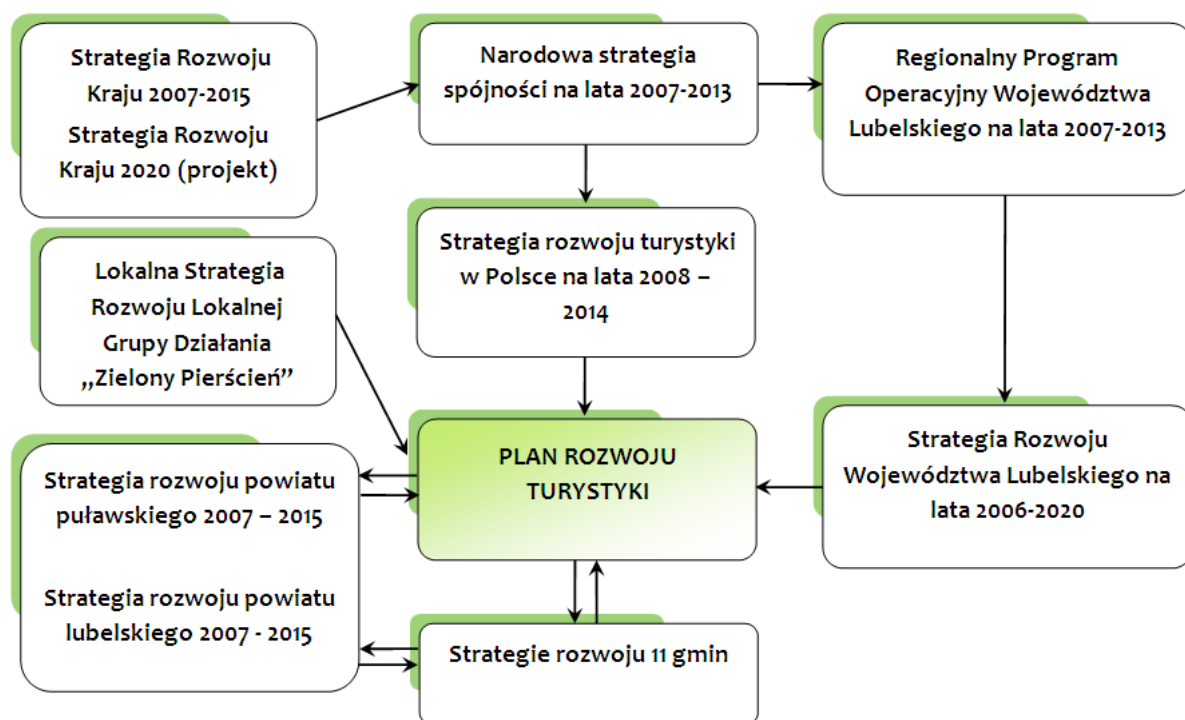
Plan Rozwoju Turystyki dla subregionu obejmującego trójkąt turystyczny Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy na lata 2012-2014 z perspektywą do roku 2020¹ jest dokumentem dla obszaru składającego się z 11 gmin w województwie lubelskim (Baranów, Janowiec, Kazimierz Dolny, Końskowola, Kurów, Markuszów, Nałęczów, gmina Puławy, Wąwolnica, Wojciechów, Żyrzyn) objętych wsparciem w ramach Projektu pn. „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny”. W ramach powyższego Projektu zostały przeprowadzone wszystkie prace związane z opracowaniem finalnej wersji dokumentu. Przygotowanie dokumentu było odpowiedzią na potrzebę zaprogramowania działań w obszarze turystyki w subregionie, w którym drzemie ogromny potencjał wzrostu znaczenia tej gałęzi gospodarki. Potencjał ten opiera się na sile ośrodków turystycznych o uznanej marce jak Kazimierz Dolny, Nałęczów czy Puławy oraz bogactwie tradycji, dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a także aktywności mieszkańców.

Prace nad dokumentem były okazją do dialogu z partnerami z sektora społecznego, gospodarczego i publicznego. Przy ich udziale powstał niniejszy dokument obejmujący okres 2012-2014 z uwzględnieniem perspektywy działań do 2020 roku. Plan będzie wykorzystywany w opracowywaniu dokumentów konkursowych dotyczących udzielania wsparcia finansowego w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy na lokalne inicjatywy społeczno-gospodarcze.

Plan Rozwoju Turystyki jest dokumentem wpisującym się w proces strategicznego myślenia o rozwoju. Jest komplementarny z innymi dokumentami strategicznymi dotyczącymi rozwoju turystyki i rozwoju społeczno – gospodarczego. Na poziomie krajowym największe znaczenie z perspektywy tworzenia subregionalnego Planu Rozwoju Turystyki ma Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2008-2014. Na poziomie regionalnym Strategia Rozwoju Województwa Lubelskiego na lata 2006-2020, a na szczeblu lokalnym Strategia Rozwoju Powiatu Puławskiego na lata 2007-2015 i Strategia Rozwoju Powiatu Lubelskiego na lata 2007-2015. Plan Rozwoju Turystyki nie może odcinać się od kontekstu powyższych dokumentów i kierunków rozwoju w nich wytyczonych. Kontekst dla zapisów w niniejszym dokumencie wyznacza także Lokalna Strategia Rozwoju Lokalnej Grupy Działania „Zielony Pierścień” oraz gminne strategie rozwoju. Warto także zwrócić uwagę na dokumenty strategiczne pokrewnych organizacji działających (przynajmniej częściowo) na analizowanym terenie w obszarze turystyki. Strategia Rozwoju Turystyki Krainy Lessowych Wąwozów na lata 2008-2013 również była odniesieniem przy opracowywaniu finalnej wersji Planu Rozwoju Turystyki.

¹ W dalszej części opracowania będzie używana skrócona nazwa dokumentu: Plan Rozwoju Turystyki.

Powiązanie Planu Rozwoju Turystyki z innymi dokumentami strategicznymi odnoszącymi się w swych zapisach do rozwoju turystyki - schemat



1.2. Proces konstruowania Planu Rozwoju Turystyki

Proces prac nad Planem Rozwoju Turystyki, który rozpoczęto w maju, a zakończono we wrześniu 2012 r., koordynował zespół konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego s.c. D. Bieńkowska, C. Ulański, J. Szymańska.

Proces myślenia o rozwoju turystycznym subregionu został zainicjowany przez projekt pn. „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny” finansowany w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy.

Prace nad dokumentem Planu Rozwoju Turystyki opierały się o wykorzystanie szeregu wzajemnie uzupełniających się metod, prac analitycznych, eksperckich i partycypacyjnych, spośród których wymienić należy:

- analizę danych zastanych;
- badania społeczne wśród mieszkańców subregionu (zrealizowane przy współpracy z młodzieżą ponadgimnazjalną z terenu gmin subregionu);
- analizy strategiczne (analiza SWOT, PEST, analiza pola sił);
- spotkania warsztatowe skupiające przedstawicieli kluczowych podmiotów i instytucji funkcjonujących na terenie subregionu zaangażowanych w rozwój turystyczny;
- spotkania warsztatowe dla młodzieży skupiające uczniów szkół ponadgimnazjalnych zlokalizowanych na terenie subregionu;
- spotkania konsultacyjne z przedstawicielami władz oraz środowiskami branżowymi z sektora okołoturystycznego.

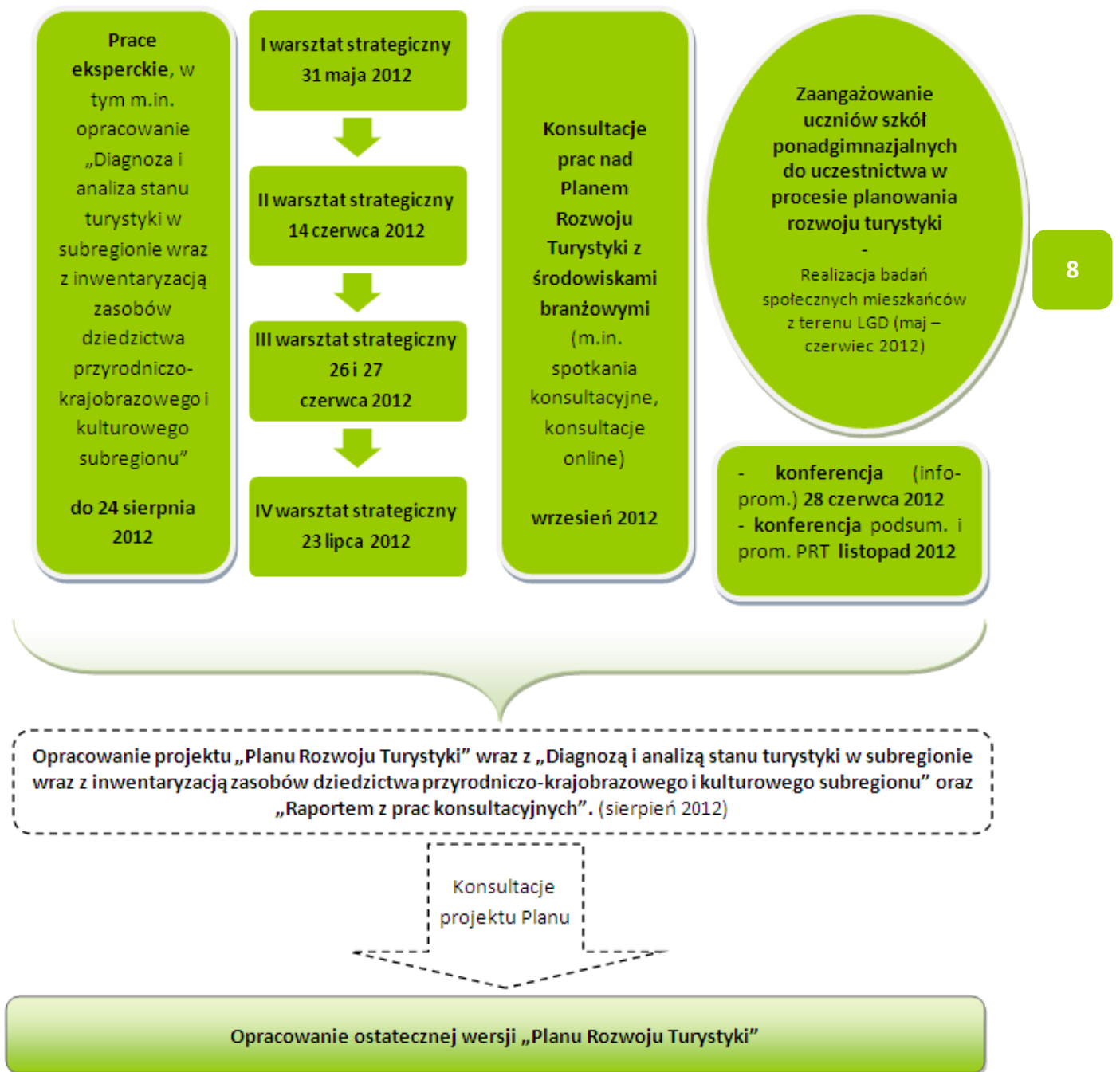
W ramach spotkań o charakterze warsztatowym wykorzystany został szereg różnego rodzaju metod pracy takich jak: technika grupy nominalnej – dająca w pierwszej kolejności szansę na pracę indywidualną, następnie dyskusję w zespołach, aby ostatecznie osiągnąć konsensus na sesji plenarnej; dyskusja moderowana; prace z formularzem (kwestionariuszem) oraz zmodyfikowana metoda delficka, opierająca się o kierowane do uczestników warsztatów zadania / pytania bazujące na opracowanym i przesłanym materiale powarsztatowym. Dzięki tej metodzie, każdy z uczestników warsztatów miał możliwość spokojnej, indywidualnej i odłożonej w czasie analizy, a konsultanci uzyskiwali pewność, że nie pominięto żadnych istotnych zagadnień i kwestii.

Przygotowany i przeprowadzony przez konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego przy aktywnym uczestnictwie mieszkańców subregionu proces konstruowania dokumentu Planu Rozwoju Turystyki obejmował kilka zasadniczych etapów takich jak:

- zdefiniowanie misji rozwoju turystyki w subregionie według modelu Ashridge;
- określenie celów strategicznych oraz istotnych w ich kontekście działań, programów turystycznych i produktów turystycznych;
- określenie założeń do finansowania i monitorowania zamierzeń strategicznych.

Efekt podjętych na przestrzeni kilku miesięcy wysiłków stanowi dokument niniejszego Planu Rozwoju Turystyki wraz z załącznikami (Diagnoza stanu turystyki w subregionie wraz z inwentaryzacją zasobów dziedzictwa przyrodniczo – krajobrazowego i kulturowego subregionu; Raport z przeprowadzonych konsultacji społecznych, Raport z badań preferencji mieszkańców i turystów dotyczących kierunków rozwoju turystyki).

Proces prac nad Planem Rozwoju Turystyki - schemat



1.3. Struktura dokumentu

Konstrukcja Planu Rozwoju Turystyki dla subregionu odpowiada logice procesu strategicznego i obejmuje cztery zasadnicze części: część pierwszą – wprowadzającą, część drugą – strategiczną, część trzecią – operacyjną i część czwartą – wdrożeniową.

Część I Wprowadzająca

W części pierwszej, stanowiącej wprowadzenie do dokumentu, zawarto główne przesłanki procesu opracowywania Planu Rozwoju Turystyki – przyjęte założenia wyjściowe, przebieg oraz wykorzystane w procesie metody prac.

Część II Strategiczna

Część druga stanowi swoisty rdzeń Planu Rozwoju Turystyki w postaci misji oraz opisu domen strategicznego rozwoju turystyki w subregionie. Poprzedzony on został wyciągiem najważniejszych wniosków z przeprowadzonej diagnozy i inwentaryzacji stanu turystyki w subregionie oraz analizy trendów turystycznych.

Część III Operacyjna

W części trzeciej przedstawiono plan operacyjny dla strategicznych założeń w postaci siatki celów strategicznych wraz z zadaniami oraz programów turystycznych rozpisanych w postaci produktów turystycznych.

Część IV Wdrożeniowa

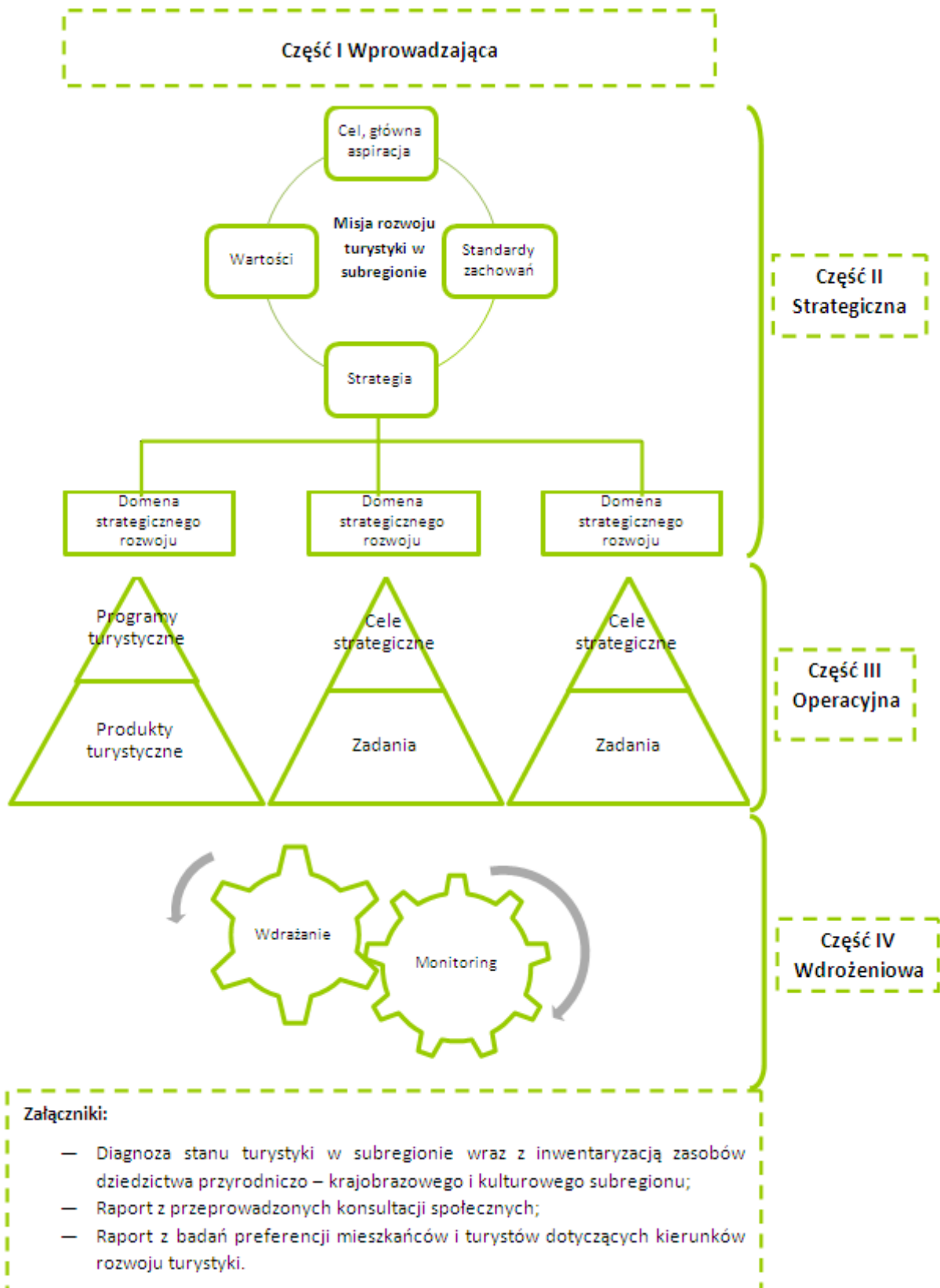
Zwienczenie dokumentu zawiera część czwartą, w której ujęto opis systemu wdrażania i monitorowania Planu Rozwoju Turystyki. Opis ten zawiera analizę podmiotów zaangażowanych i odpowiedzialnych za wdrażanie i monitoring, zestaw wskaźników służących monitorowaniu realizacji opisanych celów strategicznych, opis systemu monitorowania jakości „Turystyczny Trójkąt” oraz możliwych źródeł finansowania zadań zapisanych w Planie Rozwoju Turystyki.

Do dokumentu dołączono również trzy załączniki:

1. Diagnoza stanu turystyki w subregionie wraz z inwentaryzacją zasobów dziedzictwa przyrodniczo – krajobrazowego i kulturowego subregionu;
2. Raport z przeprowadzonych konsultacji społecznych;
3. Raport z badań preferencji mieszkańców i turystów dotyczących kierunków rozwoju turystyki.

Poniżej przedstawiono schemat obrazujący budowę „Planu Rozwoju Turystyki”.

Plan Rozwoju Turystyki – struktura dokumentu



CZEŚĆ II. PLAN ROZWOJU TURYSTYKI – MISJA ORAZ DOMENY STRATEGICZNEGO ROZWOJU

2.1. Główne wnioski z diagnozy i inwentaryzacji stanu turystyki w subregionie oraz analizy trendów turystycznych.

2.1.1. PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA

- Obszar trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, jako obszar wsparcia w ramach Projektu pn. „EUROszansa dla Lubelszczyzny budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy”, obejmuje swym zasięgiem teren 11 gmin: Baranów, Janowiec, Kazimierz Dolny, Końskowola, Kurów, Markuszów, Nałęczów, gmina wiejska Puławy, Wąwolnica, Żyrzyn (powiatu puławski) i Wojciechów (powiat lubelski). Zamieszkiwany jest on przez 72909 osób (BDL GUS, 2010) oraz zajmuje powierzchnię 965 km².

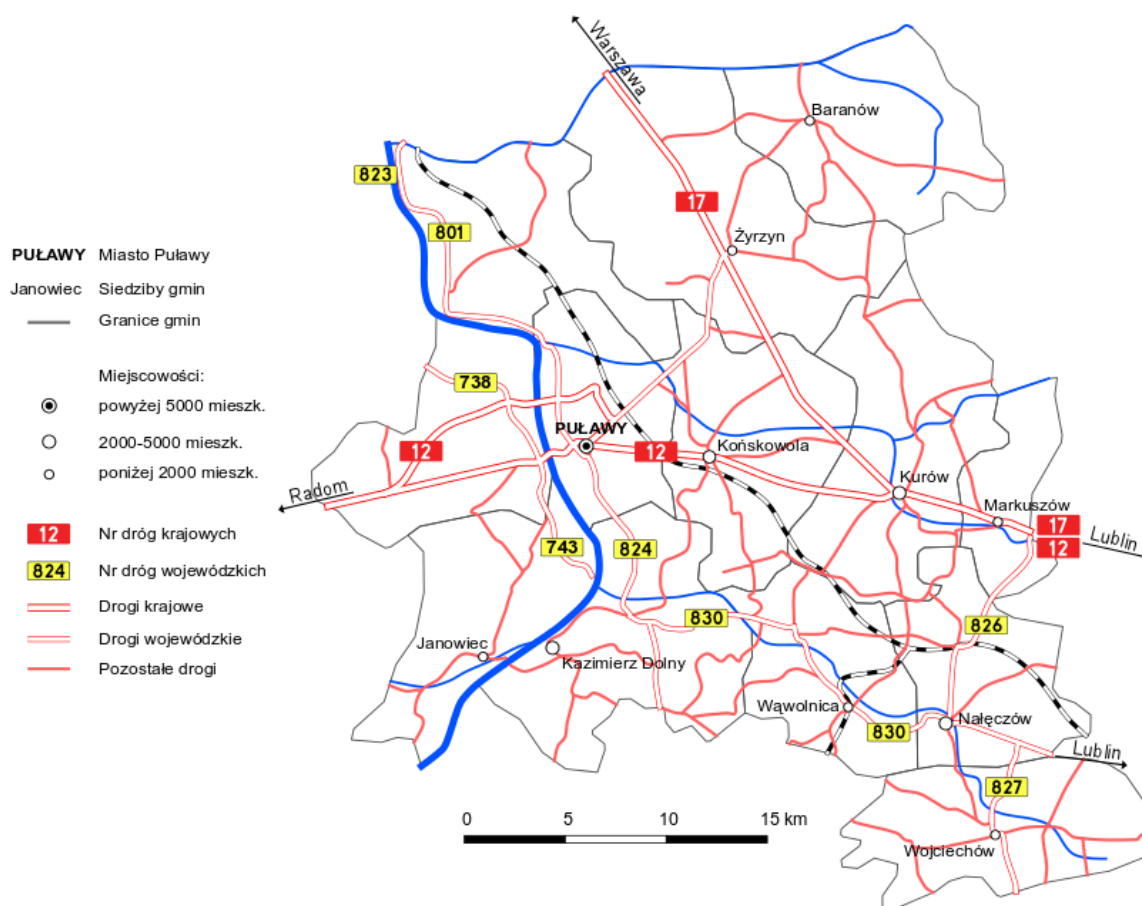
11

Mapa 1. Gminy wchodzące w skład trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy na tle woj. lubelskiego.



- Przez obszar trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy przebiegają ważne szlaki komunikacyjne, opierające się na dwóch drogach krajowych S12 i S17, co zapewnia szybką łączność z Warszawą (130 km) oraz Radomiem i Lublinem. Sieć drogowa jest uzupełniana przez komunikację kolejową: pociągi relacji Lublin – Warszawa zatrzymują się na stacjach subregionu m.in. w Nałęczowie i Puławach. Wkrótce zostanie uruchomione lotnisko w Świdniku (ok. 60 km od Puław), które przyczyni się zdecydowanie m.in. do poprawy obsługi krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego. Taki układ komunikacyjny ma szczególne znaczenie ze względu na znaczny odsetek przyjezdnych z województwa mazowieckiego, szczególnie z Warszawy (moda na weekendowe wypadki do Kazimierza Dolnego, kupowanie drugich domów, turystyka biznesowa – motywacyjna np. dla korporacji, turystyka edukacyjna – wycieczki szkolne).

Mapa 2. Układ komunikacyjny subregionu obejmującego trójkąt turystyczny Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy



- Na obszarze trójkąta turystycznego znajdują się trzy wiodące ośrodki turystyczne – Kazimierz Dolny, Nałęczów i Puławy (gmina miejska formalnie nie znajduje się na terenie objętym projektem „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny”, ale generuje znacznych ruch turystyczny). Mają one charakter ponadkrajowy. Janowiec aspiruje do roli ośrodka międzyregionalnego. Oprócz tego, na terenie opisywanego trójkąta turystycznego znajdują się miejscowości z potencjałem

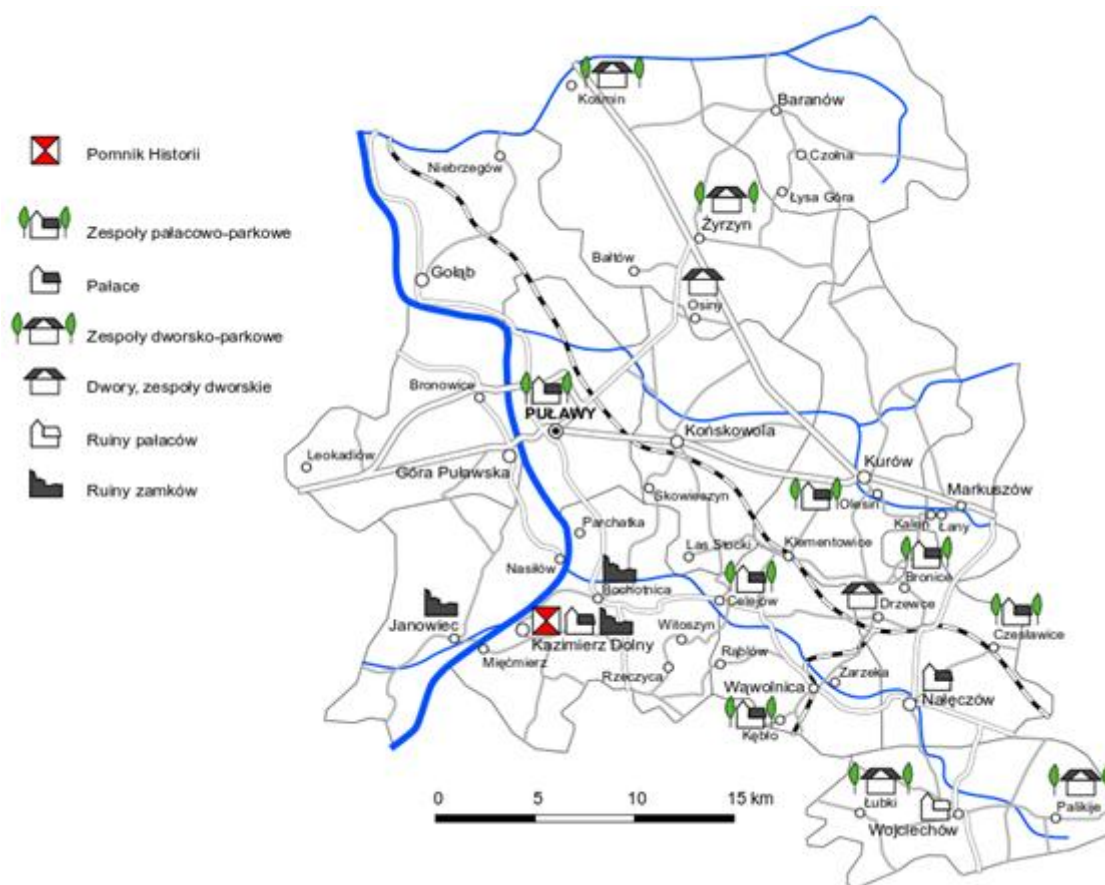
bazującym na lokalnych specyfikach, które w różnym stopniu są już wykorzystywane do przyciągania turystów np. Końskowola z plantacjami róży, czy Wojciechów i tamtejsze tradycje kowalstwa. Taka baza rozwoju turystyki sprzyja adaptowaniu sprawdzonych zagranicą rozwiązań np. questingu², ekoturystyki, turystyki interpretacyjnej – narracyjnej.

- Liczba miejsc noclegowych na terenie turystycznego trójkąta Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy w ciągu 5 lata wzrosła o ponad 70% (BDL GUS 2010), a liczba korzystających z nich turystów w analogicznym okresie o 65%. Obiekty zbiorowego zakwaterowania zlokalizowane są przede wszystkim w gminach Kazimierz Dolny (24) i Nałęczów (8) oraz w Puławach (9). Tutaj także przede wszystkim skoncentrowana jest baza gastronomiczna oraz rekreacyjno-sportowa. W pozostałych gminach znajdują się pojedyncze obiekty nastawione na turystę. Chcąc wydłużyć pobyt przyjezdnych, do co najmniej kilku dni, potrzebne są działania wspierające rozbudowę bazy noclegowej i gastronomicznej poza główne ośrodki turystyczne.
- Na terenie objętym projektem „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny” znajdują się 433 obiekty zabytkowe, w tym ruiny zamków, murów obronnych, liczne kościoły i kamienice, budowle rezydencjonalne i zespoły pałacowe, obiekty inżynierii miejskiej, zabytki budownictwa przemysłowego i ludowego. Największe nagromadzenie zabytków występuje w gminie Kazimierz Dolny – 118 (cenny układ urbanistyczno-architektoniczno-krajobrazowy miasta ze słynnymi renesansowymi kamienicami: Celejowską, Pod św. Mikołajem i Pod św. Krzysztofem) i Nałęczów – 93 (zespół pałacowo-parkowy i wille). Magnesem przyciągającym turystów jest także 127 obiektów zabytkowych w Puławach, w tym zespół parkowo-pałacowy Czartoryskich³. Taki potencjał dziedzictwa kulturowego sprzyja rozwojowi **turystyki poznawczej**. Rozproszenie terytorialne i mnogość obiektów zabytkowych można wykorzystywać do tworzenia **szlaków tematycznych**, łączących powiązane ze sobą tematycznie obiekty.

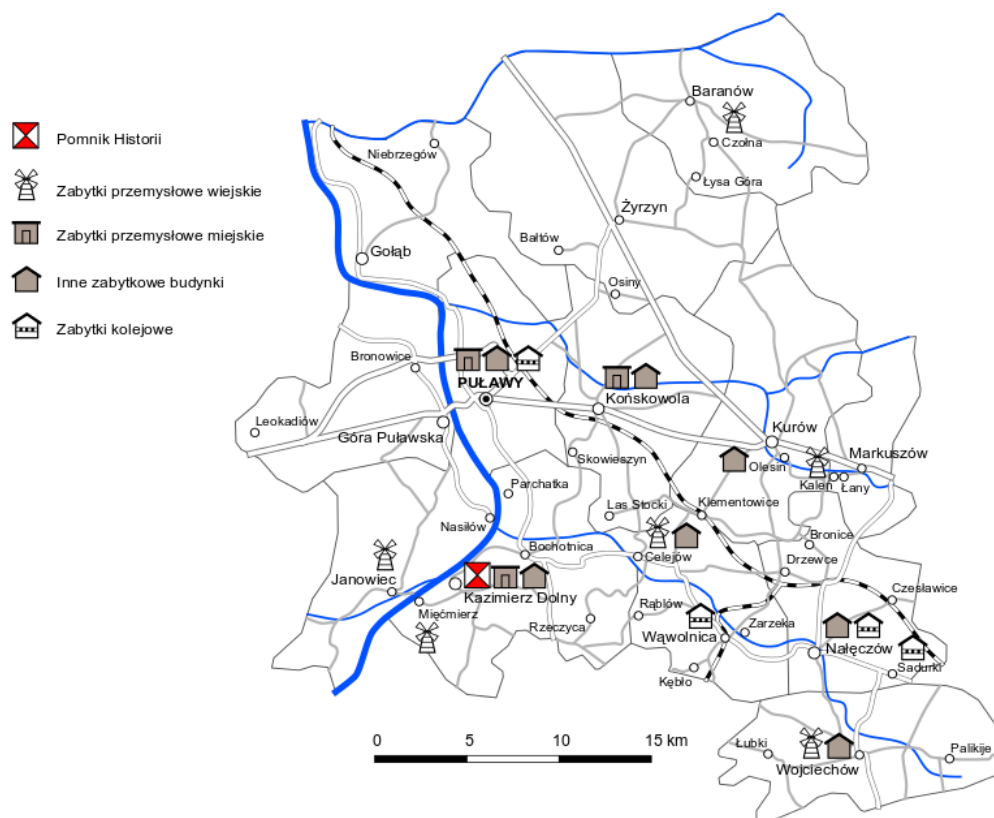
² Metoda odkrywania dziedzictwa miejsca polegająca na tworzeniu nieoznakowanych szlaków, którymi można wędrować, kierując się informacjami zawartymi w wierszowanych wskazówkach.

³ Źródło: opracowanie własne na podstawie inwentaryzacji zabytków w rozdz. 1.1. dokonanej na podstawie następujących źródeł: Lokalna Strategia Rozwoju LGD Zielony Pierścień, 2009, oraz Rejestr Zabytków Województwa Lubelskiego (stan na 15.06.2010 r.) – Dz. Urzędowy Woj. Lubelskiego Nr 84/2010, poz. 1552.

**Mapa 3. Rozkład terytorialny wybranych obiektów zabytkowych na terenie trójkąta turystycznego
Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.**

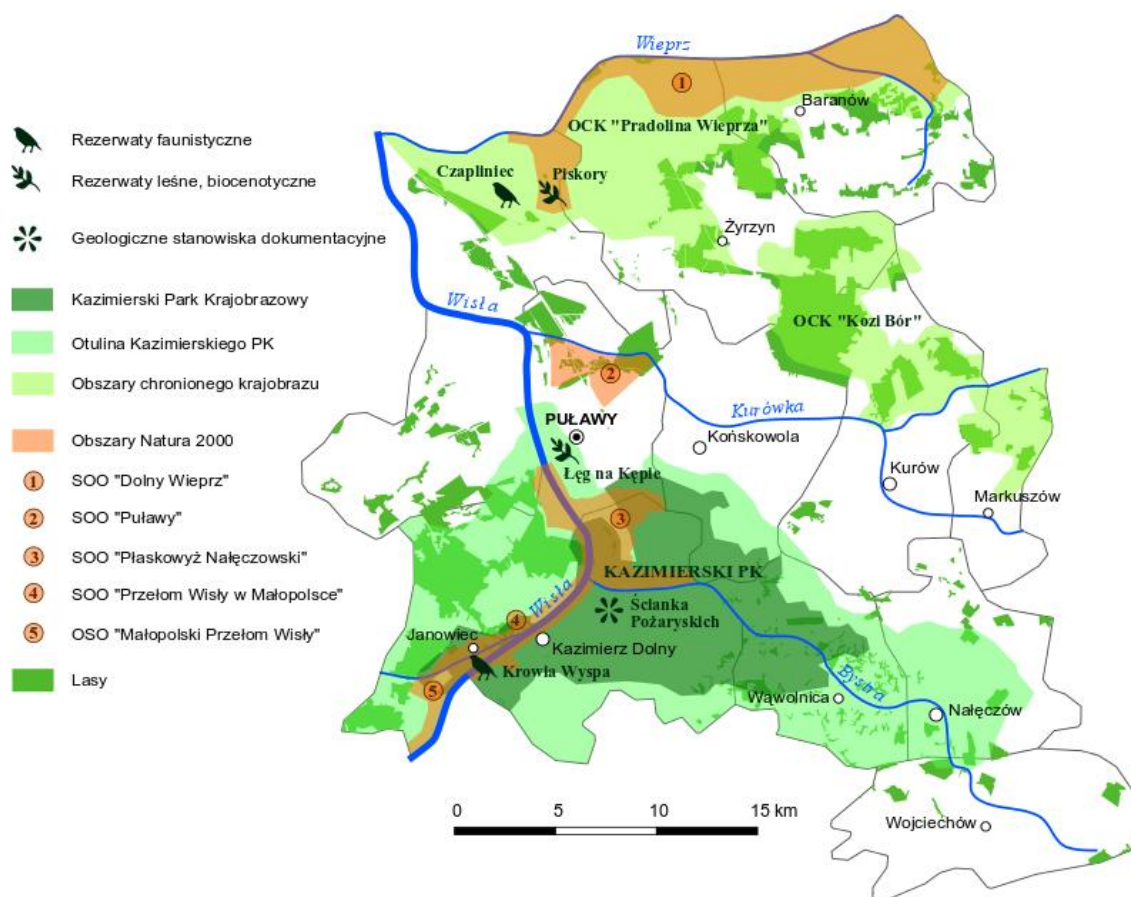


Mapa 4. Rozkład terytorialny wybranych obiektów zabytkowych na terenie trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.



- Obszary chronione zajmują 31 585 ha, co stanowi 33,0% powierzchni obszaru trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy. Liczba obiektów różnych form ochrony przyrody wynosi 98 (w tym: parki krajobrazowe, rezerваты przyrody, obszary chronionego krajobrazu, obszary Natura 2000, Geopark Małopolski Przełom Wisły). Lasy stanowią 21% powierzchni obszaru trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy – największe kompleksy leśne to: Lasy Puławskie, Kozi Bór. Obszary objęte projektem „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny” położone nad Wisłą i Wieprzem są szczególnie cenne ze względu na obecność wielu gatunków ptaków m.in. czapla biała, ostrygojad, rybitwa białoczelna, mewa czarnogłowa, siweczka obrożna. Bogactwo fauny i flory sprzyja rozwojowi **turystyki przyrodniczej** – w tym **ornitologicznej** oraz **turystyki wypoczynkowej (agroturystyka, turystyka rozrywkowa)**. Z kolei ciekawe ukształtowanie powierzchni, wielość form geologicznych oraz atrakcyjność krajobrazów sprawia, że subregion staje się atrakcyjny dla odbiorców **turystyki kwalifikowanej – specjalistycznej (turystyka piesza, turystyka rowerowa, turystyka jeździecka, turystyka narciarska, turystyka kajakowa, turystyka przygodowa)**.

**Mapa 5. Wybrane formy ochrony przyrody na obszarze trójkąta turystycznego
Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.**



- Na terenie trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy odbywają się różnego typu wydarzenia i imprezy kulturalne także o charakterze ogólnopolskim, promowane w mediach krajowych, które już na stałe wpisały się w kalendarz miejscowych atrakcji i coraz śmielej przyciągają turystów swym programem i ofertą. Do tego typu wydarzeń należy z pewnością zaliczyć: Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” w Kazimierzu Dolnym i Janowcu, Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych oraz Ogólnopolskie Warsztaty Kowalskie w Wojciechowie. Do promocji regionu przyczyniają się także imprezy sportowe, jak kilkakrotnie goszczony Tour de Pologne czy impreza balonowa w Nałęczowie przyciągające m.in. fanów poszczególnych dyscyplin. Z punktu widzenia rozwoju turystyki ma to duże znaczenie, gdyż coraz większą popularność zyskuje sobie turystyka festiwalowa – turysta podąża za konkretnym wydarzeniem kulturalnym np. Opener Festival w Gdyni czy Rekonstrukcja Bitwy pod Grunwaldem.
- W gminach wchodzących w skład obszaru trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy istnieją i wciąż są rozwijane produkty turystyczne wpisujące się w najnowsze trendy turystyczne np. questing – turystyka z zagadkami, powstają sieci znakowanych szlaków rowerowych (ponad 500 km tras) wyposażonych w infrastrukturę okołoturystyczną (miejsca wypoczynkowe dla rowerzystów z wiatami i stojakami na rowery), promowane są lokalne wyroby poprzez Festiwal Produktu Lokalnego w Nałęczowie.
- W obszarze turystyki na terenie 11 wspomnianych gmin wyodrębnić można kilka podmiotów, które w sposób zaangażowany działają na rzecz promocji turystyki i aktywizowania lokalnej

społeczności pod kątem tego sektora gospodarki. Będzie to z pewnością LGD „Zielony Pierścień” oraz LOT „Kraina Lessowych Wąwozów” – kluczowe podmioty z punktu rozwoju turystyki, jednostki samorządu terytorialnego oraz stowarzyszenia i organizacje grupujące miejscową ludność ze względu na ich pasje np. Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły organizujące święto wina w Janowcu, przywiązanie do miejscowości i kultywowanie tożsamości lokalnej – np. Towarzystwo Przyjaciół Nałęczowa, Towarzystwo Przyjaciół Gołębia, Regionalne Towarzystwo Przyjaciół Wąwolnicy, Towarzystwo Przyjaciół Miasta Kazimierza Dolnego, Stowarzyszenie „Dwa Brzegi”. Do grona instytucji wspierających turystykę w subregionie można także zaliczyć Muzeum Nadwiślańskie i Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli (programy szkoleniowe i doradztwo w zakresie zrównoważonego rozwoju terenów wiejskich).

2.1.2. TRENDY W TURYSTYCE

Na rozwój turystyki wpływają czynniki zewnętrzne (demograficzno-społeczne, gospodarcze, technologiczne, polityczne, przyrodnicze) oraz wewnętrzne (podażowe i popytowe).

- Wyróżnikami współczesnej turystyki są: indywidualna oferta turystyczna, więcej niż jeden motyw wyjazdu turystycznego, różnorodność form spędzania wolnego czasu, wielofunkcyjne ośrodki turystyczne.
- Cechami charakterystycznymi współczesnego turysty są: doświadczenie, nastawienie na czerpanie przyjemności, krytycyzm, zainteresowanie zróżnicowaną ofertą, stawianie wymagań, poszukiwanie nowych miejsc, podążanie za słońcem, poszukiwanie zabawy, chęć przygody, chęć aktywnego spędzania czasu, niezależne myślenie, dokonywanie porównań, docenianie wartości środowiska naturalnego.
- Oferta turystyczna podlega ciągłym zmianom. Dotychczasowy model wypoczynku związany z wodą i słońcem (bierny) – tzw. model „3xS” (ang. sun, sand, sea) stopniowo traci na znaczeniu na rzecz rozwijającego się nowego modelu turystyki (aktywnego) – tzw. model „3xE” (ang. entertainment, excitement, education) – rozrywka, aktywność ruchowa (aktywny wypoczynek), edukacja.
- Rodzaje i formy turystyki dotychczas rozwijające się w subregionie, jak również możliwe czy pożądane w przyszłości to przede wszystkim **turystyka poznawcza (turystyka przyrodnicza – w tym ornitologiczna, ekoturystyka, turystyka kulturowa, turystyka sentymentalna, turystyka festiwalowa, turystyka kulinarna, turystyka krajoznawcza), turystyka wypoczynkowa (agroturystyka, turystyka rozrywkowa) turystyka kwalifikowana – specjalistyczna (turystyka piesza, turystyka rowerowa, turystyka jeździecka, turystyka narciarska, turystyka kajakowa, turystyka przygodowa), turystyka zdrowotna (turystyka uzdrowskowa, turystyka spa i wellness) turystyka religijna.**
- W subregionie istnieje zdecydowany potencjał dyfuzji turystyki z obszarów centralnych na obszary wiejskie. Sprzyjają temu rolnicze krajobrazy, dziedzictwo kulturowe, bogata historia, liczne obszary chronionego krajobrazu, stosunkowo niewielkie zanieczyszczenie środowiska i życzliwi ludzie. Taki proces rozwoju turystyki jest zgodny z ideą **turystyki zrównoważonej** charakteryzującej się stosowaniem następujących zasad: rozwój turystyki jest dostosowany do rodzaju i jakości zasobów środowiska przyrodniczego i nie może przyczyniać się do ich degradacji; miejscowa ludność partycypuje we wszystkich przedsięwzięciach związanych z

turystyką, które podejmowane są na zamieszkanym przez nią terenie; oferta turystyczna opiera się na miejscowych zasobach naturalnych, ludzkich, materialnych i obejmuje niewielkie obiekty, dostosowane skalą do otoczenia; rozwój turystyki jest zintegrowany z miejscowym rozwojem gospodarczym oraz jest korzystny etycznie, społecznie i ekonomicznie dla miejscowej ludności.

2.1.3 DOKUMENTY STRATEGICZNE O TURYSTYCE

- Zadania i programy turystyczne uwzględnione w Planie Rozwoju Turystyki w subregionie wpisują się w realizację celów dokumentów strategicznych o szerszym zasięgu. W tym celów krajowej Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2008-2014 zdefiniowanych jako: *Wzrost znaczenia ekonomicznego turystyki w rozwoju gospodarczym kraju; Wzrost jakości środowiska i życia mieszkańców; Współpraca oraz integracja na rzecz turystyki i jej otoczenia w wymiarze społecznym, przestrzennym i ekonomicznym*. Planowane działania przyczynią się także do realizacji celów określonych w Strategii Rozwoju Województwa Lubelskiego na lata 2006-2020 m.in. *Poprawa atrakcyjności i spójności terytorialnej województwa lubelskiego*.
- Zakres ujętych w Planie Rozwoju Turystyki działań przełoży się także na realizację celu trzeciego Strategii Rozwoju Powiatu Puławskiego na lata 2007-2015 zakładającego animację współpracy lokalnej, w szczególności w zakresie wspierania rozwoju turystyki w powiecie oraz opracowywania mechanizmów promocji powiatu.
- Można zauważyć dwa przeciwstawne modele rozwoju turystyki obrane w Lokalnej Strategii Rozwoju oraz Strategii Rozwoju Powiatu Puławskiego: LSR zakłada zrównoważony rozwój turystyki na całym obszarze trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, natomiast Strategia Rozwoju Powiatu Puławskiego zakłada koncentrację działania na terenie 3 gmin (Kazimierz Dolny, Nałęczów, Janowiec), odznaczających się relatywnie najwyższym poziomem atrakcyjności turystycznej w skali całego powiatu.
- W przypadku 6 gminnych strategii rozwoju (Kazimierz Dolny, Markuszów, Nałęczów, Wąwolnica, Wojciechów, Żyrzyn) można mówić o bezpośrednich odniesieniach do sfery turystyki, które znalazły się na poziomie wizji bądź misji rozwoju danej gminy.
- Najszerzym zakresem działań zaproponowanych do realizacji w sferze turystyki (podporządkowanych celom rozwoju turystyki) odznaczają się strategie rozwoju gmin miejsko-wiejskich Kazimierz Dolny i Nałęczów.
- W przypadku strategii rozwoju Nałęczowa celom rozwoju turystyki podporządkowano niemalże wszystkie działania zaproponowane do realizacji w sferze przestrzennej, gospodarczej i społecznej (w tym m.in. zadania z zakresu planowania przestrzennego).

2.2. Analiza SWOT

Mocne strony	Słabe strony
— Rozpoznawalne w Polsce ośrodki turystyczne – Kazimierz Dolny (w indeksie marek wybranych miast Polski Kazimierz Dolny osiąga piątą pozycję po takich miastach jak: Kraków, Gdańsk, Warszawa i Wrocław) i uzdrowisk Nałęczów (pierwsze sprywatyzowane i stale rozwijające się, zajmuje 3 miejsce w rankingu polskich uzdrowisk za Kołobrzegiem i Krynicią); — Zabytki: stanowiska archeologiczne, unikatowe kościoły w stylu renesansu lubelskiego, ruiny zamków, pałace, spichlerze, wille, skanseny, kolejka wąskotorowa (ponad 430 obiektów zabytkowych); — Tradycje turystyczne – pierwsze muzeum w Polsce – Muzeum Czartoryskich w Puławach, tradycje letniskowe – Kazimierz i Nałęczów; — Ośrodek konferencyjny w Puławach – konferencje naukowe, sympozja branżowe; — Przebiegające przez subregion szlaki turystyczne (międzynarodowy, ogólnopolskie, regionalne i lokalne) w tym m.in. międzynarodowy Bursztynowy Szlak Greenways; — Lokalizacja na trasie szlaków turystycznych w kierunku Lublina, Zamościa, Lwowa – przejmowania części turystów; — Wypromowane, ogólnopolskie imprezy jak: Festiwal Filmu i Sztuki Dwa Brzegi w Kazimierzu Dolnym i Janowcu odbywający się na przełomie lipca i sierpnia każdego roku – impreza z patronatem medialnym TVP i PR; — Unikatowe imprezy prezentujące lokalne specyfiki np. święto truskawki w Górze Puławskiej, święto róży w Końskowoli, wydarzenia związane z kowalstwem w Wojciechowie;	— Słaba dostępność komunikacyjna miejscowości położonych poza centrum subregionu; — Komunikacja przez Wisłę – duże odległości między mostami, nieregularne przeprawy promowe; — Brak krytych obiektów rekreacyjnych – oferty na złą pogodę; — Brak hali sportowo-widowiskowej w subregionie; — Brak atrakcyjnej oferty turystycznej pozwalającej na wydłużenie pobytu – pobyt dłuższy niż weekend; — Sezonowość ruchu turystycznego (od maja do września); — Brak wypromowanych produktów w poszczególnych gminach (nawiązywania do tożsamości i lokalności); — Brak wykorzystania lokalnych zasobów jako elementu oferty turystycznej (np. jeżeli są zdjęcia w miejscach noclegowych to powinny być związane z terenem a nie prezentować np. wieżę Eiffla, Golden Gate czy Statuę Wolności, jeżeli są kwiaty w pokojach lub restauracjach to powinny być żywe i miejscowe np. róże z Końskowoli a nie sztuczne, jeżeli gastronomia – to oferta regionalna a nie kuchnia góralska itp.). Komercjalizacja oferty – statki piratów, góralskie karczmy – wyzbywanie się lokalnej tożsamości — Słaba oferta gastronomiczna – brak specyfiki kulinarnej regionu; — Brak/słaba oferta noclegowa, gastronomiczna, (usług turystycznych) poza Kazimierzem Dolnym, Nałęczowem i Puławami;

— Nowe oferty turystyczne np. questing; — Tradycje przyciągania artystów i ludzi kultury – Kazimierz – kolonia artystyczna oraz Nałęczów (miejsce pobytu pisarzy i poetów); — Bogactwo tradycji rzemieślniczych – garncarstwo, wikliniarstwo, kowalstwo, winiarstwo, plecionkarstwo; — Unikatowe w skali europejskiej zasoby przyrodnicze – Małopolski Przełom Wisły oraz wąwozy lessowe – objęte różnymi formami ochrony (98), w tym programem Natura 2000; — Bogactwo fauny i flory – stanowiska lęgowe ptaków (rybitwy, mewy, brodzie i sieweczki); — Niezagospodarowane/nieprzekształcone obszary naturalnej przyrody, o ciekawym ukształtowaniu, różnorodnej formie i niewątpliwych walorach estetycznych (np. meandrujące rzeki, szachownice pól itp.); — Wody geotermalne w Celejowie; — Stosunkowo dobre połączenia drogowe i kolejowe z Warszawą i Lublinem (głównie Puławy i centrum subregionu); — Bliskość nowego lotniska Lublin Airport w Świdniku (czas dojazdu około 1 godz.); — Systematyczna rozbudowa trasy S17 – Warszawa – Lublin (standard drogi ekspresowej dwie jezdnie po dwa pasy – na terenie woj. lubelskiego większość trasy ma powstać do 2013); — Rozbudowa infrastruktury rowerowej (500 km szlaków); — Rozbudowa marin wzdłuż Wisły; — Aktywni, zaangażowani mieszkańcy zorganizowani w stowarzyszeniach działających m.in. na rzecz rozwoju turystyki; — Silne poczucie tożsamości miejsca, dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wśród mieszkańców, duma z miejsca zamieszkania;	— Słaba baza okołoturystyczna (wypożyczalnie rowerów, baza kajakowa, przystanie itp.) — Brak połączenia oferty turystycznej Kazimierza – Nałęczowa – Puław z atrakcyjnymi miejscami w pozostałej części subregionu; — Niezintegrowana oferta turystyczna, nieskomunikowana, brak zazębiania się poszczególnych inicjatyw, brak współdziałania; — Brak zintegrowanych działań w zakresie promocji i informacji o ofercie turystycznej subregionu; — Brak profesjonalnego, cyklicznego monitorowania i badania ruchu turystycznego; — Brak koordynacji działań – brak wspólnego kalendarza imprez; — Niska świadomość korzyści ze współpracy w obszarze turystyki (wspólna promocja, łączenie działań). — Postawy części mieszkańców – niechęć do współpracy, brak otwartości na zmiany; — Wzajemna rywalizacja potencjalnych partnerów o klienta w ramach subregionu → <i>każdy sobie rzepkę skrobie</i>; — Subregion jest widziany przez turystów jedynie przez pryzmat Kazimierza Dolnego, ewentualnie Nałęczowa; — Brak wyznaczonych miejsc do uprawiania inwazyjnych dla otoczenia form aktywności (np. jazdy na kładach, skuterach); — Monofunkcyjność Nałęczowa.
--	--

— Organizacje zaangażowane w rozwój turystyki – głównie LGD Zielony Pierścień i LOT „Kraina Lessowych Wąwozów”; — Organizacje zajmujące się turystyką mają partnerskie relacje i uczestniczą we wspólnych projektach z analogicznymi podmiotami z sąsiednich regionów.	
Szanse	Zagrożenia
— Możliwość pozyskania środków zewnętrznych na rozwój turystyki (fundusze UE – PO RPW, PROW, PO KL, RPO; fundusze szwajcarskie, fundusze norweskie); — Trendy w turystyce związane z powstawaniem kompleksów basenów – Aquaparków, parków tematycznych na obszarach bogatych w wody geotermalne; — Rozwój turystyki Spa&wellness wspierający wydłużenie sezonu turystycznego; — Nowe formy turystyki – turystyka kongresowa i festiwalowa; — Wzrost popularności turystyki aktywnej – paralotnie, wyprawy rowerowe, kajaki, jazda konna; — Turystyka sentymentalna – szukanie korzeni przez turystów pochodzenia żydowskiego; — Wzrost popularności turystyki nastawionej na doświadczanie, przeżywanie, testowanie; — Wykorzystanie Internetu jako źródła promocji, sprzedaży i dystrybucji oferty turystycznej; — Rozwój technologii IT w turystyce (GPS, aplikacje na telefony komórkowe, interaktywne i multimedialne przewodniki, nowe formy prezentacji); — Bogacenie się społeczeństwa – częstsze wyjazdy, kilka razy do roku, wypadki na tzw. długie weekendy – zmiana stylu życia; — Bliskość Ukrainy – nowy rynek potencjalnych klientów i pracowników.	— Masowy, niekontrolowany napływ turystów; — Uzależnienie Nałęczowa od jednej grupy klientów (monofunkcyjność) – kuracjusze – zmiany/brak refundacji pobytu przez NFZ może skutkować załamaniem rynku; — Natura 2000 i obostrzenia w inwestycjach z niej wynikające – wzrost kosztów inwestycji, w tym inwestycji komunalnych; — Nadmierna presja ze strony uprawiających sporty motorowe i wzrost popularności takich form aktywności jak jazda kładami, skuterami, motocrossami itp. – dzika, niekontrolowana ekspansja na tereny cenne przyrodniczo; — Konkurencja ze strony innych ośrodków turystycznych, w tym regionalnych Zamość, Lublin, Roztocze, Włodawa itp.; — Zewnętrzna presja deweloperów, inwestorów (inwestycje niezgodne z charakterem i specyfiką miejsca). — Przedłużający się kryzys gospodarczy; — Odpływ młodych, aktywnych mieszkańców; — Nieregularne prace nad spływalnością Wisły (brak odmulania, pogłębiania).

2.3. Misja rozwoju turystyki w subregionie

Myślenie o rozwoju turystyki w subregionie podobnie jak strategiczne myślenie o rozwoju innych dziedzin życia gospodarczego i społecznego oraz planowanie działań sprzyjających takiemu rozwojowi wymaga odpowiedzenia sobie na kluczowe pytania: *Po co to robimy i co jest naszą aspiracją? Jakie są obszary, w których chcemy skoncentrować swoje wysiłki? W oparciu o jakie wartości działamy? Jakie standardy prowadzenia polityki rozwoju są dla nas istotne?* Pytania te odnoszą się w równym stopniu do firm, instytucji publicznych, jak i organizacji pozarządowych zastanawiających się nad swoim rozwojem, a odpowiedź na nie określa się najogólniej jako opis Misji lub precyzyjniej - poczucie Misji (ang. *sens of mission*). Zgodnie z takim ujęciem wydiskutowana została misja rozwoju turystyki w subregionie, która zgodnie z wykorzystanym w procesie strategicznym modelem Ashridge złożona jest z czterech elementów. Na misję Rozwoju Turystyki w subregionie składają się zatem:

- **główny cel** – zasadnicza aspiracja rozwoju;
- **domeny strategicznego rozwoju** – podstawowe obszary prowadzenia polityki rozwoju;
- **wartości** – istotne z punktu widzenia rozwoju subregionu wartości, to w co wierzymy;
- **standardy zachowań organizacyjnych** – procedury, polityki i schematy działania.

Tak określoną misję rozwoju turystyki w subregionie, pomimo wyodrębnienia czterech elementów, należy postrzegać i odczytywać jako integralną całość. Misja w modelu Ashridge to główny cel wskazujący podstawowy kierunek działań, domeny strategicznego rozwoju – określające obszary koncentracji wysiłków, ale także wartości oraz standardy zachowań, które towarzyszą procesowi wyboru i realizacji zadań, wpisujących się w określone w celu i strategii główne kierunki rozwoju. W takim ujęciu misja stanowi „trzon” dokumentu Planu Rozwoju Turystyki, który kolejno wypełniany i uszczegółowiany jest (w kolejnych rozdziałach) poprzez zapisy celów strategicznych, programów i produktów turystycznych oraz zadań.

Czteroelementowa misja rozwoju turystyki w subregionie przedstawiona jest poniżej.

CEL – GŁÓWNA ASPIRACJA ROZWOJOWA

Subregion trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny - Nałęczów – Puławy to znaczący w województwie, Polsce i Europie obszar zrównoważonego rozwoju turystycznego. Jego siła wynika z harmonizacji rozpoznawalnych marek ośrodków turystycznych (biegunów wzrostu) – Kazimierz Dolny, Nałęczów, Puławy – oraz lokalnych potencjałów na terenie pozostałych gmin subregionu. Turysty, w tym zagraniczni, odwiedzają różne zakątki subregionu dzięki promocji szlaków turystycznych, zróżnicowaniu oferty produktów lokalnych i atrakcji turystycznych. Subregion posiada zintegrowaną, rozbudowaną poza sezon (całoroczną), interesującą ofertę dla różnorodnych grup turystów, stawiając przy tym na turystykę aktywną (prozdrowotną), nieinwazyjną i edukacyjną. Rozwój turystyczny subregionu jest realizowany w oparciu o zasoby lokalne: firmy, instytucje i organizacje, które stale ze sobą współpracują oraz miejscowe tradycje, folklor, dziedzictwo kulturowe oraz przyrodnicze (unikatowe w skali europejskiej: Małopolski przełom Wisły, Wąwozy lessowe). Mieszkańcy subregionu, będący docelowo beneficjentami zmian rozwojowych związanych z turystycznym ukierunkowaniem subregionu, włączają się w turystyczną animację i rozwój turystyczny swoich miejscowości, otrzymując wsparcie instytucjonalne, organizacyjne, merytoryczne i finansowe.

WARTOŚCI

- współpraca, gotowość do pomocy/do działania, potrzeba integracji;
- natura, czysta, nieskażona, różnorodna przyroda;
- dziedzictwo kulturowe (stroje, język, dawne zawody, kuchnia, zwyczaje);
- gościnność (bardziej relacja gospodarz – gość niż oferent – klient), życzliwość, otwartość mieszkańców;
- autentyczność.

Misja rozwoju turystyki subregionu

STANDARDY ZACHOWAŃ

- współpraca i partnerstwo na wszystkich poziomach;
- wypracowanie wysokiej jakości oferty turystycznej, wzajemne o nią dbanie (audyt wewnętrzny);
- koordynacja działań zmierzających do wypracowania wspólnej i uzupełniającej się oferty turystycznej subregionu;
- stała komunikacja, wymiana doświadczeń, konsultowanie konkretnych rozwiązań i projektów związanych z rozwojem turystyki w subregionie;
- wzajemna promocja;
- powszechne dbanie o turystę (nie tylko bezpośrednio zainteresowani satysfakcją turysty z przedstawionej mu oferty, ale także ci, którzy są pośrednimi beneficjentami ruchu turystycznego w subregionie);
- proekologiczność – nie tylko wrażliwość ekologiczna, ale konkretne działania i zachowania - procedura;
- profesjonalizm, uczciwość i rzetelność w relacjach z konkurencją oraz w działaniach na rzecz rozwoju oferty turystycznej subregionu.

DOMENY STRATEGICZNEGO ROZWOJU

- Domena 1: Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały.
- Domena 2: Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu.
- Domena 3: Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej

MISJA

Domena 1:
Zharmonizowana oferta
turystyczna budowana w
oparciu o lokalne
potencjały.

Domena 2:
Współdziałanie w
budowaniu
zintegrowanej oferty
turystycznej subregionu.

Domena 3: Kształtowanie
wśród mieszkańców
subregionu postaw
odpowiedzialności za
rozwój zrównoważonej
turystyki i przedsiębiorczości
okołoturystycznej

Ożywienie turystyczne
Doliny Wieprza

Przywrócenie świetności
Małopolskiemu
Przełomowi Wisły

Dziedzictwo historyczne,
kulturowe, religijne
subregion - atrakcyjna
turystyka

Specyficzne, unikatowe
potencjały turystyczne
gmin

Po terenie - połączeni
szlakami

Wzmacnianie
rozpoznawalnych marek w
subregionie w oparciu o
nowe trendy turystyczne

Stworzenie trwałego
partnerstwa na rzecz
rozwoju turystyki w
subregionie trójkąta
turystycznego Kazimierz
Dolny - Nałęczów -
Puławy

Wspólna, skuteczna i
spójna promocja
turystyczna subregionu

Stworzenie
kompleksowego i
nowoczesnego systemu
informacji turystycznej

Wspieranie postaw
współodpowiedzialności
za rozwój zrównoważonej
turystyki wśród
mieszkańców subregionu

Rozwijanie postaw
przedsiębiorczości w
zakresie turystyki wśród
mieszkańców

24

Cele strategiczne

Programy turystyczne

Zgodnie z zapisem misji rozwoju turystyki w subregionie wyodrębnione zostały trzy domeny (obszary) strategicznego rozwoju (schemat powyżej). Są one następujące:

- **Domena 1:** Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały.
- **Domena 2:** Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu.
- **Domena 3:** Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej.

W ramach niniejszego rozdziału przedstawiono krótką charakterystykę każdej z domen strategicznego rozwoju zawierającą uzasadnienie koncentracji działań właśnie w takich obszarach.

2.4. Domena 1: Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały.

Architektura tej domeny ma szczególny charakter, nie jest opisana zwyczajowo poprzez siatkę celów strategicznych, operacyjnych i zadań (celów szczegółowych), ale poprzez **priorytetowe programy turystyczne**. Tytuły programów, ich ilość, ostateczny kształt i zasób treściowy ewaluowały i ostatecznie są wynikiem dyskusji prowadzonych przez partnerów samorządowych, społecznych i gospodarczych podczas warsztatów strategicznych. Na ich ostatecznym kształcie odcisnęły się również twarde dane z analiz społecznych i gospodarczych, a także wnikliwa obserwacja tendencji i trendów w turystyce światowej. W największym jednak stopniu wynikają one z namysłu nad podstawowymi pytaniami jakie postawiono budując Program Rozwoju Turystycznego dla subregionu Trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, faktycznie dla 11 zróżnicowanych pod wieloma względami gmin. Odmiennych pod względem atrakcyjności turystycznej, siły przyciągania turystów, zasobów turystycznych i możliwości finansowych i organizacyjnych. W Misji którą wspólnie sformułowano i zaakceptowano uznano, za najważniejszą myśl organizującą rozwój turystyczny na tym obszarze, ideę harmonizacji biegunów wzrostu turystycznego – jakimi są Kazimierz Dolny, Nałęczów a w dalszej kolejności Puławy z lokalnymi potencjałami nieodkrytych gmin. Przyjęto, sprawdzające się w świecie i w Polsce założenie, że można tak zaprogramować rozwój turystyczny, aby wszyscy partnerzy byli wygrani. Kazimierz Dolny i Nałęczów przyciągają turystów, mają rozpoznawalną markę, ale dzięki nowym zróżnicowanym produktom turystycznym, rozbudowanej i bardziej rozproszonej terytorialnie ofercie turystycznej, ich bywalcy wydłużają pobyt w subregionie. Spełniamy w ten sposób najważniejsze zadanie w planowaniu rozwoju turystycznego, zaproponowane w ramach priorytetowych programów - zestawy zintegrowanych produktów turystycznych przedłużają pobyt turysty w subregionie oraz stanowią podstawę do wydłużenia sezonu turystycznego. Zwiększa się różnorodność oferty, powiększa się tym samym liczba kategorii jej odbiorców oraz zwiększa ruch turystyczny obejmujący coraz większy obszar subregionu.

Priorytetowe programy turystyczne są zintegrowane z sobą, zbudowane wokół najważniejszych walorów przyrodniczych (Małopolski Przełom Wisły, Dolina Wieprza, Wąwozy Lessowe) i kulturowych subregionu. Produkty turystyczne zaprojektowane w obszarze każdego z programów, muszą spełniać kryteria przyjęte w Misji rozwoju turystycznego dla subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy. Preferowano oferty nastawione na turystykę aktywną, opartą na lokalnych zasobach, zgodne z wartościami zrównoważonego rozwoju. Budując produkty turystyczne, zwracano uwagę na kwestie poznawcze, edukacyjne, przyjazność środowisku oraz na autentyczność

oferty turystycznej. W takim rozumieniu nie każdy typ rozwoju turystycznego i co zatem idzie nie każdy produkt turystyczny jest możliwy do zaakceptowania w subregionie turystycznego trójkąta. Przyjmując, że turystyka może być jednym z istotnych kół zamachowych rozwoju subregionu, zadbano aby proponowane rodzaje produktów turystycznych, były możliwe do zrealizowania w oparciu o lokalne zasoby, aby ostatecznymi beneficjentami rozwoju stali się mieszkańcy, instytucje i firmy lokalne. W jednakowym stopniu Plan Rozwoju Turystycznego preferuje atrakcyjność ofert dla turysty jak i ożywienie gospodarcze i społeczne subregionu.

Większość programów (pakietów zintegrowanych produktów turystycznych) jest nastawiona na elementy łączące poszczególne gminy lub wręcz na sieciowy produkt turystyczny – tak jest w przypadku obu programów odwołujących się do żywiołu wody, dwóch rzek, które spajają subregion Wieprza i Wisły – **Ożywienie turystyczne Doliny Wieprza** oraz **Przywrócenie świetności Małopolskiemu przełomowi Wisły**. Podobnie jest w przypadku programu **Dziedzictwo historyczne, kulturowe, religijne subregionu - atrakcyjna turystyka**, a także co wręcz zawiera się w nazwie **Po terenie - połączeni szlakiem**. Programami, które odwołują się do właściwości specyficznych, indywidualnych, charakteryzujących tylko poszczególne miejsca i gminy, to **Wspieranie rozpoznawalnych marek w subregionie w oparciu o nowe trendy w turystyczne** (głównie chodzi o Kazimierz Dolny, Nałęczów, Puławę) oraz o **Specyficzne unikatowe potencjały turystyczne gmin**, ale i w nich znajdziemy produkty, które także dotyczą większych obszarów a nawet całego subregionu. Poniżej przedstawiamy tytuły priorytetowych Programów turystycznych oraz zawarte w nich propozycje produktów turystycznych z ich krótka charakterystyką,

1. Ożywienie turystyczne Doliny Wieprza – to pakiet trzech produktów:

- **Nadwieprzańskie ptaki** - oferta turystyki ornitologicznej,
- **Meandry Wieprza** – szlaki kajakowe,
- **Survival nad Wieprzem** – obozy przetrwania.

Produkty te skierowane są do różnorodnych grup turystów: od wymagającego aktywnego turysty – wytrawnego kajakarza, podglądacza przyrody (ptaki), chcącego się sprawdzić w dzikiej przyrodzie, po - w wersji ułatwionej – rodziny z dziećmi, uczniów, weekendowych turystów.

Bardzo mocny jest w nich element poznawczy i ekologiczny.

Oferta Programu – Ożywienie turystyczne Doliny Wieprza to także szansa na zbudowanie nowoczesnej infrastruktury turystycznej (dla obsługi turystyki kajakowej czy ornitologicznej) zgodnej z wymogami ochrony środowiska i ożywienie gospodarcze nadwieprzańskich gmin – Żyrzyna, Baranowa, Gminy Puławy, przy obsłudze infrastruktury okołoturystycznej. Istotnym elementem infrastrukturalnym jest stworzenie na obszarze Programu, Centrum Edukacji Przyrodniczej pełniącego funkcje edukacyjne, informacyjne i logistyczne dla proponowanych aktywności turystycznych.

2. Przywrócenie świetności Małopolskiemu przełomowi Wisły – to też program związany z wodą, ale produkty i turyści diametralnie inni. Trzy zintegrowane produkty to:

- **Wiślane spływy** – oferta szlaków wodnych na Wiśle,
- **Wisła łączy,**

— Relaks nad Wisłą.

Tutaj na nowo odkrywamy, że Wisła jest spławna (kajakiem, parostatkiem czy tradycyjnymi krypami), że łączy miejscowości ze sobą (kulinarnie – wiślane smaki, imprezowo – Noc Świętojańska, czy sportowo – Wiślany szlak rowerowy), wreszcie jest obiektem i centrum wydarzeń oraz zapomnianym od dawna miejscem plażowania i pikników. Produkty tu zaprezentowane pozwalają nam w atrakcyjny sposób powrócić nad Wisłę i odkryć ją na nowo. Większość prezentowanych w tym Programie produktów to uzupełniająca oferta dla turystów tłumnie odwiedzających Kazimierz Dolny czy Puławę, jednak jej atrakcyjność pozwala ją traktować jako samodzielną i perspektywiczną ofertę produktową. W jej pełnej realizacji bardzo ważna jest współpraca wszystkich podmiotów zainteresowanych walorami rzeki, a także działalność lobbystyczna ukierunkowana na przywróceniu pełnej jej spławności. Program wiślany, co warto odnotować, jest skierowany także do społeczności lokalnej, mieszkańców subregionu (głównie Janowca, Kazimierza Dolnego, Gminy i miasta Puławy), budujący ofertę spędzania czasu wolnego i lepszą jakość życia.

3. Dziedzictwo historyczne, kulturowe, religijne subregionu – atrakcyjna turystyka to cała seria produktów turystycznych:

- **Od słowiańskiej chaty do magnackiego pałacu – spędź czas z Muzeum Nadwiślańskim,**
- **Inspirujący Trójkąt,**
- **Zakochaj się w...,**
- **Szlak Otwartych kościołów,**
- **Kraina zbożem płynąca.**

Wszystkie propozycje zintegrowanych produktów turystycznych w atrakcyjny i niebanalny sposób przybliżających aktywnemu turyście najważniejsze atrakcje subregionu są obecne w proponowanych produktach a także uszczegóławiając, w różnych wersjach komercjalizacji oferty. Czy to wędrując w historii subregionu, przez stanowiska archeologiczne, chaty słowiańskie, zamki, po pałace – w trakcie pożywając się i pijąc wino od winiarzy w Janowcu, czy też poprzez znalezienie się w specjalnie otwartych dla turysty kościołach. W innym produkcie można oświadczyć się w Kazimierzu Dolnym (lub przynajmniej zjeść romantyczną kolację) albo zgodnie z dawnym obyczajem podtrzymywać tradycje spławiania zboża Wisłą. Subregion jest pokazany poprzez różne formy komercjalizacji oferty jako kopalnia atrakcji i niesamowitych doznań. Umożliwia to nowoczesna formuła odkrywania (Questy) zagadkowych miejsc i aktywnego uczestnictwa – głównie kulturalnego i artystycznego. Wydawałoby się, że dobrze znane obiekty i miejsca stają się na nowo miejscami, które warto poznać, zanurzyć się w nich, zainspirować i wrócić. Miejsca i obiekty dotąd nie znane, stają się poprzez włączenie w sieć, godnymi poznania.

4. Po terenie – połączeni szlakami. W Programie przedstawiane są cztery zintegrowane propozycje produktów turystycznych odwołujące się do turystyki rowerowej, pieszej, konnej oraz geologicznej:

- **Rowerem po terenie,**
- **Sieć parków nordic walking w subregionie Trójkąta turystycznego,**
- **W siodle,**
- **Geopark czyli podróż do wnętrza ziemi.**

Można tutaj znaleźć szczegółowo opisane propozycje produktów turystycznych opartych na szlakach rowerowych, pieszych oraz konnych (*opisane trasy są jedynie przykładowymi propozycjami – możliwe alternatywne warianty, lub przebiegi z uwzględnieniem odpowiedniej infrastruktury*). Przyjęto w nich, że obszar subregionu Trójkąt Turystyczny Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy odwiedzają i będą odwiedzać zapaleni turyści piesi i rowerowi oraz koniarze, ale także zaproponowano produkty dla debutantów, rodzin z dziećmi, a nawet kuracjuszy. Głównymi założeniami produktów jest przygotowanie kilku rowerowych, pieszych, konnych produktów turystycznych, różnych tematycznie, dostosowanych do różnych grup odbiorców, które realizowane mogą być indywidualnie lub grupowo, w zróżnicowanym wymiarze czasowym.

Nieco odmienną propozycją jest „podróż dla wnętrza ziemi”, która przez fabularną narrację przybliża przeciętnemu turyście tajemnice geologii, konieczne w poznaniu szczególnie ważnych stanowisk geologicznych usytuowanych w obszarze projektowanego Geoparku Małopolskiego Przełomu Wisły. Niszowy turysta geologiczny też znajdzie w zaproponowanych produktach ofertę dla siebie.

5. Specyficzne unikatowe potencjały turystyczne gmin – to odmienny program od wcześniej przedstawionych. Głównym przekazem informacyjnym jest pokazanie, że istnieje potencjał turystyczny w subregionie i jego gminach, dotychczas nie odkrytych albo potrzebujący odświeżenia, nadania nowego, mocnego impulsu. Zaproponowano sześć propozycji produktów turystycznych z czego jeden dotyczy wiejskich obszarów całego subregionu, a kolejne pięć poszczególnych gmin:

- **Agroturystyka** z prawdziwego zdarzenia na wiejskich terenach subregionu,
- **Kowalstwo – tradycyjne rzemiosło w Wojciechowie**. Kulturowanie tradycji i rozwój nowych form,
- **Pamiętajcie o ogrodach** . Powrót do źródeł – Nałęczów miastem ogrodów,
- **Odtwarzanie wydarzeń historycznych** – lekcje pamięci,
- **Różana kraina** – Końskowola,
- **Truskawkowy raj** w gminie Puławy,

Agroturystyka proponowana jest w czterech rodzajach specjalizacji – edukacja w naturalnych warunkach, w połączeniu z realizacją hobby (wędkarstwo), wykorzystaniem wiejskiego wypoczynku oraz z wioskami tematycznymi.

Następne propozycje są skoncentrowane na konkretnych gminach: od gotowych skomercjalizowanych, których dalszy rozwój się zakłada, poprzez rozszerzenie czy „odmłodzenie” oferty np. Szlak Żelaza i Kowalskich tradycji w Wojciechowie, po propozycje uczynienia z Gminy Żyrzyn zagłębia historycznych rekonstrukcji. Proponujemy także nowe pomysły i rozwiązania dotyczące funkcjonujących produktów – róża w Końskowoli i truskawka w gminie Puławy oraz pomysł na rozwijanie nowych funkcji turystycznych w Nałęczowie (turystyka festiwalowa).

6. Wzmacnianie rozpoznawalnych marek w subregionie w oparciu o nowe trendy w turystyce, to z kolei program skupiony na znanych w Polsce turystycznych produktach „odświeżonych” i skonfrontowanych z nowymi prądami i tendencjami w turystyce:

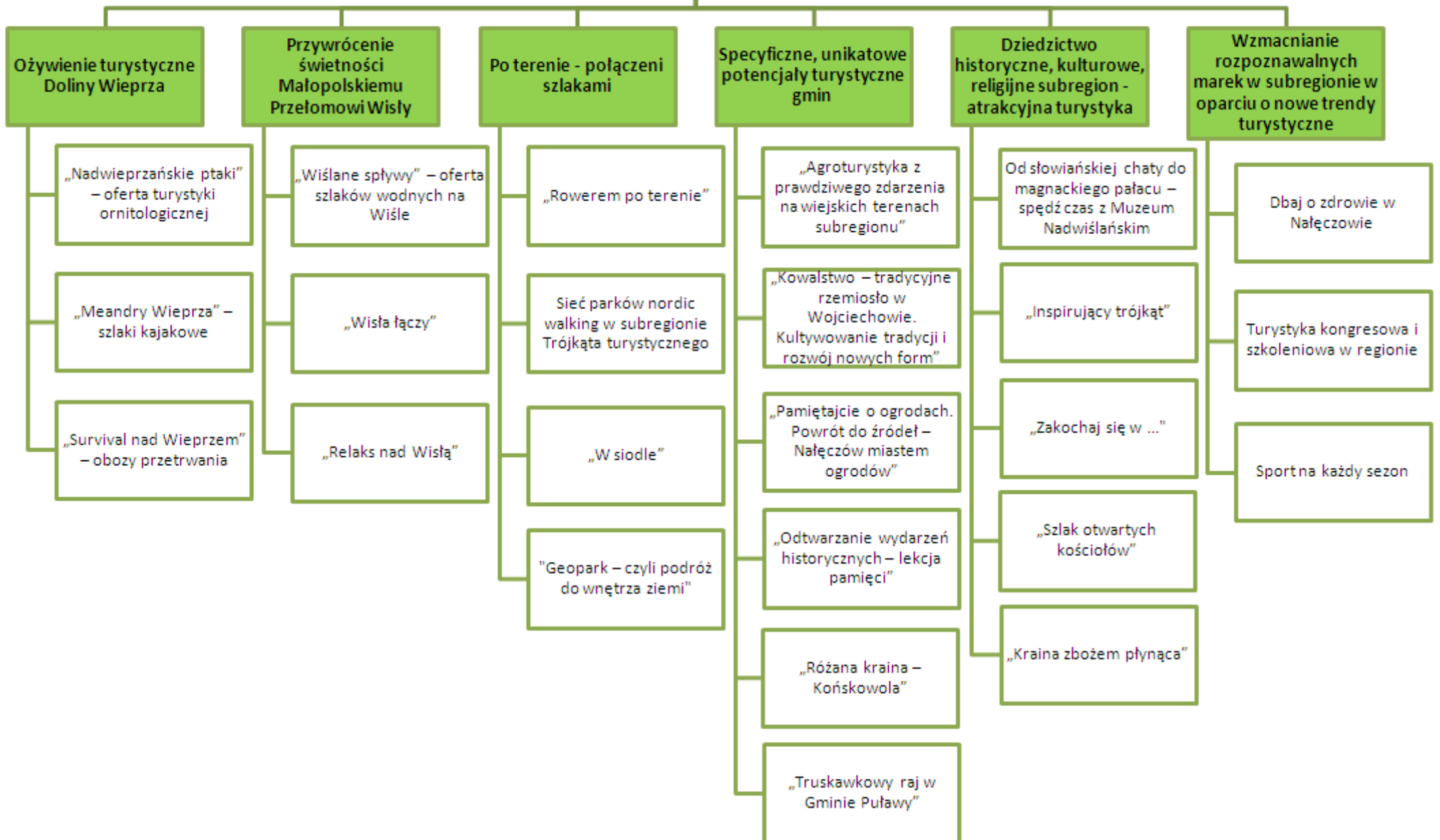
- **Dbaj o zdrowie w Nałęczowie**,
- **Turystyka Kongresowa i szkoleniowa w subregionie**,

— Sport na każdy sezon.

W tym programie uzdrowiskowe funkcje Nałęczowa są powiązane ze światowymi trendami nastawionymi na modę związaną ze zdrowym stylem życia. Wskazywane są możliwości rozwoju turystyki kongresowej i szkoleniowej w trzech miejscach subregionu – Kazimierz Dolny, Puławy i Nałęczów, oraz wzmacniania jest rola sportu i rekreacji na całym obszarze poszerzająca ofertę na cały sezon poprzez ofertę sportów zimowych (narciarstwo).

Wszystkie programy, w którym znajdują się szczegółowo opisane produkty, mają składać się na spójny, zharmonizowany rozwój turystyczny obszaru subregionu Trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy. Nie da się jednak tego uczynić bez wzajemnej współpracy wszystkich instytucji i organizacji funkcjonujących na tym obszarze oraz przygotowania mieszkańców do akceptacji proponowanej opcji rozwoju turystycznego oraz wspierania rozwoju turystyki poprzez bezpośrednie zaangażowanie się w przedsiębiorczość turystyczną. Temu służyć będą zadania wyznaczone w ramach Domeny 2 i 3.

Programy turystyczne



2.5. Domena 2: Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu.

Rozwój turystyki w subregionie obejmującym 11 gmin zlokalizowanych w obszarze trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy jest przedsięwzięciem złożonym i trudnym nie tylko ze względu na sam zasięg terytorialny obszaru, ale przede wszystkim na ogromne spektrum samego zagadnienia. Wielość i różnorodność podmiotów zaangażowanych w budowanie oferty turystycznej oraz podejmowanych działań służących udostępnianiu atrakcji turystycznych występujących w subregionie jest bardzo duża. Dlatego myśląc o skutecznym rozwoju turystyki na tym terenie w najbliższych latach kwestią kluczową jest **podejmowanie wszelkich form współpracy i współdziałania pomiędzy partnerami funkcjonującymi w turystyce** na różnych płaszczyznach i szczeblach, tak aby zapewnić wysoki poziom zintegrowania działań w zakresie budowania kompleksowych produktów turystycznych, ale także dla zapewnienia zharmonizowanego zarządzania rozwojem turystycznym tego subregionu.

Funkcjonalna sieć powiązań i ustalonych relacji pomiędzy podmiotami działającymi w obszarze szeroko rozumianej turystyki w subregionie, pozwoli na efektywną realizację postawionych celów rozwojowych oraz - co jest szczególnie ważne - na ich wzajemne wzmacnianie się i uzupełnianie.

Siłą, która w przyszłości na pewno będzie wspierać działania w tym zakresie jest nagromadzone przez lokalne podmioty i instytucje doświadczenie wynikające z podejmowanych w przeszłości wspólnych przedsięwzięć o różnym charakterze. To na tym fundamencie należy oprzeć przyszłą współpracę, która powinna przybrać charakter stały, otwarty na zainteresowane podmioty, partnerski i nastawiony na wspólny cel, jakim powinno być budowanie **zintegrowanej oferty turystycznej subregionu**.

Pożądany dla subregionu, stały mechanizm współpracy powinien obejmować wypracowane i funkcjonujące procedury współdziałania, koordynowania, informowania i promowania zintegrowanej oferty turystycznej, co przełoży się na osiąganie realnych korzyści odczuwalnych przez osoby, podmioty i instytucje zajmujące się turystyką, które będą widoczne także dla całego subregionu. Bowiem koordynowanie działań pomiędzy lokalnymi podmiotami wymusza potrzeba wspólnego konkurowania o klienta, a w dalszej perspektywie dążenia do maksymalnego wydłużenia jego pobytu na terenie subregionu.

W konsekwencji powyższego określono trzy główne cele strategiczne:

- Cel strategiczny I: **Stworzenie trwałego partnerstwa na rzecz rozwoju turystyki w subregionie trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.**
- Cel strategiczny II: **Wspólna, skuteczna i spójna promocja turystyczna subregionu.**
- Cel strategiczny III: **Stworzenie kompleksowego i nowoczesnego systemu informacji turystycznej.**

2.6. Domena 3: Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej.

Rozumienie Domeny 3. związane jest z wyznaczonymi w jej ramach celami strategicznymi i ich zakresem. Cele te są następujące:

- Cel strategiczny I: **Wspieranie postaw współodpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki wśród mieszkańców subregionu;**
- Cel strategiczny II: **Rozwijanie postaw przedsiębiorczości w zakresie turystyki wśród mieszkańców.**

Powyższe cele strategiczne, wynikające z przeprowadzonej diagnozy, prac warsztatowych i analizy zebranego w trakcie prac zespołowych materiału, odnoszą się w swym podstawowym założeniu do uświadomienia mieszkańcom subregionu korzyści wynikających ze zrównoważonego rozwoju turystyki.

Tak sformułowana i rozumiana domena jest odpowiedzią m.in. na zdiagnozowane i wciąż obecne wśród lokalnej społeczności postawy bierności, niechęci do podejmowania nowych wyzwań, oczekiwania, że ktoś załatwi daną sprawę lub wyjdzie z pomysłem na rozwiązanie problemów. Takie postawy, choć wciąż liczne, współistnieją z co raz większą aktywnością miejscowej ludności, inicjatywnością, gotowością do dzielenia się własnymi osiągnięciami, chęcią uczenia się od bardziej doświadczonych – na takiej bazie należy budować właściwe postawy mieszkańców. Domena 3. odpowiada także na brak lub niską świadomość wśród mieszkańców subregionu przekładania się korzyści z ruchu turystycznego na realne dochody gospodarstw domowych i jednostek samorządu terytorialnego. Ma także przyczynić się do niwelowania zachowań mieszkańców skutkujących (świadomym bądź nieświadomym) zanieczyszczeniem środowiska naturalnego.

W związku z powyższym, kluczowym zagadnieniem z punktu widzenia rozwoju turystyki w subregionie jest **wykorzystanie potencjału tkwiącego w mieszkańcach**. Do pełnego sukcesu oferty turystycznej potrzebne jest przekonanie do niego lokalnej społeczności, zaangażowanie jej w jego realizację. Nakreślone w Misji rozwoju turystyki wartości powinny być tożsame z przekonaniami mieszkańców, a więc bezpośrednich i pośrednich beneficjentów rozwoju turystyki w subregionie. Postawy mieszkańców powinny być spójne z nakreśloną wizją rozwoju turystyki, nie mogą iść w poprzek i być sprzeczne.

Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki zakłada, że **nie może on przyczyniać się do degradacji środowiska przyrodniczego**. Ponadto przewiduje udział mieszkańców na każdym etapie działań podejmowanych na rzecz turystyki, a także **budowanie oferty turystycznej w oparciu o miejscowe zasoby naturalne, ludzkie i materialne**. Rozwój zrównoważonej turystyki jest zintegrowany z miejscowym rozwojem gospodarczym oraz jest korzystny etycznie, społecznie i ekonomicznie dla miejscowej ludności. Taka koncepcja rozwoju wymaga partycypacji ze strony mieszkańców, to oni muszą być siłą napędową zmian, animatorami procesu rozwojowego. Powodzenie działań prorozwojowych w zakresie turystyki zależne jest od internalizacji odpowiednich postaw przez mieszkańców subregionu.

Dlatego konieczna jest odpowiednia **polityka proekologiczna**, po to by mieszkańcy sami chronili dziedzictwo przyrodnicze subregionu, będące magnesem przyciągającym turystów. Potrzebne jest

akcentowanie wagi zrównoważonego rozwoju, tak aby korzyści płynące z ruchu turystycznego wspierały lokalne inicjatywy i stawały się źródłem utrzymania miejscowej ludności. Należy zatem aktywizować mieszkańców, przekonywać ich do angażowania się w lokalne przedsięwzięcia sprzyjające rozwojowi turystyki, do budowania w nich postaw przedsiębiorczych.

Kształtowanie postaw jest procesem długotrwałym, jest elementem wymagającym stałego oddziaływania ze strony lokalnego środowiska, lokalnych autorytetów, instytucji zaufania publicznego. Odpowiednio ukształtowane postawy mieszkańców zakładające ich uczestnictwo w budowie subregionalnej oferty turystycznej, odpowiedzialność za dziedzictwo przyrodnicze, dumę z lokalnej tożsamości i specyfiki (dziedzictwo kulturowe, religijne, historyczne) oraz dostrzeganie korzyści z biznesowej działalności okołoturystycznej są czynnikiem warunkującym powodzenie opisanych wcześniej programów turystycznych.

Oddziaływanie na postawy jest możliwe w głównej mierze poprzez edukację, szkolenia, warsztaty, pokazywanie i promowanie dobrych praktyk, nagradzanie zachowań i postaw pożądaných z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju turystyki w subregionie. Działania te nie odniosą skutku w wyniku jednorazowych akcji, muszą mieć charakter stały, systematyczny i skierowany do różnych grup mieszkańców: z uwzględnieniem ich wieku, rodzaju aktywności zawodowej, wykształcenia itp. Na kształtowanie postaw decydujący wpływ ma system wartości wyznawanych przez daną osobę, ważne z punktu widzenia realizacji Planu Rozwoju Turystyki jest zaszczerpiecie zapisanych w Misji wartości i przyjęcie ich za swoje przez mieszkańców subregionu.

CZĘŚĆ III. PROGRAMY TURYSTYCZNE I PLANY DZIAŁAŃ

3.1. Programy Turystyczne dla Domeny 1. Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały

Zaprezentowane poniżej produkty turystyczne są propozycjami rozwoju lokalnego potencjału turystyki. Ich konstrukcji przyświecał cel objęcia jak najszerszego spektrum tematów, inicjatyw, terytorium. Trzeba jednak zaznaczyć, że zaproponowane w opisach formy komercjalizacji oferty są jedynie propozycjami, a nie zamkniętym zbiorem realizacji opisanych wcześniej głównych idei poszczególnych programów turystycznych. Poniżej zamieszczono matrycę pokazującą jak poszczególne produkty turystyczne rozkładają się w układzie terytorialnym – gminnym.

Produkty turystyczne	Baranów	Janowiec	Kazimierz Dolny	Końskowola	Kurów	Markuszów	Nałęczów	Gmina Puławy	Wąwolnica	Wojciechów	Żyrzyn	Miasto Puławy
„Nadwieprzańskie ptaki” – oferta turystyki ornitologicznej												
„Meandry Wieprza” – szlaki kajakowe												
„Survival nad Wieprzem” – obozy przetrwania												
„Wiślane sploty” – oferta szlaków wodnych na Wiśle												
„Wisła łączy”												
„Relaks nad Wisłą”												
Od słowiańskiej chaty do magnackiego pałacu – spędź czas z Muzeum Nadwiślańskim												
„Inspirujący trójkąt”												
„Zakochaj się w ...”												
„Szlak otwartych kościołów”												
„Kraina zbożem płynąca”												

Produkty turystyczne	Baranów	Janowiec	Kazimierz Dolny	Końskowola	Kurów	Markuszów	Nałęczów	Gmina Puławy	Wąwolnica	Wojciechów	Żyrzyn	Miasto Puławy
Agroturystyka z prawdziwego zdarzenia na wiejskich terenach subregionu												
Kowalstwo – tradycyjne rzemiosło w Wojciechowie. Kultywowanie tradycji i rozwój nowych form												
Pamiętajcie o ogrodach. Powrót do źródeł – Nałęczów miastem ogrodów												
Odtwarzanie wydarzeń historycznych – lekcja pamięci												
Różana kraina – Końskowola												
Truskawkowy raj w Gminie Puławy												
Rowerem po terenie												
Sieć parków nordic walking w subregionie Trójkąta turystycznego												
W siodle												

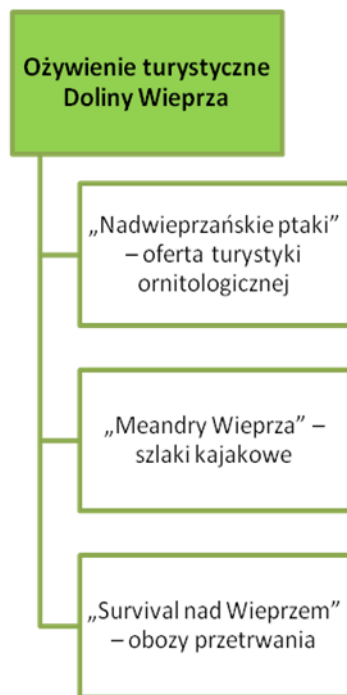
Produkty turystyczne	Baranów	Janowiec	Kazimierz Dolny	Końskowola	Kurów	Markuszów	Nałęczów	Gmina Puławy	Wąwolnica	Wojciechów	Żyrzyn	Miasto Puławy
Geopark – czyli podróż do wnętrza ziemi												
Dbaj o zdrowie w Nałęczowie												
Turystyka szkoleniowa i kongresowa w regionie												
Sport na każdy sezon												

Produkty turystyczne będą prezentowane w ramach poszczególnych Programów turystycznych. Zostaną one przedstawione w ustrukturyzowanej formie w postaci tabel. Poniżej zaprezentowano formatkę opisu produktu turystycznego wraz z informacją jak należy rozumieć poszczególne zapisy.

Tytuł produktu turystycznego:		
Walog (mowy przyciągający)		
Walog podstawowy: <i>W tym miejscu wskazany będzie główny czynnik/motyw, który jest siłą przyciągającą/zachęcającą do skorzystania z danego produktu.</i>	Walory uzupełniające: <i>W tym miejscu wskazane zostaną czynniki dodatkowe mogą przyczynić się do przyciągnięcia turysty i skorzystania z danego produktu.</i>	
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: <i>W tym miejscu opisana zostanie główna idea produktu, jego zarys, kluczowe elementy. Rozpisane zostaną także przykłady komercjalizacji oferty, czyli poszczególne elementy sprzedażowe danego produktu. <u>Ich lista nie jest zamknięta, stanowić ma inspirację do tworzenia nowych rozwiązań wpisujących się w nakreśloną ideę danego Produktu.</u> Tutaj także zostaną podane uzupełniające komponenty produktu – wydarzenia, imprezy, działania zbieżne z główną ideą Produktu.</i>		
Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
<i>Wskazanie pożądanego stanu bazy gastronomicznej kluczowego dla funkcjonowania</i>	<i>Wskazanie pożądanego stanu bazy noclegowej kluczowego dla funkcjonowania produktu</i>	<i>Wskazanie pożądanego stanu bazy towarzyszącej (infrastruktura niezbędna do realizacji</i>

<i>produktu turystycznego (zapisy obejmują już istniejącą bazę, ale także wyznaczają kierunki jej rozwoju w przyszłości).</i>	<i>turystycznego (zapisy obejmują już istniejącą bazę, ale także wyznaczają kierunki jej rozwoju w przyszłości).</i>	<i>wyznaczonych w produkcie zadań – elementów komercjalizacji oferty) kluczowej dla funkcjonowania produktu turystycznego (zapisy obejmują już istniejącą bazę, ale także wyznaczają kierunki jej rozwoju w przyszłości).</i>
Klient – grupa docelowa: <i>Wskazanie grup turystów/odbiorców najbardziej zainteresowanych danym produktem, do których to, powinien być kierowany komunikat promujący dany produkt.</i>		
Dystrybucja produktu: <i>Opis kanałów dystrybucji poprzez które przede wszystkim będzie rozpowszechniana oferta związana z produktem.</i>		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
<i>Czas w jakim przewiduje się realizację zadań związanych z produktem turystycznym</i>	<i>Zadania pożądane do podjęcia w pierwszej kolejności, aby projekt funkcjonował (wymienione tutaj zadania należy rozumieć komplementarnie z opisem pożądanej bazy turystycznej).</i>	

3.1.1. OŻYWIENIE TURYSTYCZNE DOLINY WIEPRZA



Tytuł produktu turystycznego: „NADWIEPRZAŃSKIE PTAKI” – OFERTA TURYSTYKI ORNITOLOGICZNEJ	
Walog (mowyw przyciągający)	
Walog podstawowy: Wielość bardzo rzadkich ptaków wodno-błotnych, a przede wszystkim bogactwo miejsc do ich podglądania (korytarz ekologiczny i miejsca lęgowe coraz rzdarszych ptaków wodno-błotnych).	Walory uzupełniające: – wybitne walory krajobrazowe - niewielkie przekształcenie doliny; meandrująca rzeka z szeroką doliną i starorzeczami; cenne pod względem przyrodniczym łąki położone nad rzeką; osobliwości świata przyrodniczego, rzadkich i chronionych gatunków roślin i zwierząt;

- Obszar Chronionego Krajobrazu „Pradolina Wieprza”;
- Obszar Natura 2000 „Dolny Wieprz”, specjalny obszar ochrony siedliskowej o pow. 8182.3 ha w dolnym, ujściowym odcinku Wieprza, na którym występuje: 6 gatunków zwierząt chronionych unijnym prawem (boleń, piskorz, bóbr europejski, wydra, kumak nizinny, żółw błotny), jedyne w Polsce stanowisko marsylii czterolistnej, a także ochroną objętych jest 8 rodzajów siedlisk (starorzecza, murawy kserotermiczne, ciepłolubne murawy napiaskowe, zalewowe, muliste brzegi rzeki, ziołorośla nadrzeczne, niżowe łąki ekstensywne, niżowe torfowiska zasadowe o charakterze młak, turzycowisk i mechowisk, łągi wierzbowe, topolowe, olszowe i jesionowe);
- Rezerwat Czapliniec koło Gołębia, faunistyczny, o pow. 19.04 ha, na terenie którego występują stanowiska lęgowe czapli siwej;
- Rezerwat Piskory, biocenotyczny, o pow. 203,02 ha, zawierający cenne zespoły ekosystemów wodnych, bagiennych i leśnych o dużej różnorodności biologicznej.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Nurtem wiodącym dla tego produktu turystycznego będzie birdwatching, forma bezpośredniego obcowania z przyrodą, polegająca na oglądaniu ptaków w ich naturalnym otoczeniu. Komponenty produktu powinny umożliwiać korzystanie z tej formy turystyki, zarówno przez amatorów przyrody, jak i turystów ornitologicznych, dla których niezbędne będzie zorganizowanie infrastruktury na odpowiednim poziomie. Ważnym elementem wzbogacającym powinno być pogłębianie wiedzy na temat przyrody i ptaków występujących w obszarze Pradoliny Wieprza.

W takim ujęciu możliwe formy komercjalizacji produktu to:

- „Szlak Nadwieprzańskich Ptaków” obejmujący nie tylko tereny Wieprza, ale także prowadzący przez Rezerwat Piskory i Rezerwat Czapliniec, umożliwiający zarówno indywidualną obserwację ptaków przez turystów ornitologicznych, jak i amatorów przyrody;
- Wycieczki ornitologiczne i przyrodnicze z przewodnikiem dla turystów indywidualnych i grupowych, w różnych pakietach, w odniesieniu do czasu trwania i „wytrzymałości” uczestników: poziom minimum (np. dla rodzin z dziećmi), średniozaawansowany (np. dla wycieczek szkolnych w ramach realizacji nauki o przyrodzie, turystów indywidualnych) czy profesjonalny;

- Plenery i warsztaty fotograficzne dla młodzieży i dorosłych – zakończone wystawą prac np. w jednej z nadwieprzańskich gmin np. w Baranowie, Kośminie lub w Muzeum Regionalnym w Puławach w ramach stałej wystawy przyrodniczej;
- Ptakoliczenie – stała, coroczna, wypromowana akcja skierowana do turystów indywidualnych, grupowych i rodzin z dziećmi prowadzona z przewodnikami, kończąca się wręczeniem nagrody dla zwycięzcy/ów;
- Warsztaty edukacyjne, seminaria i konferencje o tematyce ornitologicznej organizowane na terenie jednej z nadwieprzańskich gmin

Uzupełniające komponenty produktu realizowane w związku z wieloletnimi doświadczeniami w organizacji „ptasich” imprez w Puławach:

- Obchody Europejskich Dni Ptaków w mieście Puławy;
- Inwentaryzacja ornitologiczna miasta Puław np. zimowe ptakoliczenie;
- Ptasia majówka organizowana w Puławach.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną opierającą się na wykorzystaniu i promocji produktów lokalnych, tradycyjnych; zdrowa żywność.	– Baza noclegowa w oparciu o zlokalizowane na terenie gmin Baranów, Żyrzyn i Puławy kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, schroniska młodzieżowe oraz wytyczone pola namiotowe i miejsca biwakowe w pobliżu linii brzegowej rzeki Wieprz.	– Centrum Edukacji Przyrodniczej przy Wieprzu pełniące rolę zaplecza: – edukacyjnego (miejsce organizowania warsztatów, seminariów, lekcji, wystaw przedstawiających gatunki ptaków i osobliwości przyrody, jakie można zaobserwować na tym obszarze itp.), – informacyjnego (wyposażone w materiały informacyjne, mapy, katalogi, przewodniki), – logistycznego (koordynacja i zarządzanie przepływem ruchu turystycznego, aby nie dopuścić do zbyt dużej liczby oglądających turystów). – Wypożyczalnie sprzętu do pooglądania,

		nagrywania i odnotowywania zaobserwowanych ptaków. – Wypożyczalnie rowerów (możliwość odbycia wycieczki ornitologicznej po wyznaczonych na tym terenie szlakach rowerowych).
Klient – grupa docelowa: – turyści indywidualni i grupowi zainteresowani obcowaniem z przyrodą; – rodziny z dziećmi; – grupy szkolne; – nauczyciele przedmiotów przyrodniczych; – turyści ptasznicy – ornitolodzy.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – szkół podstawowych, gimnazjalnych jak i ponadgimnazjalnych z terenu subregionu i kraju; – wyspecjalizowanych organizacji zajmujących się zrzeszaniem i dostarczaniem informacji miłośnikom oglądania ptaków na temat miejsc, gatunków, i sposobów podglądania np. Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, Polskie Towarzystwo Ochrony Ptaków; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2015	– wytyczenie, oznakowanie i budowa niezbędnej infrastruktury w terenie Szlaku Nadwieprzańskich Ptaków (tablice informacyjne, materiały informacyjne, mapy itp.); – rozwój punktów obserwacji ptaków tj. stanowiska ornitologiczne, pomosty widokowe, specjalne czatownie (zamknięte pomieszczenia wtopione w krajobraz do dłuższego obserwowania ptaków), punkty do obserwowania i fotografowania, wieże itp. – wytyczenie ścieżek edukacyjnych wraz z opracowaniem scenariuszy zajęć dla nauczycieli przedmiotów przyrodniczych; – budowa Centrum Edukacji Przyrodniczej w Dolinie Wieprza; – rozwój zaplecza sanitarnego, gastronomicznego (opierającego się na lokalnych zasobach, z wykorzystanie produktów lokalnych) oraz	

	noclegowego (miejsca biwakowe, oferta kwater prywatnych, gospodarstw agroturystycznych). W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie mapy zawierającej lokalizacje wszystkich stanowisk obserwacyjnych wraz z przewodnikiem prezentującym występujące na tym terenie gatunki ptaków; – opracowanie folderów/katalogu pakietów wycieczek ornitologicznych; – zamieszczenie informacji o ofercie na portalu turystycznym subregionu oraz zamieszczenie linków kierujących do oferty w zakresie turystyki ornitologicznej w subregionie na uznanych stronach branżowych (np. www.ptaki.info); – ujęcie obszaru Pradoliny Wieprza na Ptasiej Mapie Polski.
--	---

Tytuł produktu: „ MEANDRY WIEPRZA ” – SZLAKI KAJAKOWE	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Meandrująca, dziewicza, nieodkryta rzeka oraz malownicze odludne szlaki, na których spotykać można dziką roślinność i rzadkie zwierzęta, głównie ptaki.	Walory uzupełniające: – niezwykle walory estetyczne wynikające z pięknego krajobrazu i unikalnych osobliwości przyrodniczych; – duże nagromadzenie ścieżek dydaktyczno-przyrodniczych (np. Borysów – Piskory – Borysów; Gołąb – Jezioro Piskory – Las Bonowski – Leśniczówka Gołąb, Niebrzegów i in.); – występowanie szlaków rowerowych (np. szlak czarny z Baranowa do Zagózdź wzdłuż Doliny Wieprza); Zielony Szlak Niepodległościowy.
Opis (forma spędzania wolnego czasu) / Przykłady komercjalizacji oferty: Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału rzeki Wieprz do rozwoju turystyki kajakowej w formach indywidualnych i zorganizowanych połączonych z poznawaniem i obserwowaniem przyrody. Głównym jego elementem będzie organizacja spływów kajakowych o różnym stopniu trudności, długości oraz czasie trwania np.:	

- trasy łatwe (dla początkujących), bardziej wymagające i trudne dla wprawionych i doświadczonych kajakarzy,
- spływy weekendowe, jedno lub kilku dniowe;
- rodzinne spływy kajakowe dostosowane dla rodzin z dziećmi i in.

Inne formy komercjalizacji oferty to:

- Obozy kajakowe – trwające kilka dni połączone z biwakowaniem i uzyskaniem po jego zakończeniu kajakowej odznaki turystycznej (np. Kajakowa Odznaka Turystyki Polskiego Związku Kajakowego czy Kajakowa Odznaka Turystyczna PTTK);
- Z kajakiem i wędką – spływ połączony z wędkowaniem;
- Stała sztandarowa impreza/wydarzenie związane ze spływem Wieprzem rozreklamowana w skali ogólnopolskiej.

Uzupełniające komponenty produktu:

- Szlak Kajakowy na Wieprzu – w ramach projektu współpracy 8 samorządów lokalnych oraz 4 LGD tj. LGD „Zielony Pierścień”; LGD „Doliną Wieprza i Leśnym Szlakiem”, LGD „Lepsza Przyszłość Ziemi Ryckiej” oraz LGD „Małe Mazowsze” powstanie w 2013 r. oznakowany szlak kajakowy o dł. 150 km od Rokitna do Dębina wraz z tablicami informacyjnymi, drogowskazami informującymi o miejscach do wodowania kajaków (ok. 6 – 8 miejsc), portal internetowy, materiały promocyjne;
- Szlak Nadwieprzańskich Ptaków;
- Centrum Edukacji Przyrodniczej nad Wieprzem.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych (bary, jadłodajnie) oraz możliwy dowóz (usługi cateringowe) do ustalonych miejsc postoju lub wyznaczonych miejsc	– Kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne oraz wytyczone miejsca biwakowe (możliwość rozstawienia namiotu) w Dolinie Wieprza (przy rzece) oraz na terenie gmin Baranów, Żyrzyn, Puławy. – Obiekty zbiorowego zakwaterowania na terenie	– Zintegrowane węzły logistyczne zlokalizowane w kilku miejscach na trasie Wieprza, pozwalające na ograniczenie niekontrolowanego rozproszenia turystów po dziewiczym terenie, a tym samym minimalizację negatywnego wpływu

biwakowych. – Wytyczone bezpieczne miejsca do grillowania i pod ogniska wraz z zapewnieniem odpowiedniej ilości drewna.	gmin Baranów, Żyrzyn, Puławy, jako zaplecze noclegowe dla zorganizowanych grup turystów (schroniska, ośrodki wypoczynkowe).	zwiększonego ruchu turystycznego na walory przyrodnicze Pradoliny Wieprza. – Wypożyczalnie sprzętu kajakowego, infrastruktura ułatwiająca transportowanie kajaków, usługi i/lub warsztaty naprawcze; – Usługi w zakresie dowozu turystów na i ze spływu do miejsca zaparkowania samochodów.
Klient – grupa docelowa: – turyści indywidualni i grupowi; – rodziny z dziećmi; – dzieci i młodzież w wieku szkolnym.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – podmiotów specjalizujących się w organizacji spływów kajakowych; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa; – szkół i placówek edukacyjnych z terenu województwa lubelskiego i regionów sąsiednich.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2015	– wytyczenie szlaków kajakowych wraz z czytelnym i spójnym oznakowaniem szlaków od strony lądu i wody oraz miejsc dotarcia lub dojazdu do szlaku od strony lądu; – budowa niezbędnej infrastruktury kajakowej m.in.: przystani (w odległości co ok. 15 - 20 km), stanic, miejsc postojowych z odpowiednią infrastrukturą o wysokim standardzie; wiat z dostępem do elektryczności; – budowa kilku zintegrowanych węzłów logistycznych obejmujących zaplecze sanitarne, gastronomiczne, miejsca biwakowe, miejsca	

	parkingowe dla samochodów; – rozwój ekologicznych węzłów sanitarnych oraz systemu segregacji odpadów; – rozwój infrastruktury dla usług geolokalizacyjnych na szlaku. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie przewodnika z mapą zawierającej dokładny opis i lokalizację w terenie wszystkich szlaków kajakowych utworzonych na rzece Wieprz z zaznaczeniem dostępnej bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej; – zamieszczenie informacji o ofercie spływów rzeką Wieprz na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie branżowej i na portalach poświęconych kajakarstwu.
--	--

Tytuł produktu: „SURVIVAL NAD WIEPRZEM” – OBOZY PRZETRWANIA

Walog (mowy przyciągający)

Walog podstawowy:

Naturalne środowisko przyrodnicze – dziewicze lasy, łąki, tereny bagienne, starorzecza, oddalenie od ośrodków urbanistycznych.

Walory uzupełniające:

- Szlak Kajakowy na Wieprzu – o dł. 150 km od Rokitna do Dęblina wraz z tablicami informacyjnymi, drogowskazami informującymi o miejscach do wodowania kajaków (ok. 6 – 8 miejsc), portal internetowy, materiały promocyjne;
- ścieżki dydaktyczno-przyrodnicze (np. Borysów – Piskory - Borysów; Gołąb – Jezioro Piskory – Las Bonowski – Lesniczówka Gołąb, Niebrzegów i in.);
- szlaki rowerowe (np. szlak czarny z Baranowa do Zagórza wzdłuż Doliny Wieprza);
- Zielony Szlak Niepodległościowy;
- Szlak Nadwieprzańskich Ptaków;
- Centrum Edukacji Przyrodniczej przy Wieprzu.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt zakłada stworzenie oferty aktywnego spędzania czasu w formie coraz bardziej popularnych w Polsce i za granicą tzw. szkół przetrwania, obejmujących głównie elementy survivalowe w terenie np. sposoby rozniecania ognia, orientacja terenowa, także z pomocą różnych urządzeń nawigacyjnych (mapy, kompas, GPS), pozyskiwania i przygotowywanie pożywienia (np. wędkowanie), przygotowywanie miejsc noclegowych (budowa schronień, rozkładanie namiotów), a wszystko to połączone z elementami edukacyjnym o walorach przyrodniczych występujących na obszarze Pradoliny Wieprza.

Możliwe formy komercjalizacji oferty to:

- **Nadwieprzańska Szkoła Przetrwania** – oferta obozów rekreacyjno-wypoczynkowych dostosowanych do różnych grup odbiorców łączącego elementy survivalu z nauką spływania kajakami, przejazdem szlakami rowerowymi; specjalistycznymi zajęciami terenowymi, organizowanych od wiosny do jesieni i trwających jeden, kilka lub kilkanaście dni:
 - skauting, zielone szkoły – obozy dla dzieci i młodzieży szkolnej obejmujące oprócz survivalu także wycieczki przyrodnicze (w oparciu o występujące na

tym terenie ścieżki dydaktyczno-przyrodnicze i szlaki rowerowe); zajęcia specjalistyczne (noktowizor, strzelanie z łuku, tory przeszkód itp.);

- obozy dla ojców z synami;
- obozy sportowe i kondycyjne dla grup sportowych i aktywnych turystów połączone z uzyskiwaniem odpowiednich certyfikatów;
- obozy organizowane tzw. incentive tours i wyjazdów integracyjnych dla firm;
- kursy instruktorów rekreacji ruchowej w specjalności survival, kończące się egzaminem i uzyskaniem odpowiednich certyfikatów i uprawnień.

Uzupełniające komponenty produktu:

- spływy i obozy kajakowe – organizowane w ramach produktu „Meandry Wieprza” – szlaki kajakowe;
- tematyczne szlaki rowerowe zlokalizowane na obszarze Pradoliny Wieprza.

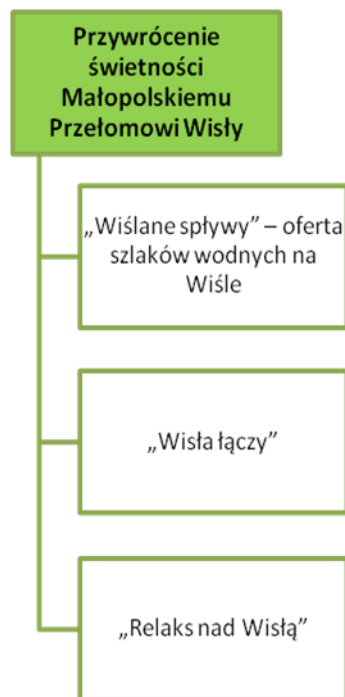
Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych oraz możliwy dowóz (usługi cateringowe) do ustalonych miejsc postoju lub wyznaczonych miejsc biwakowych/postojowych.	– Kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne oraz wytyczone pola namiotowe, biwakowe w Dolinie Wieprza (przy rzece) oraz na terenie gmin Baranów, Żyrzyn, Puławy. – Obiekty zbiorowego zakwaterowania na terenie gmin Baranów, Żyrzyn, Puławy, jako zaplecze noclegowe dla zorganizowanych grup turystów (schroniska, ośrodki wypoczynkowe).	– Zintegrowane węzły logistyczne zlokalizowane w kilku miejscach na trasie Wieprza, pozwalające na ograniczenie niekontrolowanego rozproszenia turystów po dziewiczym terenie, a tym samym minimalizację negatywnego wpływu zwiększonego ruchu turystycznego na walory przyrodnicze Pradoliny Wieprza. – Park linowy z różnymi stopniami trudności umożliwiający korzystanie z przygotowanych tras przez dzieci i dorosłych Wypożyczalnia sprzętu kajakowego, infrastruktura ułatwiająca transportowanie kajaków, usługi i/lub warsztaty naprawcze; usługi transportowe (dowóz turystów, dowóz samochodów).

		– Wypożyczalnie rowerów.
Klient – grupa docelowa: – dzieci i młodzież w wieku szkolnym; – turyści indywidualni i grupowi – głównie młodzi aktywni ludzie, szukający przygód i ekstremalnych doświadczeń; – rodziny z dziećmi; – turysta biznesowy i konferencyjny - zakłady pracy;		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – podmiotów specjalizujących się w organizacji obozów survivalowych, sportowo-wypoczynkowych oraz spływów kajakowych; – klubów przetrwania np. harcerskich, PTTK, młodzieżowych; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa; – szkół i placówek edukacyjnych z terenu województwa lubelskiego i regionów sąsiednich.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2015	– wyznaczenie miejsc do przeprowadzania obozów survivalowych i oznakowanie ich w terenie wraz z czytelnie oznaczonymi punktami orientacyjnymi oraz sposobami dotarcia i powrotu; – stworzenie dla celów bezpieczeństwa systemu rejestracji (monitu) grup odbywających obozy survivalowe w terenie; – budowa parku linowego z trasami o różnych poziomach trudności z platformami widokowymi itp.; – budowa kilku zintegrowanych węzłów logistycznych obejmujących zaplecze sanitarne, gastronomiczne, miejsca biwakowe, miejsca parkingowe dla samochodów; – rozwój ekologicznych węzłów sanitarnych oraz systemu segregacji odpadów; – rozwój infrastruktury dla usług geolokalizacyjnych na szlaku. W ramach działań promocyjnych konieczne jest:	

	– opracowanie przewodnika z mapą zawierającą dokładny opis i lokalizację w terenie miejsc przebiegu trasy danego obozu z zaznaczeniem ważnych punktów orientacyjnych, dostępnej bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej; – zamieszczenie informacji o ofercie szkół przetrwania nad Wieprzem na portalu turystycznym subregionu oraz na portalach poświęconych tematyce survivalu.
--	--

3.1.2 PRZYWRÓCENIE ŚWIETNOŚCI MAŁOPOLSKIEMU PRZEŁOMOWI WISŁY



Tytuł produktu turystycznego: „WIŚLANE SPŁYWY” – OFERTA SZLAKÓW WODNYCH NA WIŚLE	
Walog (mowyw przyciągający)	
Walog podstawowy: Panorama Małopolskiego Przełomu Wisły – obszar o wybitnych walorach krajobrazowych: wysokie i dzikie brzegi Wisły, widoczne w krajobrazie zboczy doliny wapienne skały pokryte lessami o miąższości 20-30 m, porośnięte	Walory uzupełniające: – obszary cenne przyrodniczo – Kazimierski Park Krajobrazowy, Rezerwat Krowia Wyspa; Łęg na Kępie w Puławach; – Specjalny Obszar Ochrony SOO – Ostoja siedliskowa w Małopolskim

sucholubną roślinnością, łąchy piaszczyste, meandry oraz lasy nadbrzeżne z wierzbą i topolą oraz łąki kośne i pastwiska.	Przełomie Wisły w Sadłowicach – obszar starorzecza na południe od Góry Puławskiej położony przy krawędzi doliny na północ od Sadłowic; – Obszar Specjalnej Ochrony OSO – Ostoja ptasia „Koło Gołębia” – obszar w dolinie Wisły od Gołębia do granic administracyjnych gminy Puławy – geostanowiska desygnowane do europejskiej sieci geostanowisk - kamieniołomy w Kazimierzu Dolnym, Janowcu i Nasiłowie (nieczynne obecnie); – ścieżki dydaktyczne o charakterze przyrodniczym (np. ścieżka przyrodnicza z Janowca wokół stawów w Janowicach do Janowca wzdłuż doliny Wisły, ścieżka dydaktyczna Janowiec – Oblasy – Janowiec, ścieżka dydaktyczna Rąblów) i krajobrazowo-geologicznym wokół nadwiślańskiej miejscowości Nasiłów. – walory kulturowe i marka Kazimierza Dolnego oraz Janowca, Puław, Gołębia; – przystani Żeglarz w Górze Puławskiej.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Głównym założeniem produktu jest rozwój szlaków i tras wodnych na Wiśle przeznaczonych dla różnych jednostek pływających tj. żaglówki, jachty, powrót do parostatków, tradycyjne łodzie wiślane, kajaki, umożliwiających stworzenie zróżnicowanej oferty aktywnego wypoczynku na wodach Wisły. Założeniem produktu jest przywrócenie Wiśle funkcji spławnej i wykorzystanie jej potencjału dla rozszerzenia oferty turystycznej Kazimierza Dolnego, Janowca i Puław a także i całego subregionu turystycznego trójkąta Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy. W takim ujęciu możliwe formy komercjalizacji produktu to: – Rejsy po Wiśle obejmujące w ofercie oprócz tras widokowych także elementy wycieczek krajoznawczych (poznawanie walorów przyrodniczych Małopolskiego Przełomu Wisły, pejzaż nadwiślański), wycieczek służących poznawaniu dziedzictwa kulturowego (zwiedzanie Kazimierza Dolnego, Janowca, Puław, Gołębia) czy tradycji lokalnych (np. kulinarnych, tradycyjnego rzemiosła itp.). Oferta rejsów powinna być zróżnicowana w zakresie: – tematu wiodącego: „Poznaj Wisłę” – rejsy widokowe połączone z poznawaniem smaków i rzemiosła związanego z Wisłą; – specyfiki klienta: „Parostatek” – elitarny rejs przeznaczony dla zasobnego turysty oczekującego oferty na wysokim poziomie, zapewniający oprócz	

rejsu widokowego także atrakcje odbywające się na statku związane z oprawą muzyczną, taneczną, gastronomiczną itp. Oferta może obejmować także zorganizowanie punktów postojowych na trasie rejsu celem np. spożycia posiłku w lokalnej restauracji, czy zwiedzenia ciekawego miejsca/zabytku, przy zapewnieniu odpowiednich do charakteru rejsu środków transportu uczestników do tych miejsc np. melex, bryczka i in.

- Szlak „**Wyspy na Wiśle**” – szlak wodny obejmujący cały odcinek Wisły w subregionie (od Gołębia po Janowiec) prowadzący przez liczne wysepki Wisły z zapewnieniem możliwości postoju, biwakowania, obserwacji przyrody, wędkowania. Szlak przystosowany do organizacji spływów kajakowych oraz rejsów tradycyjnymi łodziami wiślanymi tj. baty, krypy w formie jedno lub kilku dniowych wypraw.
- **Spływy kajakowe Wisłą** na trasie Janowiec – Dęblin spływów kajakowych o różnym stopniu trudności, długości oraz czasie trwania np.:
 - trasy łatwe (dla początkujących), bardziej wymagające i trudne dla wprawionych i doświadczonych kajakarzy;
 - spływy weekendowe, jedno- lub kilkudniowe;
 - rodzinne spływy kajakowe dostosowane dla rodzin z dziećmi i in.

Uzupełniające komponenty produktu:

- imprezy i wydarzenia poświęcone lub nawiązujące do Wisły m.in.: Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny – Janowiec; Dni Wisły w Kazimierzu Dolnym; Festyn „Miasto Puławy – rzece Wiśle”; Święto wina w Janowcu; obchody rocznicy cudu nad Wisłą w Gminie Kurów i in.;
- oferta Muzeum Nadwiślańskiego w Kazimierzu Dolnym (ekspozycje, wydarzenia);
- oferta istniejących szlaków pieszych, rowerowych, wodnych, drogowych m.in.: Szlak Grodów Nadwiślańskich, Szlak Renesansu, międzynarodowy Bursztynowy Szlak Greenways, Szlak Nadwiślański, Szlak Niepodległościowy, ścieżki przyrodniczo-geologiczne Nasilów i in.;
- połączenie szlaków wodnych Wisły z możliwością wpływu na rzekę Wieprz.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – W odniesieniu do oferty o charakterze bardziej elitarnym konieczność zapewnienia zaplecza	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o wysokich standardach jakościowych (hotele, pensjonaty), głównie na terenie w Kazimierzu Dolnym, Janowcu i Puławach; – kwatery prywatne, gospodarstwa	– Mariny, przystanie żeglarskie, klubowe i postojowe przystanie tranzytowe; – Wielofunkcyjne ośrodki/centra turystyki wodnej przy Kazimierzu i Puławach obsługujące wodniaków. – Wypożyczalnie sprzętu wodnego i

spełniającego wysokie wymagania klientów np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale i kuchni regionalnej, oferta dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie produktów winiarskich z Janowic), kawiarnie. – W odniesieniu do oferty spływów możliwy także dowóz (usługi cateringowe) do ustalonych miejsc postoju lub wyznaczonych miejsc biwakowych.	agroturystyczne, na terenie gmin Janowiec, Kazimierz Dolny i Puławy; – wytyczone miejsca biwakowe (możliwość rozstawienia namiotu) przy rzece lub na wyznaczonych do tego wysepkach wiślanych.	kajakowego; infrastruktura ułatwiająca wodowanie i transportowanie sprzętu pływającego, usługi i/lub warsztaty naprawcze; – Usługi w zakresie transportu uczestników spływów i rejsów po Wiśle, na miejsce rozpoczęcia rejsu/spływu i do miejsca zaparkowania samochodów; – Usługi w zakresie dowozu samochodów do miejsc postojowych (biwakowych); – Usługi transportu prywatnego typu: melex, powozy, bryczki; – Muzeum Wisły ze stałą ekspozycją.
Klient – grupa docelowa: – żeglarze; – kuracjusze stacjonujący w Nałęczowie (w zakresie rejsów widokowych); – turyści indywidualni i grupowi zainteresowani obcowaniem z przyrodą i aktywnym wypoczynkiem; – zasobny turysta, oczekujący oferty na wysokim poziomie; – turysta biznesowy i konferencyjny – zakłady pracy; – rodziny z dziećmi.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – podmiotów specjalizujących się w organizacji spływów wodnych;		

– touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju; – dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się o obrębie Wisły i nawiązujących do niej (kluczowe - Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny – Janowiec; Dni Wisły w Kazimierzu Dolnym; Festyn „Miasto Puławy – rzece Wiśle”).	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013 – 2015 do 2020 (w zakresie realizacji programu zapewnienia spławności Wisły)	– lobbowanie i monitowanie do odpowiednich instytucji w celu poprawy spławności Wisły i zwiększenia dostępności Wisły i jej brzegów tj. inwestycje zabezpieczające nurt wodny, pogłębienie, podniesienie poziomu bezpieczeństwa Wisły (program działań przygotowywany w ramach porozumienia samorządów położonych przy Wiśle); – rozwój infrastruktury dla turystyki wodnej tj.: mariny, przystanie żeglarskie, klubowe zapewniające możliwość m.in. opróżniania jachtów, żaglówek z wód zęzowych, ścieków sanitarnych, wymiany oleju, tankowania paliwa, dokonywanie drobnych napraw itp. – wytyczenie szlaków kajakowych wraz z czytelnym i spójnym oznakowaniem szlaków od strony lądu i wody oraz miejsc dotarcia lub dojazdu do szlaku od strony lądu; – budowa niezbędnej infrastruktury kajakowej m.in.: przystanie (w odległości co ok. 15 - 20 km), stacje, miejsca postojowe i biwakowe z odpowiednią infrastrukturą o wysokim standardzie; – wytyczenie i oznaczenie szlaków wodnych dla żeglugi śródlądowej; – rozwój bezpiecznych węzłów sanitarnych oraz zaplecza gastronomicznego i noclegowego; – budowa ekologicznych parkingów i miejsc postojowych dla samochodów z miejscami dla parkowania busów i autokarów. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie przewodnika wraz z mapą zawierającą dokładny opis i lokalizację w terenie wszystkich szlaków wodnych utworzonych na rzece Wisła z zaznaczeniem dostępnej bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej; – opracowanie przewodnika „Wyspowa Wisła” z mapą i opisem trasy wodnej po wysepkach; – zamieszczenie informacji o ofercie spływów i rejsów na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie branżowej i na portalach poświęconych Wiśle (np. www.szlakwisly.pl), kajakarstwu.

Tytuł produktu turystycznego: „WISŁA ŁĄCZY”**Walog (mowy przyciągający)****Walog podstawowy:**

Występowania na terenie subregionu najważniejszej rzeki kraju – Wisły, przepływającej przez subregion trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.

Walory uzupełniające:

- obszary cenne przyrodniczo – Małopolski Przełom Wisły, Kazimierski Park Krajobrazowy, Rezerwat Krowia Wyspa, Łęg na Kępie w Puławach;
- imprezy i wydarzenia odbywające się na terenie subregionu poświęcone lub nawiązujące do Wisły;
- istniejące w subregionie szlaki rowerowe, piesze, wodne przebiegające przez obszar nadwiślański;
- Muzeum Nietypowych Rowerów w Gołębiu;
- kolonia artystyczna, Kazimierz Dolny – działania sprzyjające napływowi świata kultury i sztuki – organizacja plenerów malarskich, pokazów filmowych, ulicznych spektakli, miejsce odpoczynku i spotkań środowisk twórczych.

Opis (forma spędzania wolnego czasu) / Przykłady komercjalizacji oferty:

W ramach produktu turystycznego podejmowane będą działania służące zbudowaniu spójnej i wspólnej dla całego subregionu trójkąta turystycznego marki Wisły, opierającej się na powstaniu pakietów turystycznych realizowanych na terenie każdej z gmin należących do subregionu, dla których wiodącą osią będzie Wisła w różnych jej aspektach i ujęciach. Nieocenioną wartością dodaną tych działań będzie stworzenie wyróżniającego się w skali kraju produktu turystycznego, a także budowanie wizerunku subregionu jako obszaru, gdzie realizowane jest efektywne partnerstwo turystyczne.

Możliwe formy komercjalizacji produktu to:

- szlak kulinarny „Smaki Wisły” – prezentujący walory i specyfikę kulinarną wokół Wisły (m.in. ryby z Wisły: sum, szczupak, sandacz, tradycyjne przepisy i potrawy). Zawarcie przez każdy lokal świadczący usługi gastronomiczne na terenie subregionu, co najmniej jednej propozycji potrawy nazwanej w karcie menu jako Smak Wisły; organizacja warsztatów kulinarnych i in.;
- „Wiślany Szlak Rowerowy” – szlak tematyczny przebiegający przez cały teren subregionu prezentujący zarówno walory przyrodnicze

i krajobrazowe Wisły, ale też tradycje w zakresie rzemiosła, zawodów, zwyczajów/obrzędów wokół Wisły;

- „Noc Świętojańska Subregionu” - cykliczna impreza dwudniowa organizowana w stałym terminie w miejscowościach leżących przy Wiśle (np. co roku w innej) obejmująca prezentację dawnych zwyczajów w ramach sobótek świętojańskich (palenie ognisk przy brzegu Wisły, puszczanie wianków itp.), stały scenariusz imprezy realizowany w oparciu o walory turystyczne danej miejscowości, degustację produktów lokalnych subregionu, itp.;
- Cykl wydarzeń i imprez związanych z Wisłą odbywających się w każdej miejscowości/gminie subregionu pod wspólnym hasłem (np. „Magiczna Wisła”, „Gmina X – Rzece Wiśle”, „Dni Wisły w ...”) i przy zachowaniu jednolitego systemu identyfikacji wizualnej produktu.

Uzupełniające komponenty produktu:

- Produkt „Szlakiem Lokalnych Smaków” (zintegrowanie oferty kulinarnej, wprowadzenie do restauracji, gospodarstw agroturystycznych potraw przyrządzanych zgodnie ze starymi recepturami);
- Festiwal Produktu Lokalnego;
- „Święto Wisły”;
- Oferty rejsów, spływów powstałe w ramach produktu turystycznego „Wiślane spływy” – oferta szlaków wodnych na Wiśle;
- Szlaki specyfik lokalnych powstałe w ramach realizacji produktów turystycznych opisanych w ramach programu „Specyficzne, unikatowe potencjały turystyczne gmin”.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, a także lokale spełniające wysokie wymagania klientów np. restauracje z ofertą dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie produktów winiarskich np. z gmin Janowiec i Puławy), kawiarnie.	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o wysokich standardach jakościowych (hotele, pensjonaty) głównie na terenie w Kazimierzu Dolnym, Janowcu, Puławach, Nałęczowie; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne na terenie całego subregionu.	– Wypożyczalnie rowerów (możliwość odbycia wycieczki ornitologicznej po wyznaczonych na tym terenie szlakach rowerowych).
Klient – grupa docelowa: Produkt turystyczny dedykowany każdemu potencjalnemu turyście: – zasobny turysta, oczekujący oferty na wysokim poziomie; – młodzież, studenci; – grupy szkolne dzieci i młodzieży; – turysta biznesowy i konferencyjny – zakłady pracy; – rodziny z dziećmi; – kuracjusze stacjonujący w Nałęczowie; – turyści indywidualni i grupowi zainteresowani aktywnym wypoczynkiem.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju;		

– dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się w obrębie Wisły i nawiązujących do niej (kluczowe - Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny – Janowiec; Dni Wisły w Kazimierzu Dolnym; Festyn „Miasto Puławy – rzece Wiśle”);	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013 – 2015	– wytyczenie i oznakowanie Wiślanego Szlaku Rowerowego – budowa punktów widokowych na szlaku, tablice informacyjne, organizacja miejsc postojowych (wiaty, miejsca do biwakowania itp.); – rozwój bezpiecznych węzłów sanitarnych oraz zaplecza gastronomicznego i noclegowego; – budowa ekologicznych parkingów i miejsc postojowych dla samochodów z miejscami dla parkowania busów i autokarów. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie przewodnika wraz z mapą zawierającą dokładny opis szlaku kulinarnego „Smaki Wisły”; – opracowanie przewodnika wraz z mapą zawierającą dokładny opis Wiślanego Szlaku Rowerowego; – opracowanie i wydanie kalendarza imprez i wydarzeń związanych z Wisłą; zamieszczenie informacji o dostępnych ofertach na portalu turystycznym subregionu oraz stron internetowych gmin wchodzących w skład subregionu turystycznego trójkąta Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy; – wdrożenie systemu certyfikacji i kulinarnego znaku jakości „Smaki Wisły”.

Tytuł produktu turystycznego: „ RELAKS NAD WISŁĄ ”	
Walor (motyw przyciągający)	
Walor podstawowy: Niezwykły krajobraz nadwiślański.	Walory uzupełniające: – obszary cenne przyrodniczo – Małopolski Przełom Wisły, Kazimierski Park Krajobrazowy, Rezerwat Krowia Wyspa; Łęg na Kępie w Puławach; – imprezy i wydarzenia odbywające się na terenie subregionu poświęcone lub nawiązujące do Wisły.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

- Produkt skierowany na przywrócenie brzegów Wisły pod działalność rekreacyjną, plażowanie, piknikowanie i realizację wydarzeń plenerowych. Możliwe formy komercjalizacji produktu to:
- plaże i kąpieliska przy Wiśle – potencjalne lokalizacje: Janowiec przy promie; Nasiłów przy promie; Gmina Puławy w rejonie Góry Puławskiej i w Gołębiu; plaża w Kazimierzu Dolnym. Wyznaczenie strzeżonych miejsc do pływania dla dorosłych i dzieci, boiska do siatkówki plażowej;
 - Rodzinne pikniki - odrodzenie zwyczaju spędzania czasu z rodziną nad wodą; animacja pikniku dla dzieci, zapewnienie zaplecza rekreacyjnego dla dzieci (np. place zabaw, ogródki jordanowskie, boisko);
 - Cykl imprez i eventów w ramach plażowania i piknikowania – np. rozpoczęcia sezonu piknikowego, Piknik Wiślany, turnieje piłki plażowej itp.

Uzupełniające komponenty produktu:

- Paralotnie / motolotnie – Kazimierz + Janowiec; Balony – Nałęczów;
- Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny – Janowiec;
- „Noc Świętojańska Subregionu”.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne w postaci sezonowych barów, smażalni ryb, wykorzystujące produktów lokalnych, tradycyjnych oraz zorganizowane bezpieczne miejsca do grillowania.	– Produkt nie wymagający zapewnienia bazy noclegowej.	– Wypożyczalnia sprzętu do plażowania: leżaki, kosze, rowery wodne, itp.; – Wypożyczalnia sprzętu sportowego i rekreacyjnego; – Plac zabaw na piasku dla dzieci; – Infrastruktura koncertowa typu: muszle koncertowe,страда, namiot.

Klient – grupa docelowa:

- Produkt turystyczny dedykowany każdemu potencjalnemu turyście:
- zasobny turysta, oczekujący oferty na wysokim poziomie;

- młodzież, studenci;
- turysta biznesowy i konferencyjny - zakłady pracy;
- rodziny z dziećmi;
- kuracjusze stacjonujący w Nałęczowie;
- turyści indywidualni i grupowi zainteresowani aktywnym wypoczynkiem;
- mieszkańcy subregionu.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju;
- touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju;
- włączenie informacji do oferty weekendowej kierowanej do mieszkańców Warszawy, Lublina;
- dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się o obrębie Wisły i nawiązujących do niej (kluczowe – Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny – Janowiec; Dni Wisły w Kazimierzu Dolnym; Festyn „Miasto Puławy – rzece Wiśle”).

Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013 - 2014	– rozwój bezpiecznych węzłów higieniczno-sanitarnych (WC, natryski, ekologiczne oczyszczalnie, system odbioru śmieci) oraz zaplecza gastronomicznego i noclegowego; – budowa ekologicznych parkingów i miejsc postojowych dla samochodów z miejscami dla parkowania busów i autokarów. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – zamieszczenie informacji o ofercie plażowania i piknikowania przy Wiśle na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie lokalnej, regionalnej.

3.1.3. DZIEDZICTWO HISTORYCZNE, KULTUROWE, RELIGIJNE SUBREGIONU - ATRAKCYJNA TURYSTYKA



Tytuł produktu turystycznego: OD SŁOWIAŃSKIEJ CHATY DO MAGNACKIEGO PAŁACU – SPĘDŹ CZAS Z MUZEUM NADWIŚLAŃSKIM
Walog (motyw przyciągający)
Walog podstawowy:

Zlokalizowanie na terenie subregionu jednostek muzealnych prezentujących cenne zbiory (Muzeum Czartoryskich w Puławach, Muzeum Sztuki Złotniczej) i usytuowanych w obiektach o znaczących walorach estetycznych i architektonicznych (Kamienica Celejowska w Kazimierzu, zamek w Janowcu, spichlerz zbożowy pochodzący z końca XVI wieku w Kazimierzu).

Walory uzupełniające:

- imprezy i wydarzenia odbywające się na terenie miejscowości, w których zlokalizowane są oddziały Muzeum Nadwiślańskiego;
- tradycje winiarskie podtrzymywane przez Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt ma na celu stworzenie zintegrowanej oferty bazującej na istniejących oddziałach Muzeum Nadwiślańskiego. Motywem przewodnim łączącym różnego typu obiekty ma być kwestia tego, gdzie dawniej mieszkano – ziemianki, zamki, dwory, kamienice, pałace oraz jak się wówczas żyło – co się jadło, co się piło i w czym, jak spędzało się wolny czas, jak się bawiło w zależności od epoki i stanu pochodzenia. Produkt ma dodatkowo przyczynić się, poprzez jego zintegrowaną formę do lepszej identyfikacji poszczególnych oddziałów Muzeum Nadwiślańskiego. Produkt w takiej postaci ma wydłużyć obecność turysty w subregionie i zachęcić go do odwiedzenia więcej niż jednego oddziału muzealnego w różnych miejscach subregionu. Oddziały i atrakcje z nimi związane zostaną oznaczone na mapach.

Możliwe formy komercjalizacji produktu to:

- **warsztaty archeologiczne/warsztaty wakacyjne** (rozpalanie ognia, lepienie garnków, odtwarzanie kuchni słowiańskiej) Grodzisko Żmijowiska – stanowisko archeologiczne – okazjonalne pokazy dla zorganizowanych grup;
- **warsztaty enologiczne** – dla pasjonatów wina, pokazy uprawy winorośli/degustacja wina w piwnicach/na murach zamku w Janowcu w połączeniu ze zwiedzaniem ruin zamku – kilkugodzinne spotkanie;
- **biesiady piwne** w Janowieckim dworze nawiązujące do tradycji szlacheckiej z tradycyjnym jadłem i pokazem tradycji ludycznych – kilkugodzinne animowane wieczorne spotkania – możliwość wkomponowania w spotkania integracyjne zakładów pracy;
- **mieszkański Kazimierz** – ukazanie kultury mieszczańskiej – gra miejska/quest nawiązująca do tradycji kupieckich/złotniczych miasta;
- **zabawa w „Żywe Obrazy”** – odwzorowywanie scen uwiecznionych w obrazach znajdujących się w posiadaniu zbiorów pałacowych w Puławach (możliwość przebierania się w stroje z epoki, ubierania peruki itp.);

- **rozgrywki w gry fabularne** (LARP - ang. live action role-playing – odmiana gry fabularnej rozgrywana na żywo np. gra terenowa) - wcielanie się w postacie historyczne/legendarne z regionu i odgrywanie przydzielonych im ról w tworzonej wspólnie historii – akcja gry może mieć miejsce np. na zamku w Janowcu, w pobliskim dworze, Pałacu w Puławach. Odgrywający powinni mieć stroje adekwatne do odgrywanych postaci (szlachcic, rycerz, księżna, wiedźma itp.). Oferta dla osób powyżej 15 roku życia. Szczególnie atrakcyjna dla grup przyjaciół lub godna wykorzystania na firmowych spotkaniach integracyjnych. Czas trwania od 2 – 6 godzin.

- **Warsztaty przyrodnicze i etnograficzne** przybliżające niezwykle cenne elementy natury i tradycji regionu.

Uzupełniające komponenty produktu:

- Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny, Janowiec;
- Święto Wina organizowane przez Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły;
- Turniej rycerski „O pierścień Czarnej Damy”;
- Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych i Targi Sztuki Ludowej;
- Ogólnopolska noc muzeów.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych wzbogaconą o tradycyjne potrawy typowe dla kuchni dworskiej, szlacheckiej, mieszczańskiej. – W przypadku organizacji biesiad zapewnienie usługi cateringowej.	– Kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, hotele zlokalizowane w gminach Kazimierz Dolny, Janowiec, Puławy.	– Usługi w zakresie komunikacji zbiorowej pomiędzy poszczególnymi oddziałami Muzeum Nadwiślańskiego. – Wypożyczalnia rowerów – możliwość przemieszczania się indywidualnego pomiędzy oddziałami Muzeum Nadwiślańskiego z opcją pozostawienie samochodu na strzeżonym parkingu. – Infrastruktura niezbędna do prowadzenia warsztatów, działań edukacyjnych – wyposażenie sal w niezbędne sprzęty, wiaty, plenerowe klasy.

Klient – grupa docelowa:

- Turyści indywidualni i grupowi;

– Dzieci i młodzież szkolna; – Rodziny z dziećmi; – Turyści – pasjonaci wina; – Uczestnicy imprez integracyjnych – zakłady pracy.	
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – szkół i placówek edukacyjnych z terenu województwa lubelskiego i regionów sąsiednich; – zakładów pracy z regionu; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa; – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju.	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013-2015	– Wytyczenie szlaku samochodowego/rowerowego łączącego poszczególne oddziały Muzeum Nadwiślańskiego; – Wyznaczenie i przystosowanie miejsc w ramach oddziałów MN lub w ich otoczeniu na działania warsztatowe i edukacyjne wymagające zaangażowania odbiorców; W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – Opracowanie schematu identyfikacji wizualnej produktu łączącego poszczególne oddziały Muzeum Nadwiślańskiego; – Opracowanie mapy turystycznej z informacjami o atrakcjach i możliwych aktywnościach z nimi związanych; – Zamieszczenie na stronach Muzeum Nadwiślańskiego i portalach turystycznych z regionu oferty związanej z produktem turystycznym.

Tytuł produktu turystycznego: „**INSPIRUJĄCY TRÓJKĄT**”

Walog (mowy przyciągający)	
Walog podstawowy: Malownicze tereny nad Wisłą, pośród lessowych wąwozów wśród których na wzgórzach ukryte są ruiny zamków (Kazimierz Dolny, Janowiec, Bochoćnica), pozostałości zabudowań pałacowych, klimatyczne kapliczki, charakterystyczne manierystyczne kościoły i renesansowe kamieniczki tworzące wyjątkowy klimat stający się inspiracją dla zadeklarowanych i przypadkowych artystów spragnionych doznań estetycznych (malarzy, muzyków, fotografów, poetów, blogerów itp.)	Walory uzupełniające: – Tradycyjne postrzeganie Kazimierza Dolnego jako kolonii artystycznej, Mekki ludzi kultury i sztuki, oraz Nałęczowa i okolic jako miejsc natchnienia i wytchnienia dla czołowych polskich pisarzy XIX i XX wieku; – Szereg imprez kulturalnych o charakterze regionalnym i ponadregionalnym przyciągających turystów np. Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny, Janowiec, Festiwal Kazimierskie Inspiracje oraz Festiwal Muzyki Klezmerskiej; – Szlaki turystyczne piesze i rowerowe, łączące zabytkowe obiekty i upamiętniające osoby związane z terenem np. Szlak Literacki, Szlak renesansu, Szlak im. Bolesława Prusa; – Miejsce, w którym „bywają” ludzie kultury, mediów, osoby z pierwszych stron gazet.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Produkt zakłada wykorzystanie potencjału kulturowego i krajobrazowego subregionu w celu budowy oferty turystycznej skierowanej do grup osób z artystyczną duszą. Ma na celu przywrócenie międzywojennego charakteru Kazimierza jako koloni artystycznej, czy miejsca poszukiwania weny dla pisarzy na początku XX wieku stacjonujących np. w nałęczowskich willach. Produkt ma być odpowiedzią na potrzebę realizacji artystycznej i kulturalnej przyjezdnych, spragnionych doznań estetycznych z wyższej półki. Przykłady komercjalizacji oferty: – Malarskie/fotograficzne plenery artystyczne organizowane kilka razy do roku (o różnych porach roku) w miejscach szczególnie istotnych z punktu widzenia atrakcyjności kulturowej np. kazimierski rynek, spichlerze nad Wisłą, ruiny zamków w Kazimierzu Dolnym, Janowcu, Bochoćnicy, Domek Loretański w Gołębiu, park zdrojowy w Nałęczowie, nałęczowskie zabytkowe wille, ruiny papierni Czartoryskich w Celejowie, kościół św. Anny w	

Końskowoli itp. Organizacja plenerów dla zawodowców i amatorów, uczniów szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych a także studentów ASP.

- **Spotkania, konferencje, zjazdy środowisk branżowych** np. literatów, dziennikarzy, aktorów, rzeźbiarzy, malarzy, konserwatorów sztuk.
- **Galeria Kazimierz** – sezonowa, plenerowa wystawa prac artystów, otwarta przestrzeń do prezentowania dzieł wschodzących twórców, miejsce prezentacji dorobku malarzy, grafików, rysowników, rzeźbiarzy.
- **Questy** np. Kazimierz - artystyczna kolonia, Nałęczów - w poszukiwaniu artystycznej weny;
- **Wakacyjne warsztaty dla młodzieży** – graficzne/malarskie/dziennikarskie/filmowe – nauka i praktyczne zastosowanie podstaw sztuki artystycznego pod okiem sprawdzonych pedagogów i praktyków (1 tydzień);
- **Artystyczny Biwak** - połączenie noclegu w czystej i niezakłóconej przyrodzie, aktywnego wypoczynku, działalności twórczej (w ramach oferty możliwe działania: cykl plenerowych koncertów relaksacyjnych wkomponowanych w sady i tereny o niezwykłych walorach przyrodniczych, których uczestnicy słuchają wypoczywając na leżakach; pokazy filmowe na łonie przyrody, na wypadek niekorzystnej pogody w sezonowych jurtach oraz altanach w otoczeniu przyrody; kilkudniowe warsztaty plenerowe – m.in. muzyczne, malarskie, teatralne, na wypadek niekorzystnej pogody w sezonowych jurtach oraz altanach; wypożyczalnia instrumentów muzycznych, np. instrumenty etniczne;
- **Warsztaty malarskie/fotograficzne dla rodzin z dziećmi** – prezentacja podstaw kompozycji, techniki warsztatowe itp. efektem wspólna praca rodziny (możliwość oprawienia na miejscu/wywołania zdjęcia); przygotowane miejsca plenerowe ze sztalugami i narzędziami niezbędnymi do pracy pod okiem instruktora – oferta weekendowa – czas trwania około 3 godzin;
- **Festiwal Kazimierskie Inspiracje** m.in. cykle szkoleniowo – warsztatowe, m.in. muzyczne, terapeutyczne i paramedyczne.
- **Weekendowe** (kilka weekendów w sezonie wakacyjnym) **plenerowe spektakle teatralne** (Teatr na bruku) – możliwe lokalizacje: kazimierski rynek, dziedziniec zamku w Janowcu, park zdrojowy w Nałęczowie;
- **Kulturalne paszporty** – dla widzów wydarzeń festiwalowych lub biletowanych wydarzeń kulturalnych zniżkowe/darmowe wejście do obiektów zabytkowych i muzealnych;
- **Pokazy 3D Mapping** (opracowanie własnych aranżacji lub projekcje gotowych projektów w plenerowych warunkach np. na dziedzińcu zamku w Janowcu) – nocne projekcje raz w miesiącu (optymalnie w weekendy).

Uzupełniające komponenty produktu:

- Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” Kazimierz Dolny – Janowiec;
- Ogólnopolski Festiwal Kapel i Śpiewaków Ludowych i Targi Sztuki Ludowej;

- Festiwal Muzyki i Tradycji Klezmerskiej;
- Majowy Festiwal Muzyczny;
- Nałęczowski Festiwal Tańca „EURO-DANCE”;
- Międzynarodowy Festiwal i Konkurs Pianistyczny w Nałęczowie;
- Festiwal Wokalny „Belcanto”;
- Wystawa w Muzeum Nadwiślańskim – *Kazimierz nad Wisłą – Kolonia Artystyczna* (Kamienica Celejowska);
- Letnie Wieczory Muzyczne.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną. – W przypadku organizacji warsztatów potrzeba karnetów na ciepłe posiłki lub usługi cateringowej (o ile w miejscu zbiorowego zakwaterowania brak stanowisk gastronomicznych). – Usługi cateringowe na potrzeby spotkań/zjazdów środowiska branżowych lub wykorzystanie powierzchni restauracyjnych.	– Kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, hotele zlokalizowane w gminach Kazimierz Dolny, Janowiec, Nałęczów, Puławy. – Miejsca zbiorowego zakwaterowania dla młodzieży – schroniska. – pole biwakowe z zapleczem sanitarno-higienicznym.	– System ekspozycji zewnętrznej wraz z oświetleniem na potrzeby realizacji wystaw plenerowych. – Infrastruktura koncertowa typu: muszle koncertowe, estrada, namiot. – Wypożyczalnia narzędzi malarskich (sztalugi, artykuły malarskie itp.) – Infrastruktura umożliwiająca realizację warsztatów muzycznych – instrumentarium oraz sprzęt do nagłośnienia i realizacji dźwięku. – Infrastruktura konferencyjna na potrzeby spotkań środowisk branżowych. – Plac zabaw dla dzieci.

Klient – grupa docelowa:

- Środowiska artystyczne tradycyjnie związane z subregionem – pisarze, poeci, malarze, fotograficy, filmowcy, muzycy, architekci;
- Klienci indywidualni (zainteresowani kulturą i sztuką);
- Pasjonaci fotografii;
- Młodzież szkolna;
- Rodziny z dziećmi;
- Bywalcy festiwali i imprez kulturalnych.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- szkół i placówek edukacyjnych z terenu województwa lubelskiego i regionów sąsiednich, w których działają kółka malarskie, fotograficzne, teatralne itp.;
- dystrybucja oferty wśród środowisk artystycznych, stowarzyszeń branżowych (np. Stowarzyszenie Artystów Polskich, Związek Artystów Scen Polskich itp.);
- dotarcie z ofertą do klubów miłośników fotografii, dyskusyjnych klubów filmowych z regionu i sąsiednich regionów;
- mediów i portali internetowych zajmujących się malarstwem, fotografią, filmem, teatrem, muzyką;
- cross-marketing z licznymi festiwalami subregionu;
- agencji artystycznych zajmujących się organizacją imprez plenerowych – w tym koncertów, spektakli teatralnych;
- touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa;
- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju.

Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013-2015	– Opracowanie i wydanie kalendarza imprez kulturalnych i wydarzeń artystycznych w subregionie; W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – Opracowanie mapy turystycznej z informacjami o atrakcyjnych miejscach na plenery malarskie/fotograficzne; – Zamieszczenie na stronach internetowych zajmujących się szeroko pojętą kulturą i portalach turystycznych z regionu oferty związanej z produktem turystycznym; – Rozszerzenie informacji na istniejących stronach internetowych o informację w językach obcych.

Tytuł produktu turystycznego: „ ZAKOCHAJ SIĘ W ... ”	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Klimatyczne, nacechowane romantyzmem z bogatą historią miejsca, w otoczeniu piękna przyrody i magicznego ukształtowania terenu idealne na schadzki zakochanych, miłosne wyznania, oświadczenia itp.	Walory uzupełniające: – Nagromadzenie na obszarze subregionu obiektów zabytkowych tradycyjnie postrzeganych jako budujące nastrój tajemniczości, zmysłowości, romantyczności (ruiny zamków, pustelnie, kapliczki, zespoły pałacowo-parkowe); – Kazimierz Dolny to „Najbardziej romantyczne miejsce w Polsce” wg internautów głoszących w ogólnopolskim plebiscycie zorganizowany przez serwis randkowy Sympatia.pl oraz portal Onet.pl; – Romantyczny ogród Izabeli Czartoryskiej w Puławach; – Ukształtowanie powierzchni w postaci Małopolskiego Przełomu Wisły (malownicze skarpy opadające do rzeki, piaszczyste plaże, wyspy), zakola meandrujących rzek w regionie, lessowe wąwozy, leśne polany itp. – Tradycje winiarskie – Święto wina w Janowcu i różane plantacje w Końskowoli.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału subregionu na potrzeby par, osób zakochanych, poszukujących romantycznych uniesień w trakcie weekendowych wypadów poza miasto.

Możliwe formy komercjalizacji oferty:

- **Wieczorową porą we dwoje** – oferta dla par, w skład której wchodzi m.in. romantyczna kolacja przy świecach w wybranej scenerii (ruiny zamku - Kazimierz Dolny, Bochatnica, Janowiec, samotnia na Parchatce, świątynia Sybili), kolacja może być połączona z degustacją miejscowych przysmaków np. puławska truskawka do szampana, wino od miejscowych winiarzy, sceneria wzbogacona różą z Końskowoli;
- **Weekend dla dwojga** – pakiet atrakcji możliwych do zrealizowania w weekend w subregionie w skład, których wchodzi zwiedzanie malowniczych, magicznych zakątków Kazimierza z jego rynkiem (ławeczka zakochanych), górą Trzech Krzyży, ruinami zamku, Muzeum Sztuki Złotniczej (wyroby ze złota mogą okazać się przydatne w trakcie weekendowego wypadu zakochanych), podróż promem do Janowca - zwiedzanie ruin zamku i degustacja win, wizyta w Mięćmierzu, piknik nad Wisłą, spacer po Parku Zdrojowym w Nałęczowie lub wśród nałęczowskich i kazimierskich willi.
- **Ślub w Kazimierzu** – oferta przygotowana dla par gotowych powiedzieć sobie sakramentalne „tak”, oferta organizacji zarówno ceremonii kościelnych jak i cywilnych w USC (oferta w pakiecie kameralnym i hucznym);
- **Romantyczne wieczory kulturalne** – cykl imprez w magicznych miejscach subregionu w weekendy w klimatach dla zakochanych np. kino letnie pod chmurką, kameralne koncerty plenerowe; wernisaże prac plastycznych/fotograficznych.
- **Nałęczów dla zakochanych** – udostępnienie unikalnej przestrzeni oraz oferty kulturalnej, rekreacyjnej i wypoczynkowej kurortu parom zakochanych.

Uzupełniające komponenty produktu:

- SPA i wellness;
- Spływy Wisłą (parostatek), plażowanie - piknikowanie;

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzyszająca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, a także lokale spełniające wysokie wymagania	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o wysokich standardach jakościowych (hotele, pensjonaty) głównie w Kazimierzu Dolnym, Janowcu, Puławach, Nałęczowie, w tym wyposażonych w apartament dla	– Usługi w zakresie dostarczania dekoracji ślubnych – plenerowych – altana, namiot, meble itp.; – Domy weselne, pływające barki z parkietem do tańczenia i pokładem gastronomicznym;

klientów np. restauracje z ofertą dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie produktów winiarskich z gminy Janowiec i Puławy), kawiarnie. Lokale zapewniające intymną atmosferę i szanujące prywatność gości. – Usługa cateringowa do serwowania romantycznych kolacji w wyjątkowych/magicznych miejscach. – Obsługa gastronomiczna wesel/przyjęć ślubnych.	nowożeńców; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne na terenie całego subregionu; – baza noclegowa dla ewentualnych gości weselnych.	– System ekspozycji zewnętrznej wraz z oświetleniem na potrzeby realizacji wystaw plenerowych. – Infrastruktura koncertowa typu: muszle koncertowe, estrada, namiot. – Infrastruktura niezbędna do organizacji kina letniego.
Klient – grupa docelowa: – Pary zakochanych w różnym wieku, narzeczeni, świętujący rocznice, małżeństwa itp. o różnym stopniu zamożności i stażu związku.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa; – podmiotów zajmujących się organizacją ślubów i wesel, spotkań rocznicowych, romantycznych wypadów; – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju.		

Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013-2015	– Opracowanie przewodnika po najbardziej romantycznych zakątkach subregionu; – Wyznaczenie miejsc gwarantujących intymną atmosferę i romantyczny nastrój na serwowanie kolacji w scenerii zabytkowych obiektów z subregionu (zapewnienie pozwoleń, utrzymanie porządku, nadzór nad cateringiem itp.); W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – Opracowanie materiałów promocyjnych produktu, które będą dostępne np. w salonach mody ślubnej, salonach jubilerskich (przy działach z pierścionkami zaręczynowymi/obrączkami). – Promocja produktu w prasie branżowej i (ślubnej) i na portalach poświęconych randkowaniu, organizacji ślubów i wesel oraz turystyce.

Tytuł produktu turystycznego: „SZLAK OTWARTYCH KOŚCIOŁÓW”	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Sieć zabytkowych kościołów, kapliczek, dzwonnicy i plebani rozsianych po całym terenie subregionu. Niektóre z nich o wybitnych walorach architektonicznych, z bogatym wyposażeniem wewnątrz, piękną historią, inne o wyjątkowym położeniu. Rozpiętość stylów architektonicznych od gotyku poprzez renesans i manieryzm, barok aż po konstrukcje w nurcie neogotyku.	Walory uzupełniające: – Sanktuaria Matki Boskiej Kazimierskiej przy Kościele oo. Reformatów w Kazimierzu i Sanktuarium Matki Boskiej Kębelskiej w Wąwolnicy; – Walory kulturowe i marka Kazimierza Dolnego oraz Janowca, Puław, Gołębia. – Atrakcyjność przyrodnicza subregionu – Małopolski Przełom Wisły, Wąwozy Lessowe.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Produkt jest odpowiedzią na potrzeby turysty co raz bardziej wymagającego, oczekującego zapoznania się dokładnie z historią miejsca, które odwiedza. Utworzenie tzw. szlaku otwartych kościołów, które choć zabytkowe i o dużej wartości estetycznej, poza czasem nabożeństw pozostawały niedostępne dla potencjalnych odwiedzających, jest wyjściem naprzeciw odwiedzającym subregion, oferując im atrakcję w postaci zasmakowania specyfik subregionu – poznanie odrębnego stylu architektonicznego – renesansu lubelskiego, odkrycie powiązań magnackich rodzin z regionem →kaplice nagrobne/nagrobki wykonane przez największych artystów np. Tylmana z Gameren, ukazanie ciekawostek związanych ze świątyniami np. Gołąb – ostatni kościół o charakterze obronnym itp.	

Możliwe formy komercjalizacji oferty:

- **Szlak otwartych kościołów** – kościoły otwarte w sezonie letnim od początku maja do września w wyznaczonych godzinach, dodatkowo w danym dniu tygodnia dyżur osoby gotowej do oprowadzenia turystów. Szlak będzie obejmował wszystkie kościoły znajdujące się na terenie gmin: Baranów, Janowiec, Kazimierz Dolny, Końskowola, Kurów, Markuszów, Nałęczów, gmina wiejska Puławy, Wąwolnica, Wojciechów, Żyrzyn)

Możliwe wyodrębnienie mniejszych szlaków, tematycznie połączonych, budujących ofertę na jednodniowy pobyt – przykładowe propozycje:

- *Nadwiślańskie kościoły – szlak wytyczony nurtem Wisły obejmujący świątynie od Kazimierza po Gołęb: kościół farny p.w. św. Jana Chrzciciela i św. Bartłomieja Apostoła, kościół szpitalny św. Anny, kościół Zwiastowania NMP i Klasztor oo. Reformatów (Kazimierz Dolny), późnogotycki kościół parafialny w Janowcu, kościół Wniebowzięcia NMP w Puławach (wzniesiony na wzór rzymskiego Panteonu), kościół parafialny p.w. św. Floriana i Katarzyny i Dom Loretański (Gołęb);*
- *Pośmiertne świadectwa – szlak wytyczony przez kościoły z zachowanymi wyjątkowymi nagrobkami autorstwa mistrzów renesansu: Kurów: Kościół pw. Narodzenia NMP i św. Michała Archanioła - Nagrobek Stanisława Zbąskiego autorstwa Santi Gucciego, Janowiec: kościół parafialny wewnątrz nagrobek Firlejów dłuta Santi Gucciego z Florencji; Końskowola: kościół parafialny p.w. Znalezienia św. Krzyża we wnętrzu m.in. pomnik nagrobny Zofii Lubomirskiej projektu Tylmana z Gameren i mauzoleum Tęczyńskich.*
- **Nocne zwiedzanie kościołów** – oprowadzanie po kościołach po zmroku w świetle pochodni, opatrzone narracją odwołującą się do tajemniczych/legendarnych historii, ciekawostek z przeszłości, anegdot itp., zejście do podziemi, krypt. Wydarzenie może być organizowane w ramach „Nocy muzeów”.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.	– Produkt nie wymagający zapewnienia bazy noclegowej.	– System wypożyczalni rowerów z możliwością pożyczenia roweru w jednej miejscowości i zwrotu w innej. – Parkingi samochodowe w otoczeniu kościołów dostępne poza czasem nabożeństw. – Usługa zorganizowanego transportu zbiorowego lub możliwość wynajmu busa do przewiezienia turystów między kościołami.
Klient – grupa docelowa: – Turysta indywidualny i grupowy; – Turysta – pielgrzym; – Wycieczki szkolne – grupy dzieci i młodzieży; – Kuracjusze z Nałęczowa.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa; – parafii z terenu regionu i sąsiednich województw; – szkół z terenu regionu; – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
	– Opracowanie graficzne i instalacja jednakowych tablic informacyjnych w pobliżu zabytkowych kościołów informujących o	

2013-2015	podstawowych faktach z zakresu architektury, sztuki i kultu, ale także przywołujących charakterystyczne ciekawostki dla danego obiektu; – Zabezpieczenie kościołów (monitoring, dyżury, systemy antywłamaniowe) na czas zwiedzania, kiedy kościoły będą dostępne dla turystów a nie będą w nich sprawowane żadne obrzędy. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – Opracowanie materiałów promocyjnych produktu (ulotki, mapy, przewodniki), które będą dostępne np. w punktach informacji turystycznej, subregionalnych restauracjach, stacjach benzynowych, sklepach itp. – Promocja produktu w prasie turystycznej i na portalach poświęconych turystyce (w tym turystyce pielgrzymkowej).
------------------	---

Tytuł produktu turystycznego: „ KRAINA ZBOŻEM PŁYNĄCA ”	
Walog (moww przyciągający)	
Walog podstawowy: Pozostałości dawnej potęgi Kazimierza Dolnego i regionu jako kluczowego ośrodka w handlu zbożem i jego spławianiu Wisłą do Gdańska (spichrze, kamienice kupców, którzy wzbogacili się na handlu zbożem, stare młyny i wiatraki, dwory z zabudowaniami gospodarczymi).	Walory uzupełniające: – Zabytki prehistoryczne i historyczne (stanowiska archeologiczne, ruiny zamków, wież, mury, kościoły, etc.); – Budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi; – Domy, wille, dwory; – Zabytki architektury sakralnej; – Przemysłowe zabytki wiejskie (kuźnie, etc.); – Walory kulturowe i marka Kazimierza Dolnego oraz Janowca, Puław, Gołębia; – Atrakcyjność przyrodnicza subregionu – Małopolski Przełom Wisły, Wąwozy Lessowe, malownicze ukształtowanie powierzchni – szachownicowy układ pól – mozaika zbóż, upraw chmielu i tytoniu.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:	

Głównym założeniem produktu jest utrwalenie tradycji uprawy, handlu i spływania zbóż, które przyczyniły się do świetności regionu w XVI i XVII wieku. Idea produktu zakłada ukazanie w ciekawej, pakietowej formie zabytków związanych z historią spływania zboża – sieć spichrzów/spichlerzy, młynów rzecznych itd. Uzupełniona o ciekawe formy prezentacji prac związanych z uprawą, zbiorem i przetwarzaniem zboża (forma warsztatów).

Możliwe formy komercjalizacji oferty:

- **Szlak zbożowych zabytków** – jednodniowa oferta zwiedzania m.in. Muzeum Przyrodniczego w Kazimierzu mieszczącego się w spichlerzu zbożowym z XVI w, spichlerza zbożowego z XIX w., przeniesionego do skansenu w Janowcu z Podlódowa nad Wieprzem (możliwość odwiedzenia wystawy etnograficznej: sztuka ludowa, rzemiosło, transport wodny, rybołówstwo), stary drewniany młyn w Celejowie (możliwość zwiedzania i obserwacji przemiatu zboża na mąkę), prywatny mini skansen – Wojciechosko Zagroda – z Zagrodą Chłopską i Zagrodą Kowala – pokazy: młynkowanie zboża, młócenie cepami.
- Program edukacyjny dla dzieci – **Od Ziarna do Chleba** (realizacja na łonie przyrody – pola zbóż i w zabudowaniach gospodarczych, zwiedzanie zabytkowych wiatraków i młynów, uczestnictwo w warsztatach z młócenia ziarna, robienia mąki, wypiekania własnego chleba);
- **Gra edukacyjna/ekonomiczna** (karciana/ gra fabularna – LARP) – planowanie zasiewów, zbiorów, poszukiwanie klientów, negocjacje handlowe - przeznaczona dla młodzieży ze szkół ponadgimnazjalnych.
- Wizyta w **piekarni Sarzyńskich** w Kazimierzu Dolnym wypiekającej markowe kazimierskie koguty.

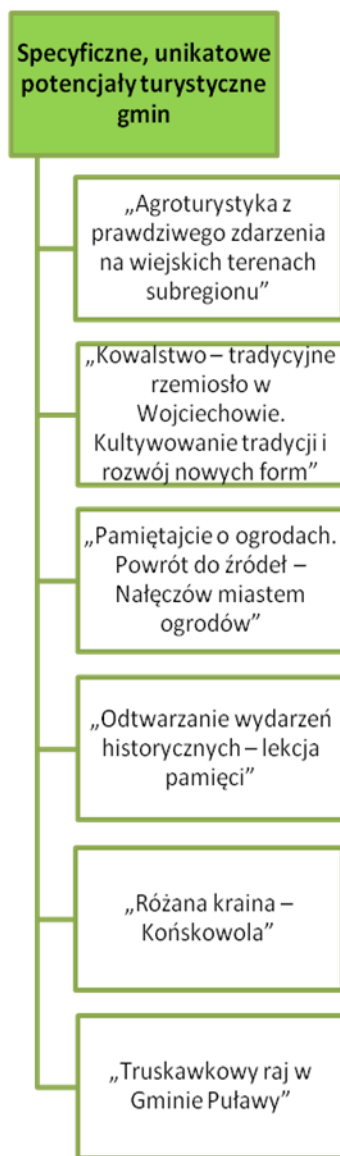
Uzupełniające komponenty produktu:

- Szlak Młynów Wodnych rzeki Bystrej;
- Festyn od ziarenka do bochenka – w krainie Jana Pocka.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.	– Produkt nie wymagający zapewnienia bazy noclegowej.	– System wypożyczalni rowerów z możliwością pożyczenia roweru w jednej miejscowości i zwrotu w innej. – Sale edukacyjne na potrzeby realizacji programów edukacyjnych, gier edukacyjnych. – Zbożowy plac zabaw dla dzieci.
Klient – grupa docelowa: – Turysta indywidualny i grupowy zainteresowany architekturą przemysłową (miejską i wiejską); – Dzieci i młodzież szkolna; – Rodziny z dziećmi.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także spoza województwa; – szkół z terenu regionu; – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013-2014	– Opracowanie graficzne i instalacja tablic informacyjnych w pobliżu zabytkowych obiektów związanych ze złotym wiekiem handlu zbożem i tradycją uprawy zboża w regionie; – Wytyczenie, oznakowanie i budowa niezbędnej infrastruktury szlaku obejmującego obiekty związane ze zbożem. – Wyznaczenie parkingów i dojść do obiektów zabytkowych związanych ze zbożem w miejscach trudno dostępnych. – Uruchomienie pieca chlebowego na potrzeby programu edukacyjnego dla dzieci i młodzieży. W ramach działań promocyjnych konieczne jest:	

	– Opracowanie materiałów promocyjnych produktu (ulotki, mapy, przewodniki), które będą dostępne np. w punktach informacji turystycznej, subregionalnych restauracjach, stacjach benzynowych, sklepach itp. – Promocja produktu w prasie turystycznej i na portalach poświęconych turystyce.
--	--

3.1.4 SPECYFICZNE, UNIKATOWE POTENCJAŁY TURYSTYCZNE GMIN



Tytuł produktu: „ AGROTURYSTYKA Z PRAWDZIWEGO ZDARZENIA NA WIEJSKICH TERENACH SUBREGIONU ”	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Obszary wiejskie wszystkich gmin subregionu bogate w interesujące rolnicze krajobrazy, dziedzictwo kulturowe, bogatą historię, liczne obszary chronionego krajobrazu, stosunkowo niewielkie zanieczyszczenie środowiska i życzliwych ludzi.	Walory uzupełniające: – Bliskie sąsiedztwo ośrodków przyciągających turystów (ogólnopolska marka Kazimierza Dolnego i popularność Uzdrowiska SPA Nałęczów); – Duża ilość szlaków rowerowych, pieszych i kajakowych; – Tradycje rolnicze – w gminie Kurów Leon Dembowski zapoczątkował tradycje uprawy kwiatów i warzyw.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Na obszarach rolniczych trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy istnieją znakomite warunki do funkcjonowania specjalistycznych gospodarstw agroturystycznych łączących wypoczynek przyjezdnych z edukacją w naturalnych warunkach, realizowaniu swoich hobby, wykorzystywaniu wypoczynku do sporządzania przetworów owocowych lub spożywczych. – Programy edukacyjne dla dzieci z dużych miast np. „Jajko pochodzi od kury”, „Mleko daje krowa”, „Gdzie rosną warzywa”. Wizyty w zwierzyńcach zorganizowanych przy gospodarstwach rolnych (uzupełnienie funkcji agroturystycznej). Możliwość karmienia zwierząt domowych (krowa, kury, kaczki, kozy, owce, króliki), krótka pogadanka praktyczna z elementami pokazu (przykładowe tematy: co oznaczają pieczętki na jajkach, skąd się bierze mleko w kartonie, jak się robi masło i ser). Odwiedzający mają możliwość zjedzenia ekologicznego posiłku np. domowy chleb z białym serem/miodem, szklanka mleka prosto od krowy, surowe warzywa (opcjonalnie mogą dostać ulotkę – materiał na temat zdrowego żywienia). Sezonowo udział w drobnych pracach w ogródku warzywnym np. pielenie lub łuskanie grochu. <i>Tego typu inicjatywy już w regionie funkcjonują należy je nadal wspierać i rozwijać np. „Festyn od ziarenka do bochenka w krainie Jana Pocka” oraz inicjatywy jak olejarnia „Skarby natury” w Zabłociu realizująca autorski program edukacyjny „Od nasionka do kropli oleju”.</i> – Letnisko z możliwością udziału w pracach rolnych i możliwością przetwórstwa spożywczego – przetwory domowe różnego rodzaju w zależności od sezonu: warzywne i owocowe. Stworzona możliwość korzystania z pomocy doradczej Koła Gospodyń Wiejskich, lokalnych Stowarzyszeń w zakresie przygotowywanie przetworów, sporządzania wypieków itp. Okazjonalnie pokazy i degustacje lokalnych przysmaków. – Rozbudowa ofert agroturystycznej – ze specjalizacją wędkowanie i/lub obsługa szlaków kajakowych. Kwatery agroturystyczne przygotowane do pobytu zapalonych wędkarzy, z możliwością przetwórstwa ryb (wspólne wędkowanie, smażenie, przetwory rybne). – Sieć lokalna zaopatrujące gospodarstwa agroturystyczne w wyroby lokalne – nabiał, jajka, warzywa, owoce, mięso i wędliny, ryby i inne przetwory	

miejscowe. Sklepik wiejski z wyrobami lokalnymi .

- **Wioski tematyczne** – kompleksowe projekty integrujące lokalną społeczność wokół zagadnień związanych z jakimś produktem, usługą, lub kulturą charakterystyczną dla danej miejscowości np. tradycjami uprawy danej rośliny (np. Inu) lub rzemiosła (np. kuśnierstwo).

Uzupełniające komponenty produktu:

- Szlaki rowerowe, piesze, kajakowe dla przyjezdnych;
- Kooperatywy „paczka od rolnika dla letnika” – zawiązywanie sieci okresowo dostarczającej płody rolne letnikom i ich znajomym/sąsiadom;
- Wydarzenia kulturalne (Festiwal Produktu Lokalnego, dożynki gminne, festyny letnie, jarmarki).

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Wyposażenie Kół Gospodyń Wiejskich w urządzenia do przetwórstwa produktów spożywczych (poza sezonem wykorzystywane do obsługi gastronomicznej – wesel, komunii, pogrzebów etc.); – Sezonowe gospody, smażalnie ryb, naleśnikarnie (Tatarskie naleśniki), serwujące lokalne przetwory i produkty (z opcją na wynos).	– Kwatery w domach producentów rolnych lub osobnych budynkach o dobrym standardzie sanitarnym. Pokoje wyposażone zgodnie z lokalną tradycją, wykorzystując autentyczne elementy ozdobne – świeże, miejscowe kwiaty, obrazy/zdjęcia z okolicznymi pejzażami itp.	– Domowy zwierzyńiec (stanowiska dla zwierząt domowych, salka edukacyjna, materiały dydaktyczne); – Dopuszanie kwater agroturystycznych w urządzenia do robienia przetworów (suszarnie, smażalnie, wędzarnie etc.); – Usługi w zakresie zaopatrywania gospodarstw agroturystycznych w wyroby lokalne – nabiał, jajka, warzywa, owoce mięso i wędliny, ryby i inne przetwory miejscowe; – Sieć sklepików wiejskich z wyrobami lokalnymi.

Klient – grupa docelowa:

- Wycieczki szkolne, edukacyjne z dużych miast;
- Rodziny z dziećmi;

– Turyści weekendowi i okazjonalni (sezon wędkarski, przyjezdni na dedykowane wydarzenia wiejskie).	
Dystrybucja produktu: – Operatorzy turystyczni ze specjalnością szkoły (zielone szkoły); – Kuratorium oświaty i edukacji w Warszawie i Lublinie; Strony internetowe gospodarstw agroturystycznych na obszarze turystycznego trójkąta Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy; – Strony internetowe JST objętych działaniem LGD Zielony Pierścień; – Akcja informacyjna podczas Festiwalu Kapel i Śpiewaków Ludowych w Kazimierzu Dolnym i Festiwalu Produktu Lokalnego w Nałęczowie; – Informacja i reklama w specjalistycznej prasie wędkarskiej.	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
Od IV kwartał 2012 - 2014	– Informacja dla potencjalnych odbiorców (właścicieli gospodarstw rolnych) o możliwych źródłach finansowania działalności agroturystycznej wyspecjalizowanej, wraz z możliwością doposażenia w konieczny sprzęt; – Opracowanie listy gospodarstw rolnych w poszczególnych gminach wiejskich mogących spełnić wymogi gospodarstwa agroturystycznego zgodnie z Systemem monitorowania jakości usług turystycznych „Turystyczny Trójkąt Jakości”; – Szkolenia obligatoryjne dla prowadzących gospodarstwa agroturystyczne z obsługi gości/wycieczek szkolnych/specjalistycznych turystów (dla chcących uzyskać dotację lub uzyskać certyfikat jakości); – Utworzenie promocyjnej strony internetowej – Specjalistyczne Gospodarstw Agroturystyczne; – Doradztwo stałe i okazjonalne dla prowadzących działalność agroturystyczną oraz monitoring działalności gospodarstw agroturystycznych.

Tytuł produktu: „KOWALSTWO – TRADYCYJNE RZEMIOSŁO W WOJCIECHOWIE. KULTYWOWANIE TRADYCJI I ROZWÓJ NOWYCH FORM”

Walog (mowy przyciągający)

Walog podstawowy:

Unikatowa możliwość wszechstronnego obcowania z tradycyjnym, ale rozwijającym się rzemiosłem kowalskim na „Szlaku Żelaza i kowalski tradycji” w Wojciechowie. Wszechstronne formy prezentacji, różnorodność oferty, atrakcyjność poznawania i przeżywania zagadnień związanych z kowalstwem.

Walory uzupełniające:

- Bliskie sąsiedztwo ośrodków przyciągających turystów (ogólnopolska Marka Kazimierza Dolnego i popularność Uzdrowiska SPA Nałęczów);
- Bliskość szlaków rowerowych;
- Obiekty zabytkowe w Wojciechowie m.in. Wieża ariańska.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Szlak Żelaza i Kowalskich Tradycji jest dobrze funkcjonującym i wypromowanym produktem. Należy utrzymać jego jakość i zróżnicowane formy oferty turystycznej. Rekomenduje się rozwinięcie obszaru oddziaływania poprzez rozszerzenie oferty na skalę międzynarodową, znalezienie atrakcyjnego medialnie wydarzenia (Mistrzostwa Polski Kowali), sprofesjonalizowanie targów i ich tematyczne zróżnicowanie. Taki krok może przyczynić się do przedłużenia sezonu turystycznego oraz pobytu turystów na terenie oddziaływania „Szlaku żelaza i tradycji kowalskich”. Przyspieszy także rozbudowę bazy noclegowej i wystawienniczej.

Istniejące przykłady komercjalizacja oferty:

- **Obiekty powiązane z lokalną specyfiką** np.:
 - Kuźnia Romana Czernieca;
 - Muzeum Kowalstwa w Wojciechowie (muzeum funkcjonuje od 1993 roku w szesnastowiecznej Wieży Ariańskiej; zbiory muzeum obejmują ponad 1 000 eksponatów sztuki kowalskiej z kraju i zagranicy);
 - Miniskansen „Wojciechosko Zagroda” (możliwość zwiedzania starej zagrody chłopskiej oraz zagrody kowala, pokazy m.in. młócenia cepami, tkania na krosnach, przędzenia wełny, warsztaty garncarskie, questing);
 - Młyn Hipolit (gospodarstwo agroturystyczne mieszczące również prywatne muzeum minerałów, skamieniałości i meteorytów).
- **Szlak Żelaza i Kowalskich Tradycji** (utworzony w 2009 roku; obejmuje w sumie 6 punktów przystankowych):
 - punkt 1: Muzeum Kowalstwa w programie m.in. krótka lekcja historii kowalstwa;

- punkt 2: Podkowa z masy solnej (zajęcia warsztatowe w Wieży Ariańskiej dla grup dziecięcych i młodzieżowych, które obejmują wykonywanie podkowy z masy solnej);
- punkt 3: kuźnia Romana Czernieca (jedna z najstarych kuźni w Polsce, wybudowana w 1920 roku; do dziś wykonywane są tu ręcznie wyroby artystyczne, naprawiane narzędzia rolnicze oraz podkuwane konie; w programie m.in. możliwość zwiedzania kuźni, pokaz kucia podkowy z czynnym udziałem wycieczkowiczów, zwiedzanie galerii wyrobów kowalskich i zakup pamiątek – wyrobów kowala artysty);
- punkt 4: obiad „U Kowalowej” (domowe obiady w gospodarstwie agroturystycznym Danuty Czerniec);
- punkt 5: Chata Kowala (możliwość zwiedzania obiektów zlokalizowanych na terenie miniskansenu „Wojciechoska Zagroda” – chałupy kowala z początku XIX wieku oraz starej drewnianej kuźni z 1918 roku);
- punkt 6: Muzeum minerałów – wytapianie i odlewanie metali w piecu – dymarce (zajęcia warsztatowe w Młynie Hipolit dla grup dziecięcych i młodzieżowych; w programie również: płukanie złota, zwiedzanie wystawy minerałów, skamieniałości i meteorytów, połączone z pokazem erupcji wulkanu oraz prezentacją multimedialną pt. „Księżyc”, pokaz szlifowania bursztynu);
- **Imprezy i wydarzenia cykliczne:**
 - Ogólnopolskie Spotkania Kowali (odbywają się od 1984 roku; od 1992 roku odbywają się cyklicznie w lata parzyste);
 - Ogólnopolskie Warsztaty Kowalskie (odbywają się od 1995 roku);
 - Ogólnopolskie Targi Sztuki Kowalskiej (odbywają się od 2001 roku w lata nieparzyste).

Rekomendowane uzupełnienie/rozbudowanie oferty:

- wydarzenia ponadnarodowe np. **Międzynarodowe spotkania kowali**, Festiwale sztuki kowalskiej;
- nową atrakcyjną medialnie formułę spotkań np. **Otwarte Mistrzostwa Polski Kowali** (lista atrakcyjnych konkurencji, transmisja w ogólnopolskiej sieci TV);
- rozbudowanie formuły Targów i ich dywersyfikacja - **Targi Kowalstwa Artystycznego** (galanteria kowalska, broń biała, zbroje rycerskie) oraz **Targi Kowalskiej Sztuki Użytkowej** - balustrady, bramy, ogrodzenia, kute meble, żyrandole, świeczniki;
- nowe formy oparte o skojarzenia z Kowalstwem – szkolenia, warsztaty integracyjne pod hasłem „Każdy jest kowalem swego losu”.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Obiekty restauracyjne oraz możliwość serwowania posiłków w gospodarstwach agroturystycznych; – Wprowadzenie do menu kowalskich specjałów gastronomicznych.	– Gospodarstwa agroturystyczne; – Brak obiektu zbiorowego zakwaterowania – potrzebne rozwinięcie oferty hotelowej z zapleczem szkoleniowo-konferencyjnym.	– Wybudowanie lub adaptacja obiektu przeznaczonego na stałe i czasowe wystawy mistrzów sztuki kowalskiej.
Klient – grupa docelowa: – kowale – rzemieślnicy (artyści); – dzieci i młodzież szkolna (grupy dziecięce i młodzieżowe, wycieczki szkolne); – turyści indywidualni; – rodziny z dziećmi.		
Dystrybucja produktu: – Strona internetowa gminy Wojciechów oraz Szlaku Żelaza i Kowalskich Tradycji; – Materiały promocyjne i informacyjne LGD i LOT oraz JST należących do obu organizacji; – Media regionalne i ogólnopolskie przed sezonowymi wydarzeniami; – Prasa i wydawnictwa związane z aranżacją i wyposażaniem wnętrz np. Cztery kąty; – Touroperatorzy z regionu/spoza regionu; – Billboardy reklamujące Wojciechów jako wieś kowalską w punktach strategicznych (główne drogi, najważniejsze ośrodki turystyczne województwa lubelskiego) oznakowania, przekierowania, itp. – Akcje informacyjne podczas wydarzeń w Puławach, w sezonie turystycznym w Kazimierzu Dolnym i Uzdrowisku/SPA Nałęczów.		

Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
Od 2012 -2014	– Zorganizowanie Międzynarodowego Festiwal Sztuki Kowalskiej; – Przygotowanie do realizacji Otwartych Mistrzostw Polski Kowali – sporządzenie listy konkurencji, wypromowanie w ogólnopolskiej TV, wprowadzenie do kalendarz wydarzeń o znaczeniu ogólnopolskim; – Rozbudowa formuły Targów o targi artystyczne i użytkowe; – Opracowanie koncepcji obiektu wystawienniczego na potrzeby wystaw mistrzów sztuki kowalskiej – Profesjonalne opracowanie koncepcji Wojciechowa jako wsi kowalskiej; – Wyposażenie wsi w infrastrukturę tematyczną na bazie wyrobów kowalskich (kute ławeczki, lampy, kosze, stojaki na rowery itp.) – Stworzenie dodatkowych atrakcji turystycznych związanych z kowalstwem (np. Aleja osób zasłużonych dla ratowania i rozwoju kowalstwa, miejsc do robienia pamiątkowych fotografii itp.); – Stworzenie centrum szkoleniowego dla kowali – wybudowanie lub zaadaptowanie istniejącego budynku na warsztat kowalski oraz pokoje hotelowe; – Organizacja plenerów wspólnych dla kowali, uczniów szkół plastycznych, studentów architektury, etnografów; – Renowacja i zagospodarowanie Wieży Ariańskiej i jej otoczenia pod kątem organizacji imprez, szkoleń, wystaw w zakresie kowalstwa oraz podniesienia atrakcyjności turystycznej – Działania na rzecz promocji Wojciechowa jako wsi kowalskiej – billboardów reklamowych w punktach strategicznych, „Witaczy”, przekierowań.

Tytuł produktu turystycznego: „ PAMIĘTAJCIE O OGRODACH. POWRÓT DO ŹRÓDEŁ – NAŁĘCZÓW MIASTEM OGRODÓW ”	
Walog (mowy przyciągający)	
Walog podstawowy: W zamyśle właściciela Nałęczów miał być miastem-ogrodem. Obecnie, pomimo upływu czasu miejscowość wciąż zachowuje urok dawnego kurortu. „W tak ładnej miejscowości wszystko musi być ładne”, napisał	Walory uzupełniające: – SPA Nałęczów; – Sercem Miasta jest Park Zdrojowy, gdzie na powierzchni ponad 20 ha rosną kasztanowce, lipy, sosny i dęby. Pomiędzy alejkami stoją rzeźby – min. Panny Nałęczowskie symbolizujące wiarę, nadzieję i miłość.

ponad sto lat temu Bolesław Prus. Piękno i estetyka użytkowa Nałęczowa jest walorem dla mieszkańców, kuracjuszy i turystów.	– Nałęczów przypomina swoimi stromymi uliczkami, wąwozami porośniętymi wspaniałymi drzewami oraz zabytkowymi willami alpejski kurort. To właśnie szwajcarskie miasteczka były inspiracją dla lekarzy-sybiraków, którzy stworzyli uzdrowisko w Nałęczowie.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Uzdrowiska europejskie wiedzą, że muszą szukać wyjścia z monofunkcyjności. Jednym z możliwych rozwiązań jest postawienie na turystykę festiwalową. Podany poniżej przykład produktu turystycznego odwołuje się do źródeł powstania Nałęczowa - Miasta ogrodu, oferuje narzędzia rewitalizacji przestrzeni ogrodowej w mieście i doprowadza do powstania warunków pod rozwój funkcji festiwalowej. Festiwalu ogrodów i ich projektowania. Produkt zakłada stopniowe zwiększanie zainteresowania ogrodami i ich projektowaniem właścicieli posesji, firm projektujących, dostawców usług i produktów, specjalistów branżowych i mediów. – Etap 1. Wzbudzenie zainteresowania kwestią zakładania i projektowania ogrodów wśród właścicieli posesji, firm projektowych, szkółkarskich, ogrodniczych, środowisk akademickich. Szkolenia i doradztwo. – „Jak założyć ogród” ((odwołanie do ks. Izabelli Czartoryskiej dzieło „Myśli różne o zakładaniu ogrodów” 1805 r. – Końskowola) – organizacja warsztatów, prezentacji, pokazów w ośrodku wystawienniczym i w plenerze dla prywatnych właścicieli posesji z ogrodem – mieszkańców Nałęczowa oraz zarządców posesji; – Oferta indywidualnego doradztwa przy aranżacji własnego ogrodu, a także pomoc w jego projektowaniu (kluczowe w tym zakresie jest pozyskanie zainteresowania firm projektujących aranżacje ogrodowe). – Po warsztatach i doradztwie uczestnicy (właściciele i zarządcy przestrzeni ogrodowej) posiadają projekt ogrodu, oraz instrukcje jak zakładać albo zmienić ogród. Następnie dostają kilka sadzonek w prezencie (konieczny patronat firm szkółkarskich i ogrodniczych); – Zaproszenie na praktyki studenckie studentów architektury krajobrazu z najlepszych uczelni polskich (wspomagają zakładających ogrody). – Etap 2. Konkurs na najładniejszy ogród w Nałęczowie dla prywatnych właścicieli posesji z ogrodem – mieszkańców Nałęczowa oraz zarządców posesji. – Ogłoszenie konkursu przez UM Nałęczów na najładniejszy ogród w Nałęczowie (prestiżowe jury, nagrody ufundowane przez firmy szkółkarskie, ogrodnicze, producentów narzędzi i materiałów ogrodniczych oraz media branżowe); – UM Nałęczowa certyfikuje ogrody - „Ogród Nałęczowski”; – Organizacja wystawy zrealizowanych projektów, wystawa fotografii ogrodów wraz z możliwością zobaczenia na żywo zrealizowanego projektu założeń ogrodowych (np. wycieczki dla zainteresowanych raz w tygodniu o określonych godzinach) – ogólnie dostępne dla kuracjuszy, mieszkańców i turystów;	

– Imprezy okołokonkursowe (wystawy kwiatów, prezentacje ogrodów – angielskich, francuskich, japońskich); – Święto ulicy – kolejne ulice w ramach swego święta prezentują swoje ogrody i małą architekturę. – Etap 3. Zorganizowanie ogólnopolskiego wiosennego festiwalu projektowania ogrodów. – Prezentacje, pomysły, pokazy. Środowiskowe nagrody za najciekawszy projekt, sympozja naukowe, wystawy tematyczne, tragi branżowe projektantów ogrodów. Targi kwiatowe i ogrodnicze; – Docelowo stałe wydarzenie w Nałęczowie coroczny festiwal ogrodów połączony w prezentacją kwiatów, sadzonek, elementów wystawienniczych, małej architektury, narzędzi i środków ochronnych; – Wydarzenia okołofestiwalowe nawiązujące do Piosenki/wiersza Jonasza Kofty „Pamiętajcie o ogrodach”. Poezja, piosenka poetycka, wydarzenia plenerowe, spektakle, monodramy w ogrodach. Rozproszony w ogrodach festiwal poetycko-piosenkarско-teatralny. – W ramach festiwalu uzgodnienie z najbardziej prestiżowymi miejscami (Willa + ogród) możliwości udostępnienia dla turystów i mieszkańców ogrodu lub jego części (miejscu skąd ogród można oglądać bez nadmiernej ingerencji w sferę prywatną właścicieli) np. co sobota/jedno popołudnie w miesiącu udostępnienie dla zwiedzających np. herbatka na werandzie wzorem arystokratów angielskich – dzień otwarty. Uzupełniające komponenty produktu: – Stała oferta SPA Nałęczów; – Kulinaria lokalne; – Święto wina w Janowcu.		
Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna – Oferta kulinarna w oparciu o istniejącą bazę gastronomiczną – uzupełniona o elementy nawiązujące do sielskości, ogrodów np. elementy małej architektury – huśtawka na tarasie, oferta piknikowych podwieczorków na trawie, dania np. – ogród warzywny itp.	Baza noclegowa – Kierunek rozwoju bazy noclegowej w Nałęczowie wskazuje, że wysokie standardy hotelarskie będą spełnione.	Towarzysząca – Przygotowanie terenów wystawienniczych, infrastruktury wystawienniczej np. do zewnętrznej ekspozycji, plenerowych pokazów.
Klient – grupa docelowa: – Mieszkańcy i instytucje Nałęczowa; – Branża architektów krajobrazu;		

– Branżowe środowiska akademickie; – Przedstawiciele branży ogrodniczej; – Kuracjusze; – Turyści indywidualni; – Publiczność festiwalowa.	
Dystrybucja produktu: – Spotkania i rozmowy indywidualne z mieszkańcami – właścicielami posesji; – Informacja i promocja wśród lokalnych firm; – Regionalne i ponadregionalne media branżowe.	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
etap 1 i 2 2012-2014 etap 3 2014-2015	– Uregulowanie spraw związanych z własnością ogrodów i możliwością ich wykorzystania do celów turystycznych; – Ustalenie zasad współpracy z firmami projektującymi przestrzeń, szkółkarskimi oraz ogrodniczymi; – Przygotowanie programów warsztatów dla właścicieli ogrodów; – Przygotowanie reguł współpracy (certyfikacja) z mieszkańcami zakładającymi i pielęgnującymi ogrody; – Przygotowanie terenów wystawienniczych. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – Nawiązanie kontaktów z mediami branżowymi, redakcjami zajmującymi się aranżacją przestrzeni i zakładaniem ogrodów np. Maja w ogrodzie (TVN Meteo); – Uzyskanie patronatów firm szkółkarskich i ogrodniczych; – Nawiązanie współpracy z szkołami wyższymi kształcącymi na kierunku architektura krajobrazu.

Tytuł produktu turystycznego: „ODTWARZANIE WYDARZEŃ HISTORYCZNYCH – LEKCJA PAMIĘCI”	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Doświadczona Grupa Rekonstrukcji Historycznych „Wilki” oraz mieszkańcy	Walory uzupełniające: – Wysokiej klasy walory krajobrazowe subregionu.

Osin autorzy plenerowo-teatralnej rekonstrukcji historycznej „Ludzie milczeli... drzewa przekazały tajemnicę”.

Subregion doświadczony historią, na tych ziemiach rozgrywały się istotne walki w ramach powstań narodowych: listopadowe i styczniowe, tu miały miejsce godne upamiętnienia wydarzenia z czasów I i II wojny światowej, oraz okresu powojennego.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Rekonstrukcje wydarzeń historycznych cieszą się dużą, coraz większą popularnością wśród publiczności, zarazem mocno angażują bezpośrednich uczestników przedsięwzięć. Teren Żyrzyna i okolicznych gmin (Kurów) obfituje w znane wydarzenia historyczne z powstań narodowych, okresu I i II wojny światowej a na terenie gminy działa doświadczona i profesjonalna GRH Wilki realizująca w sposób profesjonalny praktyczną naukę historii. Istnieje możliwość wspólnych (ze względu na historie) rekonstrukcji wydarzeń z przeszłości.

Rekonstrukcje wydarzeń historycznych mają na celu odtworzenie przebiegu wydarzenia z przeszłości i utrwalenie ich w powszechnej świadomości. Celem takiej rekonstrukcji jest zainteresowanie historią poprzez pokazanie na żywo replik sprzętu, rekonstrukcji ubioru, a także pokazanie taktyki, komend, języka etc. stosowanego w przeszłości. Szczególny nacisk kładziony jest na szczegółowość w odwzorowaniu historycznym. Rekonstrukcje są świetną okazją do zobaczenia wielu zjawisk akustyczno – wizualnych takich jak np. wybuchy, sztuczna mgła, itd. oraz są świetną lekcją historii.

Rekomenduje się, aby zrekonstruowane wydarzenia historyczne na stałe wpisały się w ofertę edukacyjno-turystyczną subregionu, a zwłaszcza gminy Żyrzyn. Jedno/dwa duże widowiska plenerowe rocznie, rekonstruujące autentyczne wydarzenia historyczne (przygotowanie scenariuszy, zadbanie o stroje, sprzęt).

Przykładowe propozycje tematyczne

- Powstanie listopadowe – luty 1831 zwycięska bitwa Dwernickiego z wojskami rosyjskimi pod Kurowem;
- Powstanie styczniowe – 8 sierpnia 1863 – jedna z największych bitew powstania styczniowego pod Żyrzynem (wygrana) zasadzka oddziału pod dowództwem Michała Heydenreicha – Kruka na Rosjan przewożących skarb;
- I wojna światowa – 7 sierpnia 1915 walki Niemiecko (47 Rezerwowa Dywizja Piechoty) – rosyjskie (Korpus Grenadierów) o przeprawę przez Wieprz w Baranowie;
- II Wojna Światowa – pacyfikacja Bałtowa, śmierć ppłk Alfonsa Fałciszewskiego „Konara”;
- lata powojenne (Las Stocki);
- Istnieje możliwość zapraszania innych grup rekonstrukcyjnych do wspólnego udziału w widowiskach (także zagranicznych) i uczynienia z subregionu miejsca, gdzie rekonstrukcje historyczne odbywają się regularnie.

Uzupełniające komponenty produktu:

- Wystawy historyczne w plenerze;
- Sesje popularyzatorskie/naukowe;
- Występy artystyczne;
- Festyny, jarmarki;
- Prezentacja własnych produktów lokalnych – garncarstwo, tkactwo, plecionkarstwo, oraz prezentacje produktów żywnościowych .

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Baza gastronomiczna uboga; – Potrzebne sezonowe miejsca żywieniowe lub usługi cateringowe (wydarzenia historyczne, sezon nad Wieprzem - kajaki, ornitolodzy i szkoły przetrwania); – Inwestor prywatny lub Koła Gospodyń Wiejskich i stowarzyszenia lokalne.	– Brak bazy noclegowej; – Uzupełnienie bazy noclegowej w oparciu o kwatery prywatne, miejsca biwakowe (pola namiotowe, campingi).	– Usługi w zakresie obsługi widowisk plenerowych – nagłośnienie, teledystrybucja, ochrona. – Miejsca parkingowe dla turystów indywidualnych i grup zorganizowanych.

Klient – grupa docelowa:

- Mieszkańcy subregionu;
- Grupy rekonstrukcji historycznych z Polski i zagranicy;
- Turyści – fani inscenizacji historycznych;
- Turyści indywidualni;
- Młodzież szkolna.

Dystrybucja produktu:

- Akcja informacyjna w lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich mediach;
- Strony internetowe gmin, Starostwa, LGD Zielony Pierścień;
- Kościół, instytucje edukacyjne i środowiska kombatanckie, związki harcerskie itp.

Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2012-2014	– Opracowanie kalendarza rekonstruowanych wydarzeń na następne lata; – Opracowanie wniosków o dofinansowanie/pozyskanie sponsorów na profesjonalne przygotowanie widowiska rekonstrukcyjnego.

Tytuł produktu turystycznego: „ RÓŻANA KRAINA – KOŃSKOWOLA ”	
Walog (moyw przyciągający)	
Walog podstawowy: Duże plantacje hodowlanych róż. 15 letnia tradycja wystawiennicza. Regularne spotkania plantatorów i turystów. Stale rozwijający się produkt uzupełniany w przeddzień święta rajdem pieszym i rowerowym oraz specjalistycznymi konkursami.	Walory uzupełniające: – Targi maszyn rolniczych – Funkcjonowanie wyspecjalizowanych instytucji - Zrzeszenie Producentów Róż, Materiału Szkółkarskiego, Owocowego i Ozdobnego „Końskowola”.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Święto Róży w Końskowoli jest stale rozwijającym się produktem turystycznym. Rekomenduje się poszerzenie formuły święta o motywy reklamowe i promocyjne (np. wybory Miss Róży - ogólnopolski konkurs internetowy). Proponuje się także zwiększenie nacisku na wydarzenia targowe i komercyjne związane z uprawą róż oraz na działania wpisujące symbol Gminy w elementy ofert turystycznej kierowanej do turystów/kuracjuszy z pobliskiego Nałęczowa oraz odwiedzających gospodarstwa agroturystyczne. – Święto Róż w Końskowoli – połowa lipca: – konkurs na Różę roku, wybór ekspertów oraz wybór publiczności, konkurs na Najpiękniejszą posesję gminy Końskowola, oraz najbardziej zadbane sołectwo; – tradycyjny festyn z występami i zabawa taneczną; – Imprezie towarzyszą min.: wystawa kwiatów róż, poplenerowa wystawa obrazów, wystawa fotografii, pokaz motocykli, stoiska promocyjne (m.in. twórców ludowych, kół gospodyń wiejskich, stowarzyszeń) i gastronomiczne; – Dodatkowo organizuje się konkursy tematyczne np. o tytuł „Mistrza okulizacji”. – Świętu Róży towarzyszy Rajd Rowerowy i pieszy Szlakiem Różanym wśród różanych pól i plantacji kwiatowych. Propozycje wzbogacenia oferty – poszerzenie formuły święta Róż:	

- o wybory Miss Róży;
- regionalny, a później ogólnopolski konkurs dla samorządów z najpiękniejszymi rabatami kwiatowymi (zdjęcia, filmy, projekty);
- Targi kwiatów i sadzonek róż w sezonie jesienno-wiosennym;
- Tragi/wystawy narzędzi i materiałów ogrodniczych towarzyszące targom materiału szkółkarskiego (w tym róż) - konieczność uzyskania patronatu znanej firmy produkującej narzędzia ogrodnicze lub materiały ogrodnicze;
- Kursy ogrodnicze: uprawa i zastosowanie róż w ogrodzie; kursy florystyczne „kompozycje różane” ; kursy rękodzielnicze: haft, koronkarstwo, de coupe z różą;
- Plenery malarskie, fotograficzne, poetyckie z motywem Róży;
- Cykliczne wystawy w ośrodku wystawienniczym , w sklepach, kawiarenkach , gospodarstwach agroturystycznych itp. – Kolekcje florystyczne, wystawy poplenerowe malarskie i fotograficzne, pamiątki;
- kierunkowo stworzenie „Eko muzeum Róży” a dalej utworzenie „Różanej wioski”, jako kompozycji usług, atrakcji i infrastruktury z różą w roli głównej.
- Ogólnopolski konkurs internetowy dla kobiet o imieniu Róża – głosowanie w Internecie na najciekawsze zdjęcie Róży z różą (o Patronat można poprosić Różę Thun, znaną europosłankę z Krakowa) finał 6 marca albo 23 sierpnia w imieniny Róży (spotkania Róż w Końskowoli).
- Produkty lokalne na bazie róży (dżemy, nalewki, pamiątki z motywem róży itp.)

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
– Wprowadzenie wątku różanego do lokalnej gastronomii – konfitury z róży; – Wyroby z różą – rogaliki i pączki serwowane podczas wydarzeń różanych oraz dostępne w lokalnych sklepach;	– kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu.	– Infrastruktura potrzebna do organizacji imprez plenerowych – namioty ekspozycyjne, oświetlenie/nagłośnienie; – Miejsca parkingowe dla odwiedzających targi i inne imprezy.

Klient – grupa docelowa:

- Plantatorzy róż hurtownicy i detaliści, ogrodnicy, producenci narzędzi i materiałów ogrodniczych;
- Pasjonaci kwiatowi;
- Turyści indywidualni;
- Rodziny z dziećmi;
- Kobiety o imieniu Róża;

– Artyści malarze i fotograficy;	
Dystrybucja produktu: – Strony internetowe Urzędu Gminy Końskowola i Gminnego Ośrodka Kultury; – Strony Internetowe LODR w Końskowoli; – Specjalistyczna prasa branżowa np. Kwiaty, Ogród.	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
Od 2012	– Wzbogacenie formuły Święta Róż o dodatkowe opisane wyżej elementy; – Rozszerzenie sezonu przez uruchomienie targów sadzonek, kwiatów, narzędzi, materiałów; – wzbogacenie oferty przez gospodarstwa agroturystyczne o warsztaty florystyczne, rękodzielnicze (np. róże z bibułki), możliwość pracy przy różach, oferta gastronomiczna (rogaliki, pączki z nadzieniem różanym), świeże kwiaty w domach; – Opracowanie założeń powstania „Ekomuzeum Róży”, Różanej wioski tematycznej.

Tytuł produktu turystycznego: „ TRUSKAWKOWY RAJ W GMINIE PUŁAWY ”	
Walog (mowy przyciągający)	
Walog podstawowy: – Gmina Puławy - zagłębie truskawkowe; – Popularny i dobrze kojarzący się owoc.	Walory uzupełniające: – Dziedzictwo kulturowe subregionu z następującymi jego elementami: – zabytki prehistoryczne i historyczne (stanowiska archeologiczne, ruiny zamków, wież, mury, kościoły, etc.), – budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi, – domy, wille, dwory, – zabytki architektury sakralnej, – przemysłowe zabytki wiejskie (młyny, kuźnie, etc.). – Marka Kazimierza Dolnego oraz Janowca, Puław, Nałęczowa.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:	

Gmina Puławy zaczyna promować się swoim najciekawszym zasobem. Proponuje się zwiększyć zasięg oddziaływania i promocji przez opracowanie jednolitej identyfikacji wizualnej Gminy opartej o truskawkowy motyw oraz opracowanie programów edukacyjno-informacyjnych skierowanych przede wszystkim do dzieci i młodzieży.

- Coroczne weekendowe **Święto truskawki**, oparte o wystawy, pokazy lokalnego najpopularniejszego produktu – Truskawki. Wydarzenie na przełomie drugiej i trzeciej dekady czerwca. Konkursy na największą i najsmaczniejszą truskawkę, degustacje potraw i napojów skomponowanych na bazie truskawki. Wystawiennictwo i sprzedaż lokalnych produktów. Uzupełnieniem wydarzenia są wybory „miss truskawki”, festyn ludowy, występy lokalnych grup wokalnol - tanecznych oraz gości specjalnych.
- Dodatkowe elementy produktowe:
 - „Pomnik truskawki” – pomysł na interesującą/oryginalną formę prezentacji lokalnej specyfiki;
 - Konkurs na potrawę/napój skomponowany na bazie truskawki. Zwycięzca zostaje uhonorowany symboliczną nagrodą podczas Święta truskawki;
 - Wybór gospodarstwa/plantacji truskawkowej ze ścieżką dydaktyczną (przyrodniczą) „jak powstaje owoc?”, pokazy odmian truskawek i owoców podobnych, program edukacyjny „Trzeba jeść owoce a nie chipsy” dla dzieci i młodzieży. W perspektywie załączek pod Eko muzeum truskawki.
 - Wytyczenie i wykonanie szlaku rowerowego wraz z niezbędną infrastrukturą nawiązującego do uprawy truskawki w gminie Puławy.

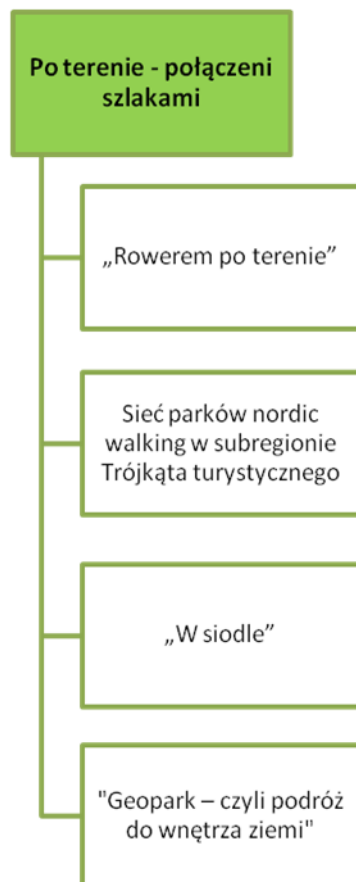
Uzupełniające komponenty produktu:

- Rajd rowerowy Góra Puławska – Janowiec – Góra Puławska wzdłuż szlaku Wincentego Pola;
- Półmaraton Góra Puławska – Oblasy –Janowiec – Oblasy – Góra Puławska;
- Regaty kajakowe „na drugi brzeg Wisły i z powrotem”.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Towarzysząca
GASTRONOMIA: Uzupełnienie oferty gastronomicznej produktami i daniami na bazie truskawek np. koktajle truskawkowe, wypieki z truskawkami, pierogi z truskawkami itp.	NOCLEGI: – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu.	– Infrastruktura pod imprezy plenerowe i wystawiennicze; – Pawilon wystawienniczy.
Klient – grupa docelowa: – mieszkańcy subregionu;		

– rodzice z dziećmi; – plantatorzy truskawek.	
Dystrybucja produktu: – Media lokalne i regionalne; – Strony internetowe gmin i starostwa oraz LGD Zielony Pierścień; – Prasa branżowa.	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2012 -2013	– Promocja przez strony internetowe Gminy, Starostwa i Gmin LGD Zielony Pierścień konkursu na potrawę oparta o Truskawkę; – Wprowadzenie w menu zakładów gastronomicznych produktów truskawkowych; – Instalacja tablic informacyjnych nawiązujących do truskawki na terenie gminy Puławy; – Utworzenie stałej ekspozycji wystawienniczej (obiekt wystawienniczy).

3.1.5. PO TERENIE - POŁĄCZENI SZLAKAMI



Tytuł produktu turystycznego: „ROWEREM PO TERENIE”

Walog (motyw przyciągający)

Walog podstawowy:

Urozmaicony krajobraz subregionu (ciekawa rzeźba terenu) z następującymi jego elementami:

- Kazimierski Park Krajobrazowy;
- Rezerwat Piskory;
- obszary chronionego krajobrazu: Kozi Bór i Pradolina Wieprza;
- użytki ekologiczne: w Gołębiu (koło jezior Nury i Borowiec).

Walory uzupełniające:

- Dziedzictwo kulturowe subregionu z następującymi jego elementami:
 - zabytki prehistoryczne i historyczne (stanowiska archeologiczne, ruiny zamków, wież, mury, kościoły, etc.),
 - budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi,
 - domy, wille, dwory,
 - zabytki architektury sakralnej,
 - przemysłowe zabytki wiejskie (młyny, kuźnie, etc.).
- Marka Kazimierza Dolnego oraz Janowca, Puław, Nałęczowa.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Głównym założeniem produktu, nazywanego szeroko „Rowerem po terenie”, jest przygotowanie kilku „rowerowych” produktów turystycznych, różnych tematycznie, dostosowanych do różnych grup odbiorców, które mogą być realizowane indywidualnie/samodzielnie, bądź pozwalają na tworzenie z nich pomysłów na spędzenie czasu wolnego w dłuższym okresie. Idea produktu to wykorzystanie m.in. 500 kilometrów znakowanych tras rowerowych i w oparciu o tę infrastrukturę pokazanie, w sposób aktywny, obszaru trójkąta turystycznego gościom oraz mieszkańcom subregionu.

Uwaga:

poniższa propozycja nie wyczerpuje puli możliwych do realizacji produktów turystycznych bazujących na sieci szlaków rowerowych. Jest to przykład w jaki sposób produkty te należy tworzyć; przykład mocno koncentrujący się na typie odbiorcy oraz temacie produktu/pomyśle. Pracując nad poniższymi przykładami poszukiwano porównań (benchmarków) w północnych Włoszech, rejon Dolomitów, subregion Alta Badia – po analizie porównawczej uznano, że występuje tam porównywalna gęstość szlaków rowerowych jak w subregionie trójkąta turystycznego, jednakże w oparciu o tę infrastrukturę stworzonych jest kilkadziesiąt propozycji produktów turystycznych adresowanych do „turysty na rowerze”. W każdym z tych produktów bardzo wyraźnie akcentuje się do kogo ów produkt jest adresowany oraz pokazuje się motyw/pomysł produktu. Ponadto produkt opisany jest zawsze w postaci ulotki (małej, do ręki) gdzie znajduje się szkic mapy trasy, zaznaczone są czasy przejazdu poszczególnych odcinków, oznaczona jest skala trudności trasy jak również jest informacja o tym, czy po drodze są obiekty warte zwiedzania typu: farma gdzie prezentuje się życie zwierząt wiejskich/wiejskie jedzenie, muzeum z możliwością udziału w warsztatach twórczości ludowej, etc.

Produkty turystyczne - formy komercjalizacji produktu:

- 1.A. Rowerowy dzień dla rodziny z małymi dziećmi (dzieci do 7 lat jeżdżące samodzielnie na rowerach lub wożone w przyczepkach rowerowych) – pn. „**W KRAINIE RÓŻ**”.

Motyw przewodni: kwiat róży.

Trasa: **Końskowola** centrum koło Urzędu Gminy - dalej: trasa różana – czerwony szlak znakowany pieszy w kierunku Stary Pożóg – **Pożóg** – opuszczamy szlak pieszy, dalej skręt w prawo na szlak znakowany czerwony rowerowy – powrót do Końskowoli przez Skowieszyn szlakiem czerwonym rowerowym – **Końskowola** centrum.

Odległość: ok. **10 km**. Czas przejazdu (dostosowany do małych dzieci): **2,5 godziny** (w tym ok. 30 min. to czas na zwiedzanie upraw róż).

- 1.B. Rowerowy dzień dla rodzin z dziećmi (dzieci starsze - od 7 lat) – pn. „**CZY W GOŁĘBIU SĄ GOŁĘBIE? Nie – ale jest za to Muzeum Nietypowych Rowerów**”.

Motyw przewodni: Muzeum Nietypowych Rowerów w Gołębiu, poszukiwanie orła bielika w Rez. Piskory.

Trasa: **Puławy** – szlak pieszy znakowany niebieski – **Gołąb** (muzeum nietypowych rowerów, Dom Loretański, kościół w stylu renesansowym) – powrót odcinkiem szlaku niebieskiego znakowanego pieszego obok Jez. Nury, do skrzyżowania szlaków i kontynuowanie wycieczki szlakiem niebieskim znakowanym rowerowym (trasa będzie wiodła przez tereny zalesione) – Rez. Piskory (foto-poszukiwanie ptaków, analiza „ptasiego budzika” – tablica na ścieżce dydaktycznej prezentująca czas wstawiania poszczególnych ptaków) - **Bałtów – Puławy**.

Odległość: ok. **33 km**. Czas przejazdu (dostosowany do dzieci): **5,5 godziny** (w tym ok. 2 godziny poświęcamy na zwiedzanie atrakcji w Gołębiu, postój w Rez. Piskory).

- 2.A. Rowerem w towarzystwie (grupy przyjaciół / osoby dorosłe) pn. „**COŚ DLA CIAŁA - COŚ DLA OKA – COŚ DLA UCHA - COŚ DLA DUCHA**”.

Motyw przewodni: lody (coś dla ciała) – po drodze; zwiedzanie (coś dla oka) – Gołąb; natura / ptaki (coś dla ucha) – brzegi Wieprza, rez. Piskory; kościół manierystyczny p.w. Św. Floriana i Katarzyny oraz kaplica loretańska z 1634-38 r. (coś dla ducha) – Gołąb.

Trasa: **Puławy** - szlak rowerowy znakowany niebieski – mijamy Zakłady Azotowe – dojazd do skrzyżowania szlaków wjazd na znakowany szlak pieszy niebieski i skręt (po szlaku znakowanym niebieskim) w prawo do Gołębia – **Gołąb** (muzeum nietypowych rowerów, kaplica loretańska, kościół parafialny) – powrót odcinkiem szlaku niebieskiego znakowanego pieszego do skrzyżowania szlaków i kontynuowanie wycieczki szlakiem niebieskim znakowanym rowerowym (trasa będzie wiodła przez tereny zalesione) - dojazd do skrzyżowania szlaków wjazd na znakowany szlak pieszy żółty w kierunku Niebrzegów – **Niebrzegów** oglądamy brzegi Wieprza – dalej znakowany szlak pieszy żółty Stawy Gózd – dalej szlakiem żółtym pieszym znakowanym docieramy do znakowanego szlaku niebieskiego rowerowego w pobliżu rezerwatu Piskory i kontynuujemy podróż niebieskim szlakiem

znakowanym rowerowym w lewo (opcja: objazd rezerwatu po znakowanej ścieżce – oznaczenie czerwone/ należy dodać do czas przejazdu dodatkową 1 godzinę) – **Bałtów – Puławy**.

Odległość: ok. **39 km**. Czas przejazdu: **4 godziny** (w tym ok. 1 godzina na zwiedzanie atrakcji w Gołębiu, słuchanie śpiewu ptaków nad Wieprzem i w okolicach rezerwatu Piskory).

- 2.B. Rowerem w towarzystwie (grupy przyjaciół / osoby dorosłe) pn. „**DO WÓD – NAŁĘCZOWSKIE SPA**”.

Motyw przewodni: kąpiel w basenie białej glinki w SPA Nałęczów.

Trasa: **Kazimierz Dolny** – trasa rowerowa czerwona znakowana – **Wylągi** (opcja: przejażdżka konna) – **Rzeczycza – Rąblów** (oglądamy stok narciarski i tuż nad rzeką Bystrą miejsce gdzie kiedyś był młyn wodny) – **Kębło** (kapliczka Matki Boskiej Kębelskiej z XVIII wieku z kopią cudownej figurki, której oryginał znajduje się w sanktuarium w Wąwolnicy) – **Wąwolnica** (już w XIII wieku istnieje tutaj gród obronny, w 1370 r. wieś uzyskuje prawa miejskie, buduje się zamek, kaplicę królewską pw. Św. Wojciecha i 3-metrowy mur obronny, w 1458 r. Kazimierz IV Jagiellończyk oddaje parafię benedyktynom ze Świętego Krzyża, którzy obejmują patronatem też miasto – patronat trwa do 1819 roku, od XVII w następuje upadek miasta niszczonego przez wojska rosyjskie, szwedzkie i saskie, w 1870 r. władze carskie pozbawiają Wąwolnicę praw miejskich jako akt represji za wspomaganie powstania styczniowego) – Nałęczów (Park Zdrojowy, Atrium – wizyta w kompleksie basenów / basen z białą glinką) – powrót trasą przejechaną.

Odległość: ok. **24 km** – **plus trasa powrotna: 48 km**. Czas przejazdu: ok. **4,5 godziny** (dojazd do Nałęczowa ze zwiedzaniem atrakcji 2 godziny, Nałęczów SPA – 1 godzina, powrót około 1,5 godziny).

- 2.C. Rowerem w towarzystwie (grupy przyjaciół / osoby dorosłe) pn. „**NA LODY DO KAZIMIERZA DOLNEGO NAD WISŁĄ**”.

Motyw przewodni: lody na rynku w Kazimierzu Dolnym nad Wisłą.

Trasa: **Nałęczów – Wąwolnica** (już w XIII wieku istnieje tutaj gród obronny, w 1370 r. wieś uzyskuje prawa miejskie buduje się zamek, kaplicę królewską pw. Św. Wojciecha i 3 metrowy mur obronny, w 1458 r. Kazimierz IV Jagiellończyk oddaje parafię benedyktynom ze Świętego Krzyża, którzy obejmują patronatem też miasto – patronat trwa do 1819 roku, od XVII w następuje upadek miasta niszczonego przez wojska rosyjskie, szwedzkie i saskie, w 1870 r. władze carskie pozbawiają Wąwolnicę praw miejskich jako akt represji za wspomaganie powstania styczniowego) – **Kębło** (kapliczka Matki Boskiej Kębelskiej z XVIII wieku z kopią cudownej figurki, której oryginał znajduje się w sanktuarium w Wąwolnicy) – **Rąblów** (oglądamy stok narciarski i tuż nad rzeką Bystrą miejsce gdzie kiedyś był młyn wodny) – **Rzeczycza - Wylągi** (opcja: przejażdżka konna) – **Kazimierz Dolny** - powrót trasą przejechaną.

Odległość: ok. **24 km** – **plus trasa powrotna: 48 km**. Czas przejazdu: ok. **4,5 godziny** (dojazd do Kazimierza Dolnego ze zwiedzaniem atrakcji po drodze to ok. 2 godziny, pobyt w Kazimierzu Dolnym to 1 godzina, powrót to ok. 1,5 godziny).

- 3.A. Kuracjusz na rowerze. Rowerowe popołudnie dla nałęczowskich kuracjuszy pn. „**ROWEROWA PIELGRZYMKA DO MATKI BOSKIEJ KĘBELSKIEJ**”.

Motyw przewodni: Matka Boska Kębelska, która zgodnie z tradycją zatrzymała w 1278 najazd tatarski na Lubelszczyznę – obecnie obiekt kultu, miejsce

pielgrzymek o wstawiennictwo w sytuacjach trudnych.

Trasa: **Nałęczów** – szlak znakowany czerwony pieszy lub rowerowy (w kierunku Wąwolnicy / Kazimierza Dolnego nad Wisłą) – **Wąwolnica** (Kościół Parafialny pw. Św. Wojciecha z lat 1907 – 1914, neogotycki, w stylu neogotyku nadwiślańskiego, trójnawowy, z czerwonej cegły. W ołtarzu głównym figura Madonny z XIII/XIV w. wyrzeźbiona w drzewie lipowym zwana Matką Bożą Wąwolnicką. Obok kościoła w prezbiterium dawnego kościoła gotyckiego rozebranego w 1928 r. mieści się figura Matki Boskiej Kębelskiej, obiekt licznych pielgrzymek) – szlak czerwony rowerowy znakowany – **Kębło** (kapliczka Matki Boskiej Kębelskiej z XVIII wieku z kopią cudownej figurki, której oryginał znajduje się w sanktuarium w Wąwolnicy) – powrót do **Nałęczowa** tą samą trasą.

Odległość: ok. **13 km**. Czas przejazdu (w wolnym tempie): **3 godziny** (dojazd do Kębła /6,5 km/ – ok. 1 godzina, zwiedzanie obiegów sakralnych – 1 godzina, powrót do Nałęczowa /6,5 km/ – ok. 1 godzina).

- 3.B. Kuracjusz na rowerze. Rowerowe popołudnie dla nałęczowskich kuracjuszy pn. „**PODRÓŻ DO STOLICY POLSKIEGO KOWALSTWA I ZWIEDZANIE MINI SKANSENU WOJCIECHOWSKO ZAGRODA**”.

Motyw przewodni: Wojciechowsko Zagroda i najświetniejsze polskie kuźnie w Wojciechowie.

Trasa: **Nałęczów** – szlak znakowany rowerowy czerwony (lub wzdłuż drogi Nałęczów –Wojciechów biegnącej równoległe do szlaku) – po drodze dwa młyny na rzece Bystrej - **Wojciechów** (Wojciechowsko Zagroda, Kuźnia w Wojciechowie, Wieża Ariańska – z muzeum kowalstwa) – powrót do **Nałęczowa**.

Odległość: ok. **12 km**. Czas przejazdu (w wolnym tempie): **3,5 godziny** (dojazd do Wojciechowa /6 km/ – ok. 1 godzina, zwiedzanie atrakcji – 1,5 godziny, powrót do Nałęczowa /6 km/ – ok. 1 godzina).

- 4.A. Młodzież szkolna na rowerze – grupa zorganizowana (klasa) (grupa dzieci / młodzieży), pn. **ROWEROWA WYCIECZKA SZKOLNA – DO KAZIMIERZA / DO PUŁAW**.

Motyw przewodni: Kazimierz Dolny nad Wisłą z Puław / Puławy z Kazimierza Dolnego nad Wisłą – rowerem, nie autobusem.

Trasa: Kazimierz Dolny nad Wisłą – Puławy /lub/ Puławy – Kazimierz Dolny nad Wisłą.

Odległość: 15 km. Czas przejazdu (w wolnym tempie): 2 godziny.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – W odniesieniu do oferty o charakterze bardziej elitarnym istnieje konieczność zapewnienia zaplecza spełniającego wysokie wymagania klientów np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale przede wszystkim potrawy kuchni regionalnej, posiadające ofertę dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie produktów winiarskich z Janowca), kawiarnie.	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu; – pola namiotowe / campingi z infrastrukturą biwakową umożliwiające bezpieczny i komfortowy pobyt turystom wraz z rowerami.	Wypożyczalnie rowerów: – najlepiej umożliwiające też przejazd rowerem z jednego punktu do drugiego, gdzie można taki rower oddać (bez konieczności zwrotu roweru jedynie w pierwotnej wypożyczalni) – z infrastrukturą pozwalającą na transport rowerów, – dysponujące rowerami różnych rozmiarów (od rowerów dla dzieci po rowery dla dorosłych), typów (rowery turystyczne ale też tzw. górskie), z akcesoriami rowerowymi (siodła dla małych dzieci, przyczepki do przewozu dzieci, etc.), – posiadające mini warsztaty naprawcze dla rowerów. – Usługi w zakresie transportu uczestników przejażdżek rowerowych na miejsce rozpoczęcia wycieczki i do miejsca zaparkowania samochodów. – Sklepy specjalistyczne oferujące asortyment rowerowy oraz akcesoria rowerowe (w tym odzież, etc.).
Klient – grupa docelowa: – rodziny z dziećmi (w różnym wieku); – kuracjusze stacjonujący w Nałęczowie;		

– turyści indywidualni/grupy przyjaciół zainteresowani obcowaniem z przyrodą i kulturą regionu w formie aktywnego wypoczynku; – dzieci/młodzież szkolna – grupy zorganizowane.	
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – podmiotów specjalizujących się w organizacji wycieczek szkolnych; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju; – portali internetowych specjalizujących się w tematyce rowerowej / turystyce aktywnej np. www.bikeworld.pl dział 'turystyka'; – prasy branżowej dla osób aktywnych np. Magazyn Rowerowy, BikeBoard, i inne; – dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się w Kazimierzu nad Wisłą, Puławach, Nałęczowie jak również podczas imprez typowo rowerowych organizowanych poza subregionem (minimum na terenie Mazowsza, maksimum kraju typu: maratony MTB, Skandia Maratony etc.).	
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013 – 2015	– oznaczenie szlaków poprzez ustawienie tablic informacyjnych opisujących poszczególne szlaki – miejsca startu szlaków / zakończenia, opcjonalnie w miejscach możliwych dojazdów do szlaku/włączenia się. Tablice powinny zawierać: tytuł szlaku, poglądowy rysunek trasy/mapę, informacje tematyczne wraz ze zdjęciami, rysunkami, piktogramami np. gatunki róż, historię kwiatu róży, krótką instrukcję uprawiania; – przygotowanie tablicy tematycznych jakie mogą się pojawiać na szlakach pn. „Ptasi budzik” w rez. Piskory (bazując na istniejących/tworząc nowe); – oznaczenie miejsc tematycznych dla danego szlaku np. gospodarstwa/gospodarstw gdzie, uprawia się róże (zlokalizowanych przy szlaku) – tablice informacyjne oraz możliwość zwiedzenia gospodarstwa, zakupu sadzonki róży, powideł z płatków róż itp.; – wyznaczenie miejsca postojowego przy szlaku – zagospodarowanie (wiata, ławki, w przypadku szlaków rodzinnych dodatkowo mini-place zabaw); – opracowanie i wytyczenie trasy rowerowej Puławy – Kazimierz Dolny (wzdłuż Wisły) w opcji: wypożyczenie rowerów w Puławach (min. 30 rowerów), przejazd do Kazimierza Dolnego (rowery są oddawane w Kazimierzu Dolnym). Trasa wytyczona poza ciągami z ruchem kołowym (samochodowym). W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie dla każdego szklaku ulotki informacyjnej – w wersji tradycyjnej, papierowej. Wszystkie ulotki powinny być spójne graficznie oraz zawierać informacje o innych propozycjach (wzajemnie). Dystrybucja ulotki – punkty informacji turystycznej, sklepy, dworce PKP, usługodawcy turystyczni, sanatoria, restauracje, etc. Dobrym rozwiązaniem byłoby przygotowanie jednego rodzaju stojaka, gdzie można by było prezentować te materiały informacyjne;
- opracowanie mapy/zestawienia wszystkich propozycji w kontekście informatora turystycznego – propozycje na jeden dzień, na dwa dni (weekend), na 4 dni (tzw. przedłużony weekend) na 1 tydzień;
- zamieszczanie tychże informacji na portalu turystycznym subregionu;
- promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.

Inspiracje:

Warto przystępując do realizacji rowerowych produktów turystycznych poszukać inspiracji/pomysłów tras u praktyków. Bardzo dobrym przykładem jest blog rowerowy www.dwarowery.daa.pl opisujący relacje z wycieczek po wielu trasach (pętlach) biegnących po terenie subregionu turystycznego trójkąta Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, z informacjami zarówno o miejscach ciekawych jak i tych wymagających większego doświadczenia.

Tytuł produktu turystycznego: „SIEĆ PARKÓW NORDIC WALKING W SUBREGIONIE TRÓJKĄTA TURYSTYCZNEGO KAZIMIERZ DOLNY – NAŁĘCZÓW – PUŁAWY”

Waler (motyw przyciągający)

Waler podstawowy:

Krajobraz subregionu z następującymi jego elementami:

- pomniki przyrody (np. dąb szypułkowy w Nałęczowie, lipy drobnolistne w Markuszowie, kilkanaście pomników przyrody w Wąwolnicy – dęby szypułkowe, topole białe, wiąz szypułkowy, dęby szypułkowe i sosna czarna w Wojciechowie);
- urozmaicona rzeźba terenu.

Walory uzupełniające:

Dziedzictwo kulturowe obszaru subregionu z następującymi jego elementami:

- budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi,
- domy, wille, dwory,
- zabytki architektury sakralnej,
- przemysłowe zabytki wiejskie (młyny, kuźnie, etc.).

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Głównym założeniem produktu, nazywanego szeroko „Sieć parków nordic walking w subregionie Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy”, jest przygotowanie kilkunastu „pieszych” produktów turystycznych, różnych tematycznie, dostosowanych do różnych grup odbiorców, które mogą być realizowane indywidulanie/samodzielnie, bądź pozwalają na tworzenie na ich podstawie pomysłów na spędzenie czasu wolnego w dłuższym okresie. Idea produktu to wykorzystanie istniejących, oznakowanych szlaków turystycznych (regionalnych i lokalnych) oraz utworzenie i oznakowanie nowych tras, tak aby w oparciu o tę infrastrukturę otworzyć subregion otwarty (poprzez dostosowanie infrastrukturalne oraz wyeksponowane walory krajobrazowe) na turystykę i rekreację pieszą z kijami.

Uwaga:

poniższa propozycja nie wyczerpuje puli możliwych do realizacji produktów turystycznych opierających się na rekreacji pieszej. To przykład w jaki sposób produkty te należy tworzyć, przygotowany wokół jednego centrum turystycznego, Nałęczowa. Przykład ten charakteryzują następujące cechy (wspólne też dla innych, nieopisanych produktów):

- *punkt startu wspólny – układ gwiazdasty zapewniający turystom kilka możliwości wyboru trasy lub pozwalający na realizację wycieczek w ciągu dwóch i więcej dni. Opcja druga jaka stosowana jest przy projektowaniu tego typu tras, to pętle – wariant ciekawszy gdyż nie ma konieczności powrotu tą samą drogą. W obu wariantach miejsce stacjonowania turysty/noclegowe jest jedno (forma ta jest pod tym względem odmienna od typowych górskich wycieczek wielodniowych z plecakiem, które stopniowo zamierają, jako forma spędzania czasu wolnego – obecnie rozwija się turystyka górską piesza tzw. „na lekko”, w języku specjalistycznym zwana „stylem alpejskim”, charakteryzującym się tym, że turysta stacjonuje w danym miejscu i prowadzi całodienne wycieczki z powrotem do bazy głównej, najczęściej zlokalizowanej nie w schronisku górskim a w miejscowości turystycznej. Ten typ organizacji aktywnego urlopu jest tożsamy dla osób uprawiających nordic walking. Informacja ta jest ważna pod kątem projektowania systemów tras dla nordic walking oraz projektowania bazy noclegowej).*
- *mocno koncentrujący się na typie odbiorcy,*
- *wskazanie na temat produktu/pomysł.*

Pracując nad poniższymi przykładami poszukiwano porównań (benchmarków) w północnych Włoszech, rejon Dolomitów, subregion Alta Badia – po analizie porównawczej uznano, że występuje tam porównywalna gęstość szlaków rowerowych jak w subregionie Trójkąta turystycznego, jednakże w oparciu o tę infrastrukturę stworzonych jest kilkanaście propozycji produktów turystycznych adresowanych do „turysty pieszego – nordic walking”. W każdym z tych produktów bardzo wyraźnie akcentuje się do kogo ów produkt jest adresowany oraz pokazuje się motyw/pomysł produktu.

- *Warto – wyznaczając nowe trasy do nordic walking wprowadzić charakterystyczne oznakowanie w terenie (piktogram malowany np. na drzewach przypominający pieszego poruszającego się z kijami). Oznakowanie tego typu zostało m.in. wprowadzone w okolicach Krakowa na obszarze*

Teńczyńskiego Parku Krajobrazowego (wchodzącego w skład Zespołu Parków Krajobrazowych Województwa Małopolskiego dawnej zwanych Zespołem Jurajskich Parków Krajobrazowych). Mimo że trasy nordic walking biegną po trasach pieszych wcześniej wyznaczonych, oznakowanych i uczęszczanych przez turystów/rekreantów weekendowych charakterystyczne oznaczenie pełni rolę nie tylko kierunkowskazu, ale też przyczynia się do promocji tej formy rekreacji w terenie.

Produkty turystyczne - formy komercjalizacji produktu:

- 1.A. Nordic walking w okolicy Nałęczowa - „**Zdobądź Góry z Nałęczowa / poznaj poezję Jana Pocka**” - klient: kuracusz / turysta odpoczywający w Nałęczowie.

Motyw przewodni: miejscowość Góry jako cel wycieczki (opcjonalnie wydłużenie wycieczki o około 4 km – do Markuszowa).

Trasa: **Nałęczów** centrum – wzdłuż drogi 826 prowadzącej do Markuszowa – Góry. Powrót w dwóch wariantach: ta sama trasa lub Gutanów – znakowany szlak rowerowy zielony, dalej znakowany szlak rowerowy niebieski – **Czesławice – Nałęczów**.

Odległość: ok. 16 km. Czas przejścia: **3,5 godziny**.

- 1.B. Nordic walking w okolicy Nałęczowa - „**Spacer do Wąwolnicy**” - klient: kuracusz / turysta odpoczywający w Nałęczowie.

Motyw przewodni: Wąwolnica – miejscowość o bogatej historii.

Trasa: **Nałęczów** centrum – czerwony szlak znakowany pieszy – **Wąwolnica** – powrót tą samą drogą – **Nałęczów**.

Odległość: ok. **10 km**. Czas przejścia: **2 godziny**.

- 1.C. Nordic walking w okolicy Nałęczowa - „**Spacer do Wojciechowa – stolicy polskiego kowalstwa**” - klient: kuracusz / turysta odpoczywający w Nałęczowie.

Motyw przewodni: Wojciechów stolica polskiego kowalstwa oraz Zagroda Wojciechowska – skansen.

Trasa: **Nałęczów** centrum – czerwony szlak znakowany pieszy – po drodze mijamy dwa czynne młyny na rzece Bystra oraz kolejne miejsce po nieistniejącym już młynie - **Wojciechów** – powrót tą samą drogą – **Nałęczów**.

Odległość: ok. **12 km**. Czas przejścia: **2 godziny** (czas nie uwzględnia zwiedzania atrakcji - Wojciechowsko Zagroda i Muzeum Kowalstwa w Wojciechowie).

- 1.D. Nordic walking w okolicy Nałęczowa - „**Młyny wodne te dawne i te dzisiejsze**” - klient: kuracusz / turysta odpoczywający w Nałęczowie.

Motyw przewodni: poznanie tradycji młynarskich okolic Nałęczowa – wzdłuż rzeki Bystrej.

Trasa: **Nałęczów** centrum – wzdłuż rzeki Bystrej – Nowy Gaj – Maszki – powrót do Nałęczowa. (*Trasa wymaga oznakowania*).

Odległość: ok. **16 km**. Czas przejścia: **4 godziny**.

Inne ciekawe pomysły komercjalizacji produktu – idee/pomysły do wykorzystania dla uruchomienia tematycznych szlaków nordic walking:

- **Szlak pn. „Tylko dla dorosłych czyli jak powstają używki – chmiel, tytoń i wino”.** Pomysł: wykorzystanie szlaku znakowanego żółtego z Kazimierza Dolnego na południe w stronę Opola Lubelskiego który wiedzie przez krajobrazy rolnicze z plantacjami chmielu i tytoniu oraz połączenie go (z wykorzystaniem atrakcyjnej przeprawy promowej) z Janowcem i gminą Puławy – wytyczenie, oznakowanie i budowa niezbędnej infrastruktury szlaku biegnącego przez miejscowe winnice (najlepiej z możliwością degustacji wina).
- **Szlak „Nie tylko święci garnki lepią”.** Pomysł: wykorzystanie istniejącego szlaku rowerowego żółtego (pętli), biegnącego wokół Baranowa dla przygotowania szlaku tematycznego dotyczące garncarstwa, z możliwością udziału w warsztatach lepienia garnków, oglądania eksponatów garncarskich, etc.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – Ze względu na różnorodność klientów występuje konieczność zapewnienia zaplecza spełniającego wysokie wymagania klientów np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale przede wszystkim kuchni regionalnej, bogatą w ofertę dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie produktów winiarskich z Janowca), kawiarnie.	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu; – campingi z infrastrukturą biwakową umożliwiające bezpieczny i komfortowy pobyt turystom w korzystających m.in. z samochodów typu camper (podłączenie do prądu, etc.).	– Wypożyczalnie kijów do nordic walking. – Usługi w zakresie transportu uczestników wycieczek na miejsce rozpoczęcia wycieczki i do miejsca zaparkowania samochodów. – Sklepy specjalistyczne oferujące asortyment do biegania, nordic walking, trekkingu (w tym odzież, etc.).

Klient – grupa docelowa:

- kuracjusze stacjonujący w Nałęczowie;
- turyści indywidualni/grupy przyjaciół zainteresowani obcowaniem z przyrodą i kulturą regionu w formie aktywnego wypoczynku.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju;
- touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju;
- portali internetowych specjalizujących się w tematyce nordic walking / turystyce aktywnej;
- prasy branżowej dla osób aktywnych np. Runners i inne;
- dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się w Kazimierzu nad Wisłą, Puławach, Nałęczowie jak również podczas imprez typowo biegowych, turystycznych organizowanych poza subregionem (minimum na terenie Mazowsza, maksimum kraju).

Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:
2013 – 2014	– oznaczenie szlaków poprzez umieszczenie stosownych piktogramów/oznaczeń w terenie w ciągu przebiegu tras oraz ustawienie tablic informacyjnych opisujących poszczególne szlaki – miejsca startu szlaków / zakończenia, opcjonalnie w miejscach możliwych dojazdów do szlaku/włączenia się. Tablice powinny zawierać: tytuł szlaku, poglądowy rysunek trasy/mapę, informacje tematyczne wraz ze zdjęciami, rysunkami, piktogramami np. typy młynów na rzece Bystrej jakie po drodze można zobaczyć; – przygotowanie tablic tematycznych, jakie mogą się pojawiać na szlakach pn. tablica informacyjna przy dawnym młynie z historią tego miejsca; – oznaczenie miejsc tematycznych dla danego szlaku np. gospodarstwa/gospodarstw, gdzie wytwarza się produkty lokalne (zlokalizowanych przy szlaku) – przykład: syrop z mniszka lekarskiego w Górach - tablice informacyjne oraz możliwość zwiedzenia gospodarstwa, zakupu produktów itp.; – wyznaczenie miejsca postojowego przy szlaku – zagospodarowanie (wiata, ławki, etc.) opcjonalnie wyposażonych w terenowe siłownie; – zainicjowanie działań lokalnych wspierających tematycznie szlaki – np. Markuszów uruchomienie naleśnikarni z naleśnikami tatarskimi, czy również w Markuszowie – projekt wspierający opisanie budynków publicznych oraz przestrzeni chodników gminnych używając fragmentów poezji Jana Pocka (w myśl idei krainy Jana Pocka). W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie dla każdego szlaku ulotki informacyjnej – w wersji tradycyjnej, papierowej. Wszystkie ulotki powinny być spójne graficznie oraz zawierać informacje o innych propozycjach (wzajemnie). Bardzo ważnym elementem na ulotce jest poglądowa mapa szlaku wraz z informacją o czasie przejścia poszczególnych odcinków. Ulotka powinna też zawierać oznaczenia trasy / typ trasy: np.

	familijna/rodzinna, rekreacyjna, dla zaawansowanych etc. (oznaczenia przyjmowane w Alpach austriackich, francuskich, włoskich oraz Dolomitach to: for families, easy, medium, difficult). Dystrybucja ulotki – punkty informacji turystycznej, sklepy, dworce PKP, usługodawcy turystyczni, sanatoria, restauracje, etc. Dobrym rozwiązaniem byłoby przygotowanie jednego rodzaju stojaka, gdzie można by było prezentować te materiały informacyjne; – opracowanie mapy/zestawienia wszystkich propozycji w kontekście informatora turystycznego – propozycje na jeden dzień, na dwa dni (weekend), na 4 dni (tzw. przedłużony weekend) lub na 1 tydzień; – zamieszczanie tychże informacji na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.
--	---

Tytuł produktu turystycznego: „W SIOdle”	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Krajobraz subregionu z następującymi jego elementami: – Kazimierski Park Krajobrazowy.	Walory uzupełniające: – Dolina Wisły.
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: Głównym założeniem produktu, nazywanego szeroko „W siodle”, jest przygotowanie kilku „konnych” produktów turystycznych, które mogą być realizowane indywidualnie/samodzielnie, bądź pozwalają na tworzenie z nich pomysłów na spędzenie czasu wolnego w dłuższym okresie. Idea produktu to wykorzystanie istniejącego potencjału kilku gospodarstw oferujących rekreację w siodle (bądź przejazdy bryczkami po terenie) wraz z rozwojem stosownej infrastruktury – szlaki konne. <i>Uwaga:</i> <i>poniższa propozycja ma charakter inspiracyjny; dobrym wzorem do naśladowania jest Łódzki Szlak Konny, przedsięwzięcie realizowane od 2010 r. na terenie województwa łódzkiego. Docelowo będzie to najdłuższy znakowany szlak konny w Europie (1800 km – pętla duża, pętla mała wokół Łodzi – ok. 300km) z pełną infrastrukturą umożliwiającą biwakowanie zarówno dla turystów jak i ich koni.</i> <i>Zalecenia praktyczne:</i> – długość odcinków dziennych/ wycieczek jednodniowych konnych powinna wahać się w przedziale 15 km - 50 km (optymalny dystans dziennych dla konia to 20 – 30 km) – obowiązuje zasada im trudniej technicznie, duża ilość przewyższeń na trasie oraz wielość atrakcji po drodze, tym krócej;	

- na szlaku muszą być przewidziane miejsca postojowe zapewniające przede wszystkim infrastrukturę dla biwakowania koni czyli koniowiązy, miejsca do pojenia koni, miejsca popasu dla koni (tąka);
- podłoże po którym wytyczany jest szlak powinno być możliwie miękkie – piasek, podłoże lessowe, trawa, droga gruntowa. Niekorzystne dla kopyt końskich są drogi kamieniste (ostatecznie asfalt jest lepszy od kamieni).

Pomysły komercjalizacji produktu – idee/pomysły do wykorzystania dla uruchomienia tematycznych szlaków konnych:

- Szlak konny „**Wzdłuż Wisły**”. Pomysł: start szlaku Kazimierz Dolny. Przebieg trasy – tereny otwarte wzdłuż Wisły – prawobrzeżna Wisła i lewobrzeżna Wisła. Wisła przekraczana jest w Puławach (most). Opcjonalnie przeprawa promowa z Janowca do Kazimierza Dolnego;
- Szlak konny „**Lessowe wąwozy**” – okolice Kazimierza Dolnego, Wylągi, Rzeczycza, Bochońnica;
- „**Poznaj Turystyczny Trójkąt w stylu western**” – szlak konny z ofertą jazdy w stylu western: odzież, kapelusze, koń w łaty, etc;
- Zestaw propozycji wycieczek powozami: „**Powozem z Puław do Bronowic**”, „**Powozem z Nałęczowa do Czesławic i Antopola**”, „**Powozem z Nałęczowa do Celejowa**”, „**Powozem po Janowcu**” - Pomysł: przejazd i oglądanie zabytkowych pałaców, zespołów dworskich, starych powozowni, zespołów parkowych. Oferta może być wzbogacona o poczęstunek serwowany na trawie (w stylu piknikowym: koce w kratę, kosze wiklinowe, lokalne produkty, wino lokalne, owoce lokalne, etc.).

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – W odniesieniu do oferty o charakterze bardziej elitarnym konieczność zapewnienia zaplecza spełniającego wysokie wymagania klientów np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale przede wszystkim kuchni regionalnej, oferta dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu.	– Stadniny koni / gospodarstwa gdzie można wynająć konie wraz z osprzętem. – Schroniska/hotele dla koni. – Hipoterapia oraz kucyki dla dzieci. – Usługi w zakresie obsługi koni (podkuwanie, etc.) realizowane w formie dojazdowej – dojazd do konia. – Usługi w zakresie cateringu – dowóz jedzenia do miejsc biwakowych na szlakach („pikniki na trawie”). – Sklep(-y) specjalistyczne oferujące

produktów winiarskich z Janowca), kawiarnie.		asortyment konny (w tym odzież, etc.).
Klient – grupa docelowa: – turyści indywidualni / grupy przyjaciół zainteresowani obcowaniem z przyrodą i kulturą regionu w formie aktywnego wypoczynku; – rodziny z dziećmi (w różnym wieku) – wycieczki w siodle i powozami; – kuracjusze (wycieczki powozami).		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju; – portali internetowych specjalizujących się w tematyce konnej / turystyce aktywnej np. www.galopuj.pl, www.stadniny.pl; – prasy branżowej; – dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się w Kazimierzu nad Wisłą, Puławach, Nałęczowie jak również podczas imprez typowo konnych (w tym międzynarodowych) organizowanych poza subregionem - minimum na terenie Mazowsza i Lubelszczyzny, maksimum kraju.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2015	– oznaczenie szlaków poprzez stosowne oznaczenia przebiegu tras w terenie oraz ustawienie tablic informacyjnych opisujących poszczególne szlaki – miejsca startu szlaków / zakończenia, opcjonalnie w miejscach możliwych dojazdów do szlaku/włączenia się. Tablice powinny zawierać: tytuł szlaku, poglądowy rysunek trasy/mapę, informacje tematyczne wraz ze zdjęciami, rysunkami, informacje o miejscach postojowych ze zwróceniem informacji na infrastrukturę dla koni, informację o podłożu (drogi gruntowe, paski, trawa, etc.); – oznaczenie miejsc tematycznych dla danego szlaku np. gospodarstwa/gospodarstw gdzie hodzi się konie (zlokalizowanych przy szlaku); – wyznaczenie miejsca postojowego przy szlaku – zagospodarowanie (wiata, ławki, koniowiązy, poidła dla koni, łąka – miejsce popasu dla koni). W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie dla każdego szlaku ulotki informacyjnej – w wersji tradycyjnej, papierowej. Wszystkie ulotki powinny być spójne graficznie oraz zawierać informacje o innych propozycjach (wzajemnie). Dystrybucja ulotki – punkty informacji turystycznej, sklepy,	

	dworce PKP, usługodawcy turystyczni, restauracje, etc. Dobrym rozwiązaniem byłoby przygotowanie jednego rodzaju stojaka gdzie można by było prezentować te materiały informacyjne; – opracowanie mapy / zestawienia wszystkich propozycji w kontekście informatora turystycznego – propozycje na jeden dzień, na dwa dni (weekend), na 4 dni (tzw. przedłużony weekend) na 1 tydzień; – zamieszczanie tychże informacji na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.
--	--

Tytuł produktu turystycznego: GEOPARK – CZYLI PODRÓŻ DO WNETRZA ZIEMI	
Waler (motyw przyciągający)	
Waler podstawowy: Krajobraz (geologia i geomorfologia) subregionu z następującymi jego elementami: – zinwentaryzowane 222 geostanowiska na obszarze projektowanego „Geoparku Małopolski Przełom Wisły”, – zinwentaryzowane pozostałe stanowiska geologiczne na obszarze subregionu – warte uwagi turystycznej: w Rzezycy Kolonii i Wierzchoniowie.	Walory uzupełniające: Dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze obszaru subregionu z następującymi jego elementami: – budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi, – domy, wille, dwory, – zabytki architektury sakralnej, – przemysłowe zabytki wiejskie (młyny, kuźnie, etc.). – pomniki przyrody (dąb szypułkowy w Nałęczowie, lipy drobnolistne w Markuszowie, kilkanaście pomników przyrody w Wąwolnicy – dęby szypułkowe, topole białe, wiąz szypułkowy, dęby szypułkowe i sosna czarna w Wojciechowie).
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: <i>Uwaga wstępna:</i> - poniżej przedstawiono dwa nurty możliwej komercjalizacji produktu (nie wykluczające się / uzupełniające się). Nurt pierwszy bazuje na walorze przyrodniczym jakim jest odkrywka geologiczna (stanowisko geologiczne) – ważne: wysoce czytelna dla nieprofesjonalisty, wokół której tworzy się tzw. historie rozbudzające wyobraźnię. Jest to popularny na świecie nurt prezentowania przyrody nieożywionej w postaci geostanowisk. Nurt ten jest zaprezentowany pod opisanym przykładowym produktem: szlak geologiczny „Podróż do wnętrza Ziemi – śladami Juliusza Verne”. Nurt drugi w pełni bazuje na projekcie „Geopark Małopolski Przełom Wisły” w ramach którego zakłada się prezentację ciekawych geostanowisk w systemie	

szlaków pieszych oraz rowerowych wytyczonych i oznakowanych w terenie. Nurt ten zakłada prezentację przyrody nieożywionej w sposób profesjonalny (bez uciekania się do popularnej obecnie w turystyce np. tzw. narracji historycznej). Z uwagi na charakter obiektów (ich czytelność w terenie) nurt ten kierowany jest do specjalistów w dziedzinie geologii lub pasjonatów tematu.

W obu przypadkach kompendium wiedzy specjalistycznej, do tworzenia produktów turystycznych których walorem podstawowym jest stanowisko geologiczne, jest opracowanie pn. „Geopark Małopolski Przełom Wisły” wykonane przez konsorcjum kilku podmiotów pod kierownictwem Uniwersytetu Marii Curie - Skłodowskiej z Lublina.

- **Szlak geologiczny „Podróż do wnętrza Ziemi – śladami Juliusza Verne”.** Pomysł: wykorzystując pięć miejsc – nieczynne kamieniołomy w Bochothnicy ze stanowiskiem dokumentacyjnym „Ściana Pożaryskich”, w Rzeczyca – Kolonii, Wierzchniowie, Kazimierzu Dolnym, Janowcu, Nasiłowie, wytyczenie szlaku tematycznego łączącego wspomniane miejsca bądź opisującego poszczególne lokalizacje (we wszystkich pięciu lokalizacja konieczność wyznaczenia ścieżek edukacyjnych). Ponadto przygotowanie muzeum geologicznego na wolnym powietrzu w kamieniołomie w Bochothnicy wraz z infrastrukturą typu parking, tablice informacyjne, ścieżka dydaktyczna, etc.; pozostałe miejsca zostają zagospodarowane - małe parkingi, wytyczone i oznakowane ścieżki dojścia, tablice informacyjne na drogach oraz tablice informacyjne przy obiektach geologicznych, zagospodarowane miejsca piknikowe. Pamiętając o Juliuszu Verne koniecznym jest zaakcentowanie „tematu” np. na wszystkich tablicach informacyjnych znajdujących się przy lokalizacjach stanowisk geologicznych. Przykłady: ciekawostki dotyczące życia autora – kim był, skąd pochodził, co tworzył, dalej – ciekawostki dotyczące samej powieści napisanej w 1864 r., np. rycina oryginalnej okładki książki, dalej – ciekawostki o bohaterach powieści: Otto Lindenbrock’u porywczym profesorem mineralogii, Axelu Lindenbrock’u bratanku profesora i ich przewodniku, Islandczyku Hansie.
- **Geopark Małopolski Przełom Wisły.** Pomysł: wytyczenie, oznakowanie w terenie oraz opisanie (przewodnik, mapa, strona/zakładka na www) kilku szlaków pieszych i rowerowych (szczegółowo trasy te – przebieg trasy, długość trasy, atrakcje geologiczne i geomorfologiczne, opisane są w zestawie 22 propozycji zawartych z opracowaniu pn. „Geopark Małopolski Przełom Wisły”).

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – Ze względu na różnorodność klientów występuje konieczność zapewnienia zaplecza spełniającego wysokie wymagania klientów	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu;	– Wypożyczalnia rowerów, wypożyczalnia kijków do nordik walking. – Usługi w zakresie transportu uczestników wycieczek na miejsce rozpoczęcia wycieczki i do miejsca zaparkowania samochodów. – Sklepy specjalistyczne oferujące asortyment do biegania, nordic walking, trekkingu, jazdy

np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale przede wszystkim kuchni regionalnej, bogatą w ofertę dobrych win i jakościowych alkoholi (wykorzystanie produktów winiarskich z Janowic), kawiarnie.	– campingi z infrastrukturą biwakową umożliwiające bezpieczny i komfortowy pobyt turystom w korzystających m.in. z samochodów typu camper (podłączenie do prądu, etc.).	na rowerze (w tym odzież, etc.). – Sklep(-y) oferujący(-e) „pamiątki” geologiczne.
Klient – grupa docelowa: – miłośnicy geologii (pasjonaci tematu), studenci geologii; – turyści indywidualni/grupy przyjaciół zainteresowani obcowaniem z przyrodą regionu w formie aktywnego wypoczynku.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju; – portali internetowych specjalizujących się w tematyce geologicznej; – dystrybucja oferty podczas ważnych imprez odbywających się w Kazimierzu nad Wisłą, Puławach, Nałęczowie jak również podczas imprez typowo biegowych, rowerowych, turystycznych organizowanych poza subregionem (minimum na terenie Mazowsza, maksimum kraju); – uczelnie wyższe z wydziałami geologicznymi (lub szerzej wydziałami nauk o ziemi), instytuty naukowe i badawcze.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2014	– uporządkowanie terenu wokół geostanowisk oraz samych geostanowisk (np. usunięcie dzikich wysypisk śmieci które obecnie często znajdują się m.in. w geostanowiskach, etc). , wykonanie zabezpieczeń; – oznaczenie szlaków poprzez ustawienie tablic informacyjnych opisujących poszczególne szlaki – miejsca startu szlaków / zakończenia, opcjonalnie w miejscach możliwych dojazdów do szlaku/włączenia się. Tablice powinny zawierać: tytuł szlaku, poglądowy rysunek trasy/mapę, informacje tematyczne wraz ze zdjęciami, rysunkami, piktogramami dotyczącymi geostanowisk jakie znajdują się na szlaku, ale też innych ciekawych obiektów (kościół, młyny, zamki, pałace, etc.); – wyznaczenie miejsca postojowego przy szlaku – zagospodarowanie (wiata, ławki, etc.). W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – opracowanie dla każdego szlaku ulotki informacyjnej – w wersji tradycyjnej, papierowej. Wszystkie ulotki powinny być spójne	

	graficznie oraz zawierać informacje o innych propozycjach (wzajemnie). Bardzo ważnym elementem na ulotce jest poglądowa mapa szlaku wraz z informacją o czasie przejścia poszczególnych odcinków. Warto aby ulotka zawierała oznaczenia trasy / typ trasy: np. rodzinna/rodzinna, rekreacyjna, dla zaawansowanych etc. (oznaczenia przyjmowane w Alpach austriackich, francuskich, włoskich oraz Dolomitach to: for families, easy, medium, difficult). Dystrybucja ulotki – punkty informacji turystycznej, sklepy, dworce PKP, usługodawcy turystyczni, sanatoria, restauracje, etc. Dobrym rozwiązaniem byłoby przygotowanie jednego rodzaju stojaka, gdzie można by było prezentować te materiały informacyjne; – opracowanie mapy / zestawienia wszystkich propozycji w kontekście informatora turystycznego – propozycje na jeden dzień, na dwa dni (weekend), na 4 dni (tzw. przedłużony weekend) lub na 1 tydzień lub według „innego klucza” – np. kresów geologicznych; – zamieszczanie tychże informacji na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.
--	---

3.1.6 WZMACNIANIE ROZPOZNAWALNYCH MAREK W SUBREGIONIE W OPARCIU O NOWE TRENDY TURYSTYCZNE



Tytuł produktu turystycznego: DBAJ O ZDROWIE W NAŁĘCZOWIE	
Walog (mowy przyciągający)	
Walog podstawowy: – Tradycje lecznicze Nałęczowa sięgające XIX wieku. Uzdrowisko – Specyficzny mikroklimat Nałęczowa - jego właściwości lecznicze powodują samoczynne obniżanie ciśnienia tętniczego krwi oraz zmniejszanie dolegliwości chorób serca.	Walory uzupełniające: – 6 sanatoriów (z których trzy należą do Zakładu Leczniczego Uzdrowisko Nałęczów S.A., a dwa przystosowane dla osób na wózkach inwalidzkich) oraz kilka niepublicznych placówek medycznych i prywatnych klinik. – Miejscowe SPA & Wellness.

	– Wody mineralne. – Park zdrojowy, zabytkowe wille, ścieżki i trasy turystyczne w Nałęczowie.	
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: – Produkt ma być odpowiedzią na współczesne trendy turystyczne. Zgodnie z nimi wzrasta znaczenie tzw. turystyki medycznej/paramedycznej. Oprócz tradycyjnych form leczniczych kultywowanych w Nałęczowie i okolicach od ponad wieku w ramach produktu rozwijane będą inicjatywy zaspakajające potrzeby turystów/klientów w zakresie profilaktyki prozdrowotnej, rehabilitacji, medycyny estetycznej, pielęgnacji, relaksacji. Produkt ma dbać zarówno o zdrowie fizyczne jak i psychiczne klientów. Przykłady komercjalizacji oferty: – Leczenie sanatoryjne – dodatkowe formy aktywności dla kuracjuszy poza zabiegami finansowanymi z NFZ (warsztaty, wycieczki, animacje) – Weekend dla zapracowanych – relaks w SPA, sesje odśrobowujące, regeneracyjne dla osób przepracowanych, zestresowanych pracą, potrzebujących szybkiej regeneracji sił w trakcie weekendowego wypadu za miasto -> oferta połączona z produktami opisanymi w Programie „Po terenie – połączeni szlakami”; – Weekend dla rodziców – oferta dla mam i ojców – zabiegi lecznicze, pielęgnacyjne, relaksacyjne w trakcie których dzieci będą miały zapewnioną opiekę – animacja zajęć dla dzieci przez przeszkolone osoby – zajęcia ruchowe, gry, zabawy. – Zdrowe gotowanie – warsztaty kulinarne i praktyczne zajęcia ze zdrowej kuchni (edycje weekendowe połączone z zabiegami medycznymi). <i>Możliwe także inne formy pakietowych pobytów np. babski weekend, świąteczny relaks itp. ważne by ofertę medyczną/prozdrowotną oferować w powiązaniu z przykładami komercjalizacji opisanymi w pozostałych Programach turystycznych.</i>		
Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – Oferta gastronomiczna powinna uwzględniać potrawy dostosowane do potrzeb kuracjuszy (wskazane w diecie przy schorzeniach)	Zaplecze noclegowe w postaci: – obiektów o wysokim standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) w pobliżu SPA; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu; – miejsca w sanatoriach.	– Wyposażenie przydane w zabiegach prozdrowotnych, pielęgnacyjnych, relaksacyjnych, odśrobowujących; – Infrastruktura rekreacyjna dla dzieci.

kardiologicznych) oraz osób dbających o zdrowie (kuchnia zdrowa, przygotowywana na bazie świeżych, ekologicznych produktów).		
Klient – grupa docelowa: – Kuracjusze – osoby ze schorzeniami kardiologicznymi; – Osoby narażone na stres i przemęczone pracą – np. kadra menedżerska; – Rodzice z małymi dziećmi; – Osoby dbające o zdrowie i urodę.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – przychodni kardiologicznych; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju; – portali internetowych specjalizujących się w tematyce prozdrowotnej, dbania o urodę, sylwetkę, związanej ze zdrowym stylem życia; – dystrybucja oferty do dużych korporacji w większych miastach.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2014	W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – zamieszczanie informacji o produkcie na portalu turystycznym subregionu; – promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.	

Tytuł produktu turystycznego: TURYSTYKA KONGRESOWA I SZKOLENIOWA W REGIONIE		
Walog (moww przywągaww)		
Walog podstawowy: – Atrakcyjne tereny pod wzgwłdem krajobrazowym i kulturowym sprzywaww uzupełnaww oferty szkoleniowo-kongresowej (atrakcje czasu wolne). – Obiekty konferencyjne i hotelowe w Kazimierzu Dolnym, Nałwczowie i Puławach	Walory uzupełnaww: Dziedzictwo kulturowe obszaru subregionu z nastwpujwymi jego elementami: – budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi, – domy, wille, dwory, – zabytki architektury sakralnej, – przemysłowe zabytki wiejskie (młyny, kuźnie, etc.). Wyspecjalizowane centrum naukowo-badawcze w Puławach. Tradycyjne miejsce spotkań środowisk twórczych.	
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: – Produkt w takiej postaci odpowiada na trendy w turystyce sprzywaww organizacji wydarzeń o charakterze szkoleniowym lub kongresowym poza miejscem pracy lub zamieszkania uczestników. Co raz wieww firm, instytucji czy organizacji branżowych wybiera na miejsce szkolenia/kongresu atrakcyjnie usytuowane obiekty wyposażone w sale konferencyjne/szkoleniowe. Głównym założeniem jest zapewnienie nie tylko komfortowych warunków do pracy/nauki/wymiany doświadczeń, ale także zorganizowanie ciekawego programu wydarzeń poza godzinami zajęć. Różnorodność przyrodnicza i bogactwo dziedzictwa kulturowego subregionu gwarantuje atrakcyjne zagospodarowanie wolnego czasu uczestnikom szkoleń/kongresów/zjazdów itp. Przykłady komercjalizacji oferty: – Szkolenia pracownicze dla firm połączone z formami integracyjnymi; – Zjazdy/konferencje środowisk branżowych np. literatów, dziennikarzy, architektów; – Konferencje naukowe/branżowe związane ze specyfiką regionu np. ornitologiczne, geologiczne, weterynaryjne, rolnicze.		
Pożwdana baza turystyczna umożliwaww funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną	Zaplecze noclegowe w postaci:	– Infrastruktura niezbędna do organizacji konferencji/szkoleń – odpowiednie

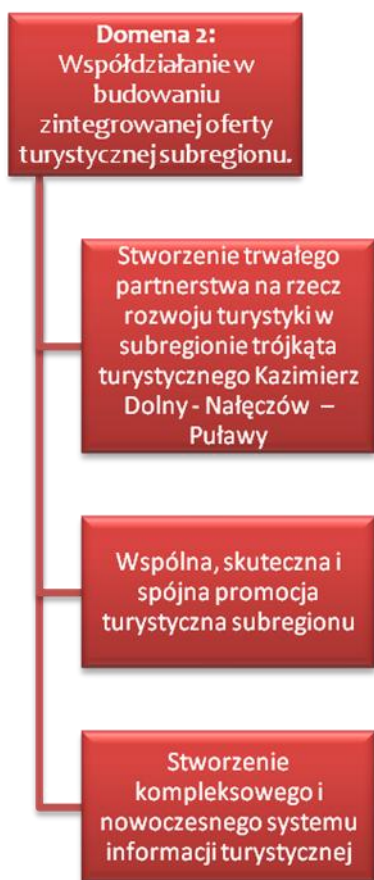
korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. – Baza gastronomiczna gotowa do obsługi większych/zorganizowanych grup przy obiektach szkoleniowo-kongresowych	– obiektów o wysokim standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) w pobliżu centrów szkoleniowo-kongresowych lub w ich ramach, zapewniających odpowiednią ilość miejsc noclegowych w pokojach 1/2 – osobowych.	wyposażenie sal, nagłośnienie, urządzenia audiowizualne itp.
Klient – grupa docelowa: – Kadra zarządzająca i pracownicy firm oraz administracji publicznej; – Środowiska branżowe i artystyczne; – Środowiska naukowe i akademickie.		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – Instytucje szkoleniowe (Instytucje zarządzające projektami szkoleniowymi finansowymi z UE); – Instytuty badawcze i jednostki naukowe; – Firmy zajmujące się profesjonalną obsługą kongresów, konferencji, szkoleń; – Korporacje zawodowe; – Działy HR dużych firm.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
2013 – 2014	W ramach działań promocyjnych konieczne jest: – promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych związanych z rozwojem zawodowym, HR, szkoleniami itp. – przygotowanie oferty subregionalnych centrów szkoleniowo-kongresowych w połączeniu z bazą noclegową oraz propozycjami spędzania czasu wolnego w powiązaniu z pozostałymi produktami turystycznymi – oferta w postaci ulotek, strony internetowej, broszur, folderów reklamowych.	

Tytuł produktu turystycznego: SPORT NA KAŻDY SEZON		
Walog (moyw przyciągający)		
Walog podstawowy: – Różnorodność przyrodnicza terenu sprzyjająca uprawianiu różnych form sportów m.in. kajakarstwo, pływanie, turystyka rowerowa, bieganie, narciarstwo.	Walory uzupełniające: Dziedzictwo kulturowe obszaru subregionu z następującymi jego elementami: – budowle rezydencjonalne i pałacowe wraz z zespołami parkowymi, – domy, wille, dwory, – zabytki architektury sakralnej, – przemysłowe zabytki wiejskie (młyny, kuźnie, etc.). Infrastruktura sportowa w postaci stoków narciarskich, tras rowerowych, spacerowych, pływalni, kortów tenisowych itp.	
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: – Produkt zawiera ofertę dla osób aktywnych, lubiących sport i ruch przede wszystkim na świeżym powietrzu. Konstrukcja produktu zakład utrzymanie oferty sportowej przez cały rok. Dywersyfikacja oferty na sezon letni i zimowy oraz ze względu na grupę odbiorców i długość ich pobytu w regionie. – Rodzinne wakacje/ferie – oferta kilkudniowego pobytu w subregionie ukierunkowana na aktywność fizyczną – oferta dostosowana i różnicowana pod kątem dzieci w różnym wieku. – Sportowe uniesienia w weekend – oferta zimowego lub letniego intensywnego wypoczynku dla grup znajomych/przyjaciół. – Obozy sportowe dla dzieci i młodzieży (w zależności od rozwoju bazy sportowej także dla profesjonalnych sportowców – klubowych i reprezentacyjnych). – Imprezy/zawody sportowe – cykliczne imprezy o charakterze ponadregionalnym np. Zawody Balonowe w Nałęczowie, Etap Tour de Pologne, Zawody kajakowe/regaty wioślarskie. <i>Oferta ściśle powiązana z produktami turystycznymi m.in. Meandry Wieprza, Relaks nad Wisłą, oraz Programem turystycznym „Po terenie – połączeni szlakami”</i>		
Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w	Zaplecze noclegowe w postaci:	– Infrastruktura sportowa w postaci m.in. boisk

oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.	– obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu; – campingi z infrastrukturą biwakową umożliwiające bezpieczny i komfortowy pobyt turystom w korzystających m.in. z samochodów typu camper (podłączenie do prądu, etc.).	do gier zespołowych, wyciągów narciarskich, pływalni, kortów tenisowych, tras rowerowych, biegowych, spacerowych, szlaków kajakowych, ścianek wspinaczkowych itd. – Wyposażenie obiektów turystycznych w punkty odnowy biologicznej; – Parkingi samochodowe w miejscach sportu i rekreacji.
Klient – grupa docelowa: – Rodziny z dziećmi; – Grupy przyjaciół; – Uczestnicy obozów sportowych dla dzieci i młodzieży; – Sportowcy; – Turyści indywidualni (pasjonaci aktywnego wypoczynku).		
Dystrybucja produktu: Oferta kierowana przede wszystkim do: – punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju; – touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju; – portali internetowych specjalizujących się w tematyce sportowej / turystyce aktywnej. – Klubów sportowych, ośrodków sportu i rekreacji .		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	

2013 – 2014	— Przystosowanie istniejącej infrastruktury sportowej lub stworzenie nowej w celu wydłużenia sezonu turystycznego. — Organizacja imprezy sportowej o charakterze ponadregionalnym – cyklicznej lub aplikowanie do odpowiednich central sportowych ws. organizacji zawodów sportowych o charakterze pucharowym lub mistrzowskim. — Opracowanie mapy obiektów sportowych subregionu. W ramach działań promocyjnych konieczne jest: — promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych związanych z aktywnym wypoczynkiem; — przygotowanie oferty obozów sportowych dla amatorów i zawodowców reprezentujących różne dyscypliny sportu; — opracowanie i instalacja informacji wizualnej na terenie subregionu informującej o atrakcjach sportowych subregionu.
-------------	--

3.2. Plan działań dla Domeny 2. Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu.



Cel strategiczny I: Stworzenie trwałego partnerstwa na rzecz rozwoju turystyki w subregionie trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.

Cel strategiczny koncentruje się na zbudowaniu trwałego partnerstwa osób, podmiotów i instytucji zajmujących się działalnością turystyczną i paraturystyczną w subregionie, służącego realizacji wspólnej polityki rozwoju turystycznego subregionu oraz wzmacniania jego pozycji konkurencyjnej na turystycznych rynkach krajowych i zagranicznych. Wspólne, skoordynowane działania dają większą szansę na wypromowanie produktu i dotarcie do potencjalnego klienta z informacją o lokalnych atrakcjach. Działania w ramach tego celu służą wzmacnianiu potencjału podmiotów działających w subregionie w obszarze turystyki, budowaniu zdolności i stwarzaniu możliwości do łączenia komplementarnych pomysłów i inicjatyw w zakresie kreowania oferty turystycznej, a także zwiększania kompetencji i wiedzy w ramach realizowanej współpracy. Wszystko to wpływać będzie na budowanie klimatu rzeczywistej współpracy.

Elementem szczególnie integrującym i zacieśniającym współpracę partnerów turystycznych w subregionie będzie oparcie jej na standardach budujących wzajemne zaufanie i zaangażowanie oraz dające poczucie współodpowiedzialności, bezpieczeństwa i jasności oczekiwań i stawianych celów.

Proponowane zadania:

1. Powołanie **Rady Programowej ds. Turystyki** składającej się z przedstawicieli władz lokalnych, przedstawicieli Lokalnej Grupy Działania „Zielony Pierścień”, Lokalnej Organizacji Turystycznej „Kraina Wąwozów Lessowych” oraz operatorów turystycznych funkcjonujących na terenie subregionu. Opracowanie zasad i harmonogramu funkcjonowania.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
do końca II kwartału 2013 r.	Podmiot wskazany przez partnerów Projektu oraz partnerów społecznych i gospodarczych	zadanie nie wymagające ponoszenia nakładów finansowych

2. Przegląd sezonu (opcjonalnie: Bilans sezonu) - organizacja cyklicznych (corocznych, lub dwa razy do roku) spotkań przedstawicieli głównych operatorów turystycznych, JST, celem dokonania podsumowania sezonu oraz ustalenia założeń w sferze inwestycyjnej, merytorycznej i organizacyjnej służących przygotowaniu się na kolejny sezon turystyczny.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe spotkania raz w roku począwszy od 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

3. **Wspólny Kodeks Współpracy** - wypracowanie i wdrożenie standardów współpracy pomiędzy podmiotami dostarczającymi usługi turystyczne na terenie subregionu w zakresie:

- przepływu informacji o podejmowanych inwestycjach, działaniach, ofertach produktach;
- wspólnej promocji turystycznej subregionu;
- wspólnego organizowania wydarzeń i imprez turystycznych;
- wytycznych dla łączenia istniejących i nowopowstałych atrakcji turystycznych w zintegrowane pakiety turystyczne;
- zasad służących spełnianiu standardów jakości usług turystycznych oferowanych na terenie subregionu.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program

		Współpracy, Fundusze Norweskie)
--	--	---------------------------------

4. Organizacja **Targów lub Forum Wspólnych Doświadczeń „Działamy razem”** (lub opcjonalnie „Pierścień Współpracy”) – jednodniowe wydarzenie organizowane corocznie poświęcone promowaniu w subregionie działań partnerskich w zakresie rozwoju potencjału turystycznego oraz prezentacji wspólnych projektów i zaangażowanych w ich realizację podmiotów. W ramach Targów organizacja konferencji wzbogaconej o prezentację dobrych przykładów z innych regionów kraju czy zagranicy w zakresie skutecznej współpracy na rzecz rozwoju turystyki, warsztaty tematyczne (np. promocja turystyczna, informacja, tworzenie produktu turystycznego, marketing produktu, budowanie marki turystycznej itp.), przestrzeń wystawiennicza służąca prezentacji lokalnych atrakcji turystycznych subregionu, degustacja produktów lokalnych, wydawnictwo pokonferencyjne.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie cykliczne – raz w roku, począwszy od 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

5. Platforma Współpracy – stworzenie powszechnie dostępnej bazy (np. zakładka na portalu turystycznym subregionu) umożliwiającej zamieszczanie przez podmiotów zainteresowanych partnerską realizacją działań informacji w zakresie potencjalnych obszarów współpracy, możliwości włączenia się w realizowane działania czy poszukiwanych do realizacji swoich przedsięwzięć partnerów.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

6. Opracowanie szczegółowych założeń Systemu zapewnienia jakości usług turystycznych świadczonych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy pn. „Turystyczny Trójkąt Jakości”. Opracowanie narzędzi badawczych służących pomiarowi jakości usług turystycznych, powołanie kapituły przyznającej certyfikaty jakości, opracowanie kryteriów/zasad certyfikacji, opracowanie katalogu przywilejów wynikających z posiadania certyfikatu jakości itp.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

Cel strategiczny II: Wspólna, skuteczna i spójna promocja turystyczna subregionu

Osiągnięcie sukcesu na rynku turystycznym nie jest możliwe bez spójnej i efektywnej promocji subregionu na wybranych rynkach docelowych. Stąd konieczne jest podejmowanie działań zapewniających zbudowanie silnego i rozpoznawalnego wizerunku turystycznego całego subregionu, a także prowadzenie skutecznej promocji atrakcji turystycznych subregionu.

Zintegrowane i skoordynowane działania z zakresu promocji turystycznej subregionu i jego walorów powinny opierać się na wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi i nośników promocyjnych takich jak chociażby internet. Stąd działania wskazane w ramach tego celu koncentrują się na stworzeniu spójnego dla całego subregionu systemu identyfikacji wizualnej, wypracowaniu zasad promocji wzajemnej przez partnerów turystycznych działających w subregionie, a także prowadzeniu strategii promocji medialnej.

Proponowane zadania:

1. Zamieszczenie na **stronach internetowych każdej jednostki samorządu terytorialnego** (a także LGD) wchodzącego w skład subregionu informacji i materiałów w zakresie:

- atrakcji turystycznych danej jednostki i całego subregionu;
- produktów turystycznych dostępnych na terenie danej jednostki i całego subregionu;
- kalendarza imprez i wydarzeń turystycznych oferowanych w danej miejscowości i całym subregionie;
- linków do portalu turystycznego subregionu skupiającego całościową informację turystyczną dla subregionu.

Dbłość o stałą aktualizację danych. Zamieszczenie informacji na stronach internetowych w formie np. nowej zakładki w oparciu o wystandaryzowaną formułę (jednolity dla całego subregionu layout).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2012 - 2013	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

2. **Program Promocji Wzajemnej** – opracowanie zasad wzajemnego promowania się (*marketing lokalnie szepcany*) w zakresie:

- dostępnych w subregionie atrakcji i ofert turystycznych oraz usług oferowanych przez inne podmioty (np. poleć sąsiada, zasada „n + 3” – poleć 3 dodatkowe atrakcje poza swoimi itp.);
- dystrybucji wydawanych materiałów promocyjnych prezentujących atrakcje turystyczne występujące na terenie subregionu, oferowane produkty turystyczne, dostępną bazę noclegowo-gastronomiczną, w każdym miejscu czy punkcie świadczenia jakiegokolwiek usługi turystycznej;
- wykorzystywania elementów dekoracyjnych prezentujących i promujących walory turystyczne subregionu (zdjęcia, obrazy, produkty lokalne w karcie menu itp.);
- zamieszczenie linków do portalu turystycznego oraz innych atrakcji na własnych stronach internetowych.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe począwszy od 2012	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	zadanie nie wymagające ponoszenia nakładów finansowych

3. Zamieszczenie **tablic promocyjnych** prezentujących atrakcje turystyczne subregionu:

- na wjazdach i wyjazdach z miejscowości leżących na obszarze subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy;
- przy punktach informacji turystycznej zlokalizowanych w subregionie;
- przy głównych węzłach komunikacyjnych (np. dworce PKP, PKS i in.);
- przy ważnych atrakcjach turystycznych (obiekty, miejsca, szlaki itp.).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

4. Regularne zamieszczanie w prasie lokalnej, regionalnej i branżowej informacji promocyjnych o atrakcjach subregionu i organizowanych wydarzeniach (np. Kurier Lubelski, wkładka do lokalnego wydania Gazety Wyborczej i in.).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
Działanie stałe począwszy od 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	zadanie nie wymagające ponoszenia nakładów finansowych

5. **Przyjazne media** – nawiązanie stałej współpracy z przedstawicielami mediów pisanych, radiowych i telewizyjnych:

- opracowanie wykazu dziennikarzy zajmujących się tematyką związaną z turystyką i współpracujących na terenie subregionu;
- wskazywanie dziennikarzom ciekawych tematów związanych z realizowanymi działaniami w zakresie rozwoju turystyki w subregionie, organizowanych wydarzeniach, nowopowstałych pakietach/produktach turystycznych i in.;
- pozyskiwanie patronatów medialnych dla kilku najważniejszych (kluczowych) wydarzeń organizowanych na terenie subregionu;
- promocja kluczowych programów turystycznych (wskazanych w ramach Domeny 1) w formie cyklu audycji radiowych lub cyklu artykułów osobno dla każdego z programów turystycznych i planowanych w jego ramach produktów;

- utworzenie i prowadzenie profilu subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy na facebooku.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
Działanie stałe począwszy od 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	zadanie nie wymagające ponoszenia nakładów finansowych; środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie) (prowadzenie profilu na facebooku)

6. Opracowywanie materiałów promocyjnych (ulotki, foldery, plakaty, katalogi) zawierających m.in.: opis produktów/pakietów turystycznych oferowanych na terenie subregionu; coroczny kalendarz imprez i wydarzeń oraz system szerokiej dystrybucji zarówno poprzez rozdysponowywanie wśród podmiotów świadczących jakąkolwiek usługę turystyczną, ale również dystrybucja wśród touroperatorów funkcjonujących poza granicami subregionu (zasięg region, kraj i zagranica). Materiały opracowywane z uwzględnieniem co najmniej trzech wersji językowych.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działania stałe począwszy od 2013	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

Cel strategiczny III: Stworzenie kompleksowego i nowoczesnego systemu informacji turystycznej

Dobrze zorganizowana, aktualna i łatwo dostępna informacja turystyczna jest kluczowym czynnikiem sukcesu dla każdego liczącego się obszaru turystycznego, dlatego konieczne jest usprawnienie systemu informacji turystycznej dla całego subregionu, uwzględniając przy tym istotny wzrost roli informacji i sprzedaży przez internet. Obecnie informacja o atrakcjach turystycznych występujących w subregionie, dostępnej bazie noclegowej, gastronomicznej czy towarzyszącej jest rozproszona, stąd konieczność podejmowania działań służących skumulowaniu pełnej informacji turystycznej w jednym miejscu, dostępnym także za pomocą wszelkich urządzeń mobilnych. W tym aspekcie ważny jest ponadto rozwój systemów rezerwacji usług turystycznych *on line*. Budowanie systemu informacji turystycznej powinno być uzupełnione o realizację cyklicznych badań ruchu turystycznego, tak by konstruowana oferta i komunikaty do potencjalnych turystów były zgodne z ich oczekiwaniami i potrzebami.

132

Proponowane zadania:

1. Stworzenie **portalu turystycznego** subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy zawierającego pełną, całościową i aktualną informację o m.in.: atrakcjach turystycznych subregionu; oferowanych pakietach/produktach turystycznych; kalendarzu imprez i wydarzeń turystycznych i kulturalnych; bazie noclegowej i gastronomicznej, infrastrukturze okołoturystycznej (towarzyszącej), prezentację subregionu, jego atrakcji i oferowanej bazy w formie interaktywnej mapy. Strona wizualna portalu przygotowana w zgodzie z systemem identyfikacji wizualnej; rozwiązania techniczne zastosowane na portalu dające możliwość interaktywnego aktualizowania baz danych przed podmioty tam zarejestrowane, newsletter, kilka wersji językowych itp. Docelowo serwis powinien umożliwiać dokonywanie rezerwacji *on line*.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 -2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

2. Opracowanie **systemu zbierania, przetwarzania i aktualizowania informacji** i danych od podmiotów świadczących usługi turystyczne i okołoturystyczne na terenie subregionu (np. w oparciu o możliwości technologiczne jakie niesie utworzony portal turystyczny, lub forma tradycyjna - rodzaj kwestionariusza wypełnianego raz w roku).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działania stałe począwszy od 2013	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds.	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych,

	Turystyki	środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)
--	-----------	---

3. Opracowanie **wspólnego kalendarza imprez turystycznych** i kulturalnych obejmującego wszystkie wydarzenia, jakie będą odbywać się na terenie subregionu. Opracowany raz w roku w formie wydawnictwa, dystrybuowany na terenie subregionu i poza jego obszarem przed rozpoczęciem kolejnego sezonu turystycznego.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 - 2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

4. Utworzenie **sieci punktów informacji turystycznej** obejmujących cały subregion, wyposażonych w:

- pełną i aktualną informację o atrakcjach turystycznych, oferowanych produktach/pakietach turystycznych, dostępnej bazie noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej;
- bazę teleadresową podmiotów świadczących usługi turystyczne w całym subregionie;
- pakiety materiałów promocyjnych i informacyjnych (mapy, ulotki, przewodniki, katalogi, kalendarz imprez, wydawnictwa itp.).

Funkcję głównego źródła danych, w oparciu o które punkty udzielałyby informacji mogłyby pełnić portal turystyczny subregionu pod warunkiem jego stałej aktualizacji. Punkty informacji turystycznej mogłyby także oferować dodatkowe drobne usługi turystyczne jak np. wypożyczalnia rowerów itp.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 - 2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

5. Umieszczenie (zarejestrowanie) danych o atrakcjach i produktach turystycznych subregionu wraz z dostępną bazą noclegową, gastronomiczną i towarzyszącą w **usługach geolokalizacyjnych**.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działania stałe począwszy od 2012	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	zadanie nie wymagające ponoszenia nakładów finansowych

134

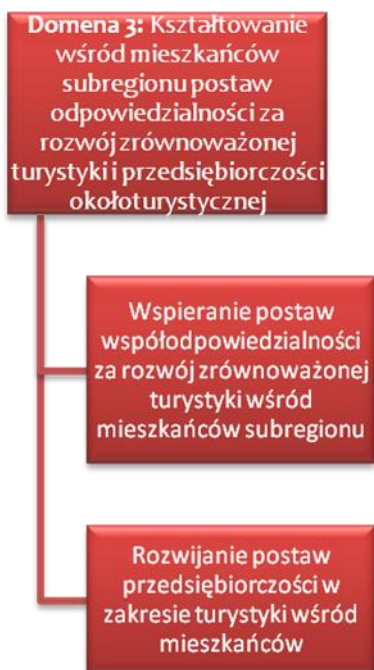
6. Rozwój **systemu rezerwacji on line** usług turystycznych oferowanych na terenie subregionu, w tym za pomocą urządzeń mobilnych (np. w oparciu o tworzony portal turystyczny).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2014 - 2015	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

7. Przeprowadzenie cyklicznych **badń ruchu turystycznego** w subregionie przy wykorzystaniu metod ilościowych i jakościowych (w tym partycypacyjnych – badanie w działaniu – włączenie mieszkańców w organizację, realizację i wnioskowanie z wyników badań sprzyja angażowaniu się ich w sprawy społeczne, przybliża problematykę turystyki w subregionie, daje poczucie realnego wpływu na podejmowane działania w subregionie). Badania powinny obejmować analizę satysfakcji turystów z przedstawionej im oferty produktów turystycznych, typ turysty korzystającego z wybranych produktów turystycznych, oczekiwania i potrzeby turystów w kontekście ich ewentualnego powrotu do miejsca odwiedzin itp. Każdorazowo badanie powinno zakończyć się opracowaniem raportu wraz z rekomendacjami do wdrożenia na przyszłość.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 - 2015	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

3.3. Plan działań dla Domeny 3. Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej.



135

Cel strategiczny I: Wspieranie postaw współodpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki wśród mieszkańców subregionu.

Obszar oddziaływania Celu strategicznego I. *Wspieranie postaw współodpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki wśród mieszkańców subregionu* koncentruje się przede wszystkim na dostarczeniu mieszkańcom subregionu źródeł wiedzy, dobrych praktyk, doświadczeń, które przyczynią się do budowy, modyfikacji lub wzmocnienia przekonań lokalnej społeczności w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju turystyki. Cel ten będzie realizowany w odniesieniu do dwóch zasadniczych kwestii: po pierwsze oddziaływanie na lokalną wspólnotę mieszkańców pod kątem budowania/wzmacniania ich tożsamości, dumy z dziedzictwa kulturalno-historycznego i przyrodniczo-krajobrazowego subregionu, poczucia wartości i atrakcyjności turystycznej ich miejscowości i okolicy. Po drugie, cel osiągnięty zostanie w wyniku działań podejmowanych na rzecz przyjmowania przez mieszkańców postaw proekologicznych, które przełożą się na jakość środowiska, w którym na co dzień zamieszkują, ale także na wzrost komfortu odwiedzających subregion.

Propozycje zadań:

1. Wdrożenie **Programu budowania lokalnej tożsamości wśród dzieci i młodzieży** poprzez realizację ścieżek tematycznych odnoszących się do historii, tradycji, potencjału turystycznego subregionu od poziomu przedszkola, poprzez szkołę podstawową, gimnazjum aż do szkoły ponadgimnazjalnej (realizacja ścieżek tematycznych w ramach godzin wychowawczych).

— Opracowanie materiałów pomocowych dla nauczycieli (scenariusze lekcji) i uczniów z

uwzględnieniem ich wieku oraz typu szkoły, do której uczęszczają.

1.a) Organizacja **wycieczek krajoznawczych** dla młodzieży szkolnej ukierunkowanych na poznawanie tradycji regionu. Opracowanie wariantów wycieczek możliwych dla realizacji dla uczniów poszczególnych typów szkół. Wycieczki jednodniowe – jedno/kilkulekcyjne po najbliższej okolicy. Wycieczki mogą obejmować spotkania z ciekawymi ludźmi z regionu, rzemieślnikami, artystami itp.

1. b) Organizacja cyklu **niedzielnych spacerów tematycznych** (rajdów rowerowych) po terenie dla mieszkańców połączonych z poznawaniem dziedzictwa subregionu np. spacer połączony z poznawaniem historii artystów związanych z subregionem, słynnych kobiet, rzemieślników, działań wojennych, ziół leczniczych itp. 2-3 spotkania wiosną lub jesienią.

1. c) Opracowanie i realizacja programu edukacyjnego **„Dzieci uczą rówieśników”** (program edukacyjny w ramach którego gimnazjaliści oprowadzają po atrakcjach swojej miejscowości rówieśników z innych szkół, a przygotowują się do tego robiąc wywiady z dziadkami, rodzicami, sąsiadami aby pozyskać jak najwięcej ciekawych informacji o swojej małej ojczyźnie, jej tradycjach i obyczajach). W ramach programu – powstanie **„Przewodnika dla moich rówieśników”** – wydane opracowanie atrakcji turystycznych miejscowości/subregionu przygotowane na podstawie materiałów zebranych przez młodzież.

1. d) Organizacja spotkań mieszkańców z lokalnymi twórcami, artystami, animatorami kultury, gawędziarzami, kadrą naukową na temat atrakcyjności turystycznej subregionu i jego dziedzictwa (spotkania w poszczególnych miejscowościach szkołach, świetlicach, remizach, domach kultury).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
Działania cykliczne począwszy od 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

2. Opracowanie programu szkoleniowego dla pracowników publicznych instytucji i podmiotów mających styczność z turystą z zakresu wartości poszczególnych miejscowości i atrakcji turystycznych subregionu.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
III kwartał 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

3. Opracowanie w ramach badań ruchu turystycznego modułu dotyczącego **postaw mieszkańców wobec rozwoju turystyki** w subregionie. **Monitorowanie** tendencji w zachowaniach mieszkańców wobec turystów i turystyki, ich nastawienia oraz ewentualnych aktywności podejmowanych w obszarze okołoturystycznym.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
III kwartał 2013 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

4. Opracowanie i wdrożenie **systemu wsparcia inicjatyw i imprez** przyczyniających się do budowania lokalnej tożsamości oraz upowszechniających wiedzę o potencjale turystycznym subregionu, jego historii i atrakcjach. Udzielanie wsparcia merytorycznego, organizacyjnego, logistycznego, marketingowego i promocyjnego oraz finansowego organizacjom podejmującym się organizacji tego typu imprez/wydarzeń w subregionie. Możliwość otrzymanie w drodze konkursowej grantu na organizację wydarzenia lub otrzymania honorowego patronatu.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013-2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

5. Przygotowanie i wdrożenie **Programu ochrony dziedzictwa kulturowego subregionu** zakładającego m.in. angażowanie lokalnych społeczności w utrzymywanie i porządkowanie np. przydrożnych kapliczek i starych cmentarzy różnych wyznań oraz obiektów pozbawionych należytego nadzoru i ochrony.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
II kwartał 2013	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne

		(Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)
--	--	---

6. Przygotowanie i wdrożenie **Programu wspierania postaw proekologicznych** w kontekście zrównoważonego rozwoju turystyki w subregionie

6. a) Opracowanie i wdrożenie gry edukacyjnej dla dzieci ze szkół podstawowych angażującej także ich rodziców o tematyce związanej z działaniami proekologicznymi we własnym gospodarstwie domowym. Gra ma być elementem edukacyjnym realizowanym w ramach zajęć szkolnych oraz prac domowych, w naturalny sposób kształtującym postawy proekologiczne.

6. b) Organizacja corocznego konkursu dla dzieci i młodzieży szkolnej na wykonanie najciekawszej kompozycji z surowców wtórnych odnoszącej się do tradycji/atrakcji subregionu.

6. c) Opracowanie założeń i przeprowadzenie kampanii społecznej na rzecz segregacji odpadów w gospodarstwach domowych, przeciwdziałania tworzeniu dzikich wysypisk śmieci i nielegalnemu wypalaniu traw (wykorzystanie lokalnych autorytetów, księży, nauczycieli, osób zaufania publicznego – radnych, sołtysów itp.). Kampania ma na celu nie tylko uświadamiać potrzebę dbania o środowisko, ale także pokazywać korzyści z tego wynikające dla rozwoju turystyki.

6. d) Organizacja corocznej akcji **Sprzątania Świata** na terenie subregionu – angażowanie dzieci i młodzieży, całych rodzin – położenie nacisku na miejsca szczególnie atrakcyjne dla turystów – okolice szlaków turystycznych, brzegi rzek, okolice parkingów leśnych itp.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013-2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

Cel strategiczny II: Rozwijanie postaw przedsiębiorczości w zakresie turystyki wśród mieszkańców.

W rozumieniu wskazanego celu strategicznego mieszczą się działania związane z pobudzaniem wśród mieszkańców aktywności zawodowej w obszarach związanych z turystyką. Cel ten zostanie osiągnięty wówczas, gdy mieszkańcy zaczną dostrzegać realne korzyści jakie przynosi ze sobą rozwój turystyki. Do tego potrzebna jest edukacja mieszkańców realizowana poprzez szkolenia, spotkania informacyjne, akcje promocyjne i promujące udane inwestycje biznesowe w skali mikro. Z drugiej strony ważnym czynnikiem wpływającym na osiągnięcie założonego celu będzie postawa lokalnych władz i administracji i jej działania wobec mieszkańców chcących rozwijać działalność gospodarczą.

Propozycje zadań:

1. Organizacja i przeprowadzenie szkoleń dla mieszkańców subregionu z zakresu możliwych biznesowych realizacji turystycznych wpisujących się w programy turystyczne opisane w Planie Rozwoju Turystyki. Szkolenia z zakresu tworzenia biznesplanów, opracowywania wniosków o pozyskanie środków zewnętrznych na uruchomienie działalności gospodarczej, wykorzystywania dobrych praktyk w prowadzeniu działalności okołoturystycznej.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013-2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

2. Przeszkolenie pracowników referatów urzędów gmin odpowiedzialnych za zakładanie działalności gospodarczej z zakresu udzielania wsparcia osobom zainteresowanym rozpoczęciem własnego biznesu w branży okołoturystycznej.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013-2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

3. Utworzenie mobilnego punktu doradztwa dla osób zainteresowanych własną działalnością gospodarczą w zakresie turystyki (konsultacja pomysłu biznesowego, pomoc w opracowaniu biznesplanu, doradztwo w zakresie pozyskania dofinansowania na rozpoczęcie działalności, uwrażliwianie na zasady zrównoważonego rozwoju turystyki odnoszące się do działalności gospodarczej).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2014	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

4. Opracowanie i wdrożenie mechanizmu wspierania przedstawicieli ginących zawodów, którzy dodatkowo w atrakcyjny sposób prezentują odwiedzającym swoje rzemiosło.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
III kwartał 2013 roku	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

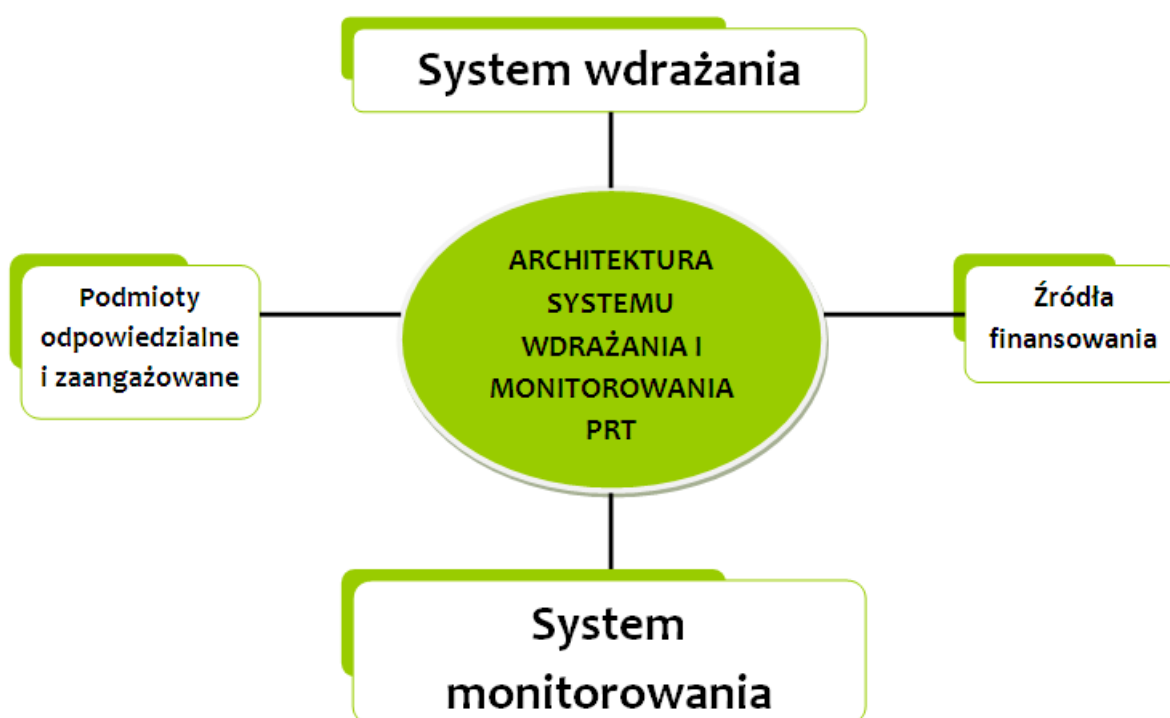
5. Opracowanie założeń i przeprowadzenie akcji promocyjnej w subregionie pokazującej jak turystyka i ruch turystyczny wpływa na wzrost dochodów JST i miejscowej ludności.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
II kwartał 2013 roku	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

CZĘŚĆ IV. SYSTEM WDRAŻANIA I MONITOROWANIA PLANU ROZWOJU TURYSTYKI

Na system wdrażania i monitorowania Planu Rozwoju Turystyki składają się dwa podstawowe elementy: pierwszy z nich odnosi się bezpośrednio do określenia procedur i odpowiedzialnych za realizację zapisów strategicznych, drugi zaś wskazuje odpowiedzialnych za dokonanie pomiaru i obserwacji postępów w realizacji Planu Rozwoju Turystyki oraz stosowne procedury. Dopełnieniem systemu jest określenie podmiotów odpowiedzialnych i zaangażowanych w jego wdrażanie, a także wskazanie możliwych źródeł finansowania opisanych produktów turystycznych i zadań.

141



4.1 System wdrażania Planu Rozwoju Turystyki

Wdrożenie Planu Rozwoju Turystyki odbywać będzie się w oparciu o dwie ścieżki realizacyjne. Pierwsza z nich obejmuje programy turystyczne, których realizacja oparta będzie o uruchamianie poszczególnych elementów zaproponowanych produktów turystycznych. Większość zaproponowanych rozwiązań będzie możliwa do sfinansowania w wyniku przeprowadzania procedury konkursowej i przyznania środków z Szwajcarsko-Polskiego Systemu Współpracy. Druga ścieżka opiera się na zadaniach, za które odpowiedzialność przekazana jest częściowo innym podmiotom lub instytucjom i bazuje w równej mierze na środkach budżetowych poszczególnych gmin i powiatu oraz środkach zewnętrznych.

Proces wdrażania Planu Rozwoju Turystyki oparty będzie na zasadach zgodnych z standardami zachowań organizacyjnych, ujętych w zapisie misji rozwoju turystyki w subregionie:

- **współpraca i partnerstwo** na wszystkich poziomach;
- **wypracowanie wysokiej jakości** oferty turystycznej, wzajemne o nią dbanie (audyt wewnętrzny);

- **koordynacja** działań zmierzających do wypracowania wspólnej i uzupełniającej się oferty turystycznej subregionu;
- stała **kommunikacja**, wymiana doświadczeń, konsultowanie konkretnych rozwiązań i projektów związanych z rozwojem turystyki w subregionie;
- **wzajemna promocja**;
- powszechne **dbanie o turystę**;
- **proekologiczność**;
- **profesjonalizm, uczciwość i rzetelność**.

Plan Rozwoju Turystyki będzie wdrażany przez wyznaczone do tego podmioty, przy wykorzystaniu dostępnych narzędzi i procedur.

Rekomenduje się, aby Strażnikiem wdrażania Planu był podmiot wskazany przez partnerów projektu. Rolą jej byłby nadzór nad wdrażaniem poszczególnych celów i zadań zapisanych w Planie, reagowanie na potencjalne zagrożenia dla wdrożenia Planu, jak również w okresach czteroletnich inicjowanie przeglądów strategicznych Planu polegających na weryfikacji celów strategicznych i zadań do realizacji stosownie do zmieniających się warunków otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego subregionu. Przeprowadzany przegląd strategiczny powinien:

- być wykonany: albo - od poziomu celów strategicznych po zadania do realizacji albo (w pogłębionym układzie) – od sformułowanej misji rozwoju, przez identyfikację obszarów strategicznych (domen strategicznych), formułowanie celów kierunkowych, po plany działań z wyznaczeniem zadań (gdzie każde z zadań ma przypisany termin realizacji, odpowiedzialność oraz źródła finansowania) po flagowe projekty do realizacji;
- uwzględniać w pracach planistycznych zmiany zachodzące w otoczeniu subregionu oraz w nim samym, celem lepszego dostosowania podejmowanych decyzji strategicznych (misji, celów, kierunków działania) do zmieniających się warunków w jakich ma rozwijać się szeroko rozumiana turystyka w subregionie;
- zakładać partnerskie przeprowadzanie przeglądu strategicznego, a więc współpracę na wszystkich poziomach prac kluczowych podmiotów lokalnych.

Przeprowadzany przegląd strategiczny powinien mieć odniesienie do obowiązujących (na chwilę jego realizacji) dokumentów strategicznych, w tym strategii gmin, powiatu, itp., tak aby w efekcie nastąpiło spójne i logiczne powiązanie poszczególnych założeń strategicznych.

Struktura przeglądu strategicznego powinna zawierać następujące działania :

- analizę tendencji zewnętrznych,
- ocenę wewnętrzną.

W efekcie analiza otrzymanych informacji pozwala na określenie pozycji strategicznej a dalej określenie kluczowych kwestii strategicznych dla formułowanych dalej zamierzeń.

4.2. Podmioty odpowiedzialne i zaangażowane we wdrażanie Planu Rozwoju Turystyki

Określenie precyzyjnych mechanizmów weryfikacji i oceny postępów w zakresie realizacji założonych działań oraz osiągania postawionych celów, ma szczególne znaczenie w kontekście założenia partnerskiej realizacji części ujętych w dokumencie zamierzeń strategicznych. Podmiotami odpowiedzialnymi za proces wdrażania, monitorowania i oceny Planu Rozwoju Turystyki będą przede wszystkim:

- Jednostki Samorządu Terytorialnego (Starostwo Powiatowe w Puławach, Urzędy Gmin Baranów, Janowiec, Kazimierz Dolny, Końskowola, Kurów, Markuszów, Nałęczów, Puławy (gmina wiejska), Wąwolnica, Wojciechów, Żyrzyn);
- Lokalna Grupa Działania „Zielony Pierścień”.

Podmioty te ze względu na możliwości finansowania działań ze środków własnych, stałą strukturę organizacyjną i odpowiednie zaplecze merytoryczne będą w stanie zgodnie z przyjętymi standardami zachowań organizacyjnych wdrażać i monitorować realizację założeń strategicznych przyjętych w Planie Rozwoju Turystyki. Głównym odpowiedzialnym za proces wdrażania całości dokumentu będzie podmiot wskazany przez partnerów projektu. Do zadań odpowiedzialnego będzie należało m.in.:

- inicjowanie i koordynowanie procesu wdrażania i monitoringu;
- określanie standardów bieżącego monitorowania i wdrażania Planu Rozwoju Turystyki (wprowadza niezbędne zmiany do procedury monitoringu);
- przedstawianie wyników monitoringu i rekomendacji;
- zabieganie o zapewnienie finansowania dla planowanych przedsięwzięć strategicznych;
- mobilizowanie zasobów na rzecz realizacji działań zapisanych w Planie Rozwoju Turystyki.

Nad całością procesu będzie czuwała Rada Programowa ds. Turystyki składająca się z przedstawicieli władz lokalnych, przedstawicieli Lokalnej Grupy Działania „Zielony Pierścień”, Lokalnej Organizacji Turystycznej „Kraina Wąwozów Lessowych” oraz operatorów turystycznych funkcjonujących na terenie subregionu.

Powodzenie realizacji postawionych w dokumencie celów strategicznych nie będzie możliwe jednak bez udziału partnerów wywodzących się z różnych środowisk społeczno-gospodarczych. Konieczne jest określenie grupy podmiotów zaangażowanych w realizację poszczególnych zadań, które będą wspierały instytucje bezpośrednio odpowiedzialne za wdrażanie i monitorowanie. Partycypacyjny i partnerski charakter tego procesu zwiększa szanse na skuteczne i efektywne realizowanie nakreślonych w dokumencie zadań, angażując równocześnie podmioty bezpośrednio zainteresowane rozwojem turystyki w subregionie. Można wskazać konkretne grupy zaangażowanych podmiotów realizację Planu Rozwoju Turystyki:

Środowisko wewnętrzne - najbliższe:

- Lokalna Organizacja Turystyczna „Kraina Lessowych Wąwozów”;
- Lokalni przedsiębiorcy działający w branży okołoturystycznej (właściciele hoteli, pensjonatów, kwater prywatnych, agroturystyki, restauratorzy, właściciele małej

gastronomii, podmioty świadczące usługi transportowe – promy, statki, barki, komunikacja zbiorowa – busy, melexy, wypożyczalnie rowerów, kajaków, sanatoria, SPA, stadniny koni);

- Stowarzyszenia lokalne – miłośników miejscowości, branżowe, aktywizujące, kulturalne, zachowujące dziedzictwo historyczne (np. Stowarzyszenie Kobiet Gminy Końskowola, Stowarzyszenie Kobiet Aktywnych Gminy Markuszów, Regionalne Towarzystwo Przyjaciół Wąwolnicy, Klub Twórców Ludowych i Rękodzieła, Grupa Historyczna „Wilki”, Towarzystwo Przyjaciół Gołębia, Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły, Zrzeszenie Producentów Róż i Materiału Szkółkarskiego Owocowego i Ozdobnego "Końskowola", Stowarzyszenie „Dwa Brzegi”);
- Placówki muzealne (Muzeum Nadwiślańskie, Muzeum Biograficzne Bolesława Prusa w Nałęczowie, Muzeum Biograficzne Stefana Żeromskiego w Nałęczowie, Muzeum Kowalstwa w Wojciechowie, Muzeum Regionalne PTTK im. Ks. Izabeli Czartoryskiej w Puławach, Muzeum Mineralów w Młynie Hipolit w Wojciechowie, Muzeum Nietypowych Rowerów w Gołębiu);
- Jednostki kultury i sportu (MOSiR, gminne ośrodki kultury, biblioteki,);
- Animatorzy życia lokalnego (księża, sołtysi, OSP, KGW);
- Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli.

Środowisko wewnętrzne

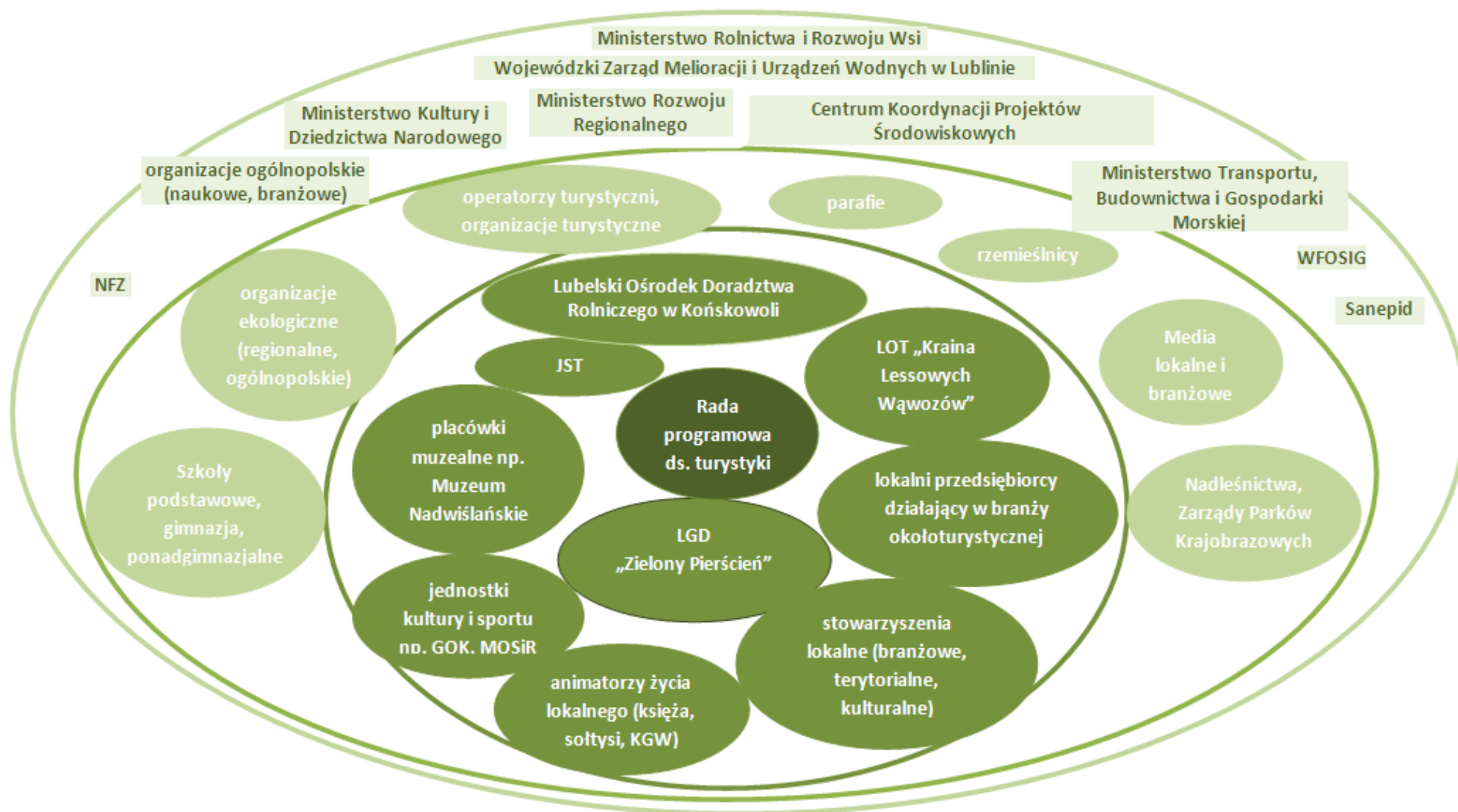
- Szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne;
- Organizacje ekologiczne;
- Operatorzy turystyczni i organizacje turystyczne (PTTK);
- Media lokalne i branżowe (portale turystyczne, rowerowe, winiarskie, kajakowe itp.);
- Nadleśnictwa, Zarządy Parków Krajobrazowych;
- Parafie (wspólnoty parafialne, sanktuaria).

Środowisko zewnętrzne:

- Ogólnopolskie organizacje naukowe i branżowe (Polska Organizacja Turystyczna, Polski Związek Ornitologiczny, Polskie Stowarzyszenie Rowerowe, Instytut Archeologii UMCS);
- Administracja rządowa – dysponenti środków na rozwój turystyki (Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwo Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej);
- Narodowy Fundusz Zdrowia;
- Wojewódzki Zarząd Melioracji i Urządzeń Wodnych w Lublinie;
- Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych;
- Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Lublinie;
- Powiatowa Stacja Sanitarno-Epidemiologiczna Puławy.

Analizując podmioty zaangażowane w realizację Planu należy zwrócić uwagę na powiązanie i uzupełnianie działań realizowanych przez kluczowe dla rozwoju turystyki w subregionie instytucje: Lokalną Grupę Działania „Zielony Pierścień” oraz Lokalną Organizację Turystyczną „Kraina Lessowych Wąwozów”, głównie w zakresie informacji i promocji turystycznej. Koordynacja i współdziałanie tych podmiotów jest kluczowe dla powodzenia całego systemu zarządzania rozwojem turystycznym tego subregionu. Każda z nich ma inne kompetencja, inne narzędzia i finanse, ale złączenie ich działań może zapewnić osiągnięcie zwiększonego efektu skali.

Podmioty odpowiedzialne i zaangażowane w proces wdrażania i monitorowania realizacji założeń Planu Rozwoju Turystyki.



4.3. System monitorowania Planu Rozwoju Turystyki

Zgodnie z definicją monitoring oznacza regularne, jakościowe i ilościowe pomiary lub obserwacje zjawisk, przeprowadzane w z góry określonym czasie. Programy monitoringu są często stosowane w celu gromadzenia informacji na temat stanu ilościowego oraz jakościowego danego zjawiska lub rozprzestrzeniania się zjawiska w czasie i przestrzeni. Zgromadzone dane ułatwiają wybór właściwych działań w przypadku szkodliwego wpływu tego stanu na dalsze funkcjonowanie. Zgromadzone dane pozwalają także na podjęcie akcji naprawczych lub usuwania skutków w już istniejącej sytuacji np. zagrożenia. Monitoring charakteryzują trzy podstawowe zasady:

- cykliczność pomiarów,
- unifikacja sprzętu i metodyk wykorzystywanych do pomiarów i obserwacji,
- unifikacja interpretacji wyników.

Monitoring, czy też system monitoringu, to zestaw działań bardzo popularnych, charakterystycznych dla aktywności zarządczych ostatnich dziesięcioleci w zasadzie w każdej branży, w tym również w obszarze rozwoju lokalnego czy działań bazujących na świadczeniu usług turystycznych.

Monitoring, jako zasada cyklicznych pomiarów i analizy zjawisk, jest mocno związany z określeniem – system pomiaru/analizy jakości. W turystyce owa jakość opisywana jest m.in. poprzez takie zwroty jak: standard usług, kategoryzacja usług, normy i systemy zarządzania jakością (w tym ISO), kompleksowe systemy zarządzania jakością (TQM), modele zarządzania jakością i inne. Analizując realizację pojęcia monitoring usług w działalności turystycznej obserwujemy wielość podejść, począwszy od mocno skodyfikowanych, opisywanych przez systemy zarządzania jakością (ISO 9001-2000) po autorskie, dedykowane rozwiązania, wprost wynikające ze strategii rozwoju organizacji/podmiotów.

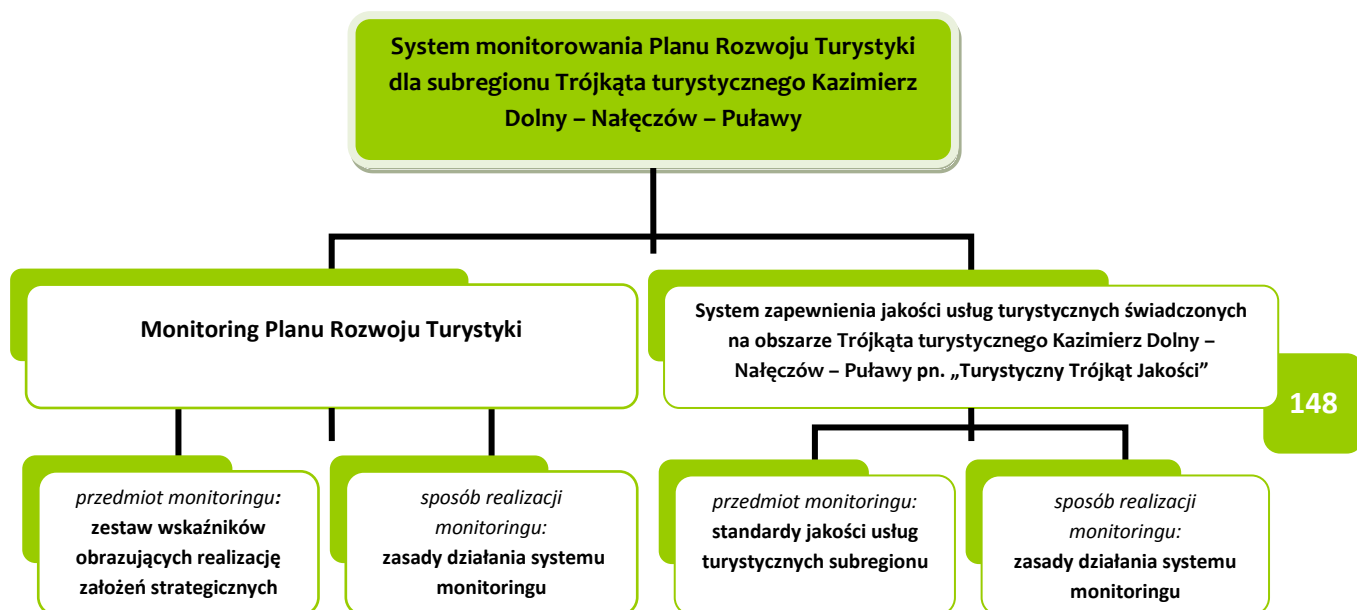
System monitorowania Planu Rozwoju Turystyki dla subregionu obejmującego trójkąt turystyczny Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy jest systemem dedykowanym. Obejmuje on dwa obszary:

- Monitoring Planu Rozwoju Turystyki

oraz

- System zapewnienia jakości usług turystycznych świadczonych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy pn. Turystyczny Trójkąt Jakości.

Każdy powyższy obszar charakteryzuje zasada: wskazanie na przedmiot(-y) monitoringu (czyli co sprawdzamy, co monitorujemy) oraz wskazanie w jaki sposób jest to realizowane (jak to realizujemy, kto to robi, według jakich zasad). Tym samym architektura Sytemu Monitorowania Planu Rozwoju Turystyki prezentuje się następująco:



4.3.1 MONITORING PLANU ROZWOJU TURYSTYKI

System monitorowania powinien zapewnić ocenę skuteczności działań, które będą podjęte dla realizacji celów strategicznych wyznaczonych przez Plan Rozwoju Turystyki. Monitorowanie rzeczowej realizacji Planu prowadzone będzie w oparciu o ustalony, wąski zakres podstawowych wskaźników, przyjętych dla poszczególnych Domen. Za przebieg procesu monitoringu odpowiedzialna będzie w całości Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony. W ramach procesu monitoringu odpowiedzialny będzie gromadził dane zastane i wywołane potrzebne do obliczenia wskaźników realizacji założeń strategicznych. Dane te będzie pozyskiwał od podmiotów zaangażowanych w realizację poszczególnych zadań i wdrażanie produktów turystycznych. Raz do roku Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony będzie opracowywał i publikował raport z postępów w realizacji Planu Rozwoju Turystyki wraz z ewentualnymi wytycznymi na lata następne.

Wskaźniki służące monitorowaniu realizacji Planu, odnoszące się do poszczególnych jego domen strategicznych i celów (poziom B) przedstawiono poniżej.

Domena 1: Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały.

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba opracowanych i wdrożonych nowych produktów turystycznych na terenie subregionu (w skali roku)	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba działających produktów turystycznych na terenie subregionu	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

Liczba miejsc noclegowych w subregionie w tym nowopowstałych (w skali roku)	sztuk	GUS, Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba podmiotów gastronomicznych w subregionie w tym nowopowstałych (w skali roku)	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba obiektów infrastruktury okołoturystycznej w subregionie w tym nowopowstałych (w skali roku)	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Długość oznakowanych szlaków turystycznych (rowerowych, pieszych, kajakowych) w tym nowopowstałych (w skali roku)	km.	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba udzielonych noclegów w subregionie (w skali roku)	sztuk	GUS, Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba odwiedzających biletowane obiekty turystyczne (w skali roku)	osób	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba uczestników imprez/wydarzeń kulturalnych w subregionie	osób	GUS, Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba przyznanych certyfikatów „Turystyczny Trójkąt Jakości”	sztuka	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

Domena 2. Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystyczne subregionu.

Cel strategiczny I: Stworzenie trwałego partnerstwa turystycznego na rzecz rozwoju subregionu obejmującego obszar trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba spotkań zorganizowanych w ramach cyklu <i>Przegląd sezonu/Bilans sezonu</i>	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba uczestników wydarzeń organizowanych w ramach cyklu Forum Wspólnych Doświadczeń „Działamy Razem”	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba zawiązanych i zrealizowanych partnerskich inicjatyw powstałych w oparciu o Platformę Współpracy	sztuk	Administrator Platformy Współpracy
Liczba przyznanych „Certyfikatów Turystyczny Trójkąt Jakości”	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

Cel strategiczny II: Wspólna, skuteczna i spójna promocja turystyczna subregionu

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba odwiedzin na stronach internetowych każdej jednostki samorządu terytorialnego poświęconych atrakcjom turystycznym, produktom turystycznym, kalendarzowi imprez w subregionie	sztuk	Administratorzy stron urzędów gmin oraz starostwa powiatowego
Liczba powstałych dokumentów odnoszących się do zasad wzajemnego promowania się	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba zainstalowanych tablic promocyjnych informujących o atrakcjach subregionu	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba materiałów promocyjnych zamieszczonych w prasie na temat atrakcji turystycznych i imprez w subregionie	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba zawartych umów o objęciu patronatem medialnym wydarzeń turystycznych organizowanych w subregionie	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba znaczników „Lubię to!” profilu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy na portalu facebook.com	sztuk	Administrator profilu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy
Nakład materiałów promocyjnych zawierających informację o produktach/pakietach turystycznych oferowanych na terenie subregionu oraz kalendarz imprez i wydarzeń	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

Cel strategiczny III: Stworzenie kompleksowego i nowoczesnego systemu informacji turystycznej

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba odwiedzin portalu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego	sztuk	Administrator profilu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego

Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy		Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy
Liczba dokonywanych rezerwacji on-line przy wykorzystaniu aplikacji portalu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy	sztuk	Administrator profilu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy
Liczba odbiorców newslettera portalu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy	sztuk	Administrator profilu turystycznego subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy
Nakład wydania wspólnego kalendarza imprez turystycznych i kulturalnych	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba utworzonych punktów informacji turystycznej	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba klientów punktów informacji turystycznej	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba produktów/atrakcji turystycznych z subregionu objętych usługami geolokalizacyjnymi	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba opracowanych raportów badawczych powstałych w wyniku realizacji subregionalnych badań ruchu turystycznego	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

Domena 3. Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okotourystycznej.

Cel strategiczny I: Wspieranie postaw współodpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki wśród mieszkańców subregionu.

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba uczniów wg, typu szkół uczestniczących w realizacji ścieżek tematycznych odnoszących się do historii, tradycji, potencjału turystycznego subregionu	osoby	Szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne z subregionu
Liczba uczniów uczestniczących w wycieczkach krajoznawczych po	osoby	Szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne z subregionu

atrakcjach subregionu		
Liczba wydarzeń zorganizowanych w ramach cyklu <i>Niedzielnych Spacerów Tematycznych</i>	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba gimnazjalistów biorących udział w programie edukacyjnym „ Dzieci uczą rówieśników ”	osoby	Szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne z subregionu
Procent pozytywnych ocen mieszkańców po spotkaniach z lokalnymi twórcami, artystami, animatorami kultury, gawędziarzami, kadrą naukową na temat atrakcyjności turystycznej subregionu i jego dziedzictwa	%	Ankieta przeprowadzona po spotkaniu
Liczba uczestników szkoleń dla pracowników publicznych instytucji i podmiotów mających styczność z turystą	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba zrealizowanych ankiet w ramach badań ruchu turystycznego (moduł dotyczący postaw mieszkańców wobec rozwoju turystyki w subregionie)	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba podmiotów, którym udzielono wsparcia w zakresie realizacji inicjatyw i imprez przyczyniających się do budowania lokalnej tożsamości oraz upowszechniających wiedzę o potencjale turystycznym subregionu, jego historii i atrakcjach	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba inicjatyw proekologicznych zrealizowanych w ciągu roku	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba uczestników konkursu dla dzieci i młodzieży szkolnej na wykonanie najciekawszej kompozycji z surowców wtórnych odnoszącej się do tradycji/atrakcji subregionu	osoby	Szkoły podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne z subregionu
Ilość osób biorących udział w subregionalnej akcji <i>Sprzątania świata</i>	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba podjętych inicjatyw w ramach realizowanych proekologicznych kampanii społecznych w subregionie	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

Cel strategiczny II: Rozwijanie postaw przedsiębiorczości w zakresie turystyki wśród mieszkańców.

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba nowoutworzonych podmiotów gospodarczych działających w branży turystycznej i okołoturystycznej	sztuka	JST, PUP, LGD „Zielony Pierścień”, podmioty gospodarcze
Liczba nowopowstałych miejsc pracy w branży turystycznej i okołoturystycznej	sztuka	JST, PUP, LGD „Zielony Pierścień”, podmioty gospodarcze
Liczba uczestników szkoleń dla mieszkańców subregionu z zakresu możliwych biznesowych realizacji turystycznych wpisujących się w programy turystyczne opisane w Planie Rozwoju Turystyki	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba uczestników szkoleń dla pracowników referatów urzędów gmin odpowiedzialnych za zakładanie działalności gospodarczej z zakresu udzielania wsparcia osobom zainteresowanym rozpoczęciem własnego biznesu w branży okołoturystycznej	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba udzielonych porad w ramach mobilnego punktu doradztwa dla osób zainteresowanych własną działalnością gospodarczą w zakresie turystyki	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba osób objętych wsparciem w ramach mechanizmu wspierania przedstawicieli ginących zawodów, którzy dodatkowo w atrakcyjny sposób prezentują odwiedzającym swoje rzemiosło.	osoby	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony
Liczba rozdysponowanych materiałów informacyjnych w ramach akcji pokazującej jak turystyka i ruch turystyczny wpływa na wzrost dochodów JST i miejscowej ludności	sztuk	Rada Programowa ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony

4.3.2 SYSTEM ZAPEWNIENIA JAKOŚCI USŁUG TURYSTYCZNYCH ŚWIADCZONYCH NA TERENIE SUBREGIONU TRÓJKĄTA TURYSTYCZNEGO KAZIMIERZ DOLNY – NAŁĘCZÓW – PUŁAWY PN. „TURYSTYCZNY TRÓJKĄT JAKOŚCI”

Idea konstrukcji Systemu zapewnienia jakości usług turystycznych świadczonych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, przez różne podmioty (organizacje, przedsiębiorców, osoby prywatne, JST, i inne), ma swoją genezę w misji rozwoju zapisanej w Planie Rozwoju Turystyki. Na poziomie zapisu ‘wartości’ (podstawowych zasad, jakimi kierują się wszyscy wdrażający działania, służące rozwojowi subregionu w oparciu o turystykę), wskazano pięć podstawowych:

- współpraca,
- natura (czysta przyroda, nie skażona, różnorodna),
- dziedzictwo kulturowe (stroje, język, kuchnia, zwyczaje zawody),
- gościnność (gospodarz – gość, życzliwość, otwartość),
- autentyczność.

W zapisie misji zawiera się także opis głównej aspiracji rozwojowej (celu podstawowego) subregionu, zapis podstawowych kierunków działań oraz wskazanie na tzw. standardy zachowań organizacyjnych, niezbędne do podjęcia formy/sposoby działań, polityki, procedury warunkujące sukces rozwojowy subregionu. Warto przypomnieć, że tak sformułowana misja (czteroelementowa) prezentuje szerokie, przenikające wszystkie działania, poczucie misji (ang. *sens of mission*) dla rozwoju turystyki w Trójkącie turystycznym Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy⁴.

Na bazie wartości zapisanych w misji skonstruowano standardy jakości usług turystycznych – jeden z elementów systemu monitorowania usług turystycznych realizowanych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy wskazując tym samym na sens przenikania założeń strategicznych do poziomu konkretnych działań.

System zapewnienia jakości usług turystycznych świadczonych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy pn. „Turystyczny Trójkąt Jakości”, zgodnie z przyjętą zasadą obowiązującą dla Systemu Monitorowania Planu Rozwoju Turystyki, budują dwa elementy:

- Element I – przedmiot monitoringu: zestaw kryteriów jakie ma spełniać usługa turystyczna (zadaniem kryteriów jest „zbliżenie” podejścia turysty i usługodawcy do dobrej usługi turystycznej) – standardy jakości usług turystycznych subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy,
- Element II – sposób realizacji monitoringu: organizacja systemu monitoringu wraz z narzędziami/metodami monitoringu oraz podmiotami/ciałami o określonych funkcjach/zadaniach.

⁴ Takie rozróżnienie wprowadził w połowie lat dziewięćdziesiątych A. Campbell z Ashridge Strategic Center i właśnie na tym modelu misji oparto prace nad formułowaniem kierunków rozwojowych zapisanych w Planie Rozwoju Turystyki.

Poniższy opis jest propozycją, jaka może podlegać modyfikacji – stanowi ona bowiem kościół do opracowania, zgodnie z jej wytycznymi, ostatecznego Systemu zapewnienia jakości usług turystycznych świadczonych na terenie subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy pn. „Turystyczny Trójkąt Jakości” w postaci zadania zrealizowanego przez Radę Programową ds. Turystyki lub podmiot przez nią wyłoniony.

Element I – przedmiot monitoringu: standardy jakości usług turystycznych subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy

Podstawowym elementem systemu monitoringu świadczonych usług turystycznych jest zestaw kryteriów jakie powinna dana usługa spełniać.

W przeciwieństwie do dóbr materialnych, w przemyśle turystycznym, swoista sztywność w określeniu standardów jakości usług jest niższa. Istotne jest tutaj określenie szeregu cech, które są dostrzegane i oceniane przez klientów. W przypadku usług turystycznych do cech takich możemy zaliczyć:

- niezawodność usługi (dobrze wykonana usługa spełniająca wszystkie parametry i cechy zawarte w umowie),
- gotowość świadczenia usługi (czas oczekiwania na usługę i różnorodność proponowanych usług),
- komunikatywność (przekazywanie klientowi w czytelnej i zrozumiałej formie zarówno oferty jak i związanych z nią informacji),
- bezpieczeństwo (fizyczne i dyskrecja),
- osobowość usługodawcy (szacunek i przyjazne nastawienie do klienta, znajomość procedur postępowania, profesjonalizm i zrozumienie klienta, dostępność/łatwość kontaktów),
- uczciwe traktowanie klienta (zadośćuczynienie w przypadku nie spełnienia jego oczekiwań),
- wygoda i estetyka otoczenia.

Powyższy zestaw siedmiu cech jest uniwersalny, zarówno dla jakości usługi turystycznej świadczonych na obszarze subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, jak i w innych atrakcyjnych turystycznie obszarach kraju czy świata. Ze względu na swój uniwersalizm cechy te powinny być uwzględniane przy konstrukcji narzędzi analizy/oceny świadczonych usług turystycznych. To, co jednak decyduje o specyfice jakości świadczonych usług turystycznych na terenie Zielonego Pierścienia, to spełnianie pięciu podstawowych wartości zapisanych na poziomie misji rozwoju subregionu. W oparciu o nie przygotowano zestaw kryteriów szczegółowych, prezentowany poniżej, w oparciu o który powinno się budować narzędzia do pomiaru jakości usług turystycznych oferowanych w subregionie.

Kryteria usługi turystycznej – standardy jakości usług turystycznych	Zestaw kryteriów szczegółowych / standardów szczegółowych
Współpraca	<u>Dla usługi turystycznej (typu: miejsca noclegowe, gastronomia, etc.):</u> — oparcie gastronomii na produktach lokalnych (przykład:

	przynajmniej jedna potrawa typowo lokalna), — promocja produktu lokalnego (hand made), — koszyk produktów lokalnych (tzw. witacz/prezent/pamiątka), — na miejscu świadczenia usługi turystycznej oferta innych atrakcji/produktów turystycznych występująca na tym terenie. <u>Dla usługi turystycznej o charakterze masowym (na przykładzie „Święta Truskawki”)</u> jak wyżej oraz — współpraca w organizacji imprezy z innymi podmiotami z terenu subregionu, — informacja o Święcie Truskawki dostępna w całym subregionie.
Natura (czysta przyroda, nieskażona, różnorodność)	<u>Dla usługi turystycznej (typu: miejsca noclegowe, gastronomia, etc.):</u> — wystrój pokoju/lokalu nawiązujący do tutejszych walorów krajobrazowych i kulturowych (przykładowo: zdjęcia lokalnych krajobrazów/zabytków/fauny/flory na ścianach, ryciny lokalnych roślin, etc.), — segregacja śmieci u źródła, — wskazówki dla turysty w zakresie zachowań prośrodowiskowych (na przykład: informacja o segregacji śmieci, potrzebie oszczędzania wody, etc.), — zagospodarowanie przestrzeni/działki (przykład: ronda tematyczne np. truskawki), — organizacja spotkań ze zwierzętami (np. przykład: mini zwierzyńce, punkty obserwacji zwierząt lub informacja o lokalnie występujących zwierzętach), — realizacja zasady - „Nie sztucznym kwiatom” (zastępowanie sztucznych kwiatów kwiatami naturalnymi, gałęziami drzew, etc.). <u>Dla usługi turystycznej o charakterze masowym (na przykładzie „Święta Truskawki”)</u> — oferowane są produkty lokalne, przetwory z lokalnych produktów, etc., — zasada: truskawka „pryskana”, ale zgodnie z technologią, normami bezpieczeństwa, — eko-żywność.
Dziedzictwo kulturowe (stroje, język, kuchnia, zwyczaje zawody)	<u>Dla usługi turystycznej (typu: miejsca noclegowe, gastronomia, etc.):</u> — architektura zabudowań, motywów, elementów (przykład: czasem wystarczy jedynie element np. stary portal drzwi,

	etc. nawiązujący do lokalnych tradycji architektonicznych), — warsztaty/zdjęcia prezentujące dawną historię, kulturę, ginące zawody – lub (w sytuacji kiedy nie istnieje możliwość organizacji takich zajęć) informacja gdzie na terenie subregionu można z takich form skorzystać. <u>Dla usługi turystycznej o charakterze masowym (na przykładzie „Święta Truskawki”)</u> — historia powstania truskawki, wiedza o historii uprawy truskawki na terenach subregionu.
Gościnność (gospodarz – gość, życzliwość, otwartość)	<u>Dla usługi turystycznej (typu: miejsca noclegowe, gastronomia, etc.):</u> — uprzejmy gospodarz – „nie krzyczy na turystów”, jest pogodny i uśmiechnięty, — gospodarz akceptujący różnorodność i odmienność, — koszyk produktów lokalnych (tzw. witacz/prezent/pamiątka) – coś na powitanie i na pożegnanie, — gospodarz/personel mówi po angielsku. <u>Dla usługi turystycznej o charakterze masowym (na przykładzie „Święta Truskawki”)</u> — podczas imprezy organizacja miejsca/przestrzeni/atrakcji dla wszystkich, różnych typów turystów (miejsca dla rodzin z małymi dziećmi, miejsca dla spotkań towarzyskich biesiadnych i spokojniejszych, pomysły na aktywne formy w ramach imprezy – np. konkursy).
Autentyczność	<u>Dla usługi turystycznej (typu: miejsca noclegowe, gastronomia, etc.):</u> — elementy dziedzictwa kulturowego – nie wyrwane z kontekstu, to co tu było, — oferta widoczna w Internecie oraz folderze/ulotce reklamowej taka sama, jak w rzeczywistości, — wykorzystanie wykonywanych lokalnie produktów, w ramach świadczonej usługi (na przykład: wystrój wnętrze, gastronomia, etc.). <u>Dla usługi turystycznej o charakterze masowym (na przykładzie „Święta Truskawki”)</u> — Truskawka nie jest chińska, ani spod Pińczowa w świętokrzyskim, a lokalna.

Element II – sposób realizacji monitoringu: zasady działania systemu monitoringu.

System zapewnienia jakości świadczonych usług turystycznych w subregionie trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, na poziomie sposobów realizacji monitoringu, **charakteryzują**:

- zasady spójne z każdą ideą monitoringu czyli występuje cykliczność pomiarów, metody i narzędzia służące pomiarom i obserwacjom są wystandaryzowane, a wyniki poddawane są interpretacji i służą stałemu podnoszeniu jakości świadczonych usług poprzez rekomendacje udzielane podmiotom oferującym usługi turystyczne;
- świadczenie usług turystycznych na najwyższym poziomie, zgodnym z misją zapisaną w Planie Rozwoju Turystyki, wyraża się w przyznaniu „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości”;
- podmiotem odpowiedzialnym za organizację procesu monitoringu oraz przyznawanie „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości” jest Kapituła Turystycznego Trójkąta Jakości;
- posiadanie „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości” skutkuje przywilejami dla jego posiadacza.

158

Cykliczność pomiarów – założenie:

monitoring prowadzony jest corocznie – czyli podmioty które świadczą usługi turystyczne i które chcą otrzymać „Certyfikat Turystycznego Trójkąta Jakości”, powinny:

- w okresie głównego sezonu turystycznego (proponuje się okres VII/VIII) poddać się tzw. „Wizycie monitoringowej”, dokonanej przez Komisję oceny;
- udostępnić swoim klientom/turystom narzędzie pomiaru jakości świadczonej usługi turystycznej w postaci kwestionariusza ankiety badawczej (opracowanej i wydanej przez Kapitułę Turystycznego Trójkąta Jakości);
- wyrazić zgodę na prowadzenie badań jakości świadczonej usługi turystycznej w oparciu o stronę www będącą w dyspozycji Kapituły Turystycznego Trójkąta (uruchomienie na stronie LGD Zielony Pierścień podstrony dotyczącej „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości” z możliwością udzielania rekomendacji przez internautów – klientów poszczególnym obiektom/podmiotom/imprezą etc. realizowanym w subregionie).

Wyniki powyższych badań są zbierane, poddawane analizie, i na podstawie wyników udzielana jest (bądź nie) rekomendacja dla danego podmiotu – przyznanie na kolejny rok „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości”.

Metody i narzędzia służące pomiarom i obserwacjom – założenia:

- opracowane jest wystandaryzowane narzędzie pomiaru w postaci kwestionariusza ankiety badawczej (wersja papierowa i on-line) służące pomiarowi jakości świadczonych usług turystycznych w oparciu o kryteria bazujące na wartościach zapisanych w misji rozwoju subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy;
- opracowana jest procedura prowadzenia badań.

Analiza i interpretacja wyników badań oraz dalsze rekomendacje:

- opracowana jest procedura poddawania uzyskanych wyników dalszej analizie (np. zlecenie badania firmie specjalistycznej, prowadzenia analizy we własnym zakresie, etc.) oraz procedura formułowania wniosków i rekomendacji z badań (kto to robi, w jakiej formie i w jakim czasie).

„Certyfikat Turystycznego Trójkąta Jakości” – założenia:

- opracowanie regulaminu przyznawania Certyfikatu,
- opracowanie graficzne samego certyfikatu,
- opracowanie zasad gdzie i w jaki sposób certyfikat będzie dostępny (u samego posiadacza, ale także gdzie i w jakiej formie na terenie subregionu, w przestrzeni internetowej, publikacji promocyjnej, etc.).

159

Kapituła Turystycznego Trójkąta Jakości

- pełni rolę ciała programowego dla „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości” oraz odpowiada za organizację procedury przyznania Certyfikatu. Zakres odpowiedzialności kapituły wraz z zakresem działań powinny być szczegółowo określone;
- w skład Kapituły wchodzi przedstawiciele podmiotów określanych jako ‘środowisko wewnętrzne – najbliższe’ oraz ‘środowisko zewnętrzne’. Ponadto członkami Kapituły mogą stać się też osoby - autorytety. Ważne, aby Kapituła, w swym składzie, nie przekraczała liczby 7 osób – ułatwi to jej funkcjonowanie. W składzie Kapituły zawsze powinno być miejsce dla przedstawiciela Rady Programowej ds. Turystyki lub podmiotu przez nią wyłoniony. – jako organizacji bezpośrednio organizującej rozwój turystyki w subregionie. Ważne, by w Kapitułe nie było nadreprezentacji przedstawicieli jednej organizacji/instytucji;
- Kapituła powinna być wybierana na okres minimum 2 letni jednakże nie dłuższy jak 4 lata. Wybory przedstawicieli Kapituły powinny zostać szczegółowo określone.

Przywileje z posiadania „Certyfikatu Turystycznego Trójkąta Jakości”

podmioty które zdobędą Certyfikat Turystycznego Trójkąta Jakości będą korzystały z następujących form wsparcia/przywilejów:

- honorowy udział w uroczystości wręczania Certyfikatu – uroczystość o randze minimum regionalnej wspierana przez lokalne i regionalne media;
- wydanie Certyfikatu w postaci tablicy zewnętrznej (możliwość oznaczenia budynku/miejsca) min. 3 sztuki oraz wewnętrznej (certyfikat w formie efektownej oprawy) 1 sztuka;
- wspominanie w dokumentach promocyjnych oraz podczas imprez organizowanych na terenie subregionu o podmiotach certyfikowanych (informacja kierowana do uczestników, ulotki, i inne);

- promocja na stronach internetowych będących w dyspozycji Rady Programowej ds. Turystyki lub podmiotu przez nią wyłonionego w postaci efektownych banerów reklamowych poszczególnych właścicieli Certyfikatu oraz promocja na stronach internetowych wszystkich gmin i powiatu subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy (trwająca przez cały okres posiadania certyfikatu). Promocja na stronach internetowych – portalach branżach dotyczących turystyki (działania ograniczone czasowo);
- promocja w formie wydania indywidulanego folderu reklamowego certyfikowanego podmiotu oraz promocja w dokumencie wspólnym (np. mapa certyfikowanych produktów/usług turystycznych subregionu trójkąta turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy);
- skierowanie corocznie (po nominacji) informacji o posiadaczach certyfikatu (wraz z charakterystyką oferowanych przez nich produktów turystycznych) do szerokiego wachlarza tur operatorów oraz prasy i portali branżowych zajmujących się tematyką turystyczną.

4.4. Finansowanie Programu Rozwoju Turystyki

Wdrożenie założeń strategicznych zawartych w Planie Rozwoju Turystyki wymaga nakładów finansowych. Środki pozwalające na realizację poszczególnych zadań jak i uruchomienie produktów turystycznych mogą pochodzić z różnych źródeł, wśród których można wymienić:

- Środki Unii Europejskiej;
- Pozaunijne fundusze celowe (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Norweski Mechanizm Finansowy i Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego);
- Skarb Państwa (środki celowe w poszczególnych ministerstwach, w szczególności Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwie Sportu i Turystyki);
- Środki własne JST (środki pochodzące z budżetów gmin, powiatu i województwa);
- Środki własne lokalnych podmiotów np. Lokalnej Grupy Działania „Zielony Pierścień”, Lokalnej Organizacji Turystycznej „Kraina Lessowych Wąwozów”;
- Kapitał prywatny i środki własne (w ramach Partnerstwa Publiczno – Prywatnego);
- Kapitał prywatny (środki inwestorów prywatnych).

W tym miejscu należy nadmienić, że alokacja środków finansowych w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Europejskiego Funduszu Społecznego przyznanych Polsce na lata 2007-2013 została w dużej mierze rozdysponowana. Założenia finansowe dotyczące nowej perspektywy finansowej UE na lata 2014-2020 są nadal w fazie negocjacji międzyrządowych w związku z powyższym nie można określić możliwych źródeł finansowania działań około turystycznych ze środków europejskich. W obecnej propozycji Komisji Europejskiej brakuje bezpośrednich odniesień do turystyki – wg KE powinna ona być traktowana m.in. jako element strategii lokalnych (cel 8.), czy też jako element powiązany z kulturą i dziedzictwem kulturowym (cel 6.). W obecnej perspektywie finansowej na wsparcie działań okołoturystycznych można było uzyskać dofinansowanie w ramach m.in.:

— Programu dla Europy Środkowej:

Obszar interwencji: P4.3 Wykorzystanie zasobów kulturowych dla uatrakcyjnienia miast i regionów;

— Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko:

Działanie: 5.1 Wspieranie kompleksowych projektów z zakresu ochrony siedlisk przyrodniczych (ekosystemów) na obszarach chronionych oraz zachowanie różnorodności gatunkowej;

— Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej:

Działanie: 3.2 Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej;

— Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego:

Działanie: 1.5 Dotacje inwestycyjne w dziedzinie turystyki,

Działanie: 3.1 Tworzenie terenów inwestycyjnych,

Działanie: 3.2 Rewitalizacja zdegradowanych obszarów miejskich,

Działanie: 5.1 Regionalny układ transportowy,

Działanie: 5.2 Lokalny układ transportowy,

Działanie: 7.1 Infrastruktura kultury i turystyki, Kategoria: 1 Ochrona dziedzictwa kulturowego,

Działanie: 7.1 Infrastruktura kultury i turystyki, Kategoria: 3 Infrastruktura turystyki,

Działanie: 7.2 Promocja kultury i turystyki,

Działanie: 7.3 Współpraca międzyregionalna, Kategoria: 1 Partnerskie inicjatywy międzyregionalne,

Działanie: 7.3 Współpraca międzyregionalna, Kategoria: 2 Małe inicjatywy międzyregionalne.

Jednak w tym momencie brak wiarygodnych informacji o planowanych naborach wniosków w ramach powyższych działań.

Możliwe obszary wsparcia ze źródeł zewnętrznych:

162

— **Szwajcarsko-Polski Program Współpracy**

Priorytet 1: Bezpieczeństwo, stabilność, wsparcie reform

Obszar tematyczny nr 1: Inicjatywy na rzecz rozwoju regionalnego regionów peryferyjnych i słabo rozwiniętych.

W ramach projektu pn. „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny” możliwe wsparcie na:

- Rozwój infrastruktury i usług turystycznych,
- Rozwój edukacji na obszarach wiejskich,
- Promocje kultury i lokalnych zwyczajów,
- Rozpoczęcie działalności gospodarczej.

— **Regionalny Program Operacyjny Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013**

Priorytet: 1 Przedsiębiorczość i innowacje

Działanie: 1.7 Wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw przez doradztwo

W szczególności wspierane będą następujące rodzaje projektów:

- doradztwo w zakresie zasad prowadzenia przedsiębiorstwa na terytorium Unii Europejskiej;
- doradztwo w zakresie jakości;
- doradztwo w zakresie innowacji i nowych technologii;
- doradztwo w zakresie tworzenia sieci kooperacyjnych przedsiębiorstw;
- doradztwo w zakresie pozyskiwania zewnętrznego finansowania na rozwój działalności przedsiębiorstw.

— **Program Operacyjny Kapitał Ludzki**

Działanie 6.2 Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia

W szczególności wspierane będą następujące rodzaje projektów:

- wsparcie dla osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą (w tym na założenie spółdzielni lub spółdzielni socjalnej) poprzez: doradztwo (indywidualne i grupowe) oraz szkolenia; przyznanie środków finansowych na rozwój przedsiębiorczości do wysokości stanowiącej równowartość 40 tys. zł (lub 20 tys. na osobę w przypadku spółdzielni lub spółdzielni socjalnej); wsparcie pomostowe w okresie od 6 do 12 miesięcy od dnia zarejestrowania działalności gospodarczej;
- promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia poprzez kampanie promocyjno – informacyjne;
- upowszechnianie dobrych praktyk z zakresu rozwoju przedsiębiorczości.

Poddziałanie 8.1.1 Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw

W szczególności wspierane będą następujące rodzaje projektów:

- ogólne i specjalistyczne szkolenia i/lub doradztwo związane ze szkoleniami dla kadr zarządzających i pracowników mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MMŚP) w zakresie zgodnym ze zdiagnozowanymi potrzebami przedsiębiorstw i formie odpowiadającej możliwościom organizacyjno – technicznym przedsiębiorstwa.
- doradztwo dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MMŚP), w tym dla osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą.

Działanie 9.5 Oddolne inicjatywy edukacyjne na obszarach wiejskich

W szczególności wspierane będą następujące rodzaje projektów:

- działania o charakterze szkoleniowym, doradczym oraz animacyjnym, służące zwiększeniu aktywności mieszkańców obszarów wiejskich w zakresie kształcenia przez całe życie na obszarach wiejskich;
- rozwój dialogu, partnerstwa publiczno-społecznego i współpracy na rzecz rozwoju kształcenia przez całe życie na obszarach wiejskich.

- **Program Rozwoju Obszarów Wiejskich** w województwie lubelskim 2007-2013 (oś LEADER w PROW)

Możliwe obszary wsparcia:

- Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw,
- Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej.

- **Mechanizm Finansowy EOG**

Możliwe obszary wsparcia:

- A. Obszar programowy: Różnorodność biologiczna i działania na rzecz ekosystemów,
- D. Obszar programowy: Fundusz dla Organizacji Pozarządowych,

- G. Obszar programowy: Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego i naturalnego,
- H. Obszar programowy: Promowanie różnorodności w kulturze i sztuce w ramach europejskiego dziedzictwa kulturowego.