



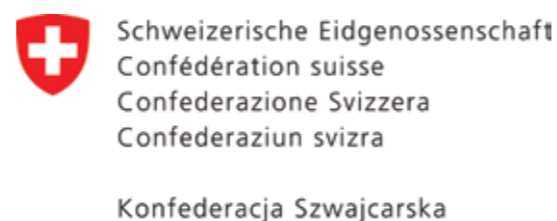
Plan Rozwoju Turystyki

**DLA SUBREGIONU TRÓJKĄTA TURYSTYCZNEGO
KAZIMIERZ DOLNY – NAŁĘCZÓW – PUŁAWY
NA LATA 2012-2020**



 **SWISS**
CONTRIBUTION

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



Projekt:

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

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

Partnerzy:

Powiat Puławski (Lider),
Lokalna Grupa Działania „Zielony Pierścień” w Nałęczowie,
Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli,
Lubelski Ośrodek Samopomocy

Projekt wybrany został do dofinansowania
ze Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy
w ramach Priorytetu 1: Bezpieczeństwo, stabilność, wsparcie reform;
Obszar tematyczny nr 1: Inicjatywy na rzecz rozwoju regionalnego
regionów peryferyjnych i słabo rozwiniętych.

Plan Rozwoju Turystyki

**DLA SUBREGIONU TRÓJKĄTA TURYSTYCZNEGO
NAŁĘCZÓW – KAZIMIERZ DOLNY – PUŁAWY
NA LATA 2012-2020**

Wydawca:
Lokalna Grupa Działania „Zielony Pierścień”

Tekst:
Centrum Doradztwa Strategicznego s.c. D. Bieńkowska, J. Szymańska, C. Ułasiński

Tłumaczenie:
Biuro Tłumaczeń Beata Brice

Fotografie:
Archiwum LGD „Zielony Pierścień”, Dariusz Malinowski ,
oraz zbiory: miasta Puławy i 11 gmin należących do LGD „Zielony Pierścień”

Nakład:
2,5 tys. egzemplarzy

Druk:
BACCARAT Zakład Poligraficzny s.c. Małgorzata Olech, Mirosław Olech

Wydawnictwo jest współfinansowane przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Egzemplarz bezpłatny

ISBN 978-83-63571-02-3

WSTĘP..... 7

CZĘŚĆ I. WPROWADZENIE 8

- 1.1.** Plan Rozwoju Turystyki jako instrument kreowania polityki rozwoju na obszarze trójkąta turystycznego Nałęczów – Kazimierz Dolny – Puławy 8
- 1.2.** Proces konstruowania Planu Rozwoju Turystyki 10
- 1.3.** Struktura dokumentu 12

CZĘŚĆ II. PLAN ROZWOJU TURYSTYKI – MISJA ORAZ DOMENY STRATEGICZNEGO ROZWOJU 15

- 2.1.** Główne wnioski z diagnozy i inwentaryzacji stanu turystyki w subregionie oraz analizy trendów turystycznych 15
 - 2.1.1.** Przestrzeń turystyczna 15
 - 2.1.2.** Trendy w turystyce 29
- 2.2.** Analiza SWOT 31
- 2.3.** Najważniejsze wnioski z przeprowadzonych badań preferencji mieszkańców dotyczących kierunków rozwoju turystyki 35
- 2.4.** Misja rozwoju turystyki w subregionie 36
- 2.5.** Domena 1: Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały 39
- 2.6.** Domena 2: Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu 46
- 2.7.** Domena 3: Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej 49

CZĘŚĆ III. PROGRAMY TURYSTYCZNE I PLANY DZIAŁAŃ 50

- 3.1.** Programy Turystyczne dla Domeny 1. Zharmonizowana oferta turystyczna budowana w oparciu o lokalne potencjały 50
 - 3.1.1.** Ożywienie turystyczne Doliny Wieprza 53
 - 3.1.2.** Przywrócenie świetności Małopolskiemu Przełomowi Wisły 63
 - 3.1.3.** Dziedzictwo historyczne, kulturowe, religijne subregionu - atrakcyjna turystyka 72
 - 3.1.4.** Specyficzne, unikatowe potencjały turystyczne gmin 88
 - 3.1.5.** Po terenie - połączeni szlakami 105
 - 3.1.6.** Wzmacnianie rozpoznawalnych marek w subregionie w oparciu o nowe trendy turystyczne 123
- 3.2.** Plan działań dla Domeny 2. Współdziałanie w budowaniu zintegrowanej oferty turystycznej subregionu 130
- 3.3.** Plan działań dla Domeny 3. Kształtowanie wśród mieszkańców subregionu postaw odpowiedzialności za rozwój zrównoważonej turystyki i przedsiębiorczości okołoturystycznej 142

Lista uczestników biorących udział w pracach nad opracowaniem i w konsultacjach Planu Rozwoju Turystyki Subregionu Trójkąta Turystycznego Nałęczów – Kazimierz Dolny – Puławy 148

WSTĘP

Turystyka może stać się jedną z ważniejszych dziedzin gospodarki lokalnej kilkunastu gmin znajdujących się na obszarze lub w bezpośrednim sąsiedztwie subregionu tzw. Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy. Subregion ten jest najbardziej popularnym i najczęściej odwiedzanym przez turystów miejscem na Lubelszczyźnie. Jego znakiem rozpoznawczym jest Kazimierz Dolny, który zajmuje piąte miejsce w kraju w wykazie markowych miast Polski (zaraz po takich ośrodkach miejskich jak: Kraków, Gdańsk, Warszawa i Wrocław) oraz uzdrowisko Nałęczów – osiąga trzecią lokatę w rankingu najpopularniejszych uzdrowisk w kraju (za Kołobrzegiem i Krynica). Trójkąt Turystyczny jest atrakcją ze względu na liczne zabytki oraz urokliwą przyrodę i malownicze krajobrazy.

Jednak z własnych obserwacji i analiz danych statystycznych wywnioskować można, że pobyty gości w subregionie ograniczają się głównie do wizyt w dwu centrach turystycznych (Kazimierzu Dolnym i Nałęczowie) i przeważnie nie są one długie, wynoszą jeden lub kilka dni. Badacze współczesnych trendów w turystyce wskazują, że model wypoczynku w jednym miejscu traci już na znaczeniu na rzecz wypoczynku aktywnego gdzie rozrywka jest połączona z aktywnością ruchową i edukacją.

Szansą na rozwój turystyki w subregionie Trójkąta Turystycznego, tj. na zwiększenie ruchu turystycznego i wydłużenie pobytu turystów, jest wykorzystanie silnych ośrodków turystycznych (Kazimierz Dolny, Nałęczów, Puławy) oraz bogatych zasobów przyrodniczych, kulturowych i krajobrazowych przylegających doń obszarów wiejskich i tworzenie tam nowych atrakcji dla turysty.

Ta idea przyświecała uczestnikom warsztatów w pracach nad Planem Rozwoju Turystyki. Byli nimi mieszkańcy kilkunastu gmin tworzących subregion Trójkąta Turystycznego, przedstawiciele lokalnych władz, organizacji pozarządowych, instytucji kultury, szkół oraz przedsiębiorcy. Dzięki ich entuzjazmowi i twórczej aktywności podczas spotkań warsztatowych, które miałem przyjemność zaobserwować, powstał projekt 6 programów i ponad 20 produktów turystycznych ukierunkowanych na promocję turystyki aktywnej i turystyki poznawczej. Wśród przedstawionych propozycji interesujące są przykłady sieciowych produktów turystycznych (np. sieć parków nordic walking, sieć wypożyczalni rowerów, szlak ornitologiczny, szlaki kajakowe), których oddziaływanie na pobudzenie lokalnej przedsiębiorczości może być największe. Warto podkreślić propozycje produktów, których wdrożenie wymaga współpracy ponadregionalnej. Takim przykładem jest projekt Geoparku Małopolskiego Przełomu Wisły, wyzwanie na najbliższe lata dla władz lokalnych i regionalnych oraz szansa nie tylko dla naszego subregionu, ale także dla Lubelszczyzny.

Plan Rozwoju Turystyki nie jest spisem marzeń, ale, jak sama nazwa wskazuje, wykazem zadań do realizacji. Zadania te wynikają z głównej aspiracji rozwojowej wypracowanej przez mieszkańców. To w jakim stopniu zostanie ona osiągnięta, będzie zależeć od aktywności mieszkańców subregionu i umiejętności wykorzystania przez nich przeznaczonych na ten cel środków pomocowych Szwajcarii ze szwajcarskiego programu współpracy.

Zbigniew Pacholik
prezes Lokalnej Grupy Działania „Zielony Pierścień”

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 turystycz-

nych o uznanej marce jak Kazimierz Dolny, Nałęczów czy Puławy oraz bogactwie tradycji, dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a także aktywności mieszkańców.

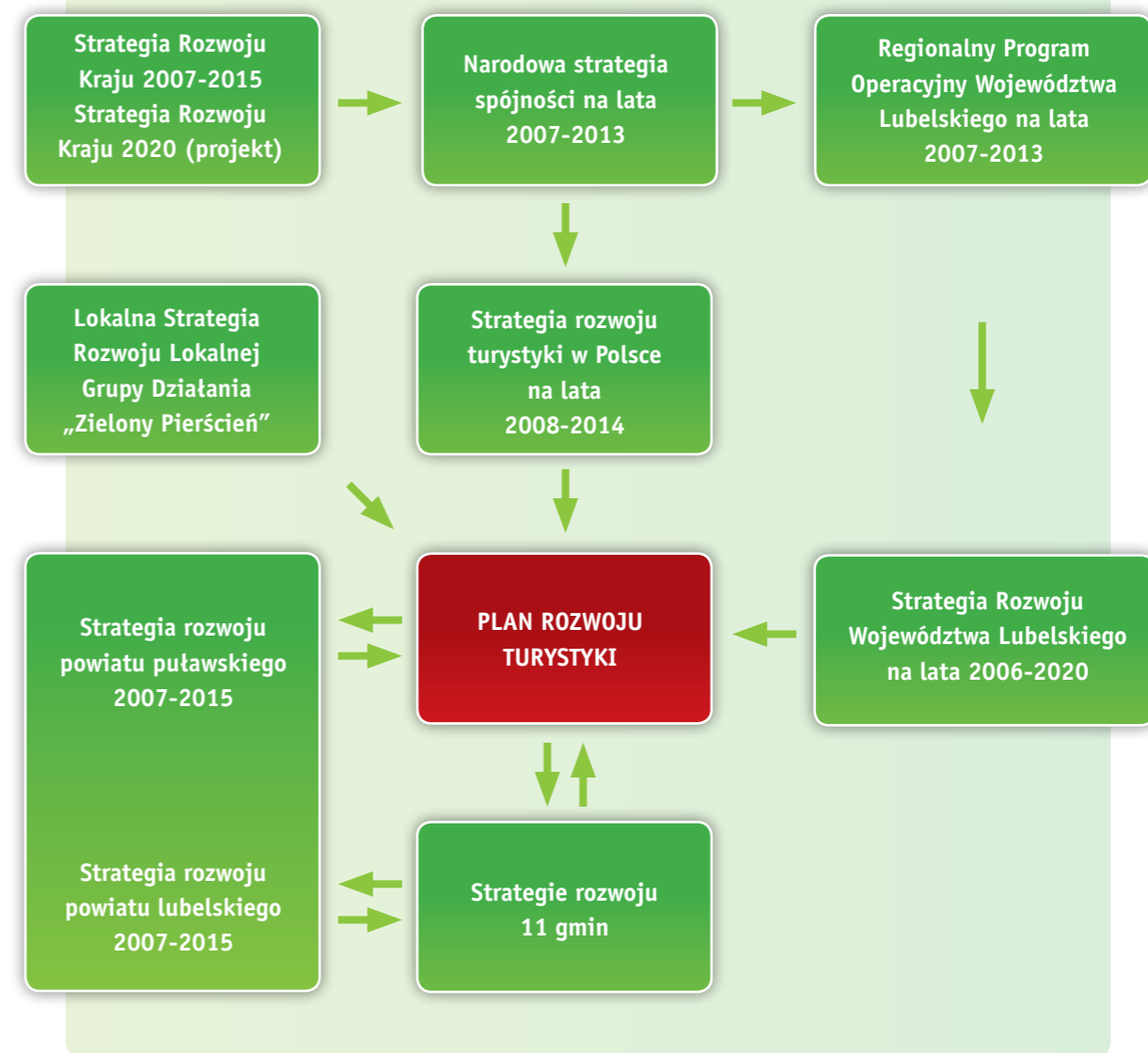
Prace nad dokumentem były okazją do dialogu z partnerami z sektora społecznego, gospodarczego i publicznego. Przy ich udziale powstał niniejszy dokument obejmujący okres 2012-2014 z uwzględnieniem perspektywy działań do 2020 roku. Plan będzie wykorzystywany w opracowywaniu dokumentów konkursowych dotyczących 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.

POWIĄZANIE PLANU ROZWOJU TURYSTYKI Z INNYMI DOKUMENTAMI STRATEGICZNYMI ODNOSZĄCYMI SIĘ W SWYCH ZAPISACH DO ROZWOJU TURYSTYKI - SCHEMAT



¹ W dalszej części opracowania będzie używana skrócona nazwa dokumentu: Plan Rozwoju Turystyki. Całość dokumentu PRT jest dostępna na stronie internetowej www.zielonypierścien.pl.

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. Bieñkowska, 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, analiza interesariuszy);
- 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 okółoturystycznego.

Zostały one dobrane przez konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego na bazie wcześniejszych, bogatych doświadczeń przy ponad 100 strategicznych realizacjach.

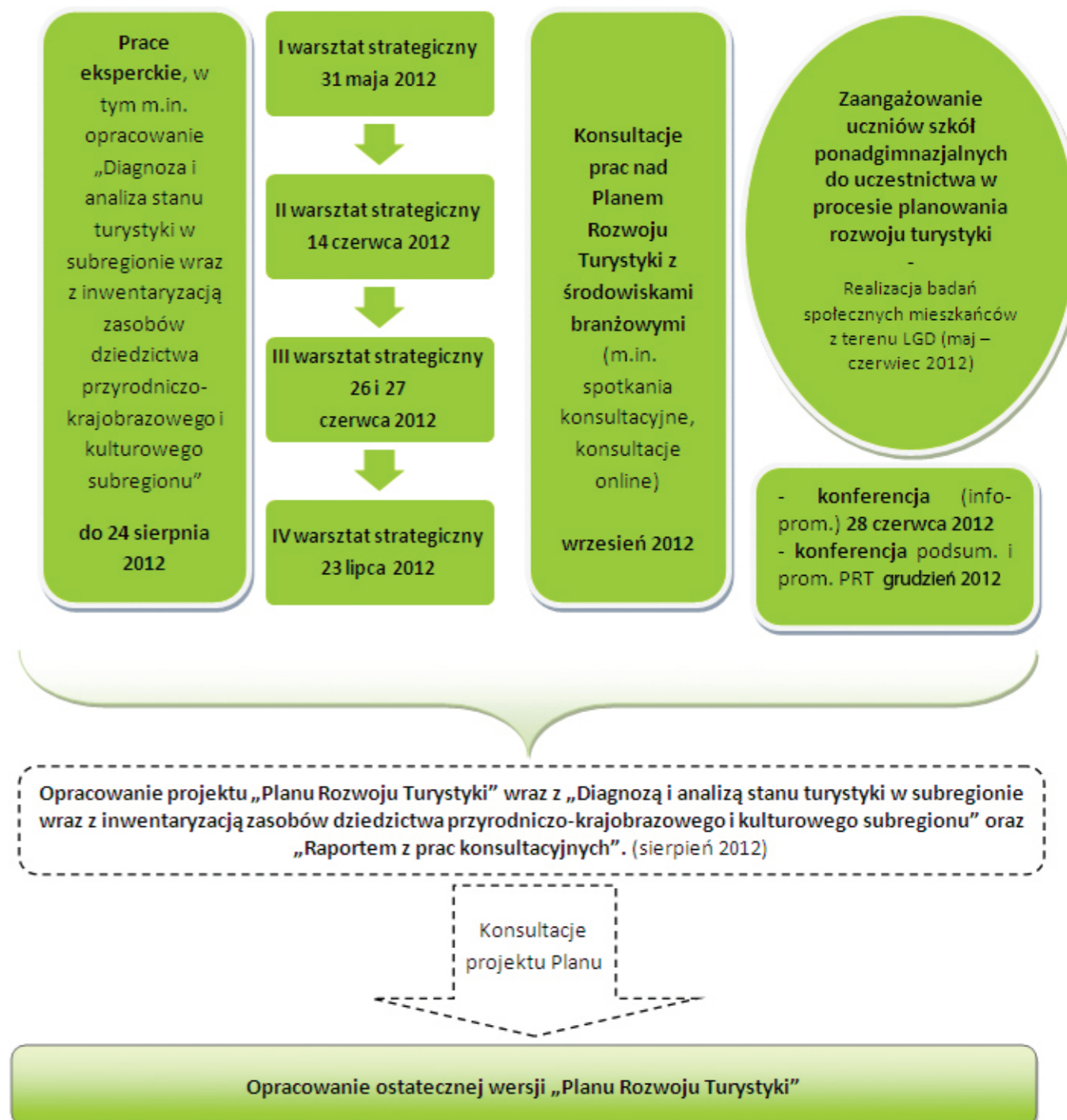
W ramach spotkań o charakterze warsztatowym wykorzystany został szereg różnego rodzaju metod pracy takich jak: technika grupy nominalnej – dająca w pierwszej kolejności szansę na pracę indywidualną, następnie dyskusję w zespołach, aby ostatecznie osiągnąć konsensus na sesji plenarnej; dyskusja moderowana; prace z formularzem (kwestionariuszem) oraz zmodyfikowana metoda delicka, 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 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 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.

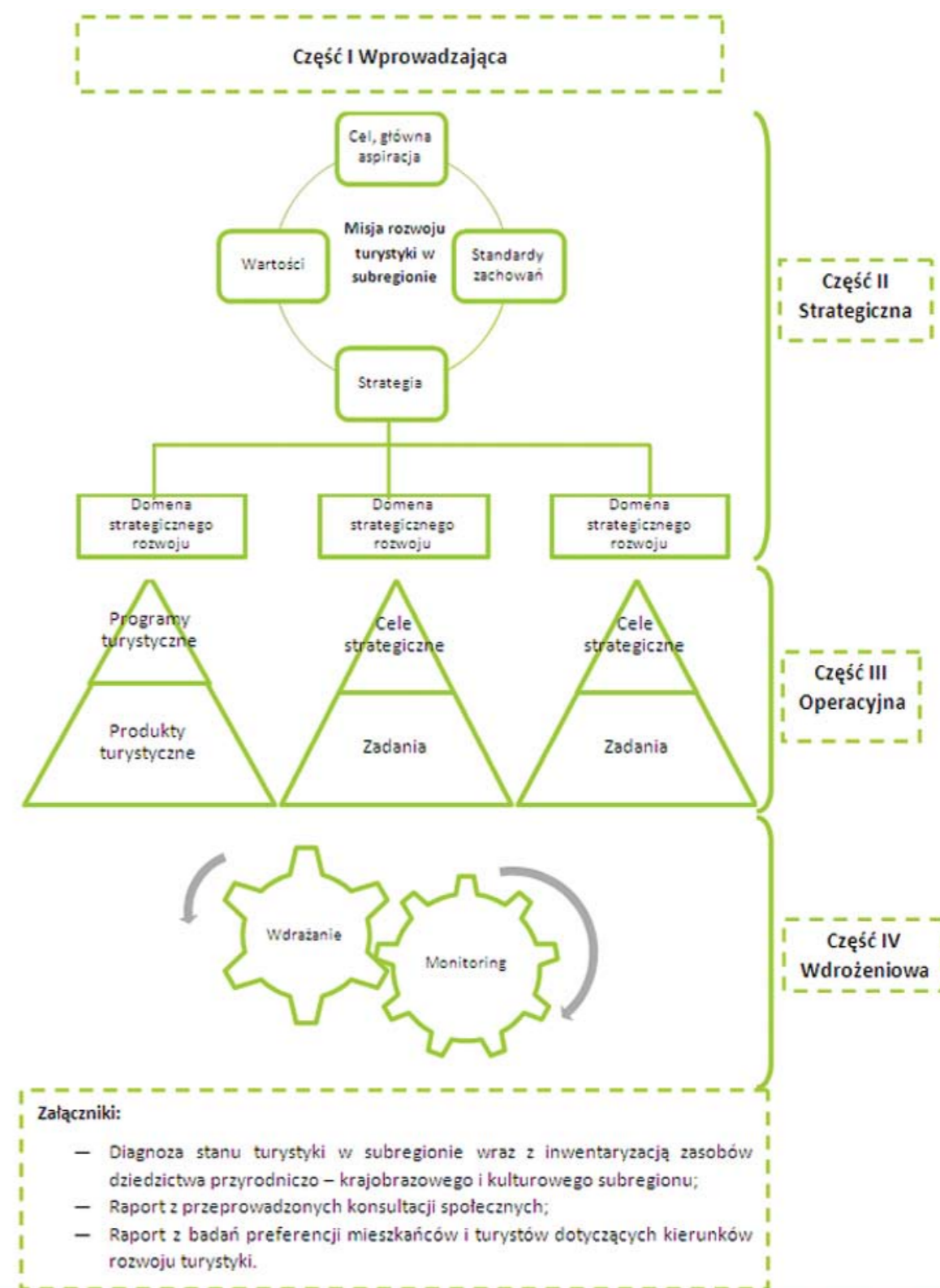
Część IV Wdrożeniowa

Zwieńczenie 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 DOKUMENTU²



² Niniejsza Publikacja nie obejmuje części IV Wdrożeniowej PRT. Zapisy PRT związane z wdrażaniem i monitorowaniem są integralną częścią dokumentu Plan Rozwoju Turystyki dla subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy na lata 2012-2020 – można się z nimi zapoznać na stronie internetowej www.zielonypierscien.pl.



CZĘŚĆ II.

PLAN ROZWOJU TURYSTYKI

– MISJA ORAZ DOMENY

STRATEGICZNEGO ROZWOJU

Całość prac nad opracowaniem PRT została uzupełniona przeprowadzeniem pogłębionej diagnozy stanu turystyki w subregionie, co pozwoliło na uzyskanie kompleksowego obrazu obszarów wymagających interwencji, wsparcia, ochrony w kontekście rozwoju turystycznego. Na tym etapie prac zilustrowano także główne światowe trendy w turystyce, przyczyniło się to do wykorzy-

stania zagranicznych i krajowych doświadczeń w planowaniu rozwoju turystycznego na poziomie konstruowanych programów i produktów turystycznych. Dla lepszego zrozumienia zaproponowanych działań w ramach rozwoju subregionalnej turystyki poniżej zaprezentowano główne wnioski z przeprowadzonych prac diagnostycznych i inwentaryzacyjnych.

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

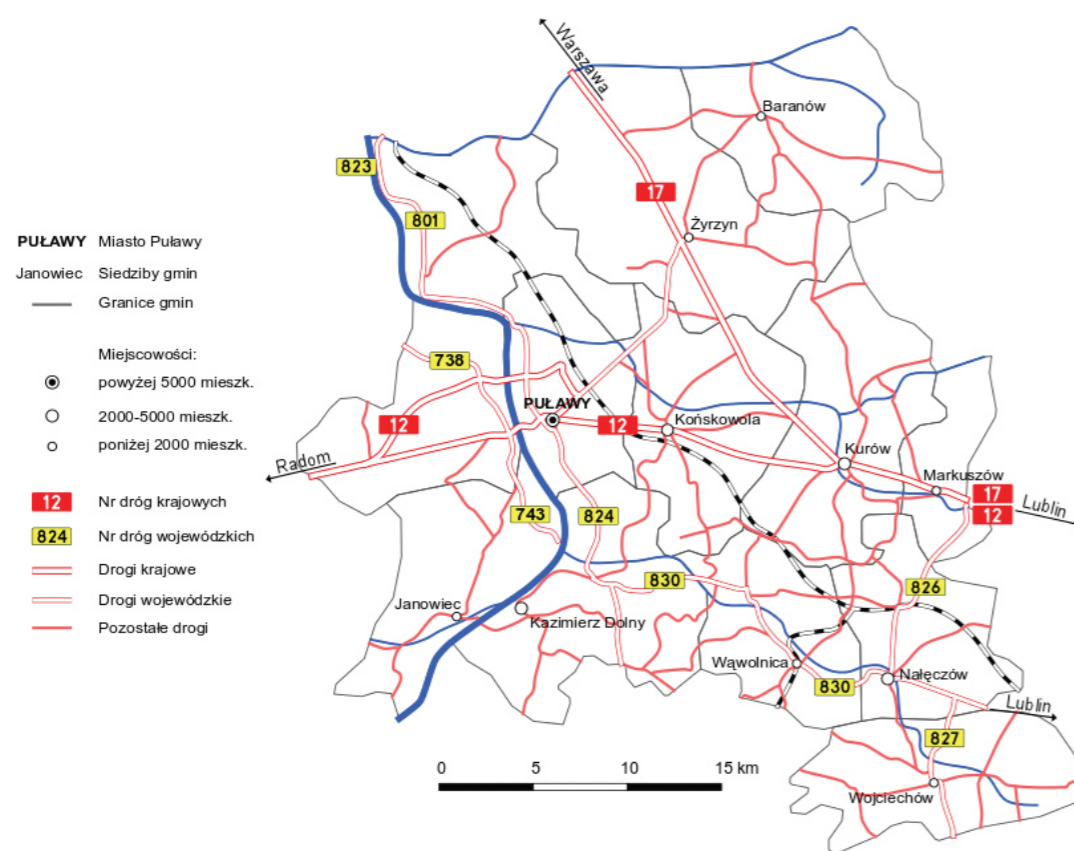
2.1.1. PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA

- 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 Nałęczów – Kazimierz Dolny – 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.



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 wypady 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



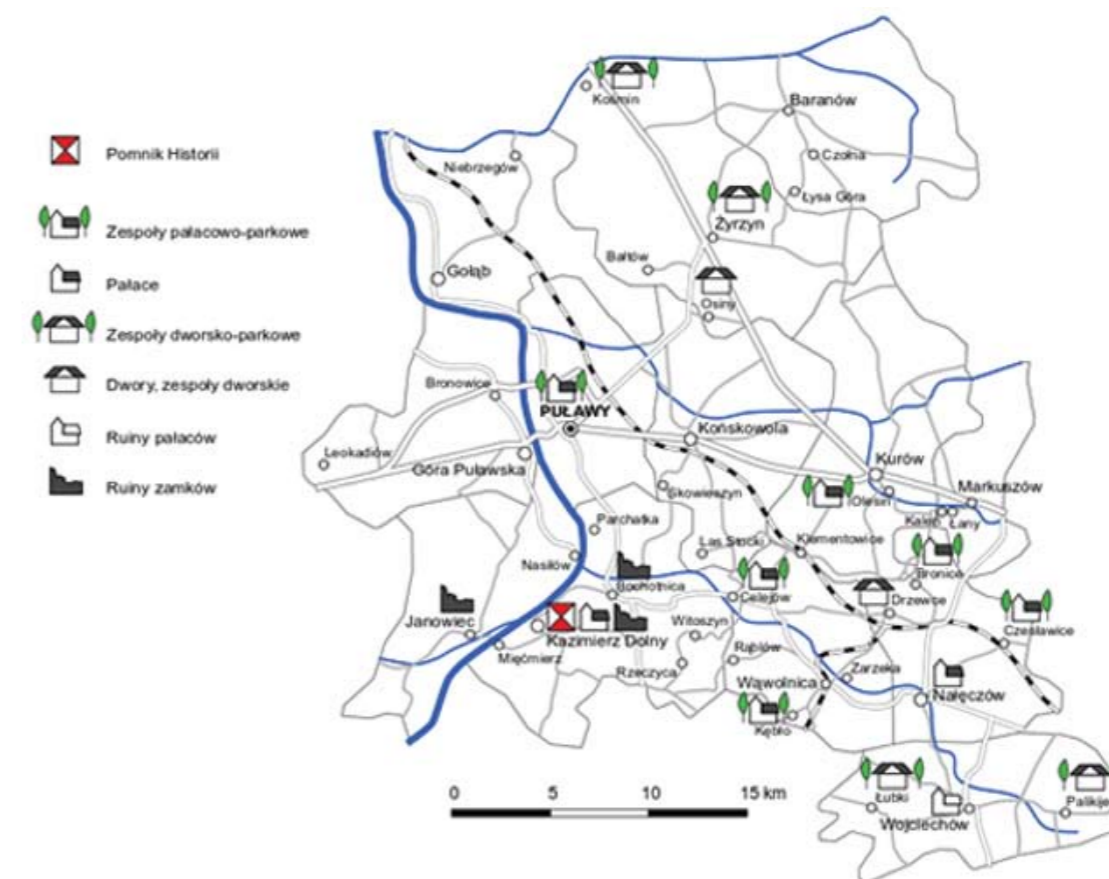
- Na obszarze trójkąta turystycznego znajdują się trzy wiodące ośrodki turystyczne – Kazimierz Dolny, Nałęczów i Puławy (gmina miejska formalnie nie znajduje się na terenie objętym projektem „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny”, ale generuje znaczny 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 za granicą rozwiązań np. questingu³, eko-turystyki, turystyki interpretacyjnej – narracyjnej.

³ Metoda odkrywania dziedzictwa miejsca polegająca na tworzeniu nieoznakowanych szlaków, którymi można wędrować, kierując się informacjami zawartymi w wierszowanych wskazówkach.



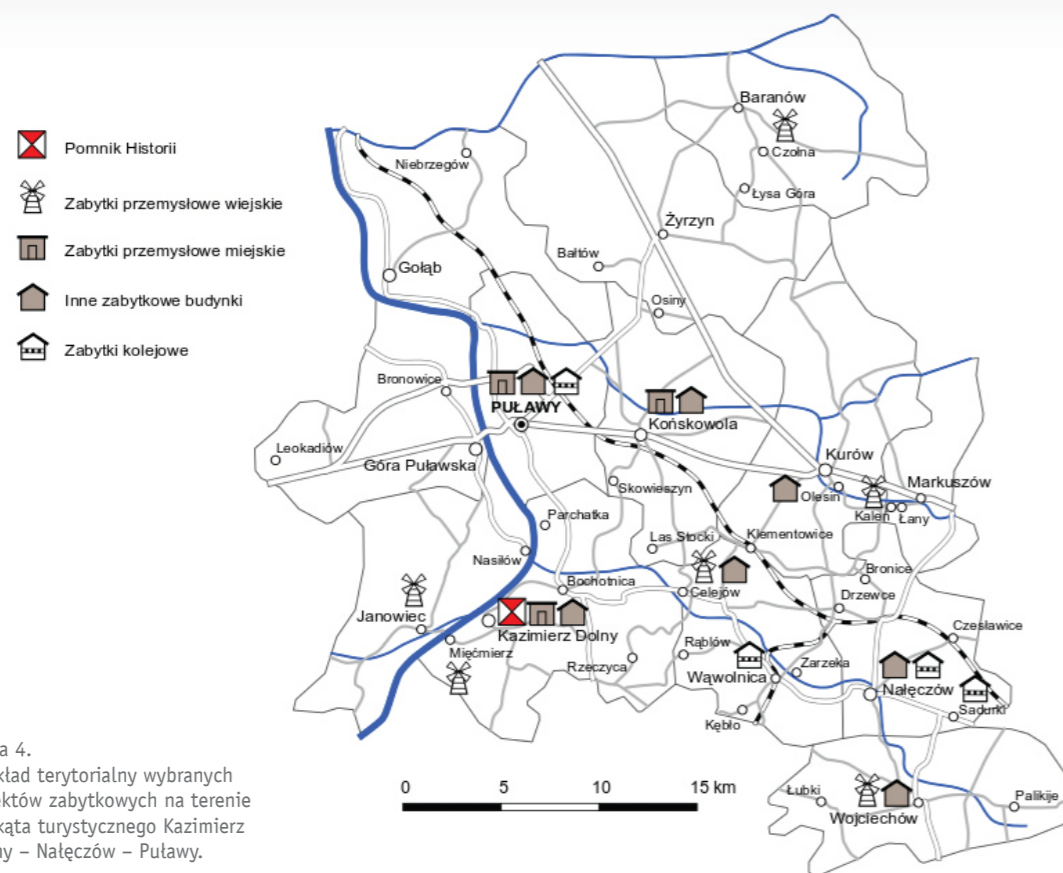
- Liczba miejsc noclegowych na terenie turystycznego trójkąta Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy w ciągu 5 lata wzrosła o ponad 70% (BDL GUS 2010), a liczba korzystających z nich turystów w analogicznym okresie o 65%. Obiekty zbiorowego zakwaterowania zlokalizowane są przede wszystkim w gminach Kazimierz 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.

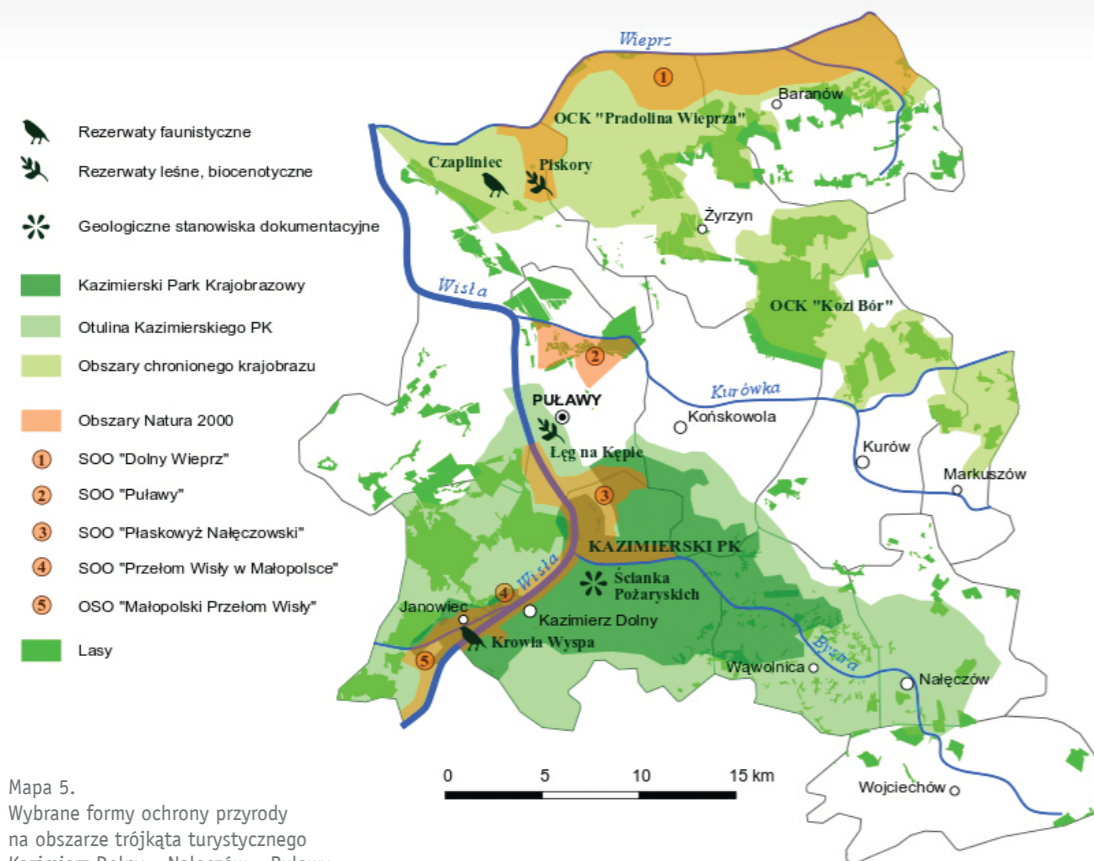
- Na terenie objętym projektem „EUROszansa dla Lubelszczyzny – budowanie konsensusu społecznego na rzecz zrównoważonego rozwoju subregionu w krajobrazie kulturowym trójkąta turystycznego Nałęczów – Puławy – Kazimierz Dolny” znajdują się 433 obiekty zabytkowe, w tym ruiny zamków, murów obronnych, liczne 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). Magneseśm przyciągającym turystów jest także 127 obiektów zabytkowych w Puławach, w tym zespół parkowo-pałacowy Czartoryskich⁴. Taki potencjał dziedzictwa kulturowego sprzyja rozwojowi **turystki poznawczej**. Rozproszenie terytorialne i mnogość obiektów zabytkowych można wykorzystywać do tworzenia **szlaków tematycznych**, łączących powiązane ze sobą tematycznie obiekty.



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

⁴ 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.





- 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, ostrzygojad, 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)**.





26

- 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.



27

- 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.





30

- 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 zamieszkałych przez nią terenach; 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.

2.2 Analiza SWOT

MOCNE 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;

SŁABE STRONY

- 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-widowskiej 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.). Komerccjalizacja oferty – statki piratów, góralskie karczmy – wyzbywanie się lokalnej tożsamości

31

- 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;
- 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;

- Słaba oferta gastronomiczna – brak specyfiki kulinarnej regionu;
- Brak/słaba oferta noclegowa, gastronomiczna, (usług turystycznych) poza Kazimierzem Dolnym, Nałęczowem i Puławami;
- Słaba baza okółoturystyczna (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 – „każdy sobie rzepkę skrobie”;

- 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;
- 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.

- 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.

SZANSE

- 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 sentymalna – 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, wypady na tzw. długie weekendy – zmiana stylu życia;
- Bliskość Ukrainy – nowy rynek potencjalnych klientów i pracowników.

ZAGROŻENIA

- 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

Najważniejsze wnioski z przeprowadzonych badań preferencji mieszkańców dotyczących kierunków rozwoju turystyki

- Większość badanych mieszkańców gmin subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy lubi swoją gminę. Za najbardziej atrakcyjne turystycznie uznawane są przez swoich mieszkańców gminy Kazimierz Dolny, Wąwolnica oraz Nałęczów⁵.
- Najczęściej wymieniane przez mieszkańców atrakcje przyrodnicze gmin subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy to: Góra Trzech Krzyży, Park Zdrojowy w Nałęczowie oraz wąwozy lessowe.
- Wśród wydarzeń kulturalnych badani mieszkańcy wyróżnili: Festiwal Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” oraz Święto Róży (Końskowola) i dożynki gminne, jako mające największy potencjał przyciągnięcia turystów.
- Najciekawsze miejsca i obiekty w gminach subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy, zdaniem respondentów badania to: rynek i jego okolice w Kazimierzu Dolnym, zamek w Janowcu oraz zabytkowe kościoły.
- Zdecydowana większość, bo ponad 70% badanych ma pozytywny stosunek do obecności turystów w gminach należących do subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy.
- Równocześnie mieszkańcy wiążą ze wzmożonym ruchem turystycznym obawy, przede wszystkim związane ze zniszczeniem i zanieczyszczeniem przyrody, która stanowi o unikalnym charakterze tego miejsca.
- Badani mieszkańcy bardzo różnie oceniali obecnie dostępną w swoich gminach infrastrukturę: są gminy świetnie przygotowane na przyjmowanie turystów, oraz takie, gdzie infrastruktura turystyczna wymaga jeszcze pracy i nakładów.
- Jedna czwarta badanych deklarowała gotowość pracy w turystyce, przede wszystkim poprzez oferowanie miejsc noclegowych.

⁵ Badanie opinii mieszkańców gmin wchodzących w skład subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy zostało przeprowadzone przez socjolożki z Centrum Doradztwa Strategicznego wspólnie z uczniami II klasy liceum z regionu na przełomie maja i czerwca 2012 roku. Włączanie młodzieży w proces planowania strategicznego jest **podejściem innowacyjnym**, ale przynosi znakomite efekty. Nie tylko pozwala poznać opinie młodych mieszkańców, ale równocześnie angażuje ich w kreowanie wizji rozwoju miejsca zamieszkania, czyni ich **współodpowiedzialnymi** za jego przyszłość. Umożliwia także dialog pokoleniowy na temat priorytetów rozwoju miejsca zamieszkania i przyczynia się do wzrostu zainteresowania działaniami na rzecz lokalnej społeczności. Zaproponowane przez Centrum Doradztwa Strategicznego rozwiązania oparte zostało na metodzie **badania w działaniu** (action research to zbiór metod badawczych, których wspólną właściwością jest uznanie najwyższej kompetencji członków danej społeczności do rozumienia jej prawideł. Przedstawiciele nurtu AR przede wszystkim starają się zrozumieć osoby w danej organizacji lub środowisku, a nie narzucać im swoje poglądy. W przypadku działalności społecznej sprowadza się to do pomagania społecznościom w radzeniu sobie z problemami tak definiowanymi, jak sama społeczność je postrzega.

2.4 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 (PODSTAWOWA ASPIRACJA ROZWOJOWA, GŁÓWNY CEL)

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. Turyści, 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, otrzymują wsparcie instytucjonalne, organizacyjne, merytoryczne i finansowe.

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 okotourystycznej

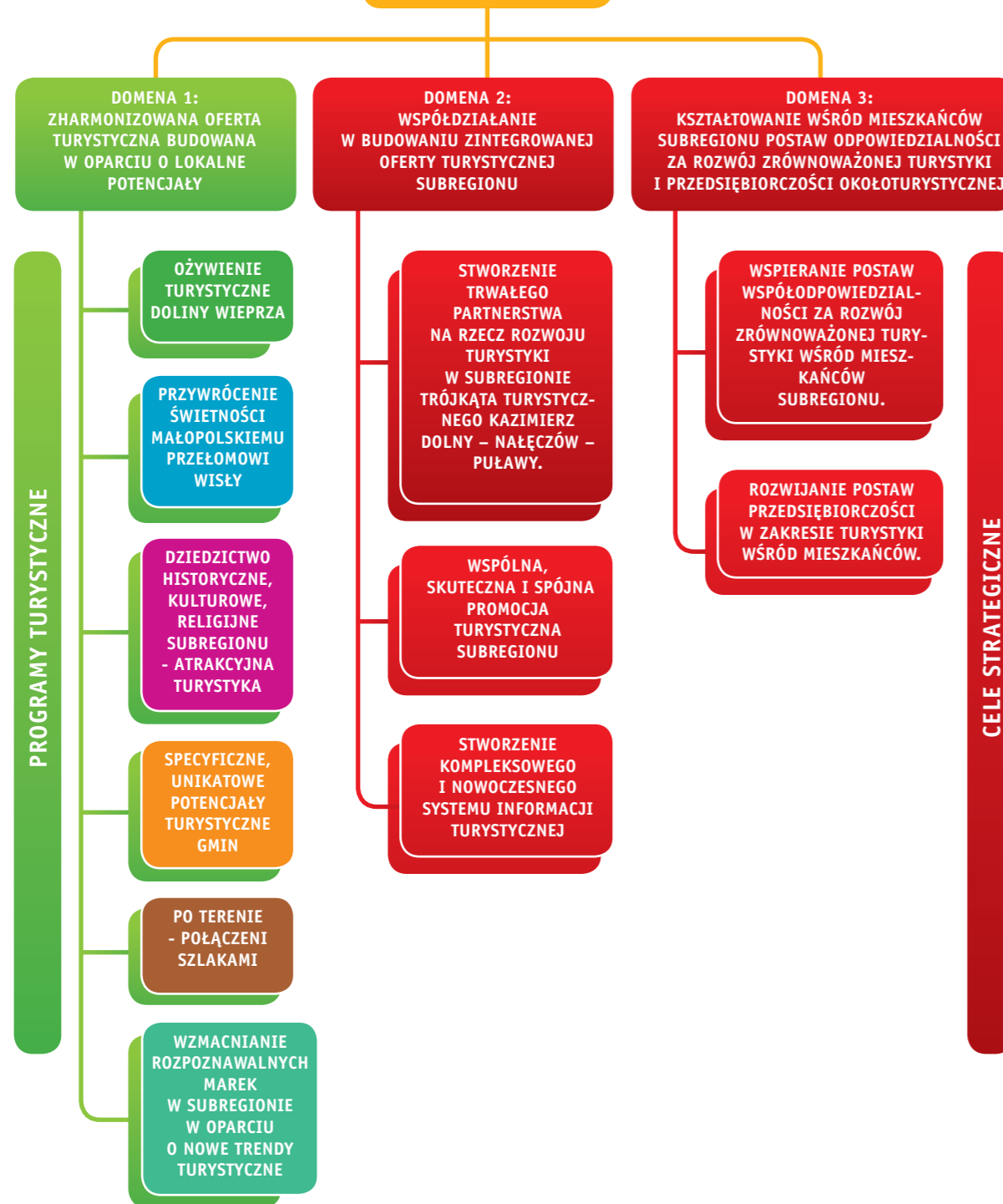
WARTOŚCI

- **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**

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.

MISJA



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.

2.5

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. Gmin odmiennych pod względem atrakcyjności turystycznej, siły przyciągania turystów, zasobów turystycznych i możliwości finansowych i organizacyjnych. W uzgodnionym brzmieniu Misji, za najważniejszą myśl organizującą rozwój turystyczny w subregionie, uznano 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 przedłużą pobyt w subregionie. Dzięki temu zaproponowane zestawy zintegrowanych produktów turystycznych przyczynią się do wydłużenia sezonu turystycznego i jego geograficznego rozproszenia, zwiększenia różnorodności oferty, powiększenia zakresu odbiorców.

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 spełniają kryteria przyjęte w Misji rozwoju turystycznego dla subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy. W konstrukcji produktów turystycznych priorytetowo potraktowano turystykę aktywną, opartą na lokalnych zasobach, zgodną z wartościami zrównoważonego rozwoju. Budując produkty turystyczne, zwracano uwagę na kwestie poznawcze, edukacyjne, przyjazność środowisku oraz na autentyczność oferty turystycznej. Przyjmując, że turystyka może być jednym z istotnych kół zamachowych rozwoju subregionu, zadbane aby proponowane rodzaje produktów turystycznych, były możliwe do zrealizowania w oparciu o lokalne zasoby, aby ostatecznymi beneficjentami rozwoju stali się mieszkańcy, lokalne instytucje i firmy.

Większość programów nastawiona jest na elementy łączące poszczególne gminy lub wręcz na sieciowy produkt turystyczny – tak jest w przypadku programów **Ożywienie turystyczne Doliny Wieprza** oraz **Przywrócenie świetności Małopolskiemu Przełomowi Wisły**. Analogiczna sytuacja występuje w przypadku programu **Dziedzictwo historyczne, kulturowe, religijne subregionu – atrakcyjna turystyka**, a także **Po terenie – połączeni szlakami**. Programami, które odwołują się do specyficznych, indywidualnych, charakteryzujących tylko poszczególne miejsca i gminy właściwości, są **Wspieranie rozpoznawalnych marek w subregionie w oparciu o nowe trendy w turystyce** (głównie chodzi o Kazimierz Dolny, Nałęczów, Puławy) oraz **Specyficzne unikatowe potencjały turystyczne gmin**. Poniżej przedstawiamy tytuły priorytetowych Programów turystycznych oraz zawarte w nich propozycje produktów turystycznych z ich krótką charakterystyką.

1. OŻYWIENIE TURYSTYCZNE DOLINY WIEPRZA

- **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 na łonie dzikiej przyrody, po weekendowych turystów amatorów. Bardzo mocny jest w nich element poznawczy i ekologiczny. Oferta Programu to także szansa na zbudowanie nowoczesnej infrastruktury turystycznej (dla obsługi turystyki kajakowej lub ornitologicznej) zgodnej z wymogami ochrony środowiska i ożywienie gospodarcze nadwieprzańskich gmin – Żyrzyna, Baranowa, Gminy Puławy, przy obsłudze infrastruktury okółoturystycznej. 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

- **Wiślane splotywy** – oferta szlaków wodnych na Wiśle,
- **Wiśła łączy,**
- **Relaks nad Wisłą**

Powyższe produkty mają na celu ponowne odkrycie Wisły jako rzeki spławnej (kajakiem, parostatkami czy tradycyjnymi kryptami), ukazanie łączności pomiędzy poszczególnymi miejscowościami zlokalizowanymi nad Wisłą (kulinarną – wiślane smaki, rozrywkową – Noc Świętojańska, czy sportową – Wiślan szlak rowerowy), wreszcie mają przywrócić tradycję plażowania i piknikowania w otoczeniu nadwiślańskiego krajobrazu. Produkty tu zaprezentowane pozwalają 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 Puławy, 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 przywrócenie pełnej jej spławności. Program wiślany jest także skierowany do społeczności lokalnej, mieszkańców subregionu (głównie Janowca, Kazimierza Dolnego, Gminy i miasta Puławy), budując ofertę spędzania czasu wolnego i lepszą jakość życia.



3. DZIEDZICTWO HISTORYCZNE, KULTUROWE, RELIGIJNE SUBREGIONU – ATRAKCYJNA TURYSTYKA

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

W proponowanych produktach aktywnemu turyście przybliżane są w atrakcyjny i niebanalny sposób najważniejsze atrakcje subregionu. Można w nich odnaleźć wędrówkę po historii subregionu, poprzez stanowiska archeologiczne, chaty słowiańskie, zamki, po pałace, w trakcie której istnieje możliwość degustacji lokalnych produktów, lub komfortowego zwiedzania udostępnionych, zabytkowych kościołów. Kolejny z produktów stwarza warunki do romantycznego pobytu w subregionie lub odwołuje się do tradycji spławiania zboża Wisłą. Subregion jest pokazany poprzez różne formy komercjalizacji oferty jako kopalnia atrakcji i niesamowitych doznań. Umożliwia to nowoczesna formuła odkrywania zagadkowych miejsc (Questy) i aktywnego uczestnictwa – głównie kulturalnego i artystycznego.



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 siódle,**
- **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 Trójkąta 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 kilkunastu 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 przybliży 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

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 rozwojowego. Zaproponowano sześć 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, 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. Zaproponowano 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

Wzmacnianie rozpoznawalnych marek w subregionie w oparciu o nowe trendy w turystce, 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 uzdrowskowe 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.

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

OŻYWIENIE TURYSTYCZNE DOLINY WIEPRZA	PRZYWRÓCENIE ŚWIETNOŚCI MAŁOPOLSKIEMU PRZEŁOMOWI WISŁY	DZIEDZICTWO HISTORYCZNE, KULTUROWE, RELIGIJNE SUBREGIONU - ATRAKCYJNA TURYSTYKA	SPECYFICZNE, UNIKATOWE POTENCJAŁY TURYSTYCZNE GMIN	PO TERENIE - POŁĄCZENIE SZLAKAMI	WZMACNIANIE ROZPOZNAWALNYCH MAREK W SUBREGIONIE W OPARCIU O NOWE TRENDY TURYSTYCZNE
„Nadwieprzańskie ptaki” – oferta turystyki ornitologicznej	„Wiślane sploty” – oferta szlaków wodnych na Wiśle	„Rowerem po terenie”	„Agroturystyka z prawdziwego zdarzenia na wiejskich terenach subregionu”	Od słowiańskiej chaty do magnackiego pałacu – spędź czas Muzeum Nadwiślańskim	Dbaj o zdrowie w Nałęczowie
„Meandry Wieprza” – szlaki kajakowe	„Wista łączy”	Sieć parków nordic walking w subregionie Trójkąta turystycznego	„Kowalstwo – tradycyjne rzemiosło w Wojciechowie. Kultywowanie tradycji i rozwój nowych form.	„Inspirujący trójkąt”	Turystyka kongresowa i szkoleniowa w regionie
„Survival nad Wieprzem” – obozy przetrwania	„Relaks nad Wisłą”	„W siodle”	„Pamiętajcie o ogrodach. Powrót do źródeł – Nałęczów miastem ogrodów”	„Zakochaj się w ...”	Sport na każdy sezon
		„Geopark – czyli podróż do wnętrza ziemi	„Odtwarzanie wydarzeń historycznych – lekcja pamięci”	„Szlak otwartych kościołów”	
			„Różana kraina – Końskowola”	„Kraina zbożem płynąca”	
			„Truskawkowy raj w Gminie Puławy		

2.6 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.**





2.7

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.

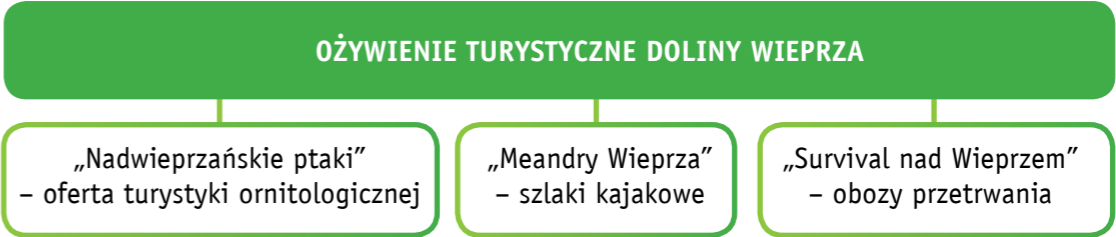
Dlatego konieczna jest odpowiednia polityka **proekologiczna**, po to by mieszkańcy sami chronili dziedzictwo przyrodnicze subregionu, będące magnesem przyciągającym turystów. Potrzebne jest akcentowanie wagi zrównoważonego rozwoju, tak aby korzyści płynące z ruchu turystycznego wspierały lokalne inicjatywy i stały 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.

[illegible]

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 (motyw przyciągający)		
Walog podstawowy:	Walory uzupełniające:	
W tym miejscu wskazany będzie główny czynnik/motyw, który jest siłą przyciągającą/zachęcającą do skorzystania z danego produktu.	W tym miejscu wskazane zostaną czynniki dodatkowe mogą przyczynić się do przyciągnięcia turysty i skorzystania z danego produktu.	
Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty: 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.		
Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego		
Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
Wskazanie pożądanego stanu bazy gastronomicznej kluczowego dla funkcjonowania produktu turystycznego (zapisy obejmują już istniejącą bazę, ale także wyznaczają kierunki jej rozwoju w przyszłości).	Wskazanie pożądanego stanu bazy noclegowej kluczowego dla funkcjonowania produktu turystycznego (zapisy obejmują już istniejącą bazę, ale także wyznaczają kierunki jej rozwoju w przyszłości).	Wskazanie pożądanego stanu bazy towarzyszącej (infrastruktura niezbędna do realizacji 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).
Klient – grupa docelowa: Wskazanie grup turystów/odbiorców najbardziej zainteresowanych danym produktem, do których to, powinien być kierowany komunikat promujący dany produkt.		
Dystrybucja produktu: Opis kanałów dystrybucji poprzez które przede wszystkim będzie rozpowszechniana oferta związana z produktem.		
Okres realizacji	Zadania warunkujące sukces:	
Czas w jakim przewiduje się realizację zadań związanych z produktem turystycznym	Zadania pożądane do podjęcia w pierwszej kolejności, aby projekt funkcjonował (wymienione tutaj zadania należy rozumieć komplementarnie z opisem pożądanej bazy turystycznej).	

3.1.1. OŻYWIENIE TURYSTYCZNE DOLINY WIEPRZA



Tytuł produktu turystycznego: „NADWIEPRZAŃSKIE PTAKI” – OFERTA TURYSTYKI ORNITOLOGICZNEJ	
Walog (motyw przyciągający)	
Walog podstawowy:	Walory uzupełniające:
Wielość bardzo rzadkich ptaków wodno-błotnych, a przede wszystkim bogactwo miejsc do ich podglądania (korytarz ekologiczny i miejsca lęgowe coraz radszych ptaków wodno-błotnych).	<ul style="list-style-type: none">– 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 marsylia 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, łęgi 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

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną opierającą się na wykorzystaniu i promocji produktów lokalnych, tradycyjnych; zdrowa żywność.

Baza noclegowa

- Baza noclegowa w oparciu o zlokalizowane na terenie gmin Baranów, Żyrzyn i Puławy kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, schroniska młodzieżowe oraz wytłoczone pola namiotowe i miejsca biwakowe w pobliżu linii brzegowej rzeki Wieprz.

Baza towarzysząca

- 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).
- Wypożyczalnia sprzętu do poglądania, nagrywania i odnotowywania zaobserwowanych ptaków.
- Wypożyczalnia rowerów (możliwość odbycia wycieczki ornitologicznej po wyznaczonych na tym terenie szlakach rowerowych).

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.

KLIENT – grupa docelowa:

- turyści indywidualni i grupowi zainteresowani obcowaniem z przyrodą;
- rodziny z dziećmi;
- grupy szkolne;
- nauczyciele przedmiotów przyrodniczych;
- turyści ptasznicy – ornitolodzy.

Okres realizacji

2013 – 2015

Zadania warunkujące sukces:

- 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 wykorzystaniem produktów lokalnych) oraz noclegowego (miejsca biwakowe, oferta kwater prywatnych, gospodarstw agroturystycznych).

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy zawierającej lokalizację 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

Walor (motyw przyciągający)

Walor 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 Zagórz 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 kajakami i wędką – spływ połączony z wędkowaniem;
- Stała sztabowa 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 Dębłina 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
<ul style="list-style-type: none"> – 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 biwakowych. – Wytyczne bezpieczne miejsca do grillowania i pod ogniska wraz z zapewnieniem odpowiedniej ilości drewna. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne oraz wytyczne miejsca biwakowe (możliwość rozstawienia namiotu) 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). 	<ul style="list-style-type: none"> – 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. – 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.

Okres realizacji

2013 – 2015

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.

Zadania warunkujące sukces:

- 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 (motyw przyciągający)

Walog podstawowy:

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

Walory uzupełniające:

- Szlak Kajakowy na Wieprzu – o dł. 150 km od Rokitna do Dębłina wraz z tablicami informacyjnymi, drogowskazami informującymi o miejscach do wędrowania kajaków (ok. 6 – 8 miejsc), portal internetowy, materiały promocyjne;
- ścieżki dydaktyczno-przyrodnicze (np. Borysów – Piskory – Borysów; Gołab – Jezioro Piskory – Las Bonowski – Lesniczówka Gołab, 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 (forma spędzania wolnego czasu) / 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

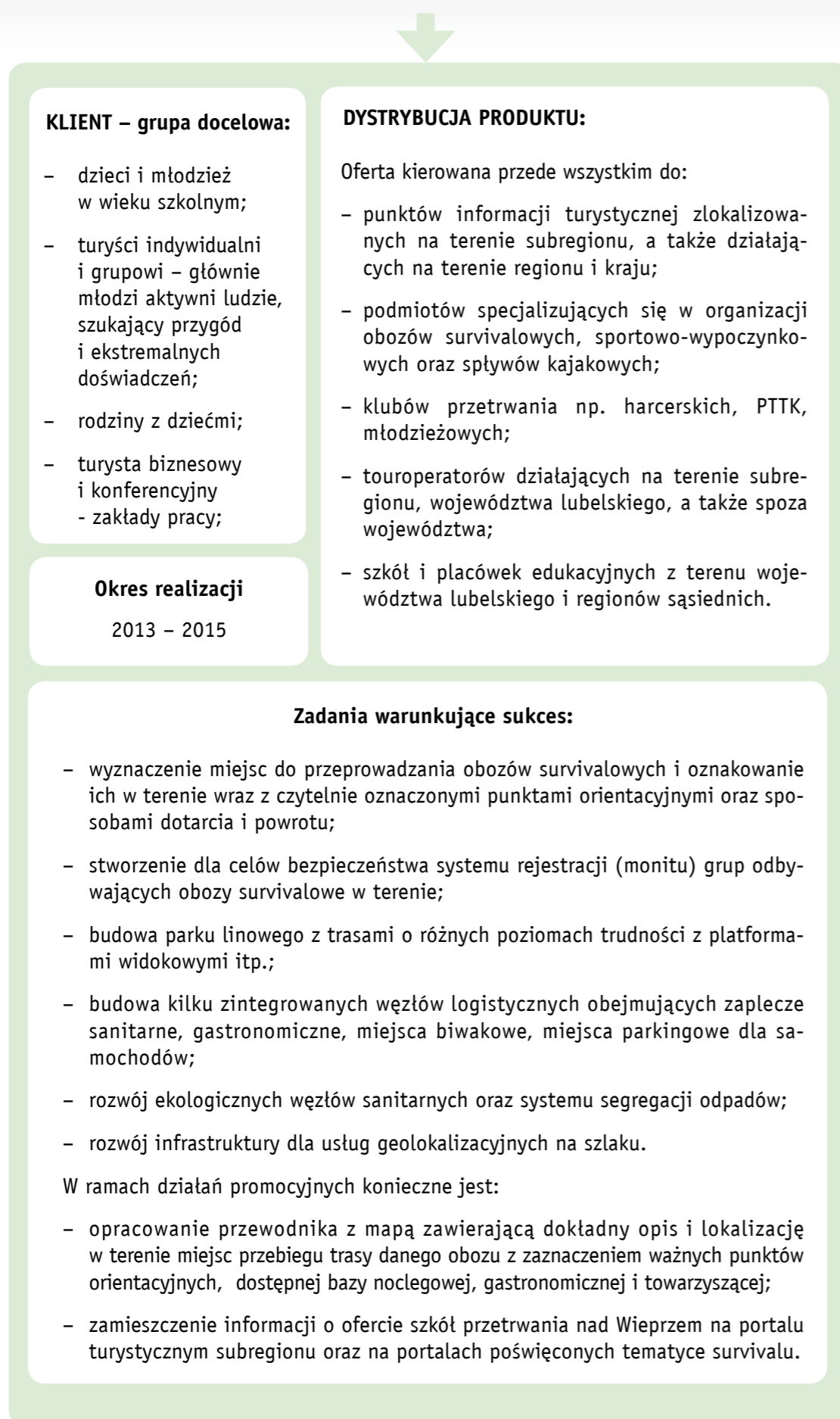
- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych oraz możliwości dowóz (usługi cateringowe) do ustalonych miejsc postoju lub wyznaczonych miejsc biwakowych/postojowych.

Baza noclegowa

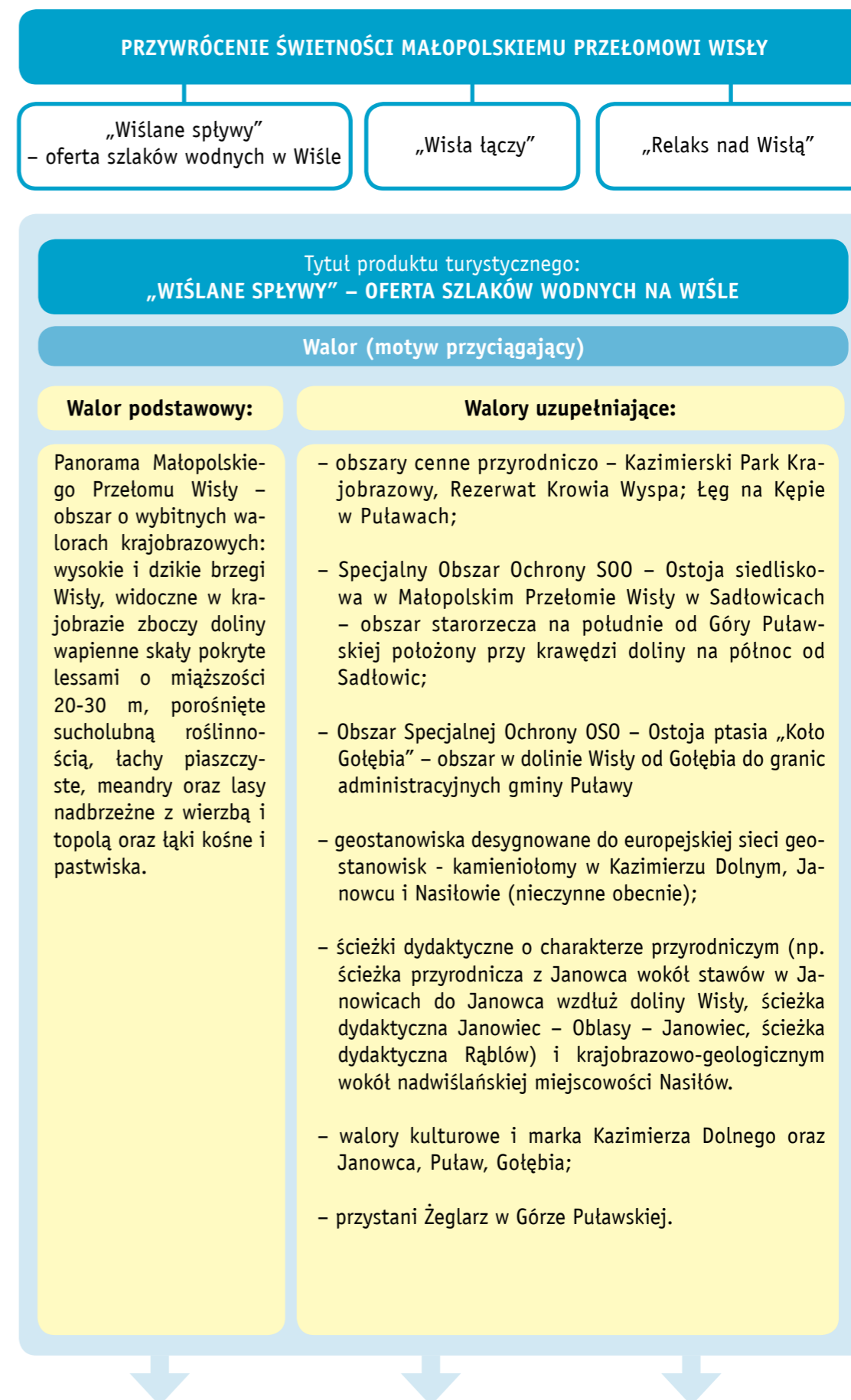
- Kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne oraz wytyczone pola namiotowe, biwakowe w Dolinie Wieprza (przy rzece) oraz na terenie gmin Baranów, Żyrzyn, Puławy.
- Obiekty zbiorowego zakwaterowania na terenie gmin Baranów, Żyrzyn, Puławy, jako zaplecze noclegowe dla zorganizowanych grup turystów (schroniska, ośrodki wypoczynkowe).

Baza towarzysząca

- 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 Wypożyczalnie sprzętu kajakowego, infrastruktura ułatwiająca transportowanie kajaków, usługi i/lub warsztaty naprawcze; usługi transportowe (dowóz turystów, dowóz samochodów).
- Wypożyczalnie rowerów.



3.1.2. PRZYWRÓCENIE ŚWIETNOŚCI MAŁOPOLSKIEMU PRZEŁOMOWI WISŁY



Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Głównym założeniem produktu jest rozwój szlaków i tras wodnych na Wiśle przeznaczonych dla różnych jednostek pływających tj. żagłówki, jachty, powrót do parostatków, tradycyjne łodzie wiślane, kajaki, umożliwiającym 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, Gołębina) 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 Gołębina 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
<ul style="list-style-type: none">- 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 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.	<p>Zaplecze noclegowe w postaci:</p> <ul style="list-style-type: none">- obiektów o wysokich standardach jakościowych (hotele, pensjonaty), głównie na terenie w Kazimierzu Dolnym, Janowcu i Puławach;- kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie gmin Janowiec, Kazimierz Dolny i Puławy;- wytyczone miejsca biwakowe (możliwość rozstawienia namiotu) przy rzece lub na wyznaczonych do tego wysepkach wiślanych.	<ul style="list-style-type: none">- Mariny, przystanie żeglarskie, klubowe i postojowe przystanki tranzytowe;- Wielofunkcyjne ośrodki/centra turystyki wodnej przy Kazimierzu i Puławach obsługujące wodniaków.- Wypożyczalnie sprzętu wodnego i 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 do 2020 (w zakresie realizacji programu zapewnienia spławności Wisły)
2013 – 2015

Zadania warunkujące sukces:

- 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: „WISŁA ŁĄCZY”**Waler (motyw przyciągający)****Waler 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

- 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.

Baza noclegowa

- 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.

Baza towarzysząca

- 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

2013 – 2015

Zadania warunkujące sukces:

- 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: „RELAKS NAD WISŁĄ”

Waler (motyw przyciągający)

Waler 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; Nasitów 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

– Zaplecze gastronomiczne w postaci sezonowych barów, smażalni ryb, wykorzystujące produktów lokalnych, tradycyjnych oraz zorganizowane bezpieczne miejsca do grillowania.

Baza noclegowa

– Produkt nie wymagający zapewnienia bazy noclegowej.

Baza towarzysząca

– 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, estrada, 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

2013 – 2014

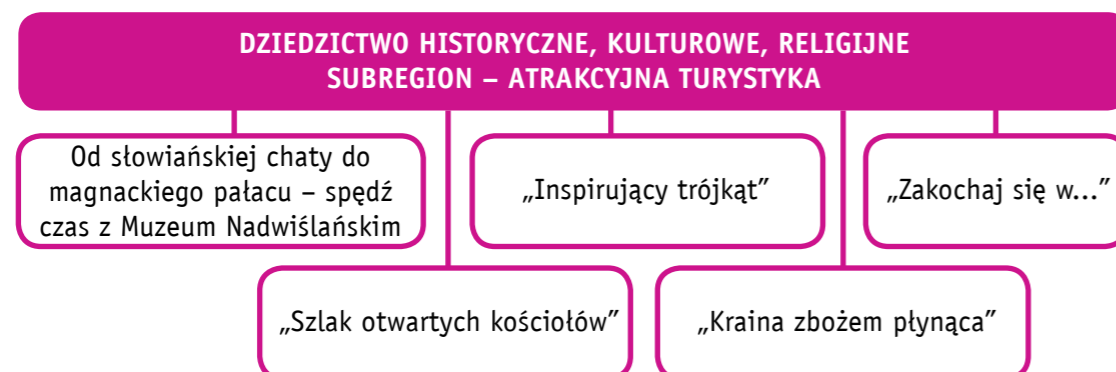
Zadania warunkujące sukces:

- 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.

DZIEDZICTWO HISTORYCZNE, KULTUROWE, RELIGIJNE SUBREGIONU - ATRAKCYJNA TURYSTYKA



**Tytuł produktu: 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 Żłotniczej) 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:

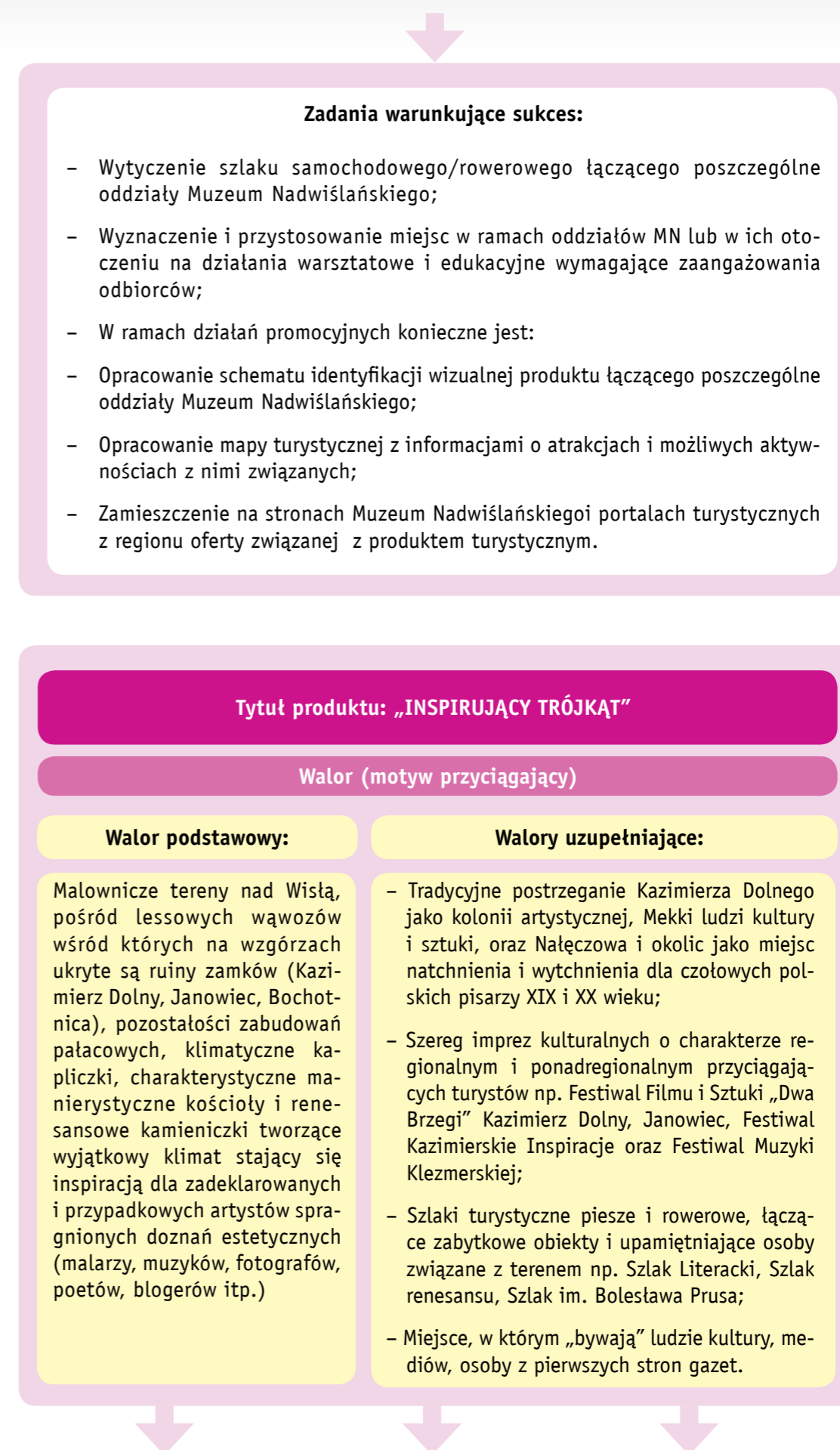
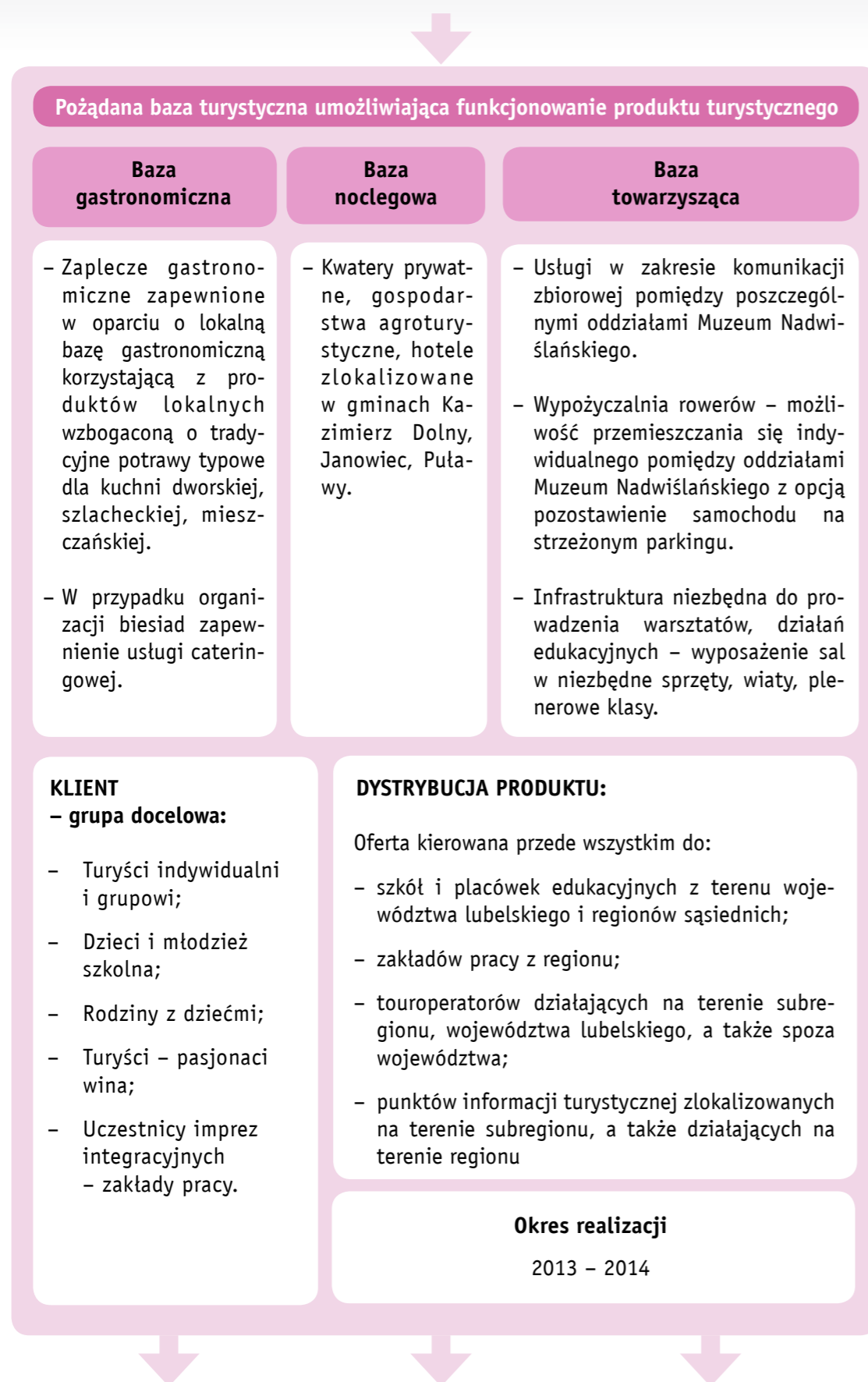
Produkt ma na celu stworzenie zintegrowanej oferty bazującej na istniejących oddziałach Muzeum Nadwiślańskiego. Motywem przewodnim łączącym różnego typu obiekty ma być kwestia tego, gdzie dawniej mieszkano – ziemianki, zamki, dwory, kamienice, pałace oraz jak się wówczas żyło – co się jadło, co się piło 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;
- **mieszczański 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.



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 kolonii 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, Bochońnicy, Domek Loretański w Gołębiewie, park zdrojowy w Nałęczowie, nałęczowskie zabytkowe wille, ruiny pałacu 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 artystycznej 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 warsztatowej 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, dziedzińiec 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

- 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.

Baza noclegowa

- 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.

Baza towarzysząca

- System ekspozycji zewnętrznej wraz z oświetleniem na potrzeby realizacji wystaw plenerowych.
- Infrastruktura koncertowa typu: muszle koncertowe, estrada, namiot.
- Wypożyczalnia narzędzi malarских (sztalugi, artykuły malarские 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

2013 – 2014

Zadania warunkujące sukces:

- 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 portalach turystycznych z regionu oferty związanej z produktem turystycznym;
- Rozszerzenie informacji na istniejących stronach internetowych o informację w językach obcych.

Tytuł produktu: „ZAKOCHAJ SIĘ W ...”

Walog (motyw przyciągający)

Walog 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 głosujących 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 różnoplantacje 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, Bochońnica, 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.

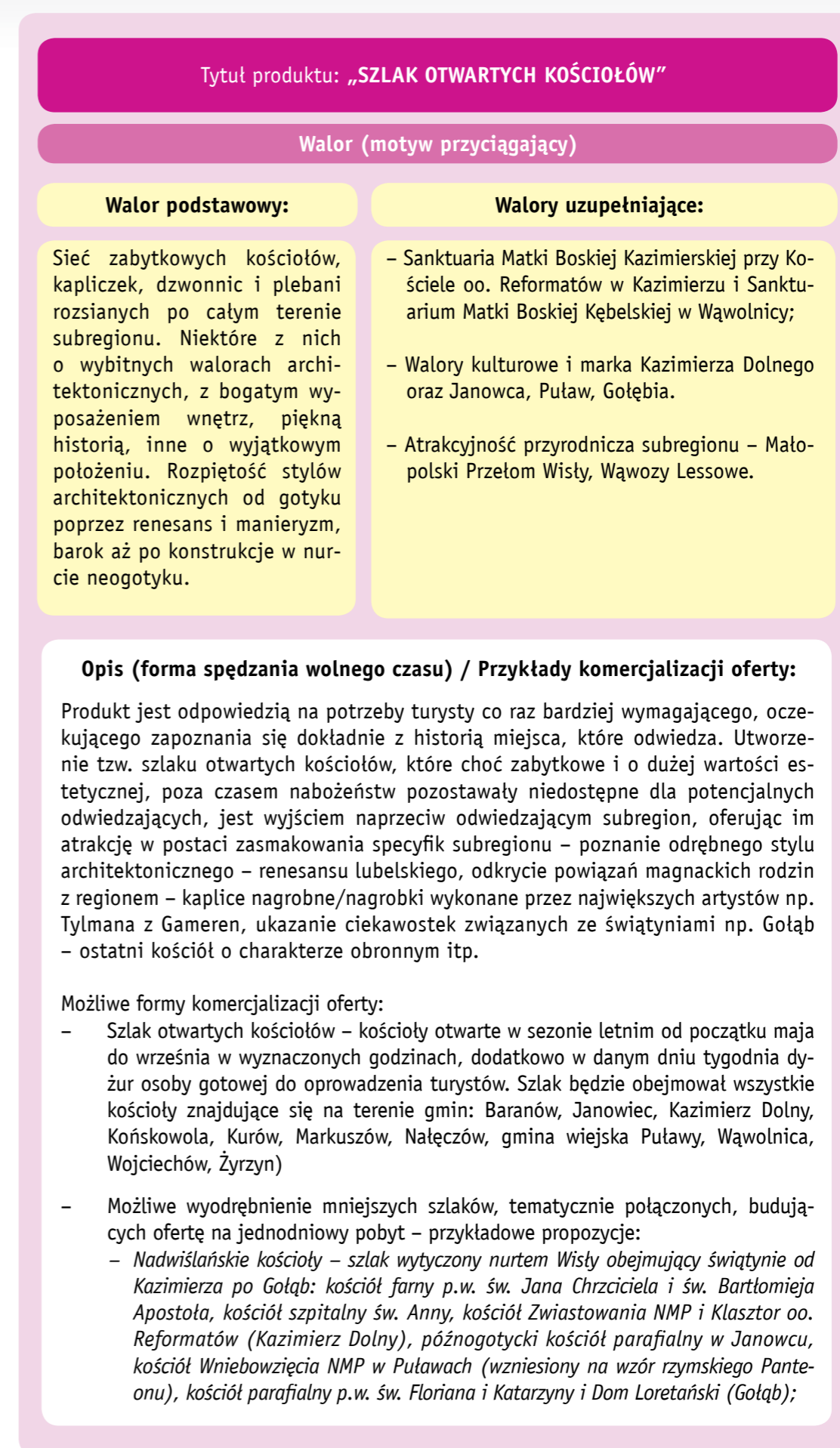
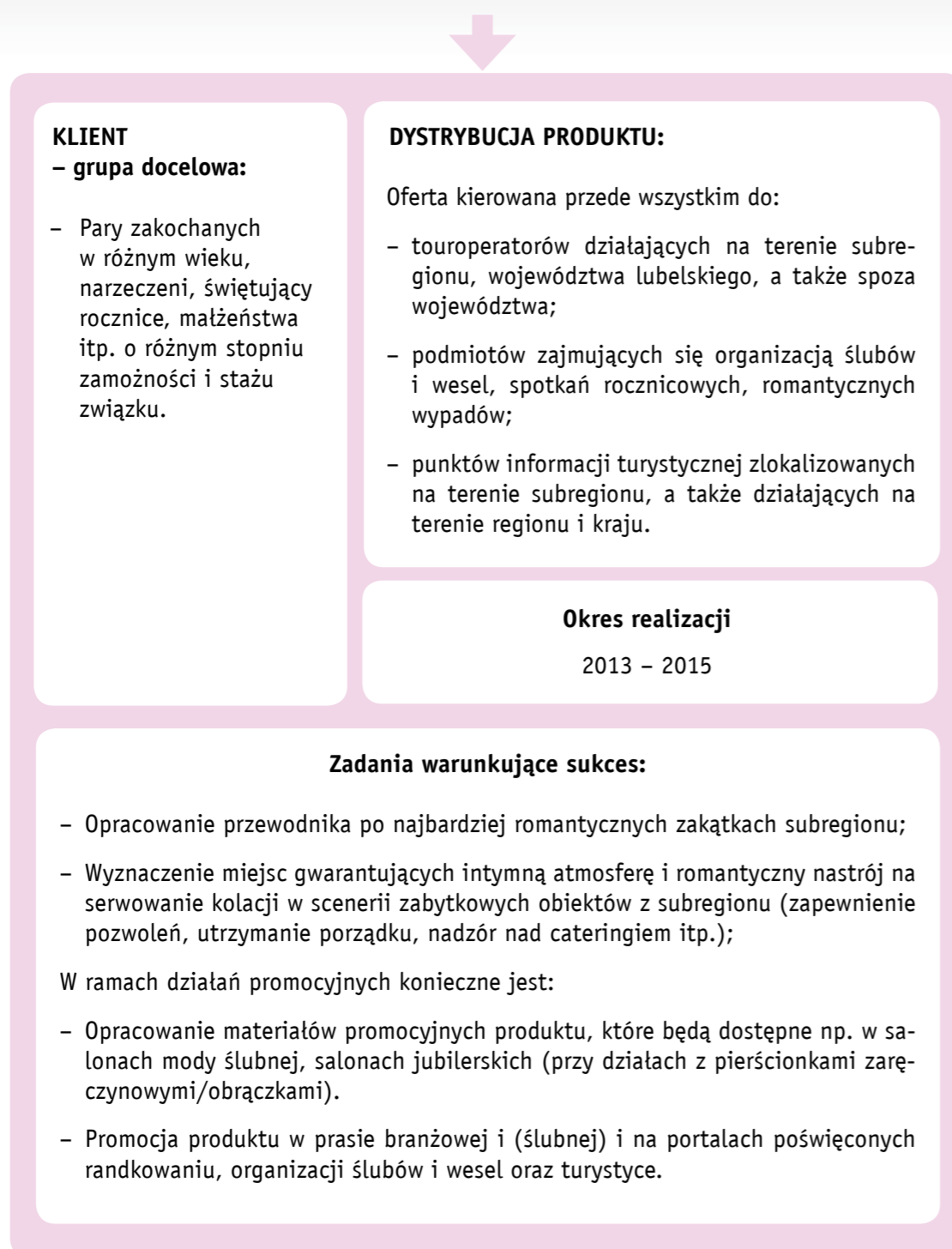
- **Ślub w Kazimierzu** – oferta przygotowana dla par gotowych powiedzieć sobie sakramentalne „tak”, oferta organizacji zarówno ceremonii kościelnych jak i cywilnych w USC (oferta w pakiecie kameralnym i hucznym);
- **Romantyczne wieczory kulturalne** – cykl imprez w magicznych miejscach subregionu w 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.

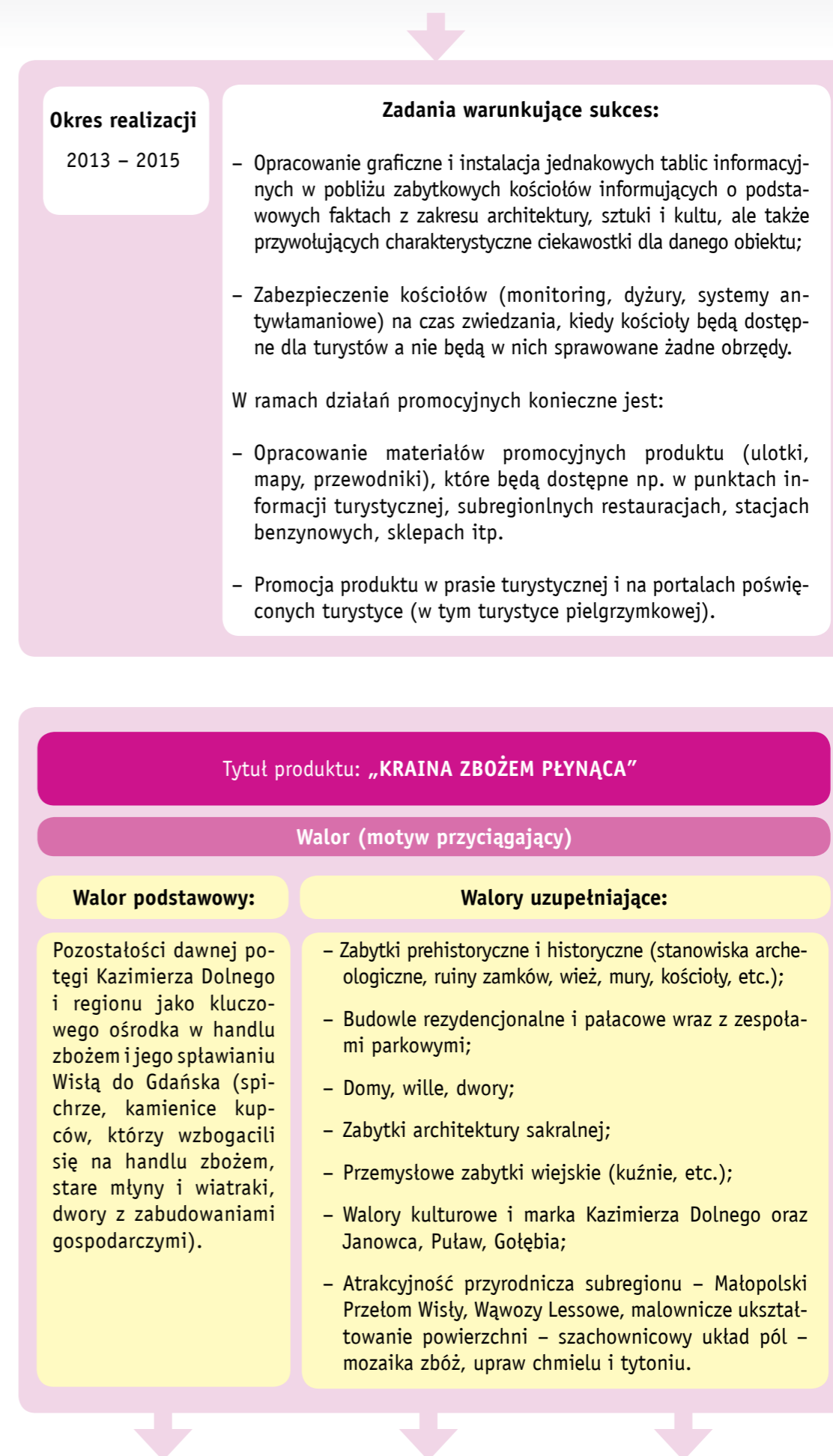
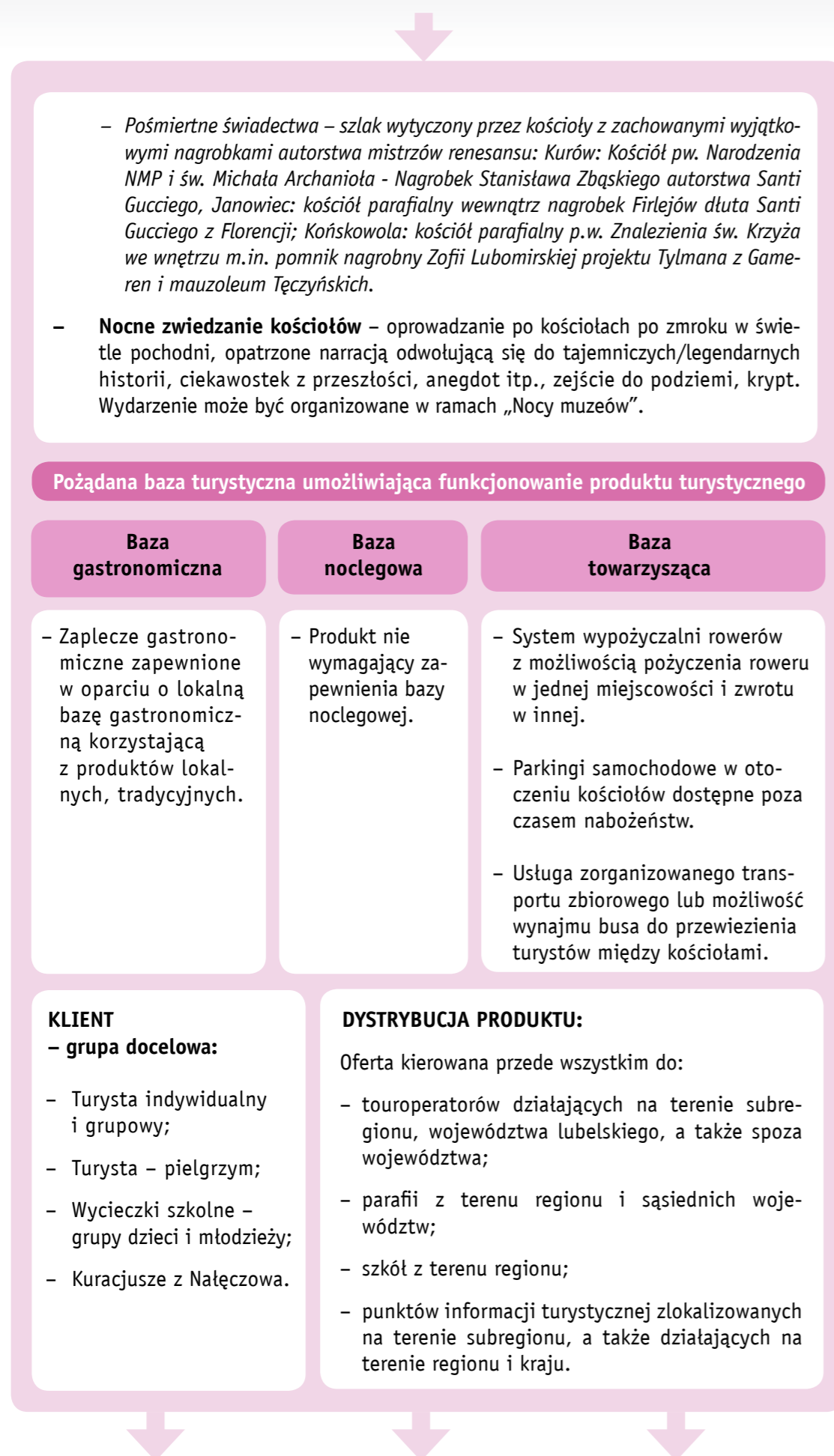
Uzupełniające komponenty produktu:

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

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
<ul style="list-style-type: none"> – 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 z gminy Janowiec i Puławy), kawiarnie. Lokale zapewniające intymną atmosferę i szanującą prywatność gości. – Usługa cateringowa do serwowania romantycznych kolacji w wyjątkowych/magicznych miejscach. – Obsługa gastronomiczna wesel/przyjęć ślubnych. 	<ul style="list-style-type: none"> – obiektów o wysokich standardach jakościowych (hotele, pensjonaty) głównie w Kazimierzu Dolnym, Janowcu, Puławach, Nałęczowie, w tym wyposażonych w apartament dla nowożeńców; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne na terenie całego subregionu; – baza noclegowa dla ewentualnych gości weselnych. 	<ul style="list-style-type: none"> – Usługi w zakresie dostarczania dekoracji ślubnych – plenerowych – altana, namiot, meble itp.; – Domy weselne, pływające barki z parkietem do tańczenia i pokładem gastronomicznym; – System ekspozycji zewnętrznej wraz z oświetleniem na potrzeby realizacji wystaw plenerowych. – Infrastruktura koncertowa typu: muszle koncertowe, estrada, namiot. – Infrastruktura niezbędna do organizacji kina letniego.





Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Głównym założeniem produktu jest utrwalenie tradycji uprawy, handlu i sptywania zbóż, które przyczyniły się do świetności regionu w XVI i XVII wieku. Idea produktu zakłada ukazanie w ciekawej, pakietowej formie zabytków związanych z historią sptywania 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 Podlodowa nad Wieprzem (możliwość odwiedzenia wystawy etnograficznej: sztuka ludowa, rzemiosło, transport wodny, rybołówstwo), stary drewniany młyn w Celejowie (możliwość zwiedzania i obserwacji przemiału 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

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.

Baza noclegowa

- Produkt nie wymagający zapewnienia bazy noclegowej.

Baza towarzysząca

- System wypożyczalni rowerów z możliwością pożyczania 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

2013 – 2014

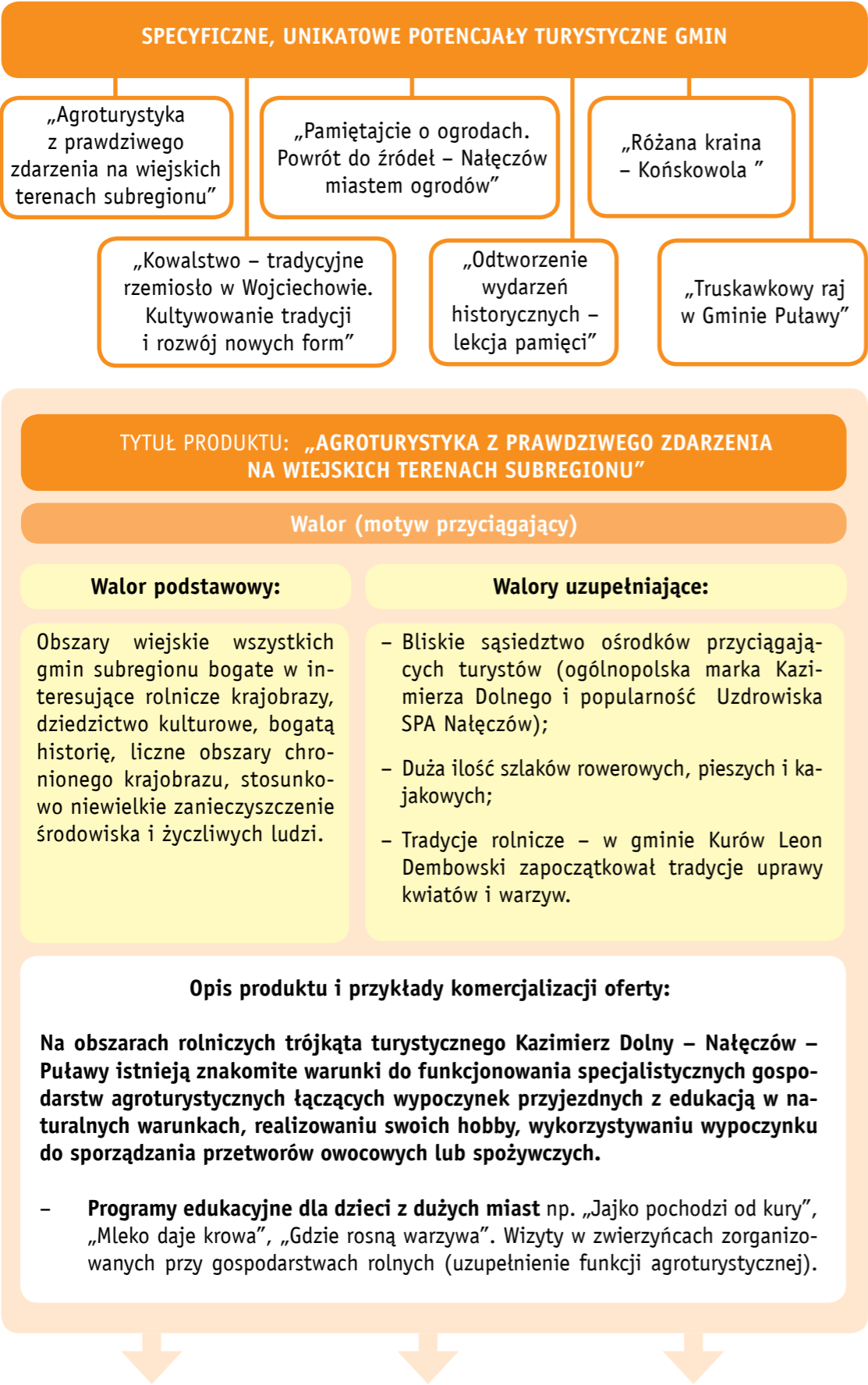
Zadania warunkujące sukces:

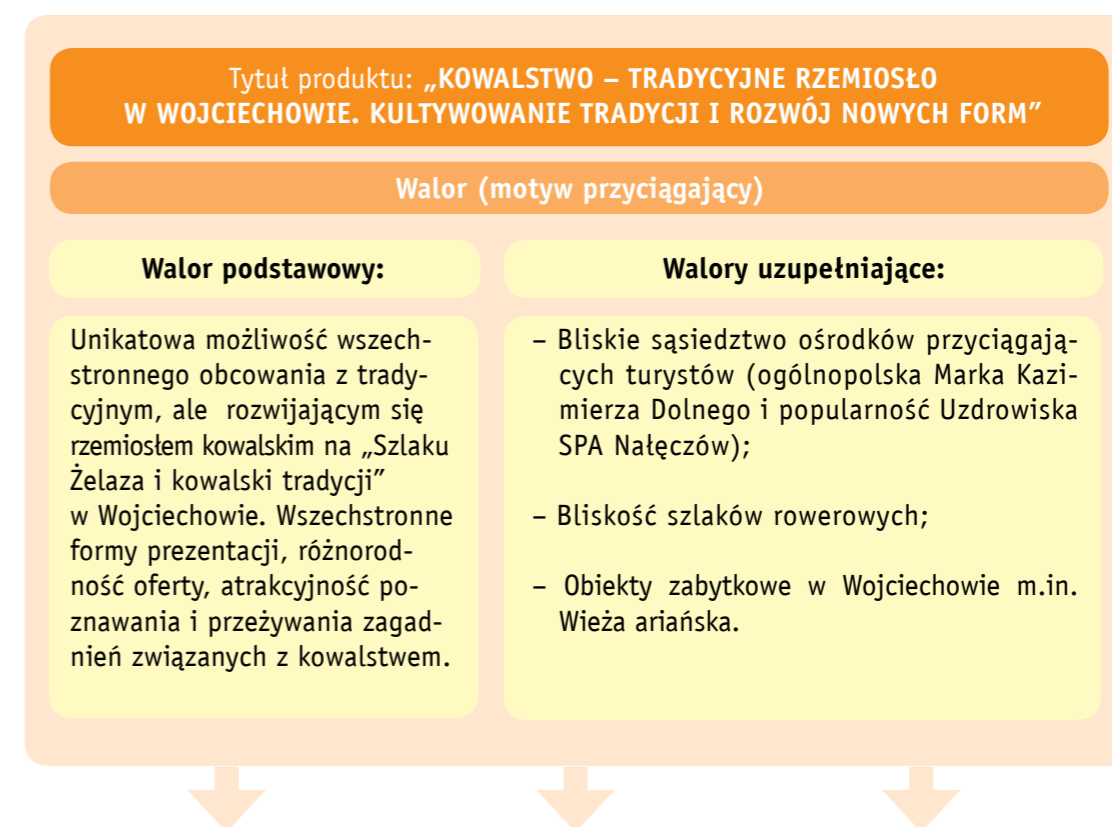
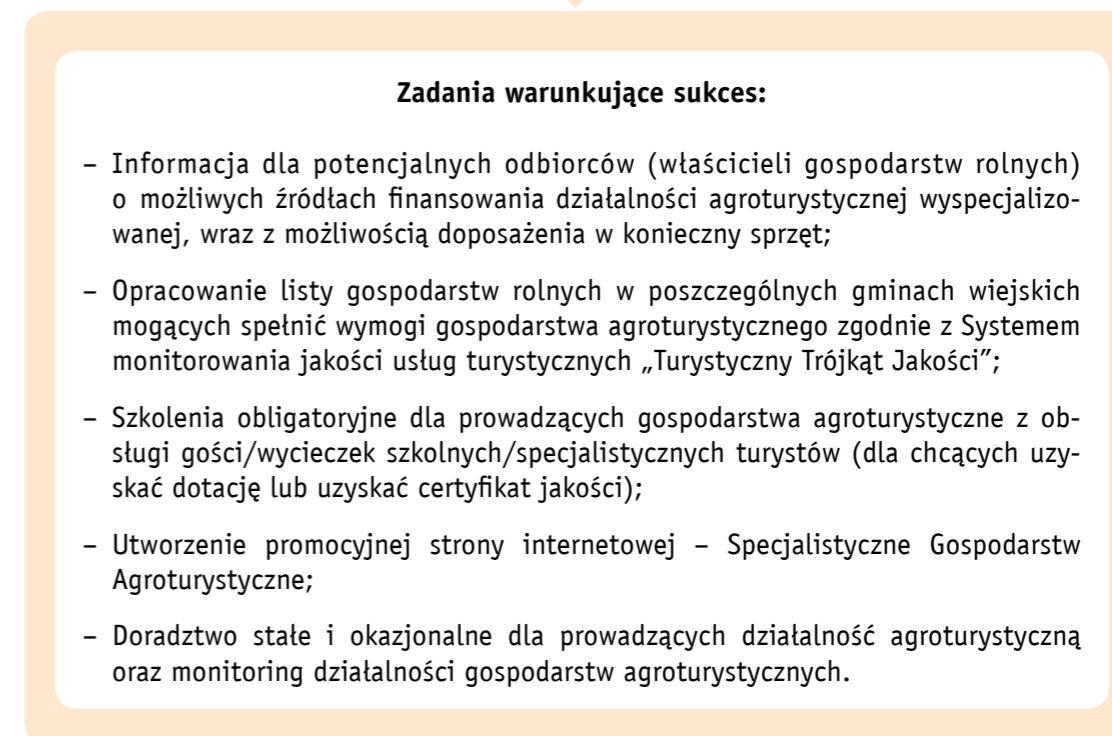
- Opracowanie graficzne i instalacja tablic informacyjnych w pobliżu zabytkowych obiektów związanych ze złotym wiekiem handlu zbożem i tradycją uprawy zboża w regionie;
- Wytyczenie, oznakowanie i budowa niezbędnej infrastruktury szlaku obejmującego obiekty związane ze zbożem.
- Wyznaczenie parkingów 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





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), profesjonalizowanie 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 komercjalizacji 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 „Wojciechosko Zagroda” – chałupy kowala z początku XIX wieku oraz starej drewnianej kuźni z 1918 roku);
- punkt 6: Muzeum minerałów – wytapianie i odlewanie metali w piecu – dy-marce (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
<ul style="list-style-type: none"> – Obiekty restauracyjne oraz możliwość serwowania posiłków w gospodarstwach agroturystycznych; – Wprowadzenie do menu kowalskich specjałów gastronomicznych. 	<ul style="list-style-type: none"> – Gospodarstwa agroturystyczne; – Brak obiektu zbiorowego zakwaterowania – potrzebne rozwinięcie oferty hotelowej z zapleczem szkoleniowo-konferencyjnym. 	<ul style="list-style-type: none"> – Wybudowanie lub adaptacja obiektu przeznaczonego na stałe i czasowe wystawy mistrzów sztuki kowalskiej.

KLIENT – grupa docelowa:

- kowale – rzemieślnicy (artyści);
- turyści indywidualni;
- dzieci i młodzież szkolna (grupy dziecięce i młodzieżowe, wycieczki szkolne);
- rodziny z dziećmi.

Okres realizacji

od 2012 - 2014



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.

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

- 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”

Walor (motyw przyciągający)

Walor 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 ponad sto lat temu Bolesław Prus. Piękno i estetyka użytkowa Nałęczowa jest walorem dla mieszkańców, kuracjuszy i turystów.

Walory uzupełniające:

- SPA Nałęczów;
- Sercem Miasta jest Park Zdrojowy, gdzie na powierzchni ponad 20 ha rosną kasztanowce, lipy, sosny i dęby. Pomiedzy alejkami stoją rzeźby – min. Panny Nałęczowskie symbolizujące wiarę, nadzieję i miłość.
- 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 ogrodniczych (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-piosenkarsko-teatralny.
 - W ramach festiwalu uzgodnienie z najbardziej prestiżowymi miejscami (Willa + ogród) możliwości udostępnienia dla turystów i mieszkańców ogrodu lub jego części (miejsca 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;
- Kuchnia lokalna;
- Święto wina w Janowcu.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna	Baza noclegowa	Baza towarzysząca
<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<ul style="list-style-type: none"> – Kierunek rozwoju bazy noclegowej w Nałęczowie wskazuje, że wysokie standardy hotelarskie będą spełnione. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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.

Okres realizacji

etap 1 i 2: 2012-2014

etap 3: 2014-2015

DYSTRYBUCJA

- Spotkania i rozmowy indywidualne z mieszkańcami – właścicielami posesji;
- Informacja i promocja wśród lokalnych firm;
- Regionalne i ponadregionalne media branżowe.

Zadania warunkujące sukces:

- 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”

Walog (motyw przyciągający)

Walog podstawowy:

Doświadczona Grupa Rekonstrukcji Historycznych „Wilki” oraz mieszkańcy 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.

Walory uzupełniające:

– Wysokiej klasy walory krajobrazowe subregionu.

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
<ul style="list-style-type: none"> – Baza gastronomiczna uboga; – Potrzebne sezonowe miejsca żywieniowe lub usługi cateringowe (wydarzenia historyczne, sezon nad Wieprzem - kajaki, ornitodolazy i szkoły przetrwania); – Inwestor prywatny lub Koła Gospodyń Wiejskich i stowarzyszenia lokalne. 	<ul style="list-style-type: none"> – Brak bazy noclegowej; – Uzupełnienie bazy noclegowej w oparciu o kwatery prywatne, miejsca biwakowe (pola namiotowe, campingi). 	<ul style="list-style-type: none"> – 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

2012-2014

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

- Opracowanie kalendarza rekonstruowanych wydarzeń na następne lata;
- Opracowanie wniosków o dofinansowanie/ pozyskanie sponsorów na profesjonalne przygotowanie widowiska rekonstrukcyjnego.

Tytuł produktu turystycznego:
„RÓŻANA KRAINA – KOŃSKOWOLA”

Walor (motyw przyciągający)

Walor 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 rym 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 coupage 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

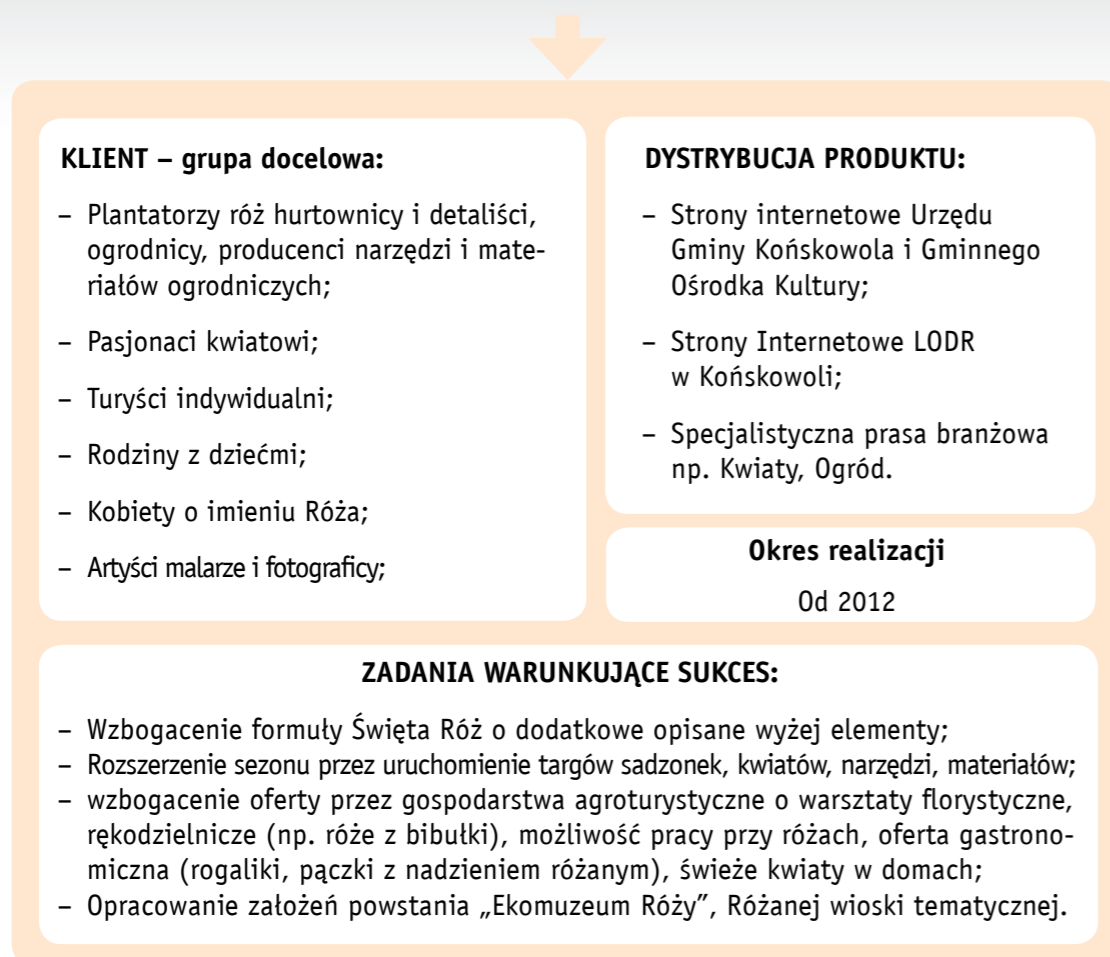
- Wprowadzenie wątku różanego do lokalnej gastronomii – konfitury z róży;
- Wyroby z różą – rogaliki i pączki serwowane podczas wydarzeń różanych oraz dostępne w lokalnych sklepach;

Baza noclegowa

- kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu.

Baza towarzysząca

- Infrastruktura potrzebna do organizacji imprez plenerowych – namioty ekspozycyjne, oświetlenie/ nagłośnienie;
- Miejsca parkingowe dla odwiedzających targi i inne imprezy.



KLIENT – grupa docelowa:

- mieszkańcy subregionu;
- rodzice z dziećmi;
- plantatorzy truskawek.

Okres realizacji

2012 - 2013

DYSTRYBUCJA PRODUKTU:

- Media lokalne i regionalne;
- Strony internetowe gmin i starostwa oraz LGD Zielony Pierścień;
- Prasa branżowa.

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

- Promocja przez strony internetowe Gminy, Starostwa i Gmin LGD Zielony Pierścień konkursu na potrawę opartą 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).

104

3.1.5. PO TERENIE - POŁĄCZENI SZLAKAMI

PO TERENIE - POŁĄCZENI SZLAKAMI

„Rowerem po terenie”

„Sieć parków nordic walking w subregionie Trójkąta turystycznego”

„W siodło”

„Geopark – czyli podróż do wnętrza ziemi”

Tytuł produktu:

„ROWEREM PO TERENIE”

Walor (motyw przyciągający)

Walor 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.

105

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 Gołębieniu, poszukiwanie orla bielika w Rez. Piskory.

Trasa: **Puławy** – szlak pieszy znakowany niebieski – **Gołęb** (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) – **Bątków** – **Puławy**.

Odległość: ok. **33 km**. Czas przejazdu (dostosowany do dzieci): **5,5 godziny** (w tym ok. 2 godziny poświęcamy na zwiedzanie atrakcji w Gołębieniu, 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) – Gołęb; 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) – Gołęb.

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 Gołęb – **Gołęb** (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 czasu przejazdu dodatkową 1 godzinę) – **Bątków** – **Puławy**.

Odległość: ok. **39 km**. Czas przejazdu: **4 godziny** (w tym ok. 1 godzina na zwiedzanie atrakcji w Gołębieniu, 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 gliny w SPA Nałęczów.

Trasa: **Kazimierz Dolny** – trasa rowerowa czerwona znakowana – **Wylągi** (opcja: przejazdka 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 p.w. 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 gliną) – 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: Wojciechowska Zagroda i najstynniejsze 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** (Wojciechowska 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
<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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 (siodełka dla małych dzieci, przyczepki do przewożenia dzieci, etc.), – posiadające mini warsztaty naprawy 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.

Okres realizacji

2012 - 2015

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.).

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

- 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 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, 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: „SIEĆ PARKÓW NORDIC WALKING W SUBREGIONIE TRÓJKĄTA TURYSTYCZNEGO KAZIMIERZ DOLNY – NAŁĘCZÓW – PUŁAWY”

Walog (mowy przyciągający)

Walog podstawowy:

Krajobraz subregionu z następującymi jego elementami:

- pomniki przyrody (np. dąb szypułkowy w Nałęczowie, lipy drobno-listne 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 indywidualnie/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 całodzienną wycieczkę

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 piesze 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 dawniej 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: kuracjusz / 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: kuracjusz / 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: kuracjusz / 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 sama 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: kuracjusz / 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

- 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.

Baza noclegowa

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.).

Baza towarzysząca

- 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

2013 - 2014

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

- 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. 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;
- zamieszczanie tychże informacji na portalu turystycznym subregionu;
- promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.

Tytuł produktu:
„W SIODLĘ”

Wartość (motyw przyciągający)

Wartość podstawowa:

Wartości uzupełniające:

Krajobraz subregionu z następującymi jego elementami:

- Kazimierski Park Krajobrazowy.

- 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.

Uwaga:

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.

Zalecenia praktyczne:

- 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 (tęka);
- 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, Rzeczyca, Bochothnica;
- „**Poznaj Turystyczny Trójkąt w stylu western**” – szlak konny z ofertą jazdy w stylu western: odzież, kapelusze, koń w łąty, 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
<ul style="list-style-type: none"> – 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 produktów winiarskich z Janowca), kawiarnie. 	<ul style="list-style-type: none"> – Zaplecze noclegowe w postaci: <ul style="list-style-type: none"> – obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu; – kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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 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:

Okres realizacji

2013 - 2015

- 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.

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

- 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:
„GEOPARK – CZYLI PODRÓŻ DO WNĘTRZA ZIEMI”

Walog (motyw przyciągający)

Walog podstawowy:

Krajobraz (geologia i geomorfologia) subregionu z następującymi jego elementami:

- z inventaryzowane 222 geostanowiska na obszarze projektowanego „Geoparku Małopolski Przełom Wisły”,
- z inventaryzowane pozostałe stanowiska geologiczne na obszarze subregionu – warte uwagi turystycznej: w Rzeszycy Kolonii i Wierchoniowie.

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:

Uwaga wstępna:

– 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 Bochońnicy ze stanowiskiem dokumentacyjnym „Ściana Pożaryskich”, w Rzeszycy – Kolonii, Wierchoniowie, Kazimierzu Dolnym, Janowcu, Nasiłowie, wytyczenie szlaku tematycznego łączącego wspomniane miejsca bądź opisującego poszczególne lokalizacje (we wszystkich pięciu lokalizacjach konieczność wyznaczenia ścieżek edukacyjnych). Ponadto przygotowanie muzeum geologicznego na wolnym powietrzu w kamieniołomie w Bochońnicy 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

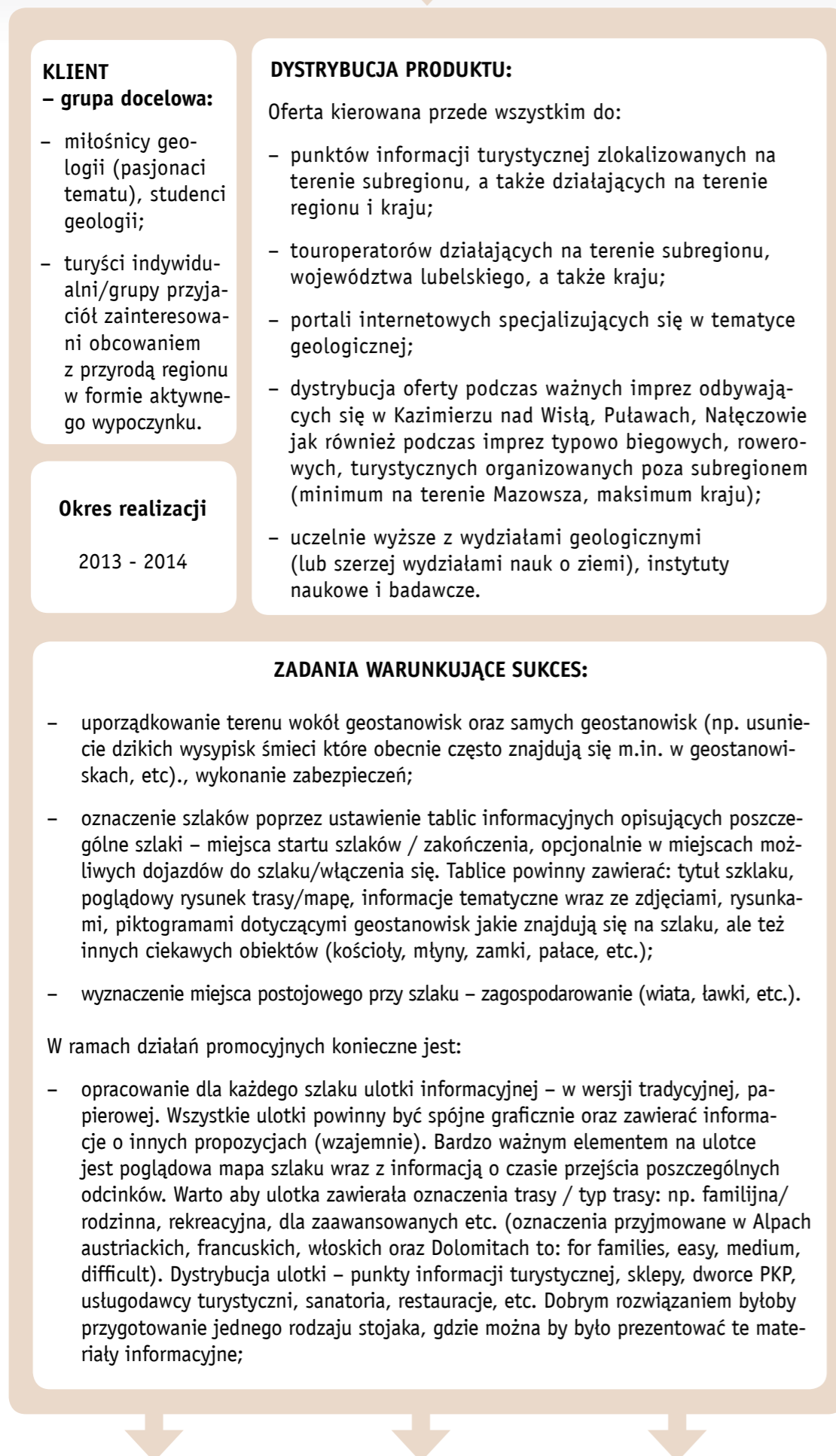
- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.
- Ze względu na różnorodność klientów występuje konieczność zapewnienia zaplecza spełniającego wysokie wymagania klientów np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale przede wszystkim kuchni regionalnej, bogatą w ofertę dobrych win i jakościowych produktów winiarskich z Janowic), kawiarnie.

Baza noclegowa

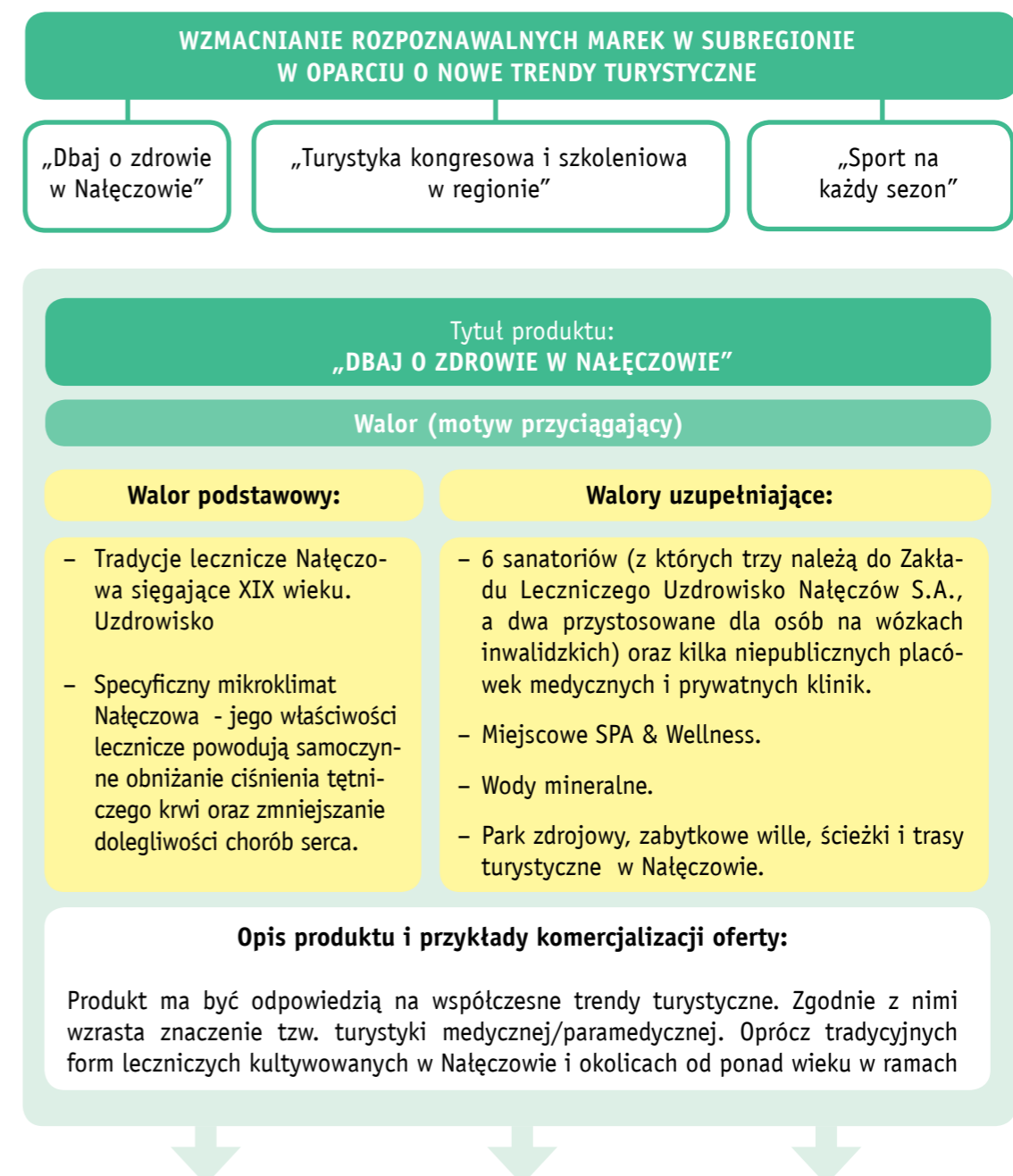
- Zaplecze noclegowe w postaci:
- obiektów o zróżnicowanym standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) na terenie subregionu;
 - kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu;
 - campingi z infrastrukturą biwakową umożliwiającą bezpieczny i komfortowy pobyt turystom w korzystających m.in. z samochodów typu camper (podłączenie do prądu, etc.).

Baza towarzysząca

- Wypożyczalnia rowerów, wypożyczalnia 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, jazdy na rowerze (w tym odzież, etc.).
- Sklep(-y) oferujący(-e) „pamiątki” geologiczne.



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



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 odstresowujące, 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).

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.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

Baza gastronomiczna

- 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 kardiologicznych) oraz osób dbających o zdrowie (kuchnia zdrowa, przygotowywana na bazie świeżych, ekologicznych produktów).

Baza noclegowa

- Zaplecze noclegowe w postaci:
- obiektów o wysokim standardzie jakościowych (hotele, pensjonaty) w pobliżu SPA;
 - kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne, na terenie subregionu;
 - miejsca w sanatoriach.

Baza towarzysząca

- Wyposażenie przydane w zabiegach prozdrowotnych, pielęgnacyjnych, relaksacyjnych, odstresowujących;
- Infrastruktura rekreacyjna dla dzieci.

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.

Okres realizacji

2013 - 2014

DYSTRYBUCJA PRODUKTU:

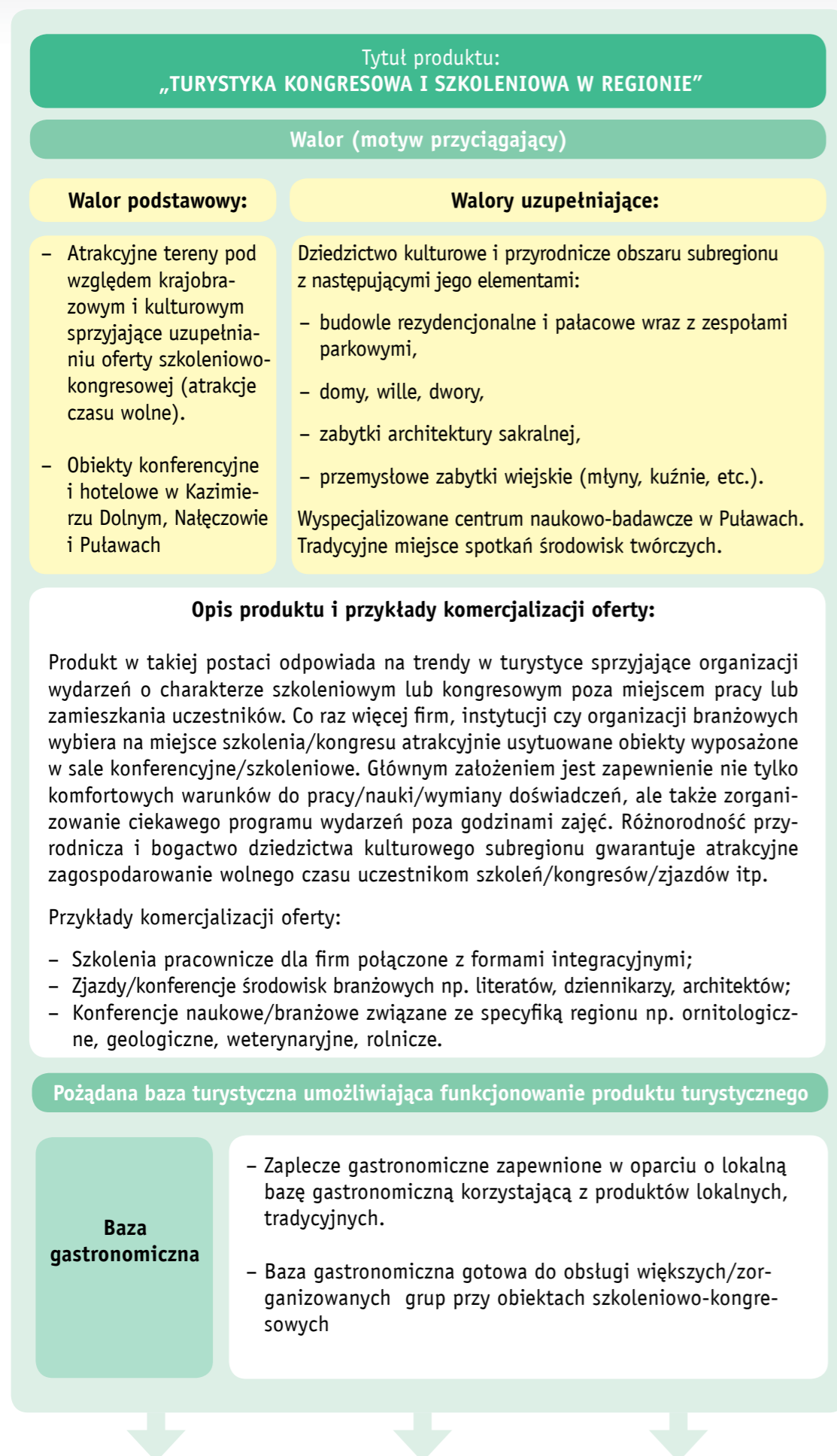
Oferta kierowana przede wszystkim do:

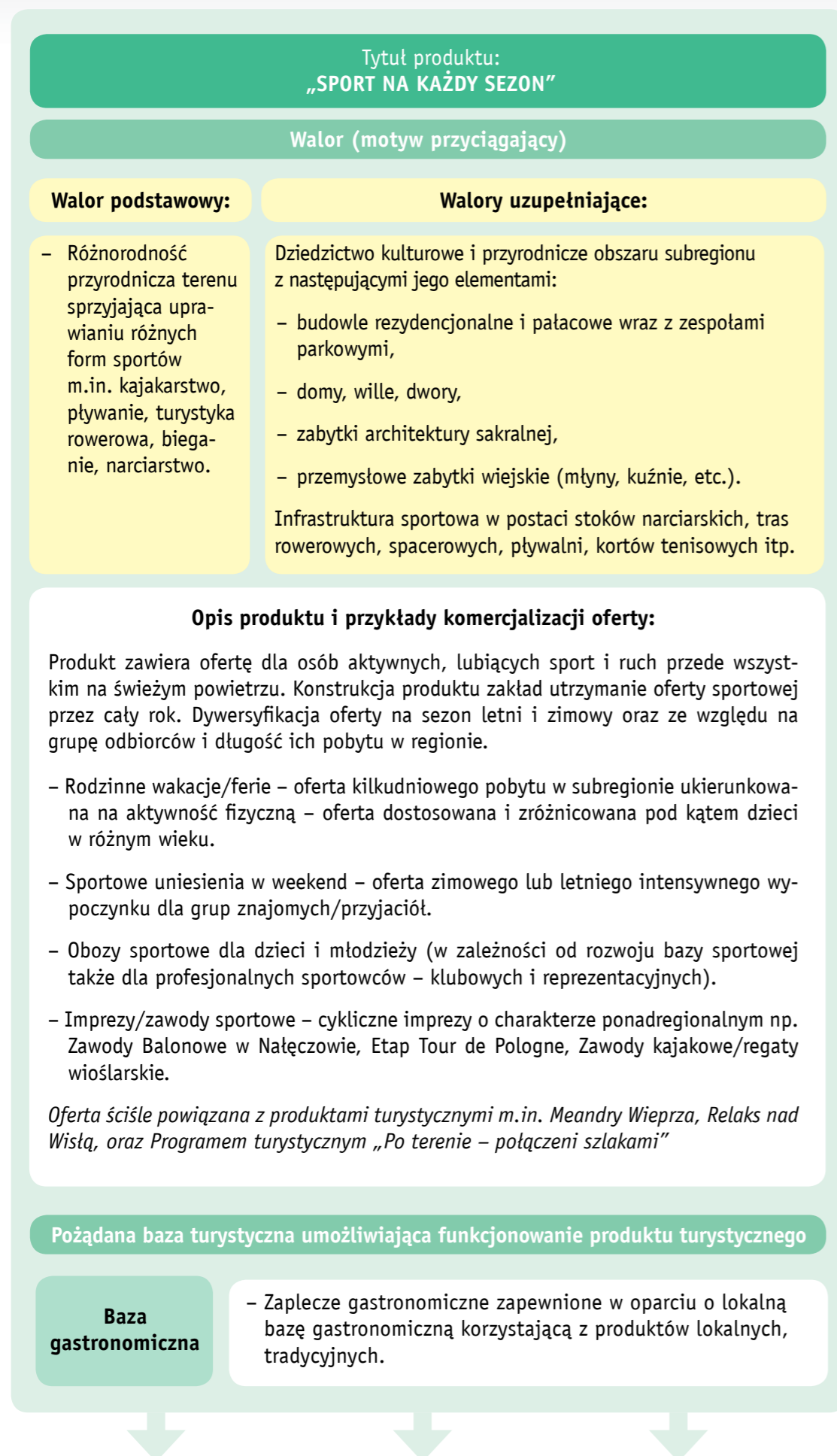
- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie subregionu, a także działających na terenie regionu i kraju;
- przychodni kardiologicznych;
- touroperatorów działających na terenie subregionu, województwa lubelskiego, a także kraju;
- portali internetowych specjalizujących się w tematyce prozdrowotnej, dbania o urodę, sylwetkę, związanej ze zdrowym stylem życia;
- dystrybucja oferty do dużych korporacji w większych miastach.

ZADANIA WARUNKUJĄCE SUKCES:

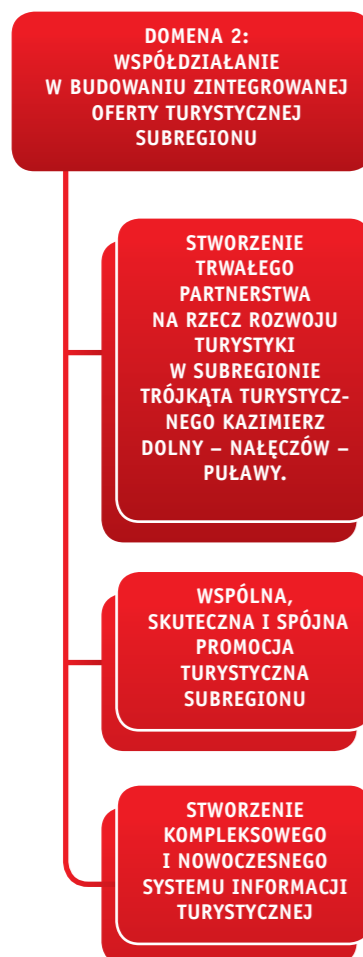
W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- zamieszczanie informacji o produkcie na portalu turystycznym subregionu;
- promocja w prasie branżowej i portalach tematycznych.





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 wpłynie 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

do końca II kwartału 2013 r.

Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane

Podmiot wskazany przez partnerów Projektu oraz partnerów społecznych i gospodarczych

Źródła finansowania

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

działanie stałe spotkania raz w roku począwszy od 2013 r.

Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane

Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki

Źródła finansowania

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

2013 r.

Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane

Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki

Źródła finansowania

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

działanie
cykliczne
raz w roku
począwszy
od 2013 r.

Odpowiedzialność /
podmioty zaangażowane

Podmiot wyłoniony
przez Radę Programową
ds. Turystyki

Źródła finansowania

środki JST, partnerów
społecznych i gospodar-
czych, 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

2013 r.

Odpowiedzialność /
podmioty zaangażowane

Podmiot wyłoniony
przez Radę Programową
ds. Turystyki

Źródła finansowania

środki JST, partnerów
społecznych i gospodar-
czych, 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

2013 r.

Odpowiedzialność /
podmioty zaangażowane

Podmiot wyłoniony
przez Radę Programową
ds. Turystyki

Źródła finansowania

środki JST, partnerów
społecznych i gospodar-
czych, 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 parterów 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: <ul style="list-style-type: none">– 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 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.	Program Promocji Wzajemnej – opracowanie zasad wzajemnego promowania się (<i>marketing lokalnie szeptany</i>) w zakresie: <ul style="list-style-type: none">– 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: <ul style="list-style-type: none">– 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 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.** 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 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 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.

Proponowane zadania:**1.**

Stworzenie **portalu turystycznego** subregionu trójkąta turystycznego Kaziemierz 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 okółoturystycznej (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

2013 - 2014 r.

**Odpowiedzialność /
podmioty zaangażowane**Podmiot wyłoniony
przez Radę Programową
ds. Turystyki**Źródła finansowania**środki JST, partnerów
społecznych i gospodar-
czych, 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 okółoturystyczne na terenie subregionu (np. w oparciu o możliwości technologiczne jakie niesie utworzony portal turystyczny, lub forma tradycyjna - rodzaj kwestionariusza wypełnianego raz w roku).

Termin realizacjiDziałanie stałe
począwszy
od 2013 r.**Odpowiedzialność /
podmioty zaangażowane**Podmiot wyłoniony
przez Radę Programową
ds. Turystyki**Źródła finansowania**środki JST, partnerów
społecznych i gospodar-
czych, 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

2013 - 2014 r.

**Odpowiedzialność /
podmioty zaangażowane**Podmiot wyłoniony
przez Radę Programową
ds. Turystyki**Źródła finansowania**środki JST, partnerów
społecznych i gospodar-
czych, 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 mógłby 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 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.

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
Działanie stałe począwszy od 2012 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	zadanie nie wymagające ponoszenia nakładów finansowych

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).

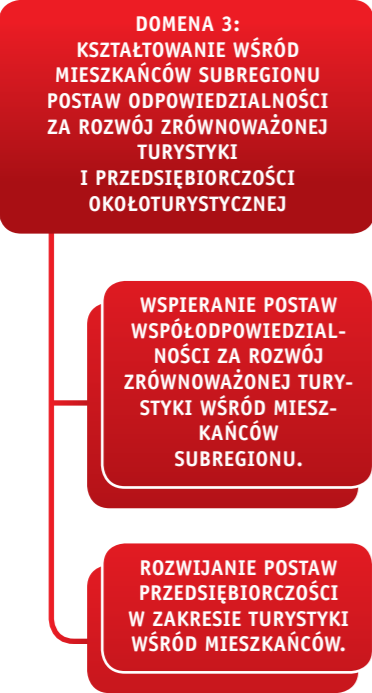
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2014 - 2015 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

7.

Przeprowadzenie cyklicznych **badań 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 r.	Podmiot wyłoniony przez Radę Programową ds. Turystyki	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, środki UE, środki zewnętrzne (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Fundusze Norweskie)

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



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.

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/kilkulecyjne po najbliższej okolicy. Wycieczki mogą obejmować spotkania z ciekawymi ludźmi z regionu, rzemieślnikami, artystami itp.

1. b) Organizacja cyklu **niedzielných 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 otrzymania w drodze konkursowej grantu na organizację wydarzenia lub otrzymania honorowego patronatu.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2013 - 2014 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.** 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
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)

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

- 6.**
- 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 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:

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.

Proponowane zadania:

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 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.

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 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.

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 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 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
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)

Lista uczestników biorących udział w pracach nad opracowaniem i w konsultacjach Planu Rozwoju Turystyki Subregionu Trójkąta Turystycznego Kazimierz Dolny – Nałęczów – Puławy

Lp.	Nazwisko i imię	Instytucja
1.	Antas Elżbieta	LODR Końskowola, Stowarzyszenie „Róża”
2.	Bojanowicz Grzegorz	Stowarzyszenie Winiarzy MPW
3.	Brzeziński Krzysztof	Gmina Puławy
4.	Cendrowska Marzanna	Miasto Kazimierz Dolny
5.	Czubak – Tomicka Joanna	Gmina Wojciechów
6.	Dec Sylwia	Miasto Nałęczów
7.	Dec Wojciech	Forum Lubelskich Organizacji Pozarządowych
8.	Dębicka Maria	Stowarzyszenie Przedsiębiorców i Artystów Ziemi Janowieckiej
9.	Dybała Wiesława	„Jesienni entuzjaści” Nałęczów RTPW-cy
10.	Gagoś Robert	Gmina Baranów
11.	Gałęcki Tomasz	Eurotatry Consulting
12.	Gorgol Leszek	Powiat Puławski
13.	Gorgol Zofia	Lubelski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Końskowoli
14.	Granat Grzegorz	Reypol Sp. z o.o.
15.	Herman Mariusz	HB24 Media
16.	Jabłońska Anna	Towarzystwo Przyjaciół Gołębia (Studio Architektury Krajobrazu)
17.	Juszczak Ewa	Spichlerz Kazimierz Dolny
18.	Kamela Anna	Miasto Puławy
19.	Kamola Paweł	Gmina Puławy
20.	Karbowski Krzysztof	Radny Rady Miasta Dęblin
21.	Kluziak Aneta	Klub Twórców Ludowych Kazimierz Dolny
22.	Kociuba Andrzej	Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich DPT Kazimierz Dolny
23.	Kowal Marcin	Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji w Puławach
24.	Kowalczyk Małgorzata	Wojciechosko Zagroda
25.	Kozak Maria	Towarzystwo Przyjaciół Nałęczowa
26.	Kozłowski Andrzej	Szkoła Narciarska Kazimierz Dolny
27.	Krasińska Anna	Gmina Końskowola
28.	Kruk Maria	Gmina Kurów
29.	Kuter Seweryn	Muzeum Nadwiślańskie
30.	Kwapiński Artur	Stowarzyszenie „Przeszłość przyszłości”
31.	Kwiaton Zbigniew	Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły
32.	Lachtara Małgorzata	Powiat Puławski
33.	Langiewicz Małgorzata	Powiat Puławski
34.	Lewandowska Anna	Sanatorium Związku Nauczycielstwa Polskiego
35.	Lewandowski Kamil	Gmina Puławy
36.	Lipnicka Anna	potencjalny przedsiębiorca
37.	Łowczak Sławomir	Gminny Dom Kultury w Markuszowie
38.	Łoza Grzegorz	Zakład Lecznicy „Uzdrowisko Nałęczów” S.A.
39.	Majewski Józef	Muzeum Nietypowych Rowerów
40.	Maśny Władysław	Pracownia Garncarska
41.	Mirosław Anna	os. prywatna prowadząca gospodarstwo
42.	Mirosław Tomasz	os. prywatna prowadząca gospodarstwo
43.	Mirosław Urszula	Gminny Ośrodek Kultury w Wojciechowie

44.	Mitruczuk Andrzej	Rada Powiatu, Przewodniczący Komisji Kultury Sportu i Promocji
45.	Moszyńska Marianna	os. prywatna prowadząca gospodarstwo
46.	Moszyński Stanisław	os. prywatna prowadząca gospodarstwo
47.	Muszyński Marek	Gmina Kurów
48.	Myczkowski Paweł	Fundacja Mars-Wenus i Zdrowie
49.	Nicewicz Dorota	Towarzystwo Przyjaciół Gołębia (Studio Architektury Krajobrazu)
50.	Osiak Jarosław	Stowarzyszenie Mieszkańców Wsi Bałtów
51.	Pacholik Zbigniew	Lokalna Grupa Działania „Zielony Pierścień”
52.	Paneka Sabina	gosp. agroturystyczne
53.	Pecio Jolanta	„Skarby Natury”
54.	Pisula Marcin	Rada Powiatu Puławskiego
55.	Plewińska Beata	Stanica Wędkarska Końskowola
56.	Płachta Andrzej	Stowarzyszenie Ekologiczne Kośmin Stawy Neptuna
57.	Płowoś Aneta	gosp. agroturystyczne
58.	Pasek Teresa	Regionalne Stowarzyszenie Wokół Bystrej w Celejowie
59.	Pupiec Jacek	Hotel Przepióreczka
60.	Pyra Bernadeta	Lokalna Organizacja Turystyczna „Kraina Lessowych Wąwozów”
61.	Rodak Maria	Stowarzyszenie Rozwoju Wsi Wola Osińska „RABIK”
62.	Rodzik Zuzanna	Regionalne Stowarzyszenie Wokół Bystrej w Celejowie
63.	Sanecki Krzysztof	MOSiR Puławy
64.	Skowyra Grażyna	Stowarzyszenie Przedsiębiorców i Artystów Ziemi Janowieckiej
65.	Skowyra Jolanta	KGW – Oblas Stowarzyszenie Przedsiębiorców i Artystów Ziemi Janowieckiej
66.	Sobczuk Ryszard	os. fizyczna
67.	Sochacka Małgorzata	przyszły przedsiębiorca
68.	Solecka Halina	Stowarzyszenie „Przeszłość przyszłości”
69.	Sprawka Patrycja	Radio Lublin
70.	Stręczywiłk Adam	Stowarzyszenie Winiarzy Małopolskiego Przełomu Wisły
71.	Suska Mariola	Klub Twórców Ludowych Kazimierz Dolny
72.	Szabelska Ewa	Gmina Puławy
73.	Szczuka Dorota	Miasto Kazimierz Dolny
74.	Szymańska Ewa	Stowarzyszenie Kobiet Aktywnych Gminy Markuszów
75.	Ścibior Teresa	Regionalne Stowarzyszenie Wokół Bystrej w Celejowie
76.	Ścibor Barbara	LORD w Końskowoli, LGD Zielony Pierścień
77.	Tarnowska Monika	Lubelski Ośrodek Samopomocy
78.	Tęcza Michał	Gminny Ośrodek Kultury w Janowcu
79.	Tomaszewska Elżbieta	Regionalne Stowarzyszenie Wokół Bystrej w Celejowie
80.	Tomaszewski Tomasz	Stowarzyszenie Ekologiczne Kośmin Stawy Neptuna
81.	Turek Roland	Stowarzyszenie „Wspólna Szansa”
82.	Walasek Dorota	Stowarzyszenie Przedsiębiorców i Artystów Ziemi Janowieckiej
83.	Wartacz Jarosław	Nałęczowski Zwierzyniec
84.	Wawer Witold	Stowarzyszenie Ekologiczne Kośmin Stawy Neptuna
85.	Wojda Urszula	osoba prywatna
86.	Wojno Regina	Towarzystwo Przyjaciół Nałęczowa
87.	Wolska Alicja	Stowarzyszenie Przedsiębiorców i Artystów Ziemi Janowieckiej
88.	Wójcik Marlena	LODR w Końskowoli
89.	Wójtowicz Kazimiera	Stowarzyszenie „Aktywna Wieś”
90.	Zadura Agnieszka	Muzeum Nadwiślańskie w Kazimierzu Dolnym
91.	Zbytniewski Rafał	Sanatorium Uzdrowskie Ciche Wąwozy Nałęczów
92.	Ziarek Wiesław	os. fizyczna
93.	Zięba Aneta	LODR w Końskowoli

SUMMARY

The process of working on the Tourism Development Plan, which was started in May and completed in September 2012, was coordinated by a team of consultants at Centrum Doradztwa Strategicznego s.c., D.Bieńkowska, C. Ulański, and J. Szymańska (Strategic Consulting Centre, civil partnership).

The thinking process of the development of tourism in the sub-region was initiated by a project entitled „EUROchance for the Lublin region - building a social consensus for sustainable sub-region development in the cultural landscape of the tourist triangle Nałęczów - Puławy - Kazimierz Dolny,” funded by the Swiss-Polish Cooperation Programme.

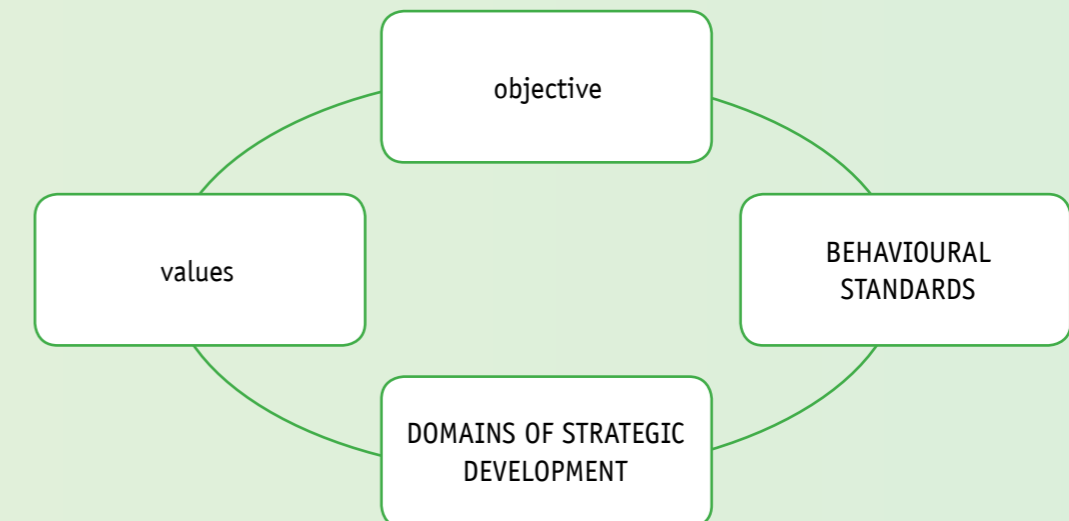
Elaboration of the Tourism Development Plan utilised several complementary methods, analytical, expert and participatory works.

Prepared and carried out by consultants at the Strategic Consulting Centre, with the active participation of residents of the sub-region, the construction process of the Tourism Development Plan document included several key steps such as:

- defining the mission of the development of tourism in the sub-region using the Ashridge model;
- formulating significant strategic objectives in the context of activities, tourism programmes and products;
- determining assumptions for the funding and monitoring of strategic plans.

Such a defined Mission of the tourism development in the sub-region, despite those four separate elements, must be perceived and read as an integral whole. The Mission in the Ashridge model is the main objective showing the basic course of action, the domain of strategic development - defining the areas of concentration of effort, but also the values and standards of behaviour that accompany the process of selection and implementation of tasks as part of the set purpose and strategy of the main directions of development ..

The four-element Mission of tourism development in the sub-region is presented below.



THE MISSION OF THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE SUB-REGION

Thinking about the development of tourism in the sub-region, as well as the development of strategic thinking in other areas of economic and social development and planning of actions conducive to such development requires the following key questions to be answered: *Why are we doing this and what is our aspiration? Which areas should we focus our efforts on? On the basis of what values are we acting? What standards of development policy are important to us?* Under such an approach the mission of the development of tourism in the sub-region was decided, which pursuant to the Ashridge Strategic model applied in the process, consists of four elements. The Mission of Tourism Development in the sub-region consists therefore of:

- **main objective** - the fundamental aspiration of development;
- **domains of strategic development** - the basic areas of development policy;
- **values** – important from the point of view of the development of the sub-region values, something we believe in;
- **standards of organizational behaviour** - the procedures, policies and schemes of action.

OBJECTIVE (PRIMARY ASPIRATION OF DEVELOPMENT, THE MAIN OBJECTIVE)

The sub-region of **the Tourist Triangle of Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy** is a **significant area of sustainable tourism development in the Lublin region, Poland and Europe**. Its strength results from **the harmonisation of recognizable brand tourism centres** (growth poles) - Kazimierz Dolny, Nałęczów, Puławy - **and local potentials** in the other sub-region communities. Tourists, including foreigners, visit various places in the sub-region through the promotion of tourist trails, the **diversity of supply** of local products and tourist attractions. The sub-region has **an integrated**, year-round, interesting offer for **different groups of tourists**, including focussing on active tourism (health oriented), non-invasive and educational. Tourism development is carried out in the sub-region based on **local resources**: companies, institutions and organizations continuously working together and **local traditions, folklore, and natural cultural heritage** (unique in Europe: the Małopolska Gorge of the Vistula River, loess ravines). Residents of the sub-region, who are ultimately the beneficiaries of the development changes connected with the sub-region focus on tourism, join the tourism animation and **tourism development** of their villages; they receive institutional, organizational, technical and financial **support** .

DOMAINS OF STRATEGIC DEVELOPMENT

Domain 1: Harmonised tourist offer built on local potentials

Domain 2: Co-operation in building an integrated tourist offer for the sub-region.

Domain 3: Creating attitudes of responsibility for the development of sustainable tourism and tourism related entrepreneurship among the inhabitants of the sub-region.

VALUES

- **cooperation**, willingness to help /to work, the need for integration;
- **nature**, pure, unpolluted, diverse nature;
- **cultural heritage** (dress, language, past professions, cuisine, customs);
- **hospitality** (more a relationship of host and guest than seller and customer), kindness, openness of the inhabitants;
- **authenticity**.

BEHAVIOURAL STANDARDS

- **cooperation and partnership** at all levels;
- **development of a high quality** tourist offer, mutual supervision (internal audit);
- **coordination** of efforts to develop a common and complementary tourist offer for the sub-region;
- **constant communication**, exchange of experiences, consulting specific solutions and projects related to the development of tourism in the sub-region;
- **mutual promotion**;
- **overall care of tourists** (not just a direct interest in tourist's satisfaction with the presented offer, but also those who are indirect beneficiaries of tourism in the sub-region);
- **pro-ecological attitude** - not just environmental sensitivity, but concrete actions and behaviour - procedure;
- **professionalism**, honesty and reliability in relation to the competition and fostering the development of the tourist offer of the sub-region.

As stated in the Mission of the development of tourism in the sub-region three domains of strategic development (see chart above) have been identified. They are as follows:

Domain 1: Harmonised tourist offer built on local potentials.

Domain 2: Co-operation in building an integrated tourist offer for the sub-region.

Domain 3: Creating attitudes of responsibility for the development of sustainable tourism and tourism related entrepreneurship among the inhabitants of the sub-region.

Domain 1: Harmonised tourist offer built on local potentials

The architecture of this domain has a special character; it is not commonly described by the network of strategic goals and operational tasks (detailed objectives), but by **priority tourism programmes**. Programme titles, their number, their final shape and contents tended to develop and ultimately are the result of discussions held by the local government, social and economic partners during strategic workshops. Hard data from social and economic analysis and thorough observation of tendencies and trends in world tourism is imprinted in their final form. But those programmes, to the greatest extent, result from reflection on the fundamental questions, which appeared when building the Tourism Development Programme for the sub-region of the Tourist Triangle: Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy, actually for 11 communities different in many ways. They are different in terms of tourist attractiveness, strength in attracting tourists, tourism resources and financial and organizational capabilities. In the agreed version of the Mission, the most important idea that organises the development of tourism in the sub-region was the idea of the harmonisation of tourism growth poles - such as Kazimierz Dolny, Nałęczów, followed by Puławy, with the local potentials of undiscovered communities. An assumption, which works both in the world and in Poland, that tourism development can be programmed in such a way that all partners are winners, was accepted. Kazimierz Dolny

and Nałęczów attract tourists, they have a recognisable brand, but with new, diverse tourism products, increased and more widespread tourist offers patrons will extend their stay in the sub-region. These proposed integrated tourism products will help to extend the tourist season and the geographical dispersion, increase the diversity of the offer and the volume of tourists.

Priority tourism programmes are integrated with each other, built around the most important natural assets (the Małopolska Gorge of the Vistula River, the Wieprz River Valley, loess ravines) and cultural assets of the sub-region. Tourism products designed for each programme area meet the criteria adopted in the Mission for the tourism development in the sub-region of the Tourist Triangle Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy. When developing tourism products, active tourism, based on local resources, consistent with the values of sustainable development, was treated as a priority.

When building tourism products, attention was paid to the cognitive and educational issues, as well as environmental friendliness and authenticity of the tourist offer. Assuming that tourism can be one of the most important driving forces of the sub-region development, it has been ensured that the proposed types of tourism products are feasible when based on local resources; and its citizens, local institutions and companies

are the ultimate beneficiaries of the development of the region.

Most programmes are focused on linking individual elements of the communities or even on the network tourism product - this is the case of such programmes like **Tourism revival in the Wieprz River Valley and Restoration of the splendour of the Małopolska Gorge of the Vistula River**. A similar situation occurs in the case of the programme **Historical, cultural and religious heritage of the sub-region** - at-

tractive tourism, and **All around the region – connected by routes**. The programmes that refer to properties that are specific, individual, characteristic only for individual places and communities, are **Supporting recognizable brands in the sub-region based on new trends in tourism** (mainly in terms of Kazimierz Dolny, Nałęczów, Puławy), and **Specific unique tourism potentials of the communities**. The titles of priority programmes in tourism and tourism products presented therein with their brief characteristics are shown below.

1. TOURISM REVIVAL IN THE WIEPRZ RIVER VALLEY

- **Birds of the Wieprz River area** - ornithological offer for tourists,
- **Meanders of the Wieprz River** - canoeing trails,
- **Survival along the Wieprz River** - survival camps.

These products are aimed at different groups of tourists: from a demanding active tourist - an experienced canoeist, nature voyeur (birds) who wants to commune with nature, up to the weekend amateur tourists. Cognitive and ecological elements are very strong there. The programme offer is also a chance to build a modern tourism infrastructure (to support canoeing or bird watching tourism) in accordance with the requirements of the environment protection, as well as economic revival of the communities located along the Wieprz River - Żyrzyn, Baranów, Puławy municipality, when operating a tourism related infrastructure. Establishing a Nature Education Centre in the Programme area with an educational, information and logistical support for the proposed tourist activities has been a crucial infrastructure element.

2. RESTORATION OF THE SPLENDOUR OF THE MAŁOPOLSKA GORGE OF THE VISTULA RIVER

- **Trips along the Vistula River** – offer of water trails along the Vistula River,
- **The Vistula River connects,**
- **Relaxing along the Vistula River,**

These products are aimed at rediscovering the Vistula River as a navigable river (by canoes, steamboats or traditional barques), showing the connection between the villages located along the Vistula River (culinary – the Vistula tastes, entertainment – Midsummer night, or sport – the Vistula cycle route), and finally at restoring the traditions of sunbathing and picnics in the countryside along the Vistula River. The products presented here allow for an

attractive way to return to the Vistula River and rediscover it anew. Most of the products presented in this Programme constitute a complementary offer for tourists flocking to visit Kazimierz Dolny, or Puławy; but its appeal can be regarded as an independent and forward-looking product portfolio. For its full realization the cooperation of all the bodies interested in the attributes of the river is required, as well as lobbying activities aimed at restoring its full navigability. The Vistula Programme is also aimed at the local community residents, the inhabitants of the Vistula sub-region (mainly Janowiec, Kazimierz Dolny, and the municipality and the city of Puławy), building a leisure offer and a better quality of life.

3. HISTORICAL, CULTURAL AND RELIGIOUS HERITAGE OF THE SUB-REGION - ATTRACTIVE TOURISM

- **From a Slavic cottage to a baronial palace – spend some time in the Vistula River Museum,**
- **Inspiring Triangle,**
- **Fall in love with..... ,**
- **Route of open churches,**
- **Land with grain flowing.**

The products proposed to an active tourist present the main attractions of the sub-region in an attractive and original way. One can follow here a journey through the history of the sub-region, along archaeological sites, Slavic cottages, castles and palaces, during which it is possible to taste local produce or explore historic monumental churches. Another product creates conditions for a romantic stay in the sub-region or appeals to the tradition of floating grain along the Vistula. The sub-region is shown through various forms of commercialisation of the offer as a mine of amazing sights and experiences. This is achieved by applying a modern formula of discovering mysterious places (quests) and active participation - mainly cultural and artistic.

4. ALL AROUND THE REGION – CONNECTED BY ROUTES

The Programme presents four integrated tourism product proposals that relate to cycling, hiking, horse riding and geological tourism:

- **Cycling all around the region,**
- **A network of Nordic walking parks in the sub-region of the Tourist Triangle,**
- **In the saddle,**
- **Geo-park or a journey to the centre of the Earth .**

Here one can find detailed proposals of tourism products based on cycling, hiking and horse riding trails (*the described routes are only examples of proposals - alternative options or courses including the adequate infrastructure possible*). It has been assumed that the area of

the sub-region of the Tourist Triangle Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy is visited by keen hikers, cyclists and horse lovers; but also products for beginners, families with children, and even spa visitors have been proposed. The main objectives of the products is the preparation of several cycling, hiking and horse tourism products, tailored to different audiences that can be implemented individually or in groups, in differing time spans.

A slightly different proposal is “a journey to the centre of the Earth” which by a narrative storyline brings the average tourist to secrets of geology, necessary to understand extremely important geological sites located in the area of the designed Geo-park of the Małopolska Gorge of the Vistula River. A niche geological tourist will also find an interesting offer for himself.

5. SPECIFIC UNIQUE TOURISM POTENTIALS OF THE COMMUNITIES

– is a programme different from those previously described. The main message is to show the information that there is a potential for tourism in the sub-region and its communities, yet undiscovered, or in need of refreshment, to give a new powerful impulse for development. Six tourism products have been presented, where one applies to rural areas of the whole sub-region, and the next five concern different communities:

- **Real agro-tourism** in rural areas of the sub-region,
- **Blacksmithing** – traditional craftsmanship in Wojciechów. Cultivating traditions and development of new forms,
- **Remember about the gardens.** Back to the roots – Nałęczów, the town of gardens,
- **Recollecting historical events** – memory lessons,
- **Land of roses** – Końskowola,
- **Strawberry paradise** – in Puławy community.

Agro-tourism is offered in four types of specialization - education in natural conditions, combined with hobby implementation, taking advantage of leisure in rural villages and with theme villages.

The next proposals are focused on specific communities: from those already pre-commercialised with further development assumed, by extending or “rejuvenating” such an offer as: the Route of Iron and Blacksmith Traditions in Wojciechów, to the proposal aimed at making the municipality of Żyrzyn the centre of historical reconstructions. New ideas and solutions for the existing products have been presented - roses in Końskowola and strawberries in the municipality of Puławy, as well as the idea of developing a new tourism function in Nałęczów (tourism festival).

6. STRENGTHENING RECOGNIZABLE BRANDS IN THE SUB-REGION BASED ON NEW TRENDS IN TOURISM

This is a programme focused on tourism products already well-known in Poland, but “re-freshed” and confronted with new tendencies and trends in tourism:

- **Look after your health in Nałęczów,**
- **Congress and training tourism in the sub-region,**
- **Sports for every season.**

In this programme the Nałęczów spa features are associated with the global trends orientated in the fashion associated with a healthy lifestyle. Opportunities of the development of congress and training tourism in three places of the sub-region - Kazimierz Dolny, Puławy and Nałęczów have been highlighted here, as well as the role of sport and recreation in the whole area has been strengthened by adding winter sports and making the offer valid all year round.

All programmes which include products described in detail aimed at a consistent, harmonised tourism development of the sub-region of the Tourist Triangle of Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy. But nothing can be achieved without the mutual cooperation of all institutions and organisations operating in the area and preparing the inhabitants to accept the proposed option of tourism development and supporting the tourism development through direct involvement in tourism entrepreneurship. The goals set out within the frame of Domains 2 and 3 will aim to achieve this.



Domain 2:

Co-operation in building an integrated tourist offer of the sub-region

The development of tourism in the sub-region encompassing 11 communities located in the area of the Tourist Triangle Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy is a complex and difficult undertaking, not only because of the extent of the territorial area, but also due to the huge scope of the issue. The multitude and variety of entities involved in the construction of the tourist offer and measures aiming at the provision of tourist attractions in the sub-region is very high. That's why when thinking about the efficient development of tourism in this area in the coming years, it is crucial to **take all forms of cooperation and collaboration between partners operating in tourism** at different levels and areas in order to ensure a high level of integration activities to develop comprehensive tourism products, but also to ensure harmonised management of tourism development of the sub-region.

A functional network of connections and established relationships between the entities acting in the wide field of tourism in the sub-region, will allow for the effective implementation of the development of the set goals, and – what is especially important - to their mutual strengthening and replenishment.

The power, which in the future will certainly support the activities in this area, is the experience resulting from the past joint ventures of different character built up by local entities and institutions. It is this foundation that the future cooperation

should be based upon; such cooperation should be taken as a constant, open to the entities interested in it, partner and set to a common goal of building **an integrated tourist offer of the sub-region**.

Desirable for the sub-region, a permanent mechanism of cooperation should include developed and operating procedures of co-operation, coordination, communication and promoting the integrated tourist offer, which will result in the achievement of real benefits noticeable by persons, entities and institutions dealing with tourism, which, as a consequence, will be visible for the entire sub-region. Coordination among local entities is enforced by the need to compete for a common client, and in the long term, the desire to maximize his time in the sub-region.

As a consequence of the above, three main strategic objectives have been identified:

STRATEGIC OBJECTIVE I:

Creating a permanent partnership for the development of tourism in the sub-region of the Tourist Triangle Kazimierz Dolny - Nałęczów - Puławy.

STRATEGIC OBJECTIVE II:

Common, effective and consistent tourism promotion of the sub-region.

STRATEGIC OBJECTIVE III:

Creating a comprehensive and modern system of tourist information.

Domain 3:

Creating attitudes of responsibility for the development of sustainable tourism and tourism related entrepreneurship among the inhabitants of the sub-region

Understanding Domain 3 is associated with the strategic objectives and their scopes set out within its frame. These objectives are as follows:

- Strategic Objective I:
Promoting attitudes of co-responsibility for the development of sustainable tourism among the inhabitants of the sub-region;
- Strategic Objective II:
Developing entrepreneurial attitudes in the field of tourism among the inhabitants of the sub-region.

These strategic objectives, arising from the performed diagnosis, workshops studies and analysis of the material collected during collaborative work, apply, in its the basic assumption, to raising the awareness of the benefits of sustainable tourism development for the inhabitants of the sub-region.

Such a formulated and understood domain is the answer, among others, to the diagnosed and still present in the local community, attitudes of passivity, a reluctance to take on new challenges and expectations that someone will take care of the matter and come up with the idea to solve the problem. Such approaches, although still numerous, coexist with an increasing activity of the local population, its initiative, willingness to share their achievements, desire to learn from the more experienced - on such basis the appropriate attitudes of the local inhabitants should be built. Domain 3 corresponds also to the lack of or low awareness, among the residents of the sub-region, of translating the benefits of tourism to the real incomes of households and local government bodies. It is also to contribute to eliminating the residents' be-

haviour (conscious or unconscious) resulting in environmental pollution.

Therefore, the key issue for the development of tourism in the sub-region is **to use the potential of the inhabitants**. For the tourist offer to be successful the local community must be fully convinced of the tourism development and committed to its implementation. The values outlined in the mission of tourism development should be the same as the beliefs of the local people, who are the direct and indirect beneficiaries of the development of tourism in the sub-region. Attitudes of residents should be consistent with the vision outlined by the tourism development, they cannot be contradictory.

The concept of sustainable tourism development implies that it **cannot contribute to environmental degradation**. It also provides for participation of the inhabitants at all stages of activities to promote tourism, and **building a tourist offer based on the local natural, human and material resources**. The development of sustainable tourism is integrated with the local economic development and is beneficial ethically, socially and economically to the local population. This concept of development requires participation of the residents; they must be the driving force of changes and facilitators of the development process. The success of the development projects in the field of tourism is dependent on appropriate attitudes being adopted by the people of the sub-region.

Therefore, it is necessary to appropriate **pro-ecological policies**, in order to make the citizens protect the natural heritage of their sub-region, which is a magnet for tourists. It is necessary to emphasise the importance of sustainable development, so that the benefits of tourism could support

local initiatives and become a source of income for the local population. It is necessary to activate people, to convince them to get involved in local projects promoting the development of tourism and to build entrepreneurial attitudes in them.

Shaping attitudes is a long process, requiring permanent influence of the local community, local authorities and public institutions. Appropriately shaped attitudes of people assuming their participation in the construction of sub-regional tourist offer, their responsibility for the natural heritage, pride in local identity and characteristics (cultural, religious and historical heritage), and seeing the benefits of business tourism related activities are the factor for the success of tourism programmes described above.

The impact on attitudes is possible mainly through education, training, workshops, display and promotion of good practice, rewarding behaviours and attitudes desired for the sustainable development of tourism in the sub-region. These actions do not take effect as a result of one-off action, they must be permanent, systematic and targeted to different groups of people: taking into account their age, type of activity, education, etc. The value system espoused by the individuals has a decisive influence on shaping the attitudes; instilling values recorded in the Mission and adopting them as their own is very important for the execution of the Tourism Development Plan.

Ważne strony internetowe:

www.programszwajcarski.gov.pl

www.swiss-contribution.admin.ch/poland

www.wwpe.gov.pl

www.mrr.gov.pl

www.euro-szansa.pl



Powiat Puławski (Lider)

Al. Królewska 19
24-100 Puławy
e-mail: starostwo@pulawy.powiat.pl
tel. 81 886 11 00
www.pulawy.powiat.pl



Lokalna Grupa Działania

„Zielony Pierścień” – Operator Dotacji

Ul. St. Żeromskiego 1
24-150 Nałęczów
e-mail: lgd@zielonypierscien.pl
tel./fax 81 50 16 140; tel. 81 50 16 141
www.zielonypierscien.pl



Lubelski Ośrodek

Doradztwa Rolniczego w Końskowoli

Ul. Pożowska 8
24-130 Końskowola
e-mail: wodr@wodr.konskowola.pl
tel. 81 88 16 285
www.wodr.konskowola.pl



Lubelski Ośrodek Samopomocy

Ul. Narutowicza 54
20-016 Lublin
e-mail: los@los.lublin.pl
tel./fax 81 743 66 13
www.los.lublin.pl

ISBN 978-83-63571-02-3

Egzemplarz bezpłatny