Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy

POMOC TECHNICZNA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

MINISTERSTWO ROZWOJU REGIONALNEGO

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Strategia opracowana w ramach projektu:

PARTNERSTWO NA RZECZ ROZWOJU OBSZARU FUNKCJONALNEGO DOLINA RZEKI PILICY W POWIECIE TOMASZOWSKIM

współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2007-2013

GMINA MIASTO TOMASZÓW MAZOWIECKI | POWIAT TOMASZOWSKI | GMINA TOMASZÓW MAZOWIECKI | GMINA INOWŁÓDZ | GMINA RZECZYCA | STOWARZYSZENIE DOLINA PILICY

Zespół konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego s.c. zaangażowanych w proces strategiczny oraz prace nad Strategią Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy

Cezary Ulasiński

Justyna Szymańska

Dagmara Bieńkowska

Magdalena Widuch

Jakub Żywiec

Małgorzata Mikołajczyk

Agnieszka Bizon

Centrum Doradztwa Strategicznego

Opracowanie części diagnostycznej i wyników badań:

Aneta Pawłowska, Łukasz Matoga, Paulina Lizak, Ewelina Romuzga,

Łukasz Sykała (Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego)

SPIS TREŚCI:

Część I. Wprowadzenie ... 3

Strategia rozwoju turystyki jako instrument kreowania polityki rozwoju Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy ... 3

Proces konstruowania Strategii Rozwoju Turystyki ... 12

Struktura dokumentu ... 14

Cześć II. Diagnoza ... 15

Ogólna charakterystyka obszaru – główne wnioski ... 15

Analiza SWOT ... 32

Analiza możliwości rozwoju obszaru – problemy i rekomendacje ... 36

Główne problemy i kwestie kluczowe ... 36

Rekomendacje ... 40

Część III. Strategiczna. Wizja, misja, cele strategiczne ... 43

Wizja rozwoju turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy ... 43

Misja rozwoju turystyki Obszaru Funkcjonalnego ... 44

Domena I. Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie Rzeki Pilicy. ... 46

Domena II. Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej. ... 52

Domena III. Zintegrowany system zarządzania marką „Dolina Rzeki Pilicy" ... 53

Część IV. Operacyjna ... 55

Programy Turystyczne dla Domeny I. Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie Rzeki Pilicy. ... 55

Plan operacyjny dla Domeny II. Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej ... 92

Plan operacyjny dla Domeny III. Zintegrowany system zarządzania marką „Dolina Rzeki Pilicy" ... 105

Część V. Wdrożeniowa. System wdrażania, monitorowania i finasowania strategii ... 111

System wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki ... 111

System monitorowania Planu Rozwoju Turystyki ... 119

Możliwości i warunki finansowania przedsięwzięć turystycznych i około turystycznych w perspektywie 2014-2020 ... 122

Aneks ... 128

Załącznik 1. ... 129

Część I. Wprowadzenie

Strategia rozwoju turystyki jako instrument kreowania polityki rozwoju Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy

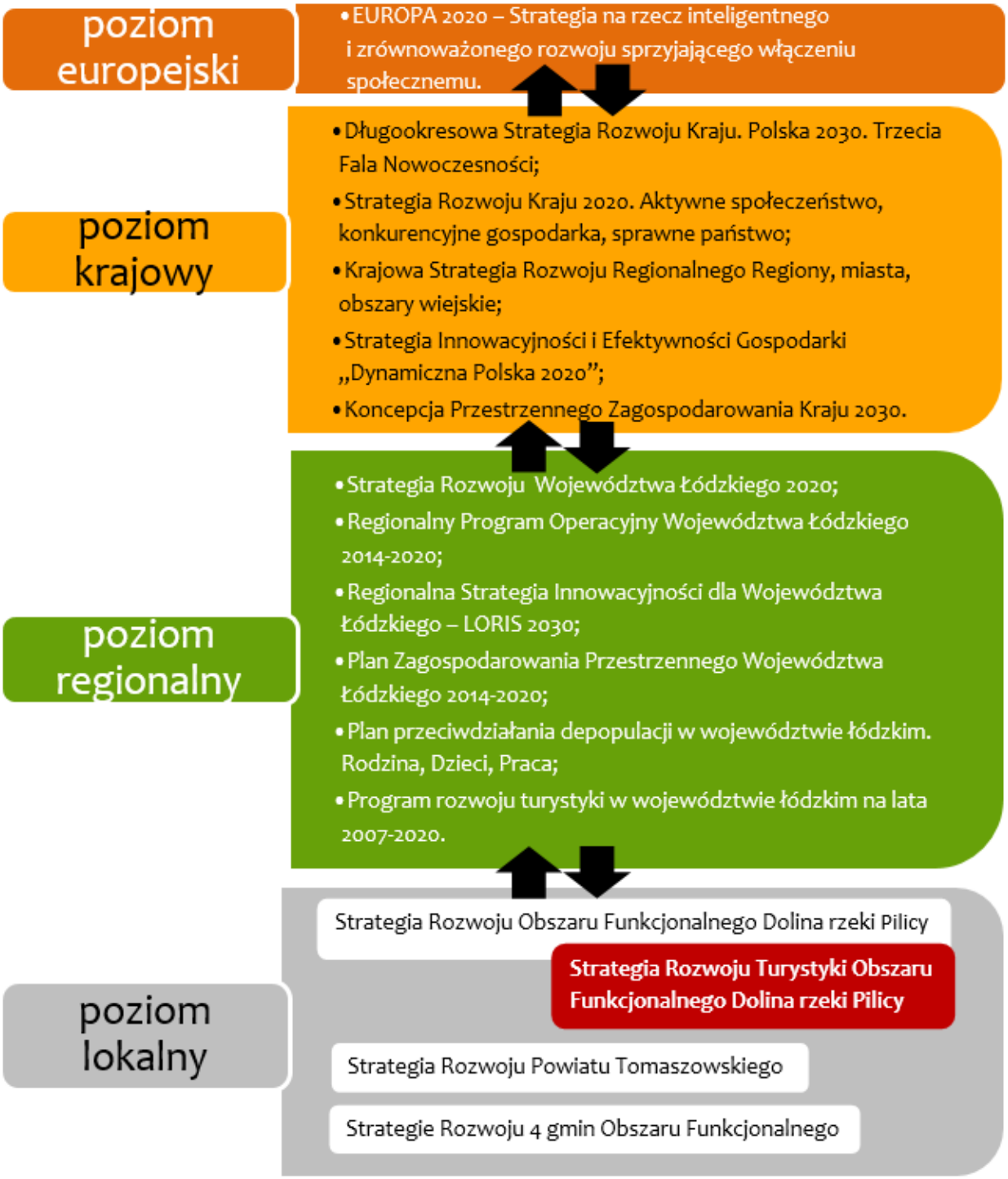
Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy jest dokumentem dla obszaru składającego się z 4 gmin (miasto Tomaszów Mazowiecki, gmina Tomaszów Mazowiecki, gmina Inowłódz, gmina Rzeczyca) oraz powiatu tomaszowskiego. Jednostki te zostały objęte wsparciem w ramach projektu „**Partnerstwo na rzecz rozwoju obszaru funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy w powiecie tomaszowskim**". Działania w ramach projektu są współfinansowane ze środków Unii Europejskiej, Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2007-2013. Projekt ma charakter partnerski, jest realizowany we współpracy powiatu tomaszowskiego, miasta Tomaszów Mazowiecki, gminy Tomaszów Mazowiecki, gminy Inowłódz, gminy Rzeczyca oraz Stowarzyszenia Dolina Pilicy.

W ramach powyższego Projektu zostały przeprowadzone prace związane z opracowaniem finalnej wersji dokumentu. Przygotowanie dokumentu było odpowiedzią na potrzebę zaprogramowania działań w obszarze turystyki w Dolinie Rzeki Pilicy, w którym drzemie potencjał wzrostu znaczenia tej gałęzi gospodarki. Potencjał ten opiera się na bogactwie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, a także aktywności mieszkańców.

Prace nad dokumentem były okazją do dialogu z partnerami z sektora społecznego, gospodarczego i publicznego (łącznie w warsztatach strategicznych wzięło udział 28 osób). Przedstawiciele różnych środowisk w sposób niezwykle aktywny i pełen zaangażowania podchodzili do wypracowywania strategii rozwoju turystyki. Dzięki ich kreatywności i poczuciu odpowiedzialności za dziedzictwo przyrodniczo-kulturowe regionu powstał dokument programujący rozwój turystyczny do 2020 roku[1].

Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy jest dokumentem wpisującym się w proces strategicznego myślenia o rozwoju. Jest komplementarny z innymi dokumentami strategicznymi dotyczącymi rozwoju turystyki (schemat poniżej). Planowanie rozwoju turystyki w Obszarze Funkcjonalnym wpisuje się w nowe, zintegrowane podejście do polityki rozwojowej. Polega ono na podchodzeniu do kwestii wyzwań w perspektywie długo- i średniookresowej. Generalnej wizji podporządkowane są strategie sektorowe, które stwarzają ramy działania nie tylko dla administracji centralnej, ale także samorządowej oraz wszystkim podmiotom zaangażowanym w działania rozwojowe. Nowy paradygmat zarządzania rozwojem daje więcej kompetencji samorządom, zapewniając równocześnie koordynację przedsięwzięć i optymalizację systemu. Zintegrowany system w swym założeniu ma zbliżać administrację publiczną szczebla krajowego i samorządowego, otwierać ją na kreowanie polityki rozwojowej w oparciu o szeroki i intensywny proces konsultacji i interakcji z innymi aktorami gry o rozwój (sektor społeczny i gospodarczy).

[1] Pełna lista osób zaangażowany w proces strategiczny znajduję się w aneksie.



Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy wykazuje spójność z zapisami dokumentów strategicznych i operacyjnych szczebla europejskiego, krajowego oraz regionalnego. Poniżej zestawiono najistotniejsze założenia (cele, dążenia i priorytety) tych dokumentów, w które wpisują się zapisy projektowanej Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.

EUROPA 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu

Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy jest spójna z podstawowymi założeniami dokumentu EUROPA 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, głównie na poziomie priorytetu związanego z rozwojem sprzyjającym włączeniu społecznemu oraz priorytetu mówiącego o zrównoważonym wzroście. Pierwszy priorytet zakłada rozwój gospodarki konkurencyjnej i efektywnie korzystającej z zasobów, zaś drugi wspieranie gospodarki charakteryzującej się wysokim poziomem zatrudnienia i zapewniającej spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną.

Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju. Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności

Zasadniczym celem Długookresowej Strategii Rozwoju Kraju. Polska 2030 Trzecia fala nowoczesności jest poprawa jakości życia Polaków. Główne zamierzenia Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy są spójne z zapisami ww. Strategii, szczególnie zaś z wybranymi celami w ramach obszarów innowacyjność gospodarki i kreatywność indywidualna oraz równoważenia potencjałów rozwojowych regionów:

- Cel 4. Wzrost wydajności i konkurencyjności gospodarki (w tym: Zwiększenie dostępności powszechnych programów kształtowania postaw przedsiębiorczych i wspierania przedsiębiorczości, opartej o postawy proinnowacyjne, kreatywne, umiejętność współpracy),
- Cel 7. Zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego oraz ochrona i poprawa stanu środowiska (w tym: Zwiększenie poziomu ochrony środowiska),
- Cel 8. Wzmocnienie mechanizmów terytorialnego równoważenia rozwoju dla rozwijania i pełnego wykorzystania potencjałów regionalnych (w tym: Rewitalizacja obszarów problemowych w miastach, Stworzenie warunków sprzyjających tworzeniu pozarolniczych miejsc pracy na wsi i zwiększaniu mobilności zawodowej na linii obszary wiejskie – miasta, Zrównoważony wzrost produktywności i konkurencyjności sektora rolno-spożywczego zapewniający bezpieczeństwo żywnościowe oraz stymulujący wzrost pozarolniczego zatrudnienia i przedsiębiorczości na obszarach wiejskich).

Strategia Rozwoju Kraju 2020. Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo

Cele Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy są spójne z głównymi założeniami Strategii Rozwoju Kraju 2020. Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo.

Dokument ten zakłada, w jednym z obszarów strategicznych, sprawnie i efektywnie funkcjonujące państwo, co ma zostać osiągnięte m.in. poprzez wzrost wydajności gospodarczej (Cel 2). Działanie – Promowanie warunków ramowych dla prowadzenia działalności gospodarczej przewiduje m.in. stworzenie korzystnych warunków dla rozwoju przemysłu czasu wolnego, w tym turystyki. W domenach wypracowanych dla Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy podkreślane jest wzmacnianie lokalnej przedsiębiorczości w obszarze turystyki i aktywizacja mieszkańców do zakładania działalności turystycznej.

Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: regiony, miasta, obszary wiejskie

Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: regiony, miasta, obszary wiejskie jest najważniejszym w skali kraju dokumentem strategicznym polityki regionalnej. Podstawowym celem polityki regionalnej w Polsce jest efektywne wykorzystywanie specyficznych regionalnych i innych terytorialnych potencjałów rozwojowych dla osiągania celów rozwoju kraju – wzrostu, zatrudnienia i spójności w horyzoncie długookresowym. Główne domeny rozwojowe zdefiniowane w Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy są zbieżne z celem polityki regionalnej.

Jednym ze strategicznych wyzwań w ramach Strategii Rozwoju Regionalnego… jest wykorzystanie potencjału kulturowego i turystycznego dla rozwoju regionalnego. Turystyka jako ważna sfera aktywności gospodarczej i społecznej powinna być traktowana jako element specjalizacji terytoriów, które cechują się największymi walorami turystycznymi. Działania służące rozwojowi turystyki są jednym z „fundamentów kreowania odpowiedniego wizerunku kraju i regionów jako miejsc o wysokiej atrakcyjności życia oraz atrakcyjności inwestycyjnej". Jedną z kluczowych kwestii w zakresie I Domeny (Atrakcyjna i zróżnicowana oferta aktywnej turystyki w Dolinie Rzeki Pilicy) jest zbudowanie rozpoznawalności Obszaru Funkcjonalnego i poprzez atrakcyjne produkty turystyczne znalezienie sposobu na wyróżnienie się na tle obszarów o podobnej specyfice, co wpisuje się w potrzebę poszukiwania specjalizacji uwypuklonej w wymienionym wyżej strategicznym wyzwaniu. Natomiast Cel 1 polityki regionalnej do 2020 r. zakłada wspomaganie wzrostu konkurencyjności regionów a jednym z kierunków działań zmierzających do realizacji tego celu jest budowa podstaw konkurencyjności województw. Ważna rola w budowaniu przewag konkurencyjnych została przypisana środowisku przyrodniczemu i potencjałowi dziedzictwa kulturowego. Turystyka przyjazdowa wykorzystująca walory przyrodnicze i kulturowe może być dźwignią rozwoju i restrukturyzacji w obszarach oddalonych od ośrodków wojewódzkich a do takich obszarów należałoby zaliczyć Obszar Funkcjonalny Doliny Rzeki Pilicy.

Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki. Dynamiczna Polska 2020

Dokument Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki. Dynamiczna Polska 2020 wskazuje, że zasadniczym celem rozwoju Polski powinno być budowanie konkurencyjnej gospodarki (innowacyjnej i efektywnej) opartej na wiedzy i współpracy, co doskonale wpisuje się w cele Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.

Cel 4 Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki „Dynamiczna Polska 2020" zakłada wzrost umiędzynarodowienia polskiej gospodarki zaś jednym z przewidzianych kierunków działań jest „Promowanie gospodarki polskiej, polskich przedsiębiorstw oraz wizerunku Polski na arenie międzynarodowej". Ma on być realizowany m.in. poprzez uspójnienie działań w obszarze promocji gospodarki z działaniami promocyjnymi z zakresu kultury, turystyki i sportu. Działania promujące Dolinę rzeki Pilicy i produkty turystyczne Obszaru Funkcjonalnego na arenie regionalnej i ponadregionalnej podkreślone w Domenie III wpisują się w akcentowaną w Strategii Innowacyjności potrzebę promocji regionów turystycznych Polski i budowania spójnej ich marki na poziomie krajowym.

Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030

Dokument Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030 zajmuje czołowe miejsce w systemie polityki przestrzennej oraz planowania przestrzennego w Polsce. Jego głównym celem jest efektywne wykorzystanie przestrzeni kraju i jej terytorialnie zróżnicowanych potencjałów rozwojowych dla osiągania ogólnych celów rozwojowych – konkurencyjności, zwiększenia zatrudnienia, sprawności funkcjonowania państwa oraz spójności w wymiarze społecznym, gospodarczym i terytorialnym w długim okresie. Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy wpisuje się w następujące cele Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju:

- Cel 2. Poprawa spójności wewnętrznej i terytorialne równoważenie rozwoju kraju poprzez promowanie integracji funkcjonalnej, tworzenie warunków do rozprzestrzeniania się czynników rozwoju, wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich oraz wykorzystanie potencjału wewnętrznego wszystkich terytoriów.
- Cel 4. Kształtowanie struktur przestrzennych wspierających osiągnięcie i utrzymanie wysokiej jakości środowiska przyrodniczego i walorów krajobrazowych Polski.

Kierunki Rozwoju Turystyki do 2015 r.

I Domena strategicznego rozwoju dla Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy mówi o rozwoju atrakcyjnej, wielowątkowej aktywnej turystyki weekendowej. Domena ta wpisuje się w pierwszy obszar priorytetowy – Produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności określony dla Kierunków Rozwoju Turystyki do 2015 r. Jednym z celów operacyjnych (cel 5) w obrębie tego obszaru jest Rozwój wiodących typów turystyki wśród których znajduje się turystyka aktywna. Wspieranie rozwoju tej turystyki rozumiane jest poprzez umożliwienie pełniejszego udostępniania dyscyplin sportu i rekreacji. Podkreślana jest również ważna rola administracji na szczeblu lokalnym zobowiązanej do rozwoju kultury fizycznej i turystyki. Natomiast drugi cel operacyjny w zakresie wspomnianego obszaru priorytetowego zakłada rozwój infrastruktury turystycznej a wśród działań m.in. rozwój infrastruktury gastronomicznej i noclegowej oraz wsparcie rozwoju infrastruktury uzupełniającej, sprzyjającej wydłużeniu sezonu turystycznego w co dobrze wpisuje się II Domena – Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej. Warto wspomnieć również o III obszarze priorytetowym – Wsparcie marketingowe, w którym pierwszym celem operacyjnym jest Usprawnienie systemu informacji turystycznej. Kwestia ta ma również kluczowe znaczenie w rozwoju turystyki dla Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.

Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego. Łódzkie 2020

Cele Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy są spójne z założeniami Strategii Rozwoju Województwa Łódzkiego. Łódzkie 2020, która jest najważniejszym dokumentem strategicznym w skali województwa łódzkiego. Chodzi w szczególności o następujące strategiczne kierunki:

- 3.2. Rozwój MŚP i sektora rolnego,
- 4.1. Rozwój społeczności lokalnych,
- 4.2. Wzmacnianie tożsamości regionalnej,

- 5.3. Rozwój usług i poprawa dostępu do sektora kultury, sportu, turystyki i rekreacji (5.3.1. rozwój bazy kultury, sportu, turystyki i rekreacji oraz 5.3.2. rozwój usług kultury, sportu, turystyki i rekreacji),
- 8.1. Ochrona i kształtowanie powiązań przyrodniczo-krajobrazowych.

Strategia Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy doskonale wpisuje się w kierunki polityki przestrzenno-funkcjonalnej województwa łódzkiego w odniesieniu do obszarów funkcjonalnych dolin rzecznych:

- Wspieranie działań na rzecz rozwoju turystyki aktywnej, rekreacyjnej, sportowej i geoturystyki oraz bazy turystycznej, w tym agroturystyki.
- Wspieranie działań na rzecz rozbudowy szlaków turystycznych.
- Wspieranie działań na rzecz rozwoju funkcji konferencyjno–kongresowej.
- Wspieranie działań na rzecz wykreowania marki i popytu na usługi balneologiczne, uzdrowiskowe i rehabilitacyjne.
- Wspieranie działań na rzecz budowania zintegrowanych produktów turystycznych opartych na walorach kulturowych i przyrodniczych, w tym geologicznych, oraz kultywowaniu tradycji.
- Wspieranie działań na rzecz wykreowania wizerunku obszarów jako atrakcyjnych turystycznie.
- Wspieranie działań na rzecz poprawy czystości wód Zalewu Sulejowskiego i Zbiornika Jeziorsko oraz terenów leśnych.
- Wspieranie działań na rzecz wprowadzania systemowych rozwiązań w zakresie gospodarki wodno-ściekowej.
- Wspieranie działań na rzecz zwiększenia dostępności transportowej zewnętrznej i wewnętrznej.
- Wspieranie działań na rzecz rozwoju powiązań funkcjonalno-przestrzennych o wymiarze ponadregionalnym (Pasmo kulturowo-turystyczne Pilicy, Pasmo kulturowo-turystyczne Warty, Pasmo kulturowo-turystyczne Bzury).

Można również zauważyć zbieżność Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy z kierunkami polityki przestrzenno-funkcjonalnej województwa w odniesieniu do terenów wiejskich, przede wszystkim zaś:

- Wspieranie działań na rzecz rozwoju rolnictwa ekologicznego, rynków lokalnych promujących produkty regionalne oraz agroturystyki.
- Wspieranie działań na rzecz rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw sektora pozarolniczego.
- Wspieranie działań na rzecz poprawy dostępu do podstawowych usług publicznych, w tym edukacji przedszkolnej, opieki zdrowotnej, oraz usług kultury i sportu.

Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego 2014-2020 (projekt wersja 5.0)

Powiązanie Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy z regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Łódzkiego 2014-2020 można odnaleźć w obrębie trzech osi priorytetowych.

Wspieranie małej i średniej przedsiębiorczości m.in. w sektorze turystyki zostało uwzględnione w Osi Priorytetowej II Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka.

W ramach Osi Priorytetowej V Ochrona Środowiska jednym z priorytetów inwestycyjnych jest „Ochrona i przywrócenie różnorodności biologicznej, ochrona i rekultywacja gleby oraz wspieranie usług ekosystemowych także poprzez program „Natura 2000" i zieloną infrastrukturę". W ramach celu szczegółowego „Ochrona i poprawa jakości środowiska naturalnego" przewiduje się m.in. takie przedsięwzięcia jak: podniesienie standardu bazy technicznej i wyposażenie parków krajobrazowych lub rezerwatów przyrody (w tym położonych na obszarach Natura 2000); budowę lub modernizację niezbędnej infrastruktury mającej na celu ograniczenie degradacji środowiska przyrodniczego w miejscach wypoczynku, na szlakach turystycznych lub wypoczynkowych oraz promowanie form ochrony przyrody np. platformy widokowe, ścieżki dydaktyczne wykorzystujące lokalne zasoby przyrodnicze; rozbudowę, modernizację lub doposażenie ośrodków prowadzących działalność w zakresie edukacji ekologicznej (np. w parkach krajobrazowych) oraz prowadzenie komplementarnych i uzupełniających do ogólnopolskich kampanii informacyjno-edukacyjnych.

Natomiast Oś Priorytetowa VI – Rewitalizacja i potencjał endogeniczny regionu zawiera bezpośrednie odniesienia do rozwoju turystyki. W ramach priorytetu inwestycyjnego „Wspieranie wzrostu gospodarczego sprzyjającego zatrudnieniu poprzez rozwój potencjału endogenicznego jako element strategii terytorialnej dla określonych obszarów, w tym poprzez przekształcenie upadających regionów przemysłowych i zwiększenie dostępu do określonych zasobów naturalnych i kulturalnych oraz ich rozwój" jeden z celów szczegółowych zakłada wzrost intensywności ruchu turystycznego. Przewiduje się wsparcie działań polegających na „zagospodarowaniu tras turystycznych o charakterze regionalnym i ponadregionalnym, budowie, przebudowie lub modernizacji infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej wokół zbiorników wodnych oraz wzdłuż dolin rzecznych, rozwoju infrastruktury o charakterze sportowo-rekreacyjnym, rozwoju sieci punktów informacji turystycznej". Projekty będą mogły być realizowane na obszarze całego województwa łódzkiego, ze szczególnym uwzględnieniem Obszaru Funkcjonalnego – Obszarów Turystycznych Dolin Rzecznych Pilicy, Warty i Bzury. Realizacja przedsięwzięć w ramach wspomnianego priorytetu powinna przyczynić się do „wykreowania spójnego wizerunku województwa łódzkiego jako obszaru atrakcyjnego turystycznie, powstania zintegrowanych produktów turystycznych, opartych na walorach kulturowych i przyrodniczych, rozwoju turystyki aktywnej, rozwoju bazy turystycznej, sportowo-rekreacyjnej".

Regionalna Strategia Innowacyjności dla Województwa Łódzkiego – LORIS 2030

Priorytet II Regionalnej Strategii Innowacyjności dla Województwa Łódzkiego – LORIS 2030 wskazuje na „rozwój potencjału innowacyjnego regionu". Obszary Turystyczne Dolin Rzecznych Pilicy, Warty i Bzury obok Łódzkiego Obszaru Metropolitalnego zostały wytypowane jako te, które „powinny stanowić ośrodki wzrostu konkurencyjności regionu w oparciu o istniejące i kształtujące się w nich powiązania funkcjonalne". Celem strategicznym w obrębie Priorytetu II

jest wykorzystanie wewnętrznych potencjałów regionu do poprawy innowacyjności całego województwa co ma się realizować m.in. poprzez wsparcie innowacji na różnych poziomach, od lokalnego po krajowy. Dolina Rzeki Pilicy ma być jednym z tych obszarów funkcjonalnych gdzie będą podejmowanie działania związane z podnoszeniem świadomości i wiedzy dotyczącej innowacyjności oraz doradztwem i szkoleniami w odniesieniu do podmiotów działających w wybranych obszarach funkcjonalnych oraz subregionalnych ośrodkach wzrostu województwa łódzkiego.

Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Łódzkiego 2014-2020

W Planie Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Łódzkiego podkreślono, ze duży potencjał regionu w zakresie walorów przyrodniczych i kulturowych pozwala rozwijać różne formy turystyki. Wśród nich „turystykę aktywną opartą na rowerowych i pieszych szlakach turystycznych głównie w zachodniej i północnej części województwa, szlakach wodnych Pilicy i Warty, szlakach konnych i ośrodkach jazdy konnej, koncentrujących się w centralnej oraz południowo-zachodniej części regionu, trasach narciarskich na Górze Kamieńsk, sztucznych zbiornikach wodnych (Zalewie Sulejowskim i Zbiorniku Jeziorsko) oraz rzekach (m.in. Grabi, Widawce i Rawce), a także obszarach parków krajobrazowych". Rozwój tej formy turystyki został również podkreślony w domenach strategicznego rozwoju dla Strategii Rozwoju Turystyki.… Problemem rozwoju turystyki dotykającym całe województwo łódzkie jest: niewielki stopień zagospodarowania zbiorników wodnych i parków krajobrazowych, niska jakość infrastruktury turystycznej, nierównomierne zagospodarowanie oraz niewystarczające wsparcie i informacja o ofercie.

Plan Przeciwdziałania Depopulacji w Województwie Łódzkim. Rodzina – Dzieci – Praca

W dokumencie tym znajdują się zapisy mające odzwierciedlenie w Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy, szczególnie dotyczące ludzi młodych.

Jednym z proponowanych działań i kierunków interwencji skierowanych do ludzi młodych w celu przeciwdziałania negatywnym zmianom demograficznym w województwie łódzkim w zakresie infrastruktury jest rozbudowa bazy sportowej, rekreacyjnej i turystycznej zaś w zakresie zdrowia promocja sportu i turystyki oraz zdrowego stylu życia. Działania te wiążą się bezpośrednio z Domeną II i III Strategii Rozwoju Turystyki OF.

Program Rozwoju Turystyki województwa łódzkiego na lata 2007-2020

Nadrzędnym celem programu jest wykreowanie atrakcyjnego turystycznie wizerunku regionu poprzez realizację kompleksowego zespołu działań organizacyjno-inwestycyjno-promocyjnych. W cel ten wpisuje się potrzeba zbudowania rozpoznawalnej, dobrze zarządzanej marki „Doliny Rzeki Pilicy". Strategiczne domeny mają swoje odbicie również w każdym z priorytetów wyznaczonych dla celu nadrzędnego. Priorytet I Rozwój Produktów Turystycznych przewiduje m.in. zagospodarowanie, poprawę jakości, integrację atrakcji w celu budowy kompleksowych produktów turystycznych. Potrzeba integrowania atrakcji i budowa kompleksowej oferty została podkreślona w Domenie I. Z kolei Priorytet II Kształtowanie atrakcyjnego turystycznie wizerunku województwa łódzkiego wśród rozpisanych działań uwzględnia m.in. opracowanie systemu identyfikacji wizualnej, systemu promocji wewnętrznej i systemu informacji turystycznej. Są to działania konieczne również w przypadku Doliny Rzeki Pilicy co zostało podkreślone w Domenie III. W domenach strategicznego rozwoju można również znaleźć odniesienie do Priorytetu III

Rozwój zasobów ludzkich oraz współpraca w obszarze turystyki (szczególnie Cel operacyjny 3.1 i 3.3), ponieważ podkreślono znaczenie przygotowania mieszkańców do obsługi ruchu turystycznego (Domena II) oraz potrzebę powołania wspólnego podmiotu zarządzającego i koordynującego działania na rzecz rozwoju turystyki w Dolinie Rzeki Pilicy (Domena III). Dodatkowo Domena III w zakresie budowy infrastruktury turystycznej wpisuje się doskonale w Priorytet IV Zagospodarowanie przestrzeni turystycznej województwa łódzkiego.

Proces konstruowania Strategii Rozwoju Turystyki

Proces prac nad Strategią Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy, który rozpoczęto w czerwcu 2014 r., a zakończono w październiku 2014 r., koordynował zespół konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego s.c. D. Bieńkowska, C. Ulasiński, J. Szymańska.

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

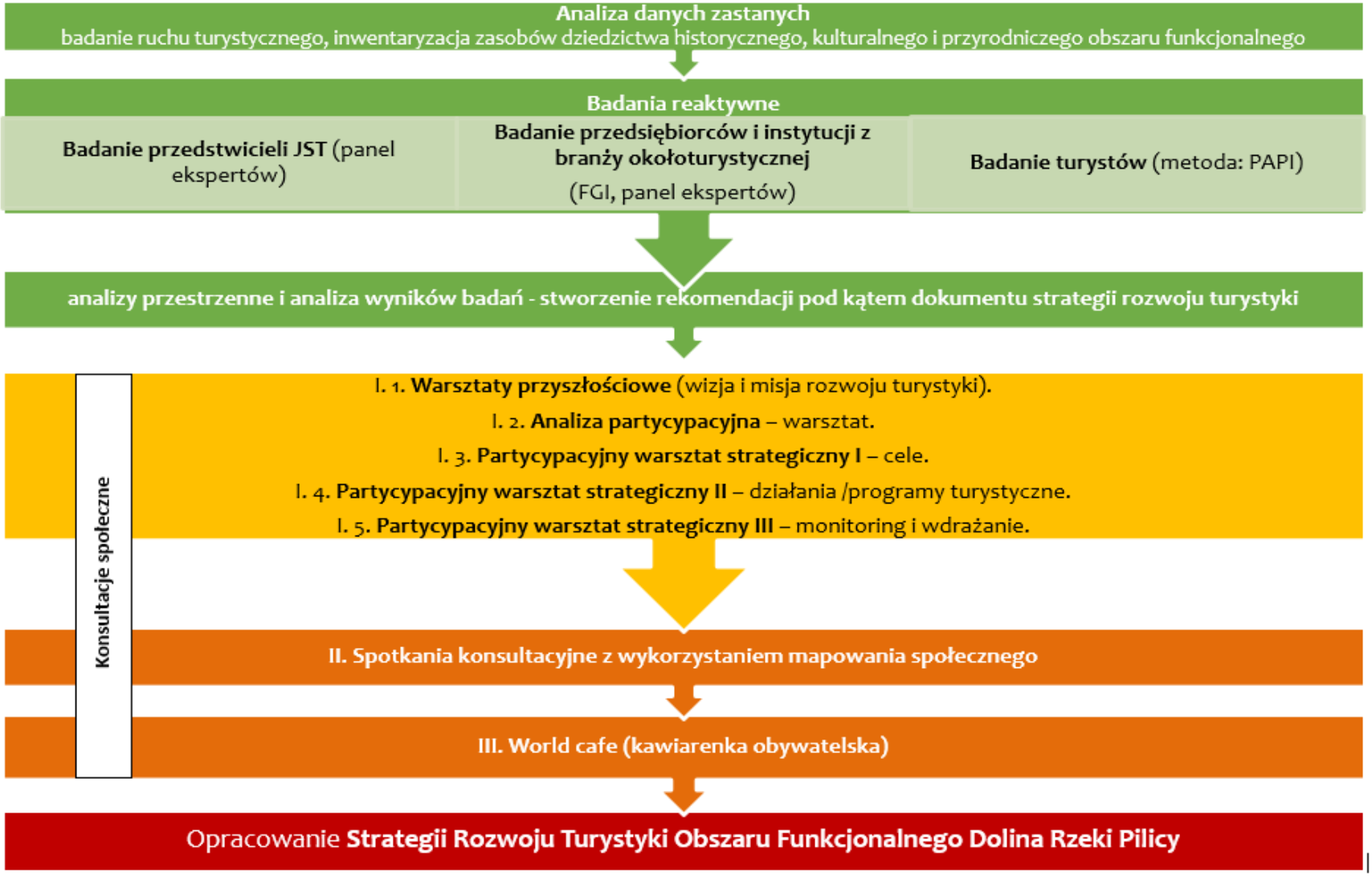
- analizę danych zastanych;
- badania ankietowe turystów odwiedzających główne atrakcje Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy;
- badania jakościowe z przedstawicielami podmiotów prywatnych i publicznych działających w branży turystycznej (FGI);
- panel rekomendacyjny z władzami partnerskich samorządów oraz głównymi interesariuszami polityki rozwoju turystycznego;
- analizy strategiczne (analiza SWOT, PEST, analizę interesariuszy);
- 5 spotkań warsztatowych skupiających przedstawicieli kluczowych podmiotów i instytucji funkcjonujących na terenie Obszaru Funkcjonalnego i zaangażowanych w rozwój turystyczny;
- łącznie 4 spotkania konsultacyjne w formule mapowania społecznego z mieszkańcami oraz środowiskami branżowymi z sektora okołoturystycznego w każdej z gmin Obszaru Funkcjonalnego;
- spotkanie konsultacyjne w formule world cafe.

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

Przygotowany i przeprowadzony przez konsultantów Centrum Doradztwa Strategicznego, przy aktywnym uczestnictwie zaangażowanych w rozwój turystyki na Obszarze Funkcjonalnym, proces konstruowania Strategii obejmował kilka zasadniczych etapów takich jak:

- badania, diagnoza i inwentaryzacja stanu oraz zasobów turystycznych OF;
- zdefiniowanie wizji i misji rozwoju turystyki OF Dolina Rzeki Pilicy wg modelu Ashridge;
- określenie celów strategicznych i programów turystycznych oraz celów operacyjnych i produktów turystycznych wraz zadaniami;
- określenie założeń do wdrażania, finansowania i monitorowania zamierzeń strategicznych.

Ścieżka wypracowywania Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.



Struktura dokumentu

Konstrukcja Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy odpowiada logice procesu strategicznego i obejmuje pięć zasadniczych części: część pierwszą – wprowadzającą, część drugą – diagnostyczną, część trzecią – strategiczną, część czwartą – operacyjną i część piątą – wdrożeniową.

Część I Wprowadzająca – Stanowi wprowadzenie do dokumentu, zawarto tu główne przesłanki procesu opracowywania Strategii - przebieg prac oraz wykorzystane metody prac.

Część II Diagnostyczna – Zawiera wyciąg najważniejszych wniosków z przeprowadzonej diagnozy stanu turystyki (ogólna charakterystyka obszaru) oraz kluczowe wyzwania i rekomendacje rozwojowe (analiza możliwości rozwoju obszaru).

Część III Strategiczna – Stanowi swoisty rdzeń Strategii Rozwoju Turystyki w postaci wizji, misji oraz opisu domen strategiczneg o rozwoju turystyki w Dolinie rzeki Pilicy.

Część IV Operacyjna – Przedstawia plan operacyjny dla strategicznych założeń w postaci siatki celów strategicznych/ operacyjnych wraz z zadaniami oraz programów turystycznych rozpisanych w postaci produktów turystycznych.

Część V Wdrożeniowa – Wieńczy dokument, ujęto w niej opis systemu wdrażania, finansowania i monitorowania Strategii Rozwoju Turystyki.

Do dokumentu dołączono również załączniki:

- Wstępna analiza w zakresie konieczności przeprowadzenia i zakresu prognozy oddziaływania na środowisko.
- Raport pn. „Diagnoza potencjału i zasobów turystycznych Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy”.

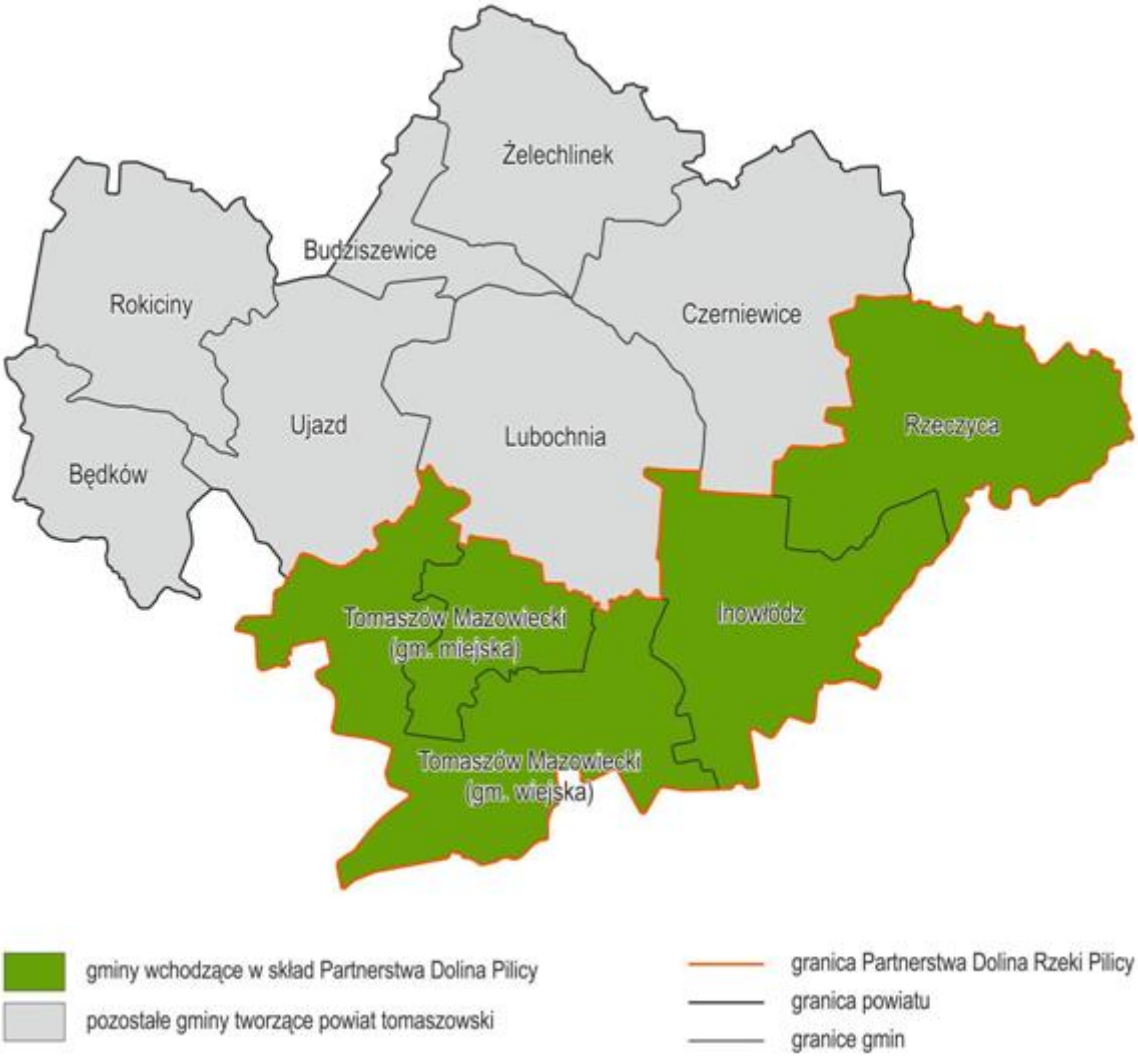
Cześć II. Diagnoza

Ogólna charakterystyka obszaru – główne wnioski

Wnioski zamieszczone w poniższym rozdziale są syntezą diagnozy społeczno-gospodarczej dla Obszaru Funkcjonalnego, obejmującej powiązania funkcjonalne pomiędzy partnerami projektu na przestrzeni lat w oparciu o turystykę i rekreację oraz badania ruchu turystycznego w powiecie tomaszowskim. Dokument diagnozy opiera się w głównej mierze na analizie danych zastanych m.in. Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego oraz dokumentów strategicznych, która pozwoliła na poznanie ogólnej charakterystyki obszaru. Natomiast badanie ruchu turystycznego zostało przeprowadzone metodą PAPI na próbie 500 turystów celem poznania ich opinii i potrzeb, co ma pozwolić podnieść jakość oferty turystycznej w rejonie powiatu tomaszowskiego.

Obszar Funkcjonalny Dolina Rzeki Pilicy (Partnerstwo Dolina Rzeki Pilicy) położony jest we wschodniej części województwa łódzkiego, w obrębie powiatu tomaszowskiego, na terenie podregionu piotrkowskiego. W jego skład wchodzą 4 gminy, tj. miasto Tomaszów Mazowiecki, gmina Tomaszów Mazowiecki, gmina Inowłódz, gmina Rzeczyca oraz powiat tomaszowski (Ryc.1).

Ryc. 1. Położenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy na tle powiatu tomaszowskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.powiat-tomaszowski.pl

Walory przyrodnicze

Obszar Funkcjonalny Dolina Rzeki Pilicy charakteryzuje się bogatymi walorami przyrodniczymi predysponującymi go do rozwoju funkcji turystycznej. Obszar posiada korzystne warunki klimatyczne i bioklimatyczne do korzystania z różnych form rekreacji i turystyki na otwartym powietrzu co dostrzeżono już pod koniec XIX w., kiedy to w Inowłodzu założono stację klimatyczno-leśną. Najważniejszym elementem rzeźby terenu jest Dolina Rzeki Pilicy i jej dopływów, w tym Wolbórki i Czarnej Bieliny. Są to rzeki nizinne o krętych i zabagnionych korytach, które zachowały swój pierwotny kształt nadający okolicy specyficznych walorów krajobrazowych. Dużą atrakcyjnością krajobrazową i potencjałem do rozwoju funkcji turystycznej cechuje się również Zalew Sulejowski - sztucznie utworzony zbiornik wód powierzchniowych na Pilicy, usytuowany w okolicy Smardzewic, który spełnia funkcję retencyjną oraz do niedawna był źródłem wody pitnej dla Łodzi. Zalew jest siedliskiem wielu gatunków ptaków i ssaków. Zasłynął jako najlepsze łowisko sandaczowe w centralnej Polsce. Można żeglować po całej jego powierzchni, a dostępność linii brzegowych umożliwia cumowanie w dowolnym miejscu.

Do walorów przyrodniczych należy zaliczyć też bogatą szatę roślinną. Występują tu zarówno lasy liściaste, jak i bory sosnowe, lasy grądowe i łęgowe, zbiorowiska bagienne i torfowiskowe, a także roślinność pól i łąk oraz murawy psammofilne i kserotomiczne.

Niewątpliwym walorem Obszaru Funkcjonalnego jest kształtująca się powyżej średnich dla Polski (29,4%) i województwa łódzkiego (21,3%) lesistość wynosząca 36,9%. Spośród gmin wchodzących w skład Partnerstwa największy udział lasów w całkowitej powierzchni posiada gmina Inowłódz (58,3%) i gmina wiejska Tomaszów Mazowiecki (43,6%).

Strefy koncentracji lasów w powiecie tomaszowskim ściśle związane są z parkami krajobrazowymi leżącymi w środkowym biegu rzeki Pilicy. Lasy te składają się z 3 zwartych kompleksów położonych po obu stronach Pilicy – Lasów Spalskich, Lasów Lubocheńskich oraz fragmentu Lasów Kolskich. Największe znaczenie mają znajdujące się w granicach Partnerstwa Lasy Spalskie będące jednym z największych obszarów leśnych w środkowej Polsce.

Uzupełnieniem dla kompleksów leśnych terenów zielonych są różnego rodzaju parki, ogrody, zieleńce, które również służą rozwojowi funkcji turystycznej na obszarze Partnerstwa. Na szczególną uwagę zasługują tutaj parki spacerowo-wypoczynkowe o zabytkowym charakterze jak np. Park Miejski im. dr Jana Rodego w Tomaszowie Mazowieckim czy Park im. Prezydentów II Rzeczypospolitej Polski w Spale.

Cechą charakterystyczną Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy, oprócz bardzo wysokiej lesistości, jest również występowanie licznych terenów chronionych. W 2013 roku obszary objęte różnego rodzaju formami ochrony przyrody zajmowały 25,8% całkowitego terytorium Partnerstwa Dolina Pilicy. Znaczna część terytorium Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (25,1% całkowitej powierzchni) znajduje się w granicach dwóch parków krajobrazowych, a mianowicie: Sulejowskiego Parku Krajobrazowego (gmina wiejska Tomaszów Mazowiecki) oraz Spalskiego Parku Krajobrazowego (gminy: Inowłódz, Rzeczyca, Tomaszów Mazowiecki). Wśród innych form ochrony przyrody należy wymienić:

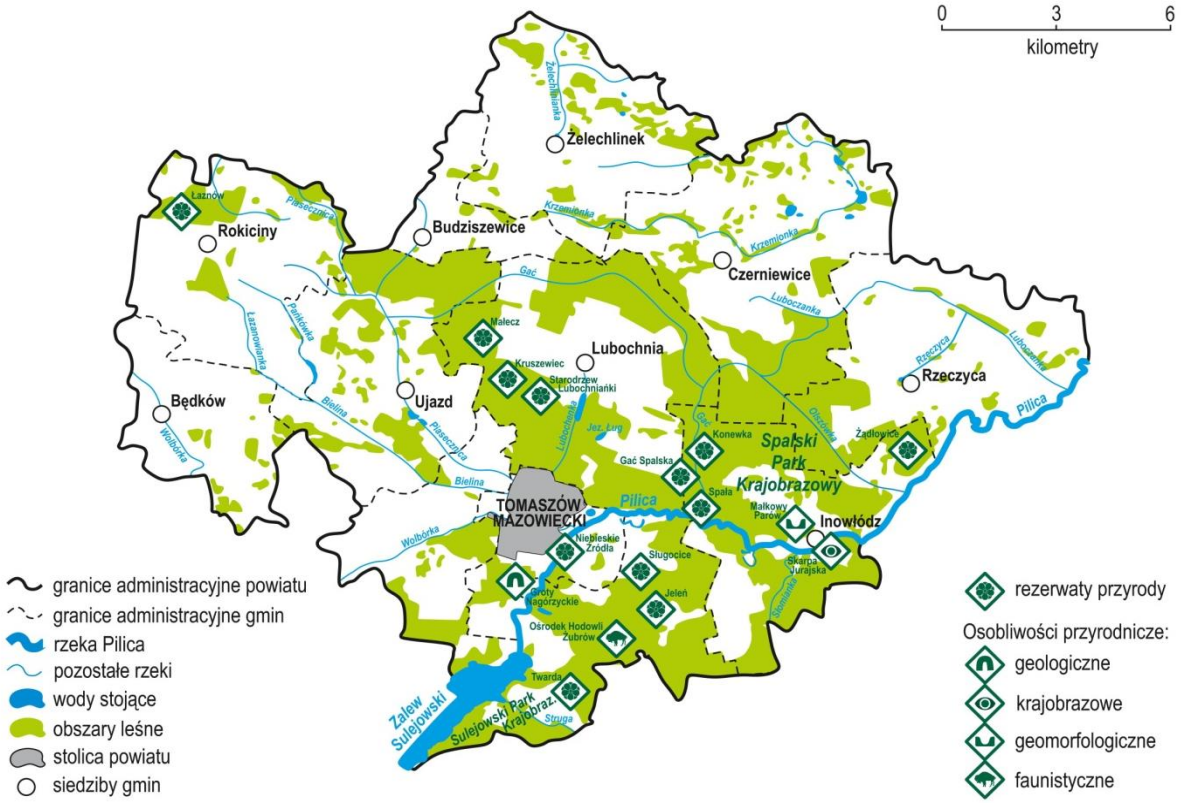
- 8 rezerwatów przyrody (Niebieskie Źródła, Twarda, Gać Spalska, Sługocice, Spała, Jeleń, Żądłowice, Konewka),
- stanowisko dokumentacyjne Groty Nadgórzyckie,

- 2 zespoły przyrodniczo-krajobrazowe (Skarpa Jurajska, Skarpa Spalska),
- 6 obszarów Natura 2000 (Dolina Rzeki Pilicy, Dolina Dolnej Pilicy, Lasy Spalskie, Niebieskie Źródła, Lasy Smardzewickie, Łąki Ciebłowickie),
- 22 użytki ekologiczne.

Atutem Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy są osobliwości przyrodnicze (Ryc.2) czyli obiekty lokalnego dziedzictwa przyrodniczego o szczególnym znaczeniu krajobrazowym, ekosystemowym i krajoznawczym, stanowiące przedmiot zainteresowania turystów. Zaliczane są do nich:

- formy krasu podziemnego w Rezerwacie Przyrody „Niebieskie Źródła”,
- system grot i podziemnych korytarzy górniczych „Groty Nagórzyckie”,
- „Skarpa Jurajska” z murawą kserotermiczną w Inowłodzu,
- przełom rzeki Pilicy w okolicach Inowłodza,
- populacja żubra w Ośrodku Hodowli Żubrów w Smardzewicach, który jest filią Kampinoskiego Parku Narodowego,
- układ siedlisk leśnych w Rezerwacie Przyrody „Żądłowice”.

Ryc. 2. Walory przyrodnicze powiatu tomaszowskiego (2014 r.)



Walory kulturowe

W granicach administracyjnych powiatu tomaszowskiego występują liczne obiekty zabytkowe o wysokiej wartości historycznej, artystycznej i kulturowej (Ryc.3). Łącznie ich liczba sięga ponad 300, z czego 96 wpisano do rejestru zabytków (stan na 30 lipca 2014 r.). Wyraźne zgrupowanie zabytków architektury i budownictwa znajduje się w gminach wchodzących w skład Partnerstwa: gminie Inowłódz, Tomaszów Mazowiecki i Rzeczyca oraz mieście Tomaszowie Mazowieckim. Największą atrakcyjnością dla turystyki przyjazdowej odznaczają się obiekty o dużych walorach artystycznych i historycznych, które często wiążą się z konkretnymi wydarzeniami historycznymi i osobami, jak np. Kościół p.w. św. Idziego i ruiny zamku gotyckiego w Inowłodzu, zespół pałacowy Ostrowskich w Tomaszowie Mazowieckim, zespół klasztorny franciszkanów w Smardzewicach, park pałacowy przy pałacu prezydenta Rzeczpospolitej Polski w Spale. Zabytki architektury i budownictwa stanowią czynnik istotnie podnoszący atrakcyjność turystyczną powiatu tomaszowskiego pod względem estetycznym. Z tego względu powinny być one otoczone właściwą opieką konserwatorską oraz wskazane do objęcia działaniami rewaloryzacyjnymi, rewitalizacyjnymi i modernizacyjnymi, co potencjalnie mogłoby przyczynić się do zwiększenia efektywności wykorzystania tych zasobów w turystyce.

Dużą atrakcyjnością turystyczną odznaczają się obiekty będące świadectwem szeroko pojętej kultury gospodarczej i technicznej w tym obiekty związane z działalnością produkcyjną. Na terenie Partnerstwa szczególnie zaś w Tomaszowie Mazowieckim, który posiada bogate tradycje przemysłowe znajduje się wiele tego rodzaju zabytków, które mogą być bazą do rozwoju turystyki industrialnej (dawne obiekty fabryczne, wille i kamienice fabrykanckie oraz domy tkaczy). Teren Partnerstwa obfituje również w liczne obiekty historyczno-wojskowe i miejsca pamięci narodowej, wśród których do najciekawszych należą: Zespół bunkrów nadpilicznych III Rzeszy, Dom Pamięci Walki i Męczeństwa Leśników i Drzewiarzy Polskich im. Adama Loreta w Spale, zabytkowe cmentarze wojenne m.in. w Inowłodzu i Tomaszowie Mazowieckim.

Natomiast jeśli chodzi o obiekty sakralne mające znaczenie w rozwoju turystyki religijnej na szczególną uwagę zasługują: sanktuarium p.w. św. Anny w Smardzewicach, kościół parafialny p.w. św. Michała Archanioła w Inowłodzu czy kościół ewangelicki p.w. Świętej Trójcy w Tomaszowie Mazowieckim.

Największym ośrodkiem życia kulturalnego na terenie Partnerstwa jest Tomaszów Mazowiecki. Na jego terytorium działa jedno muzeum – Muzeum im. Antoniego hr. Ostrowskiego w Tomaszowie Mazowieckim oraz jeden skansen – Skansen Rzeki Pilicy będący pierwszym w Polsce muzeum na wolnym powietrzu poświęconym rzece.

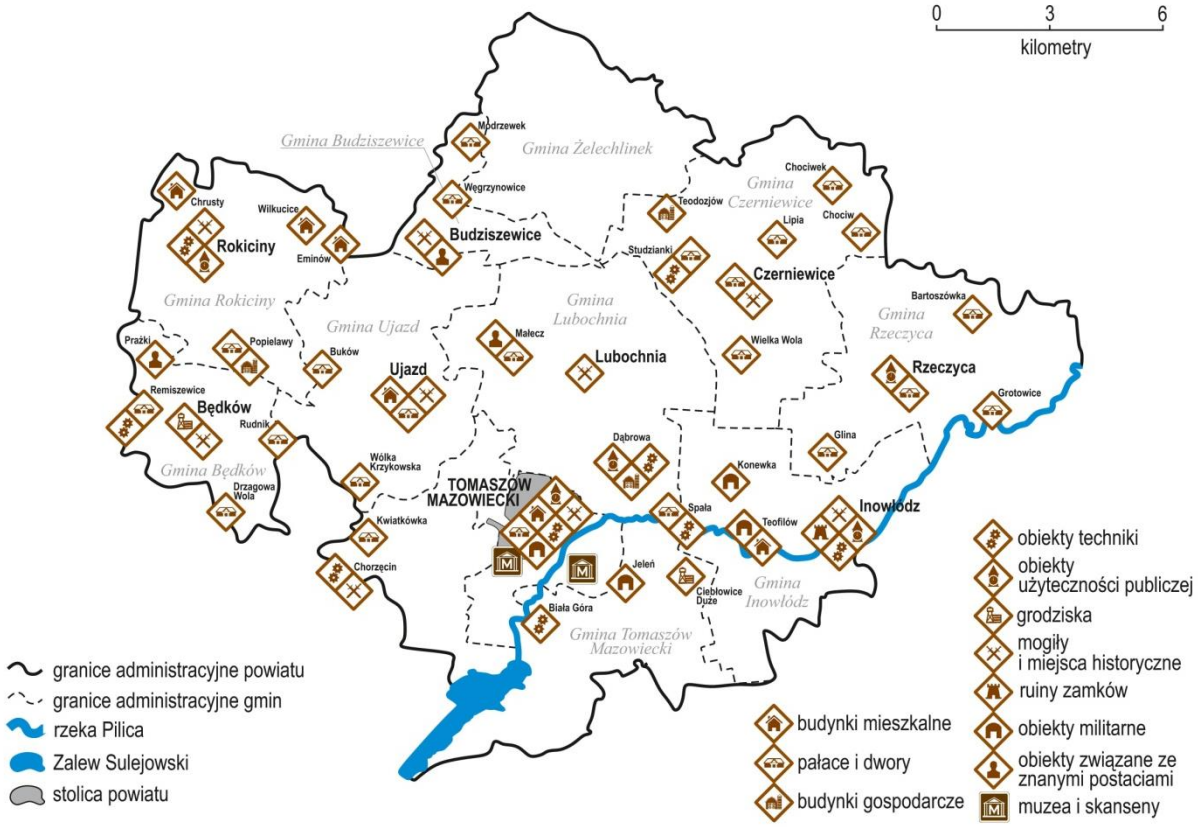
Bogata kultura niematerialna regionu łódzkiego wpłynęła na silny rozwój obrzędów i obyczajów religijnych na obszarze całego powiatu tomaszowskiego. Są one podtrzymywane przez liczne koła gospodyń wiejskich oraz zespoły folklorystyczne. We wszystkich gminach wiejskich powiatu tomaszowskiego silne są tradycje rękodzieła ludowego szczególnie plecionkarstwo, zdobnictwo papierowe, haft, tkactwo, koronkarstwo, bibułkarstwo oraz rzeźbiarstwo w drewnie.

W ciągu całego roku w powiecie tomaszowskim organizowanych jest ok. 100 imprez kulturalnych o różnym zasięgu oddziaływania. Wśród tych organizowanych na terenie Partnerstwa należy wymienić:

- Festiwal Poezji Śpiewanej im. Juliana Tuwima w Inowłodzu (czerwiec),

- Ogólnopolski Konkurs Poetycki im. Juliana Tuwima w Inowłodzu (sierpień),
- Sobótki w Smardzewicach w gminie Tomaszów Mazowiecki (czerwiec),
- Spalski Jarmark Antyków i Rękodzieła w Spale (każda druga niedziela w miesiącach maj - wrzesień),
- Powiatowy Przegląd Zespołów Folklorystycznych "Nasza Tradycja" (czerwiec),
- Dożynki Prezydenckie w Spale (wrzesień),
- Powiatowe Święto Ziemniaka w Brzustowie, w gminie Inowłódz (październik),
- Pierzawka w Rzeczycy (listopad).

Ryc. 3. Walory kulturowe świeckie na terenie powiatu tomaszowskiego (2014 r.)



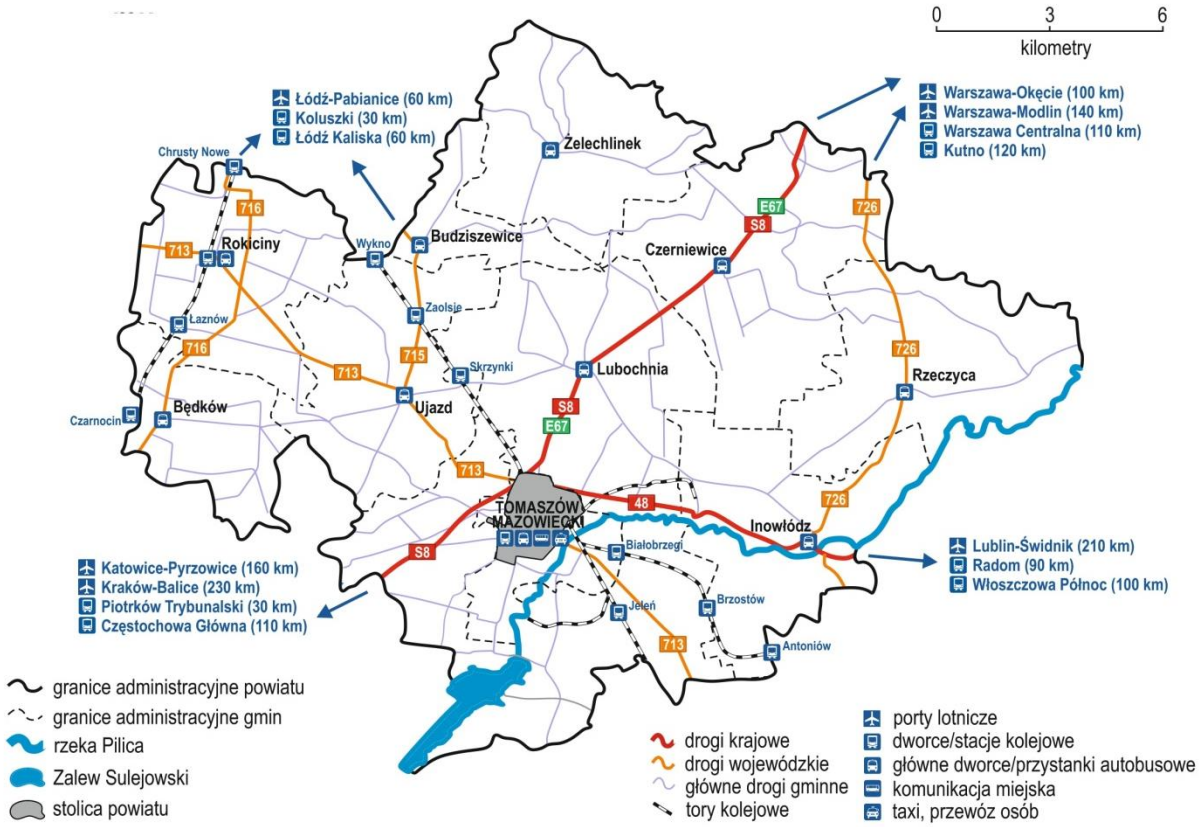
Zagospodarowanie turystyczne

Dostępność komunikacyjna

Transport drogowy ma w powiecie tomaszowskim duży wpływ na generowanie regionalnego i krajowego ruchu turystycznego (Ryc.4). Wiąże się to z przebiegającymi przez powiat ważnymi drogami tranzytowymi tj. krajowa droga ekspresowa S8 (E64) na trasie Warszawa-Katowice-Wrocław, droga krajowa nr 48 z Tomaszowa Mazowieckiego do Kocka przez Spałę i Dęblin, droga krajowa nr 12 prowadząca od granicy polsko-niemieckiej w Łęknicy do granicy polsko-ukraińskiej w Dorohusku oraz kilka dróg wojewódzkich, tj.: nr 713, nr 715, nr 716, nr 726. Zewnętrzną dostępność komunikacyjną uzupełniają autostrady A1 i A2. Generalnie sieć dróg publicznych na obszarze Partnerstwa jest dobrze rozwinięta jednakże brak dogodnej drogi ekspresowej

z kierunku Łodzi istotnie utrudnia i wydłuża czas dojazdu do projektowanego Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy. Ponadto duże natężenie na drogach krajowych przebiegających przez miejscowości turystyczne (Spała, Inowłódz, Ujazd) stwarza konflikt ruchu drogowego z ruchem turystycznym.

Ryc. 4. Dostępność komunikacyjna powiatu tomaszowskiego



Obszar Funkcjonalny Dolina Rzeki Pilicy znajduje się w niedalekiej odległości od dużych ośrodków miejskich takich jak Łódź, Warszawa, Radom, Częstochowa, Kielce, które są głównymi obszarami emisji ruchu turystycznego dla powiatu tomaszowskiego.

Najbliższy port lotniczy Port Lotniczy Łódź-Lublinek znajduje się w odległości ok 50 km., natomiast największe w Polsce lotnisko im. Chopina w Warszawie w odległości ok. 110 km.

Transport kolejowy ma małe znaczenie w dostępności komunikacyjnej powiatu tomaszowskiego ze względu na pogarszający się stan techniczny infrastruktury oraz zmniejszającą się liczbą korzystających pasażerów. Na terenie Tomaszowa Mazowieckiego obsługiwanych jest 13 połączeń regionalnych i 2 dalekobieżne.

Obszar Funkcjonalny posiada połączenia autobusowe z aglomeracjami takimi jak Katowice, Kraków, Łódź, Warszawa, Wrocław, Lublin oraz z miejscowościami turystycznymi np. Lądek-Zdrój, Krynica Morska. Połączenia lokalne obsługują głównie prywatni przewoźnicy. Atrakcyjne ceny, trasy oraz godziny i czas przejazdu busów zmuszają PKS i kolej do likwidacji mało popularnych i nierentownych kursów. Z drugiej strony trudności z uzyskaniem informacji

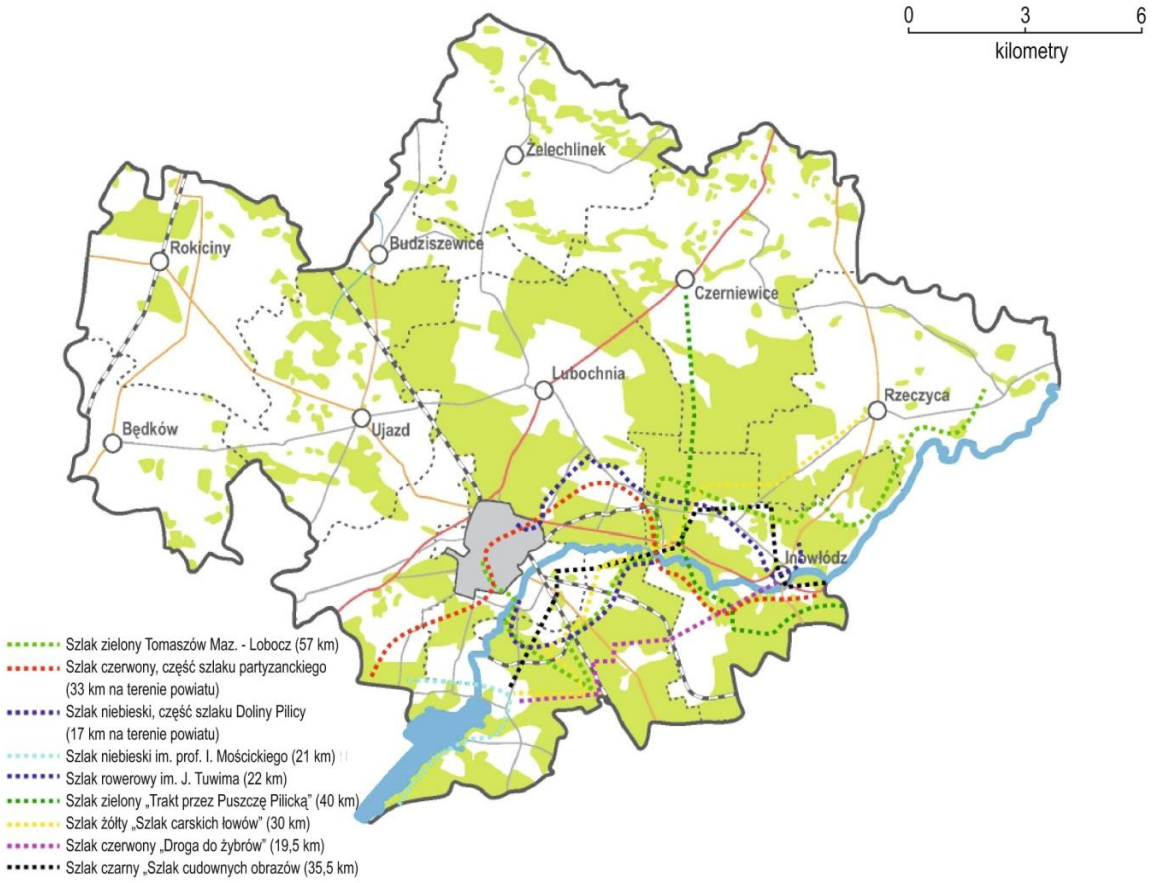
o miejscach i godzinach odjazdów busów, powodują dezorientację oraz chaos w obsłudze turystów.

Dostępność komunikacyjną wewnętrzną OF tworzą zaś: linie komunikacji miejskiej i podmiejskiej, linie regionalnej komunikacji autobusowej, linie kolejowej komunikacji regionalnej oaz szlaki turystyczne:

- 8 znakowanych szlaków pieszych (Ryc.5),
- 9 ścieżek rowerowych,
- trasy rowerowe nieoznaczone w terenie,
- szlaki tematyczne kulturowe: Szlak Romański, Szlak Grunwaldzki, Łódzki Szlak Konny,
- szlaki kajakowe na rzece Pilicy.

Szlaki piesze i rowerowe zostały wytyczone w ten sposób, aby łączyły najważniejsze walory turystyczne powiatu tomaszowskiego i umożliwiały ich bezpieczne zwiedzanie. Utrudnieniem dla turystów jeśli chodzi o dostępność komunikacyjną wewnętrzną jest niewystarczająca częstotliwość kursów w okresie wakacyjnym i świątecznym oraz niezadowalający stan oznakowania ścieżek rowerowych.

Ryc. 5. Wybrane szlaki turystyczne na terenie powiatu tomaszowskiego w 2014 r.



Baza noclegowa

Specyfiką bazy noclegowej powiatu tomaszowskiego jest jej nierównomierne rozmieszczenie w przestrzeni (Ryc.6). Obiekty noclegowe znajdują się w gminach atrakcyjnych pod względem wypoczynkowym, krajobrazowym i przyrodniczym, w których koncentruje się ruch turystyczny czyli Smardzewice i Swolszewice Małe, Tresta, Karolinów, Zaborów. Obiektami noclegowymi dysponuje też miasto Tomaszów Mazowiecki stanowiące ważny ośrodek administracyjny, tj. siedzibę powiatu tomaszowskiego. Oprócz tego hotele z zapleczem konferencyjnym znajdują się w atrakcyjnej turystycznie gminie Inowłódz, przede wszystkim w miejscowości Spała. Według danych BDL GUS baza noclegowa na terenie Obszaru Funkcjonalnego składa się przede wszystkim z obiektów klasyfikowanych jako hotele, zespoły domków turystycznych i inne noclegowe, np. schroniska turystyczne czy apartamenty. Rejestrowaną przez BDL GUS bazę noclegową uzupełniają inne obiekty noclegowe, tj. pensjonaty i motele, których jest zdecydowanie najwięcej, bo 16 obiektów na terenie powiatu (Tabela 1). Poza tym na terenie Obszaru Funkcjonalnego funkcjonują liczne gospodarstwa agroturystyczne (31) położone na terenach leśnych, nad Zalewem Sulejowskim i w sąsiedztwie Sulejowskiego Parku Krajobrazowego. Część z nich jest skupiona w Stowarzyszeniu Wsi Agroturystycznych Regionu Doliny Pilicy i Zalewu Sulejowskiego. Należy w tym miejscy zauważyć, że informacja turystyczna dotycząca gospodarstwa agroturystycznych dostępna w sieci internetowej wymaga ujednolicenia. Duże zróżnicowanie obiektów noclegowych w powiecie tomaszowskim ma swoje odzwierciedlenie w zróżnicowanej jakości, zakresie i cenie świadczonych usług; dając turystom możliwość wyboru dogodnej dla siebie oferty.

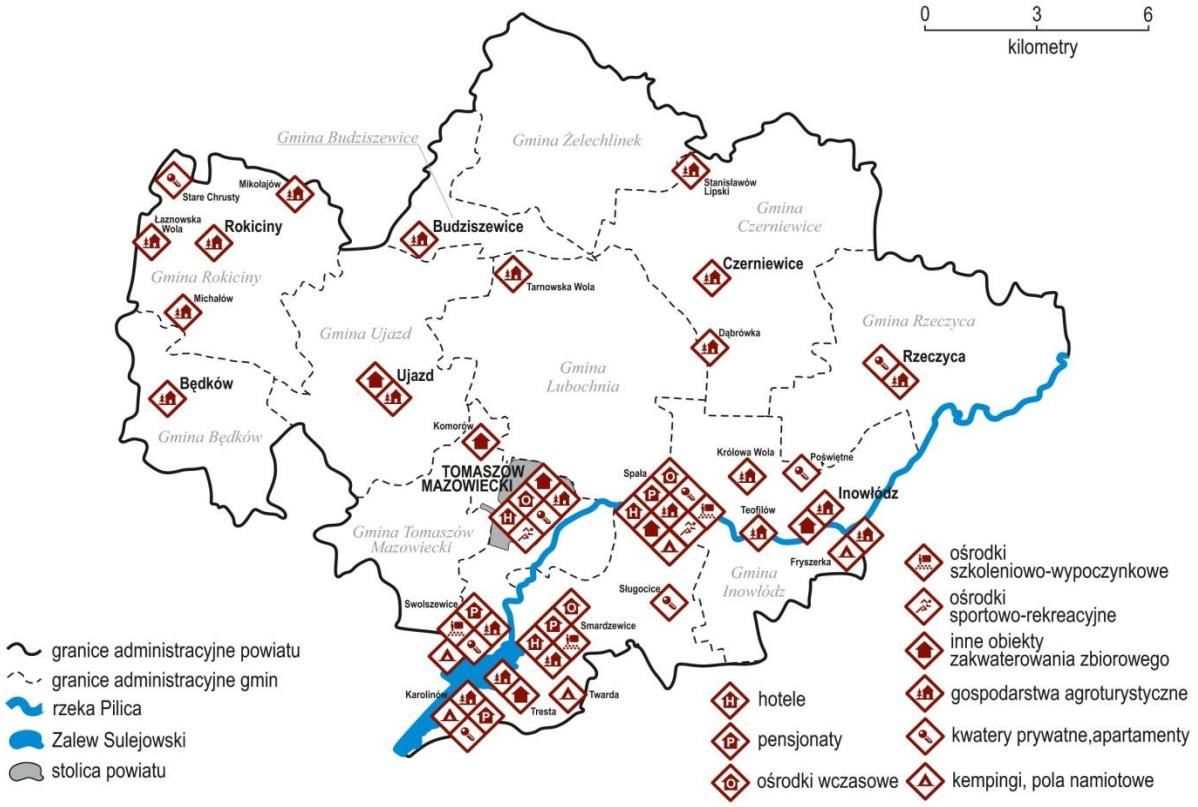
Tabela 1. Baza noclegowa w powiecie tomaszowskim

NAZWA JEDNOSTKI	OBIEKTY HOTELOWE	INNE OBIEKTY NOCLEGOWE – RAZEM	
		ZESPOŁY DOMKÓW TURYSTYCZNYCH	INNE NOCLEGOWE
Tomaszów Mazowiecki (gmina miejska)	3	**1**	**2**
Inowłódz	4	**1**	**7**
Rokiciny	0	**0**	**2**
Tomaszów Mazowiecki (gmina wiejska)	5	**0**	**4**
Ujazd	0	**0**	**1**
Powiat tomaszowski – ogółem	**12**	**2**	**16**

Źródło: Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego (data dostępu: 31.07.2014).

Uwagi: brak danych dla pozostałych gmin powiatu tomaszowskiego

Ryc. 6. Baza noclegowa na terenie powiatu tomaszowskiego w 2014 r.



Baza gastronomiczna

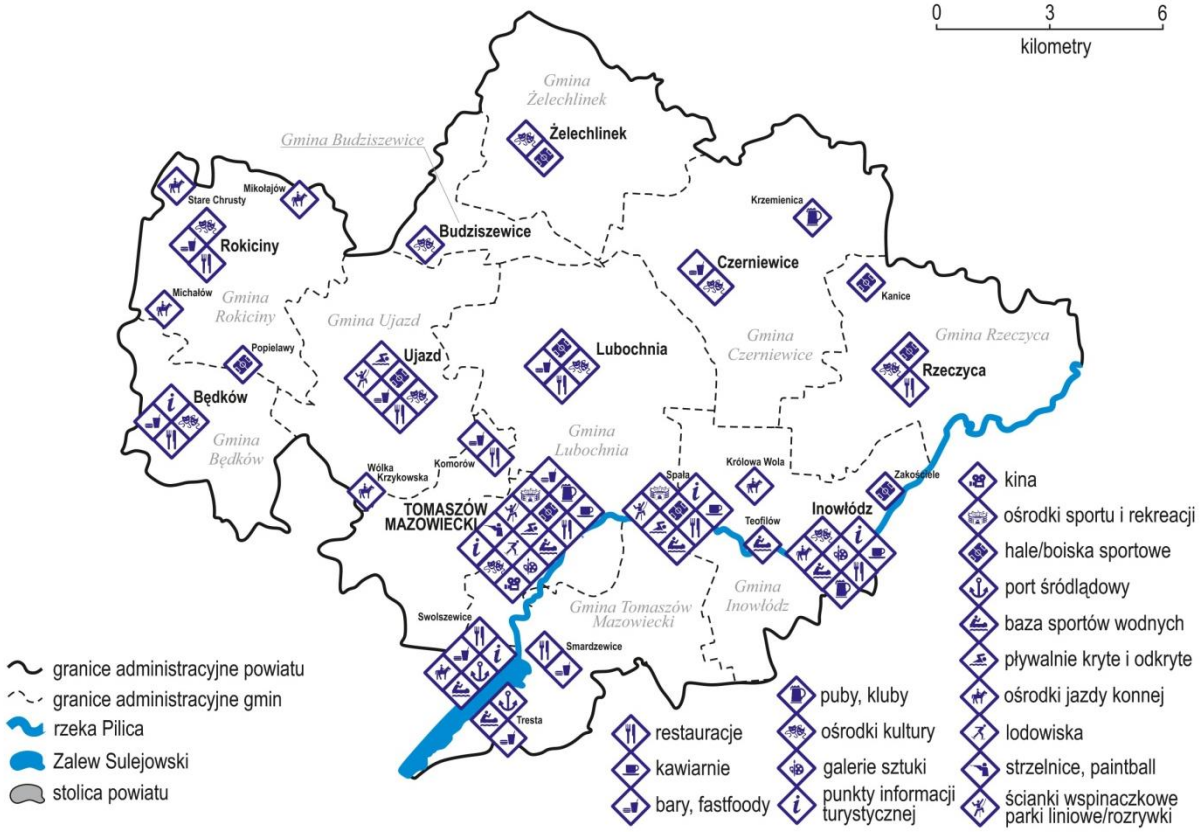
Powiat tomaszowski posiada zróżnicowaną infrastrukturę gastronomiczną oferującą szeroki wachlarz usług. Można ją podzielić na dwie podstawowe grupy: obiekty gastronomiczne znajdujące się w obiektach noclegowych, przede wszystkim hotelach oraz znajdujące się na terenie gmin, poza obiektami noclegowymi. Najwięcej obiektów gastronomicznych znajduje się w gminach miejskiej i wiejskiej: Tomaszów Mazowieckim oraz w gminie wiejskiej Inowłódz. Widoczna jest tu podobna zależność jak w przypadku bazy noclegowej – baza gastronomiczna koncentruje się w gminach najatrakcyjniejszych pod względem turystycznym (Ryc. 6). Przeważają restauracje oraz bary, z których część jest sezonowa. Wśród zakładów gastronomicznych najliczniejszą grupę stanowią restauracje (ponad 25 obiektów), które często traktuje się jako pewnego rodzaju wizytówkę kulinarną obszaru z uwagi na obsługę kelnerską oraz szeroką ofertę potraw i napojów nawiązującą do dziedzictwa kulinarnego danego regionu. Drugą pod względem liczebności grupą obiektów gastronomicznych są bary (20 obiektów), które należą do grupy tzw. tanich lokali gastronomicznych, które mają podstawowe znaczenie w zaspokajaniu potrzeb mniej zamożnych turystów.

Baza towarzysząca

Z zaspokajaniem potrzeb turystycznych pośrednio wiąże się obecność bazy towarzyszącej (Ryc.7). Tworzą ją m.in. obiekty sportowo-rekreacyjne w tym szczególnie zlokalizowany w Spale Centralny Ośrodek Sportu – Ośrodek Przygotowań Olimpijskich. Na terenie powiatu tomaszowskiego funkcjonuje kilkanaście placówek aktywnego wypoczynku i rekreacji a wśród

nich: ośrodki sportu i rekreacji, hale sportowe, boiska typu „Orlik", kryte i odkryte pływalnie. Z punktu widzenia rozwoju turystyki ważne znaczenie ma obecność infrastruktury związanej z turystyką i rekreacją wodną, choć na terenie powiatu brak jest plaż i strzeżonych kąpielisk zarówno przy Zalewie Sulejowskim jak i nad Pilicą. Na terenie Obszaru Funkcjonalnego tworzy ją kilkanaście wypożyczalni sprzętu wodnego oraz trzy porty nad Zalewem Sulejowskim oferujące zaplecze noclegowe i gastronomiczne oraz możliwość uprawiana sportów wodnych.

Ryc. 7. Baza gastronomiczna i towarzysząca na terenie powiatu tomaszowskiego w 2014 r.



Ważnym elementem świadczenia usług turystycznych jest lokalny system informacji turystycznej. Na terenie Obszaru Funkcjonalnego informacja turystyczna obejmuje 4 stacjonarne biura, z których dwa są nieczynne w soboty i niedziele. Brakuje natomiast informacji turystycznej w terenie w postaci infokiosków, które byłyby dostępne dla turystów w najbardziej atrakcyjnych miejscach lub przy walorach turystycznych.

Markowe produkty turystyczne

Powiat tomaszowski może pochwalić się następującymi markowymi produktami turystycznymi, certyfikowanymi przez Polską Organizację Turystyczną:

- Spalski Jarmark Antyków i Rękodzieła Ludowego (2007);
- Trasa Turystyczna Bunkier w Konewce (2006);
- Skansen Rzeki Pilicy (2005);

Jako produkty turystyczne powiatu tomaszowskiego można zaklasyfikować również jego największe atrakcje turystyczne, odpowiednio zagospodarowane turystycznie i udostępnione do zwiedzania a wśród nich:

- Tomaszowska Okrąglica (produkt turystyczny, który składa się z trzech zasobów, znajdujących się na terenie gminy miejskiej Tomaszów Mazowiecki, w skład którego wchodzą: Skansen rzeki Pilicy, Rezerwat Niebieskie Źródła, Groty Nagórzyckie);
- Ośrodek Hodowli Żubrów w Smardzewicach (utworzony został w latach 1934-1936 przez polskie środowiska naukowe, udostępniany do zwiedzania turystom, którzy przemierzając ścieżkę edukacyjną mogą dowiedzieć się o ich życiu i zwyczajach żubrów);
- Spała – miejscowość wypoczynkowa z tradycjami łowieckimi;
- Inowłódz – kościół św. Idziego i ruiny zamku Kazimierza Wielkiego;
- Hubertus Spalski – Spalskie Święta Hubertowskie;
- Zalew Sulejowski;
- Rzeka Pilica;
- Sulejowski i Spalski Park Krajobrazowy;
- Rodzinny Park Linowy nad Pilicą w Tomaszowie Mazowieckim.

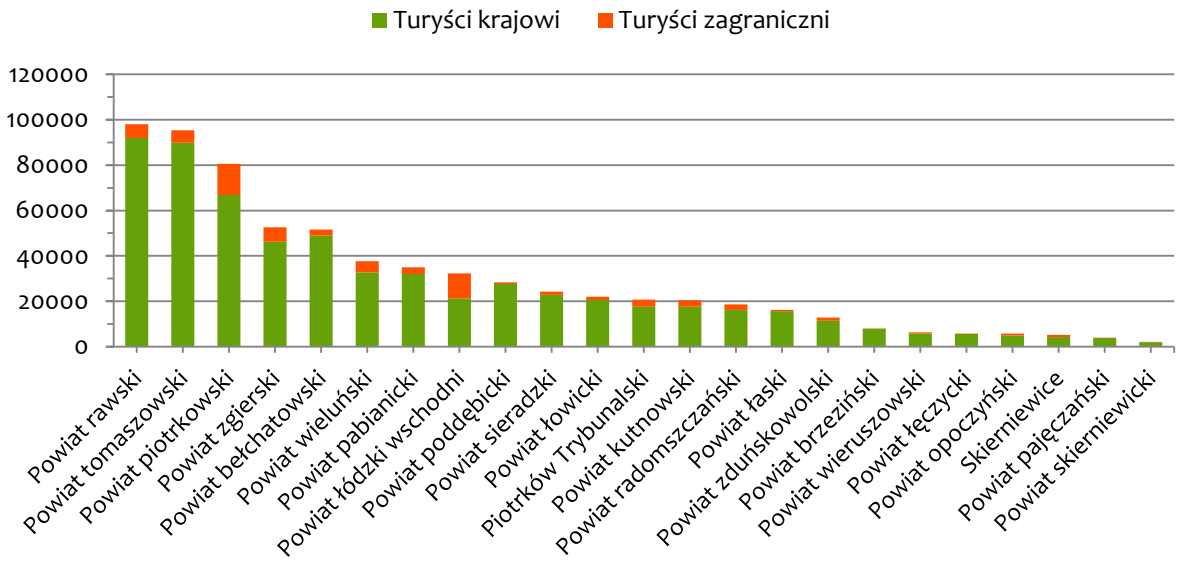
Produkty turystyczne są najczęściej przedmiotem promocji w czasie targów turystycznych, w których biorą udział przedstawiciele samorządu terytorialnego, lokalnych organizacji turystycznych oraz prywatni przedsiębiorcy z sektora turystyki np. podczas Międzynarodowych Targów Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON 2010, 2014 w Poznaniu.

Wielkość, struktura i rozmieszczenie ruchu turystycznego

Województwo łódzkie w 2013 roku odwiedziło 1,13 mln osób podróżujących, zajmując ósme miejsce w skali kraju (4,8% ogółu turystów w Polsce). W ramach tej liczby 977,6 tys. stanowili obywatele Polski, a kolejne 148,5 tys. – obcokrajowcy. W ostatniej dekadzie w całym województwie nastąpił stały, dość dynamiczny wzrost obu wartości, związany przede wszystkim ze wzrostem ruchu wewnątrzkrajowego i wewnątrzregionalnego.

Analizując rozkład ruchu turystycznego w 2013 r. w powiatach województwa łódzkiego, (Ryc. 8) należy stwierdzić, że poza Łodzią i jej okolicami, powiaty o największej liczbie osób korzystających z noclegów koncentrują się wzdłuż dwóch największych rzek Polski Środkowej – Pilicy (powiaty: piotrkowski, tomaszowski) i Warty (powiaty: poddębicki, sieradzki, wieluński), przy czym zdecydowanie większe znaczenie mają powiaty nadpiliczne.

Ryc. 8. Liczba turystów krajowych i zagranicznych korzystających z noclegów w poszczególnych powiatach województwa łódzkiego (bez Łodzi) w 2013 r.



Dla lepszego ukazania danych na rycinie pomięto miasto Łódź (w 2013 r.: ok. 442,9 tys. turystów korzystających z noclegów, w tym 364,4 tys. Polaków i 78,5 tys. cudzoziemców)

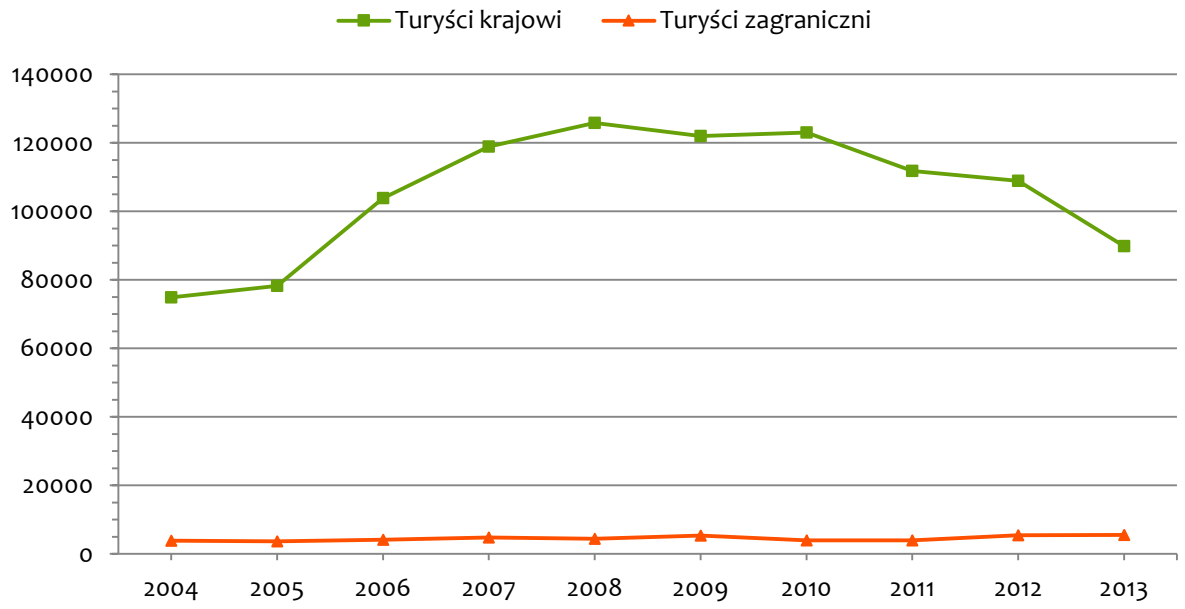
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych GUS.

W 2013 r. z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania, zlokalizowanych w powiecie tomaszowskim skorzystało w sumie 95,4 tys. turystów (8,5% osób korzystających z noclegów na terenie województwa łódzkiego). Od 2008 r. na terenie powiatu tomaszowskiego obserwowany jest systematyczny spadek liczby turystów (do 2013 roku zmniejszył się o ok. 26,8 pp.) (Ryc. 9). Jednocześnie w badanym okresie wyraźnie zmniejszył się udział powiatu tomaszowskiego w strukturze ruchu turystycznego w regionie o 7,3 pp.. Spośród gmin wchodzących w skład powiatu tomaszowskiego, największym spadkiem liczby turystów charakteryzuje się miasto Tomaszów Mazowiecki (z 33,1 do 10,0 tys. osób). Względnie stabilnym natężeniem ruchu turystycznego cechuje się jedynie gmina Inowłódz, w przypadku której przez cały badany okres liczba turystów utrzymywała się na poziomie ok. 55 tys. osób.

Na terenie powiatu tomaszowskiego, przeważająca część turystów korzystających z noclegów koncentruje się w gminie Inowłódz (59,4%). W dalszej kolejności turyści zatrzymywali się w gminie wiejskiej (28,2%) i miejskiej Tomaszów Mazowiecki (10,5%). Rozkład przestrzenny ruchu jest adekwatny do rozmieszczenia bazy noclegowej.

W strukturze odwiedzających teren powiatu tomaszowskiego, zdecydowanie dominują Polacy (ok. 94,2% ogółu turystów w 2013 r.), a grupa turystów zagranicznych stanowi 5,8% całkowitej liczby osób korzystających z noclegów.

Ryc. 9. Liczba turystów krajowych i zagranicznych korzystających z noclegów w powiecie tomaszowskim w latach 2004-2013

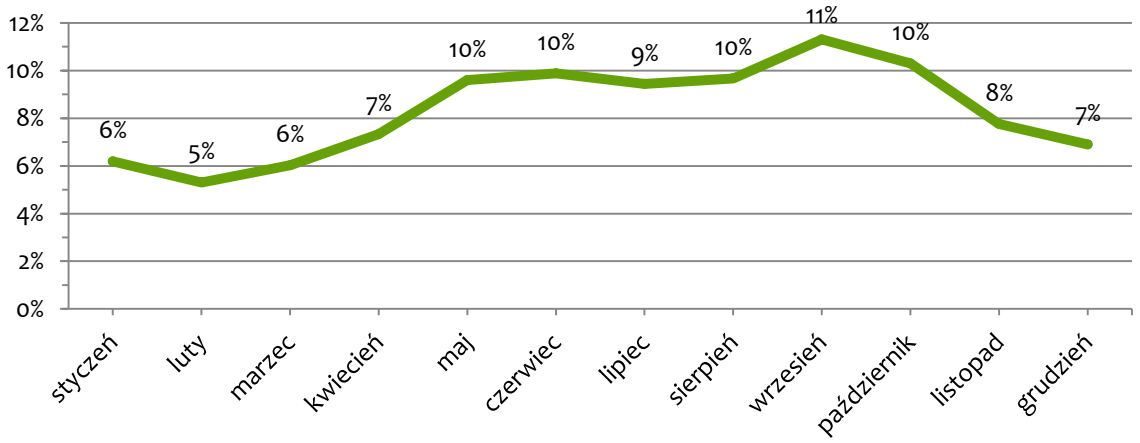


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych GUS.

Wśród turystów zagranicznych odwiedzających powiat tomaszowski najliczniejszymi grupami byli goście z Niemiec i Rosji. Można zaobserwować także relatywnie duży udział turystów z Włoch, Litwy oraz Białorusi.

Rozpatrując przyjazdy polskich turystów do powiatu tomaszowskiego, według województwa ich zamieszkania, w 2011 roku największy odsetek (69%) turystów krajowych korzystających z noclegów w województwie łódzkim stanowili sami mieszkańcy regionu łódzkiego. W dalszej kolejności region ten odwiedzali goście z województw: mazowieckiego (14%), śląskiego (4%), wielkopolskiego (3%) oraz dolnośląskiego, opolskiego i małopolskiego. Najmniejsze znaczenie w krajowym ruchu turystycznym w regionie miały województwa znacznie oddalone. Zdecydowaną większość odwiedzających stanowili mieszkańcy miast (81%), zwłaszcza Łodzi, Warszawy, Wrocławia, Poznania i innych miast regionu łódzkiego. Przedstawione dane świadczą o bardzo silnej dominacji wewnętrznych migracji turystycznych, a zarazem małej atrakcyjności turystycznej województwa łódzkiego dla odwiedzających pochodzących z innych regionów Polski.

Ryc. 10. Sezonowość ruchu turystycznego w powiecie tomaszowskim w 2011 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Statystycznego w Łodzi.

Największy ruch turystyczny w powiecie tomaszowskim odbywa się w okresie od maja do października, z największym szczytem we wrześniu (Ryc. 10). Udział korzystających z bazy noclegowej na terenie powiatu tomaszowskiego w sezonie letnim (od maja do października) wynosił 60% ruchu całorocznego. W gminach powiatu położonych bezpośrednio nad Zalewem Sulejowskim oraz Doliną Pilicy: Inowłódz i gminy wiejskiej Tomaszów Mazowiecki ok. 40% ruchu odbywa się w półroczu letnim.

Rozpatrując ogólną liczbę korzystających z noclegów w 2013 r., według poszczególnych rodzajów bazy noclegowej w powiecie tomaszowskim, najwięcej turystów obsługują hotele (24,1%); na drugim miejscu ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (23,5%), a następnie ośrodki wczasowe (10,3%) i inne obiekty hotelowe (9,9%). W ogólnej liczbie osób korzystających z noclegów na terenie powiatu tomaszowskiego, największy udział ma wypoczynek krótkookresowy – weekendowy i świąteczny (w 2013 r. średnia długość pobytu to 2,5 dnia). Stopień wykorzystania miejsc noclegowych na badanym obszarze w latach 2010-2013 wahał się w przedziale 34,7-36,6%.

Z badań ankietowych przeprowadzonych na terenie Partnerstwa Dolina Rzeki Pilicy wynika, że głównym powodem wizyty turystów jest zwiedzanie atrakcji (55% wskazań), następnie urlop (15%) a także chęć skorzystania z aktywnego wypoczynku (14%) (Rys. 11). Spośród osób, które wskazały, iż celem ich wizyty było zwiedzanie atrakcji, to na pytanie odnośnie tego jakie zabytki zwiedzali, najczęściej wskazywali na Skansen Rzeki Pilicy, Niebieskie Źródła czy Zamek w Inowłodzu. Natomiast osoby, które stawiały na aktywny wypoczynek, na pytanie o to w jakiej formie, wymieniały najczęściej kajaki oraz jazdę na rowerze. Powiat tomaszowski jest zatem miejscem turystycznym nastawionym głównie na przyjmowanie turystów, pragnących zwiedzać atrakcje i zabytki ziemi tomaszowskiej.

Ryc. 11. Cel wizyty turystów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania PAPI z turystami odwiedzający powiat tomaszowski

Wśród osób odwiedzających powiat tomaszowski dominują turyści jednodniowi (53% badanych). Na pytanie co musiało by się stać, aby zostali na dłużej turyści często wskazywali na to, że musiało by być więcej atrakcji i ogólnie miejsc zachęcających do pobytu, lepsza i tańsza baza noclegowa lub po prostu musieliby oni mieć więcej wolnego czasu.

Badani turyści są zadowoleni z pobytu na terenie powiatu tomaszowskiego o czym świadczą wysokie oceny w odpowiedzi na pytanie odnośnie polecenia przyjazdu (średnia ocena ok. 8 na skali od 1 do 10). Dodatkowo ponad ¾ badanych turystów odpowiedziało, że planuje przyjechać na teren powiatu jeszcze raz i jako powód tej decyzji wskazywały na przyjemną atmosferę, ciekawe atrakcję. Ponadto część turystów odpowiadała, iż chciałaby odwiedzić to miejsce ponownie, aby pokazać to miejsce komuś innemu.

Najbardziej interesującymi miejscami dla turystów są Rezerwat Niebieskie Źródła (51%), następnie zabytkowy skansen (37%) oraz Groty Nagórzyckie (31%). Natomiast najmniej atrakcyjne dla turystów okazały się park linowy (3%), szaniec Hubala (2%) oraz synagoga żydowska w Inowłodzu (1%).

Zdaniem badanych turystów walory przyrodnicze znajdujące się w powiecie tomaszowskim zasługują na najwyższą ocenę pod kątem oferty turystycznej (średnia ocena 4,80 na skali 1 do 5). Zaraz po nich stosunkowo wysokie oceny otrzymywał aspekt związany z atmosferą regionu, życzliwością i gościnnością mieszkańców (średnia ocen 4,66). Stosunkowo najniższą średnią oceną spośród wszystkich analizowanych obszarów oferty charakteryzuje się baza noclegowa, a zaraz po niej baza gastronomiczna (średnie ocen kolejno 3,83 i 3,86).

Badanych turystów zapytano również o wskazanie słabych stron oferty turystycznej. Do najczęściej wskazywanych odpowiedzi należą: słaba reklama obiektów, brak informacji o atrakcjach oraz słabe oznakowania (36%). Badani wskazywali również na słabość komunikacji, dojazdu do obiektów, ścieżek rowerowych (11%).

Typowy turysta odwiedzający powiat tomaszowski to aktywny zawodowo o dobrej sytuacji materialnej mieszkaniec województwa łódzkiego, który na teren powiatu przyjechał po raz pierwszy, samochodem, wraz z rodziną. Informacje na temat oferty turystycznej powiatu czerpał z Internetu, za największą atrakcję uważa Skansen Rzeki Pilicy, poszczególne aspekty oferty turystycznej ocenia średnio powyżej 4, zaś za jej najsłabsze strony uważa słabą reklamę, brak informacji o atrakcjach i słabe oznakowania. Co więcej planuje ponownie odwiedzić ziemię tomaszowską.

Badanie ruchu turystycznego w województwie łódzkim z 2011 r. przeprowadzone przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Łódzkiego pozwoliło na wskazanie potencjalnych głównych form turystyki, które mogą odgrywać główną rolę na terenie powiatu tomaszowskiego. Województwo łódzkie w opinii badanych respondentów postrzegane było jako region przyjazdów sentymentalnych łączonych z wypoczynkiem i różnymi formami turystyki poznawczej – zwiedzaniem zabytków, udziałem w imprezach kulturalnych i sportowych, a także poznawaniem lokalnej przyrody. Na tym tle powiat tomaszowski, z cennymi walorami przyrodniczymi uzupełnionymi szeroką gamą różnego rodzaju elementów dziedzictwa kulturowego, odznacza się dużym potencjałem dla rozwoju turystyki. Formy turystyki predysponowane do rozwoju w powiecie tomaszowskim (w szczególności projektowanym Obszarze Funkcjonalnym Dolina Rzeki Pilicy) są następujące:

- w grupie form turystyki poznawczej: turystyka krajoznawcza, turystyka kulturowa, turystyka przyrodnicza, turystyka questingowa;
- w grupie form turystyki wypoczynkowej: agroturystyka, rekreacja i sporty wodne;
- w grupie form turystyki kwalifikowanej: turystyka piesza, turystyka rowerowa, turystyka kajakowa, turystyka jeździecka, turystyka przygodowa, geocaching;
- w grupie form turystyki zdrowotnej: turystyka spa i wellness;
- w grupie form turystyki religijnej: turystyka pielgrzymkowa (ale tylko w wymiarze lokalnym);
- w grupie form turystyki biznesowej: turystyka spotkań (jako miejsce organizacji konferencji, kongresów, warsztatów, szkoleń, kursów i innych spotkań biznesowych).

Analiza SWOT

Mocne strony	Słabe strony
– znaczący potencjał przyrodniczy związany z zasobami wodnymi (rzeka Pilica, Zalew Sulejowski), obszarami leśnymi (lesistość na obszarze Partnerstwa na poziomie 36,9%, znacznie powyżej średniej krajowej); unikatowymi atrakcjami przyrodniczymi (rezerwat Niebieskie Źródła, Ośrodek Hodowli Żubrów w Smardzewicach) oraz licznymi obszarami chronionymi (8 rezerwatów, 2 parki krajobrazowe, obszary Natura 2000); – liczne walory kulturowe w czterech głównych kategoriach dziedzictwa kulturowego: obiekty poprzemysłowe z zakresu przemysłu włókienniczego (np. Zakład Tkanin Wełnianych „Mazowia" w Tomaszowie Mazowieckim), obiekty historyczno-militarne z okresu II wojny światowej (np. zespół bunkrów nadpilicznych III Rzeszy), zespoły rezydencjonalno-parkowe (np. zespół dworski w Bartoszówce) , krajobraz przyrodniczo-kulturowy; – liczne obiekty zabytkowe (96) i obiekty objęte ochroną konserwatorską, łącznie ponad 300 z czego niektóre szczególnie atrakcyjne turystycznie np. . Kościół p.w. św. Idziego i ruiny zamku gotyckiego w Inowłodzu, Zespół pałacowy Ostrowskich w Tomaszowie Mazowieckim, Zespół klasztorny franciszkanów w Smardzewicach, Park pałacowy przy pałacu prezydenta Rzeczpospolitej Polski w Spale; – w większych miejscowościach jak Tomaszów Mazowiecki i Spała baza noclegowa z zapleczem konferencyjnym i rekreacyjnym;	– znaczne rozproszenie walorów kulturowych na terenie całego powiatu tomaszowskiego; – brak spójnego i wyrazistego wizerunku i marki terytorialnej; brak wyróżniającego, rozpoznawalnego w skali kraju produktu turystycznego; dominują produkty turystyczne o znaczeniu ponadlokalnym: Spalski Jarmark Antyków i Rękodzieła Ludowego, Trasa Turystyczna Bunkier w Konewce, Skansen Rzeki Pilicy; – słaba jakość bazy turystycznej poza gminami Tomaszów Mazowiecki i Inowłódz, obiekty gastronomiczne występują pojedynczo w gminie Lubochnia, Rokiciny i Ujazd; zaledwie 8 obiektów hotelowych, dominują pensjonaty i ośrodki wypoczynkowe; baza noclegowa i baza gastronomiczna otrzymały najniższą średnią ocen, odpowiednio 3,83 i 3,86 (badanie PAPI); – brak plaż i strzeżonych kąpielisk nad Zalewem Sulejowskim oraz nad Pilicą; – zła jakość wody w Zalewie Sulejowskim spowodowana nadmierną eutrofizacją; – niespójność i rozproszenie dostępnej oferty turystycznej (brak powiązań, pakietów produktowych pozwalających na łatwe zagospodarowanie czasu podczas dłuższych pobytów na terenie OF); 53% badanych to turyści jednodniowi a wskazywany przez nich powód, dla którego mieliby zostać dłużej to dodatkowe atrakcje oraz lepsza i tańsza baza noclegowa (badanie PAPI); – niewystarczająca liczba połączeń komunikacji miejskiej z Tomaszowa

– markowe produkty turystyczne certyfikowane przez Polską Organizację Turystyczną: Spalski Jarmark Antyków, Skansen rzeki Pilicy, Trasa Turystyczna Bunkier w Konewce; oraz inne produkty turystyczne np. Tomaszowska Okręglica; – infrastruktura sportowa i rekreacyjna dla sportów wodnych nad Zalewem Sulejowskim i rzeką Pilicą m.in. liczne wypożyczalnie sprzętu wodnego, 3 kompleksy rekreacyjno-sportowe nad zalewem; – dobre skomunikowanie obszaru ze względu na rozbudowaną sieć drogową (położenie w pobliżu węzła autostradowego Łódź Północ będącego skrzyżowaniem autostrady A1 i A2, droga ekspresowa S8 Wrocław – Białystok); – rozbudowana sieć szlaków turystycznych: pieszych (8), ścieżek rowerowych (9), kajakowych, szlaków tematycznych kulturowych np. Szlak Romański, Szlak Grunwaldzki; – ciągle rozbudowywana sieć oznaczonych szlaków rowerowych (np. ścieżka rowerowa im. Zygmunta Goliata wokół Zbiornika Sulejowskiego) rozszerzona o miejskie ścieżki rowerowe z Tomaszowa Mazowieckiego (np. szlak rowerowy niebieski im. Juliana Tuwima (22 km) z Tomaszowa Mazowieckiego do Zakościela) oraz drogi lokalne (polne, leśne); – zachowane tradycje ludowe i folklorystyczne podregionu kulturowego piotrkowskiego i rawskiego kultywowane przez liczne zespoły folklorystyczne m.in. Smardzewianie, Królowianie, Ciebłowianie, Brzustowianie, Cekinki Dziecięcy Gminny Zespół Ludowy i	Mazowieckiego do atrakcyjnych turystycznie miejscowości podmiejskich (szczególnie w soboty i święta), 4 linie pozamiejskie; – słaba dostępność zewnętrzna powiatu tomaszowskiego w zakresie transportu publicznego w kierunku Warszawy, Poznania, konurbacji górnośląskiej i Krakowa, turyści najczęściej docierają samochodem (wg badania PAPI 82% przebadanych wybrało ten środek transportu); – niezadowalający stan techniczny niektórych obiektów zabytkowych bądź ich nieudostępnianie dla turystów: niektóre założenia dworskie stanowią własność prywatną i nie są udostępniane turystycznie np. park dworski i dwór w Kwiatkówce, Ujeździe, Wielkiej Woli, Bartoszówce. – niewykorzystany potencjał w zakresie usług gastronomicznych w gospodarstwach agroturystycznych – w większości brak usługi żywieniowej, brak możliwości uczestnictwa w warsztatach tematycznych, np. kulinarnych, rękodzielniczych. – problemy z czytelnym, spójnym i konsekwentnym oznakowaniem turystycznym Doliny Rzeki Pilicy (ścieżki, atrakcje); 36% uczestników badania PAPI wskazało że słabe oznakowanie i brak informacji o atrakcjach są słabą stroną oferty turystycznej powiatu tomaszowskiego). – brak wspólnej, zintegrowanej informacji turystycznej dostępnej w kluczowych miejscach turystycznych OF, czynnej również w weekendy; (dwa punkty informacji turystycznej z czterech nieczynne w weekendy); – niewystarczająca podaż turystycznych materiałów promocyjnych np.

inne; – rozpoznawalne w regionie imprezy jak np. Dożynki Prezydenckie w Spale, Hubertus Spalski; – deklarowana przez 75% przebadanych turystów chęć ponownego odwiedzenia powiatu (badanie PAPI); – liczni pasjonaci oraz aktywne organizacje społeczne działające w sferze lokalnej turystyki; – regularny udział przedstawicieli powiatu tomaszowskiego w najważniejszych krajowych targach turystycznych i promocja produktów turystycznych np. na Międzynarodowych Targiach Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON w Poznaniu; – doświadczenie i dobre praktyki lokalnych podmiotów w zakresie tworzenia produktów turystycznych przy wsparciu funduszy unijnych np. projekt „Tomaszowska Okrąglica" – wsparcie promocji i działań marketingowych tomaszowskiego produktu turystycznego"; – rozbudowana i różnorodna informacja turystyczna na stronie internetowej powiatu tomaszowskiego.	materiałów dostępnych do dyspozycji instytucji czy stowarzyszeń lokalnych, które podczas promocji swoich działań na terenie Polski mogłyby promować równocześnie całe Partnerstwo; – niedostateczna informacja turystyczna w Internecie w zakresie danych teleadresowych gospodarstw agroturystycznych (bazy informacji o gospodarstwach agroturystycznych w powiecie tomaszowskim dostępne na stronie internetowej powiatu tomaszowskiego oraz na stronie internetowej Łódzkiego Centrum Doradztwa Rolniczego w Bratoszewicach zawierają niekompletne, różniące się informacje); – niska świadomość mieszkańców nt. możliwości zarobkowania w turystyce oraz znaczenia tej branży dla rozwoju OF; – brak nadrzędnej struktury organizacyjnej w formie klastra turystycznego lub innego partnerstwa terytorialnego zrzeszającego podmioty sektora publicznego, prywatnego i społecznego działające w obszarze turystyki i rekreacji.
Szanse	**Zagrożenia**
– korzystne położenie w stosunku do aglomeracji miejskich tj. Łódź, Warszawa, Radom, Częstochowa generujących duży ruch turystyczny dla województwa łódzkiego; – korzystne położenie geograficzne względem innych, atrakcyjnych turystycznie miejscowości w sąsiednich powiatach: Sulejów, Wolbórz, Studzianna-Poświętne; – rozbudowa sieci autostrad (A1 – odcinek Stryków-Tuszyn) i dróg krajowych szybkiego ruchu (S8);	– tworzenie i rozwój konkurencyjnych regionów turystycznych opartych na podobnych walorach przyrodniczych (obszary leśne, zasoby wodne) i turystyce aktywnej (m.in. spływy kajakowe) np. rzeka Nida, Warta; – potencjalne zagrożenie powodziowe na rzece Pilicy; – postępujące procesy depopulacyjne w województwie łódzkim i odpływ młodych, wykształconych osób (na obszarze Partnerstwa spadek ludności w wieku przedprodukcyjnym

– planowane działania w zakresie rozbudowy Portu Lotniczego w Łodzi w kontekście rozwoju turystyki międzynarodowej; – planowane utworzenie drogi ekspresowej S74 łączącej Łódź z Kielcami wiodącej przez Tomaszów Mazowiecki; – współpraca podmiotów publicznych, prywatnych i społecznych na rzecz aktywizacji turystycznej, np. w ramach partnerstw terytorialnych, lokalnych grup działania, lokalnych organizacji turystycznych; – zainteresowanie w społeczeństwie wypoczynkiem aktywnym, rekreacją i uprawianiem sportów; – trend turystyki 3E (enterntaiment, education, excitement); – bogacenie się społeczeństwa co przekłada się na częstsze wyjazdy, kilka razy do roku oraz wypady na tzw. długie weekendy; – wytyczne w zakresie projektowania obszarów funkcjonalnych dla rozwoju turystyki zapisane w dokumentach planistycznych na poziomie regionalnym, np. Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego; – możliwość pozyskania środków zewnętrznych na rozwój turystyki (fundusze UE – PO RPW, PROW, PO KL, RPO; fundusze szwajcarskie, fundusze norweskie).	z 19,1% w 2007 r. do 17,7% w 2013 r. i produkcyjnym z 64,5% do 61,3% oraz ujemne saldo migracji (-2,8‰); – obostrzenia w inwestycjach wynikające z położenia w zasięgu obszarów Natura.

Analiza możliwości rozwoju obszaru – problemy i rekomendacje

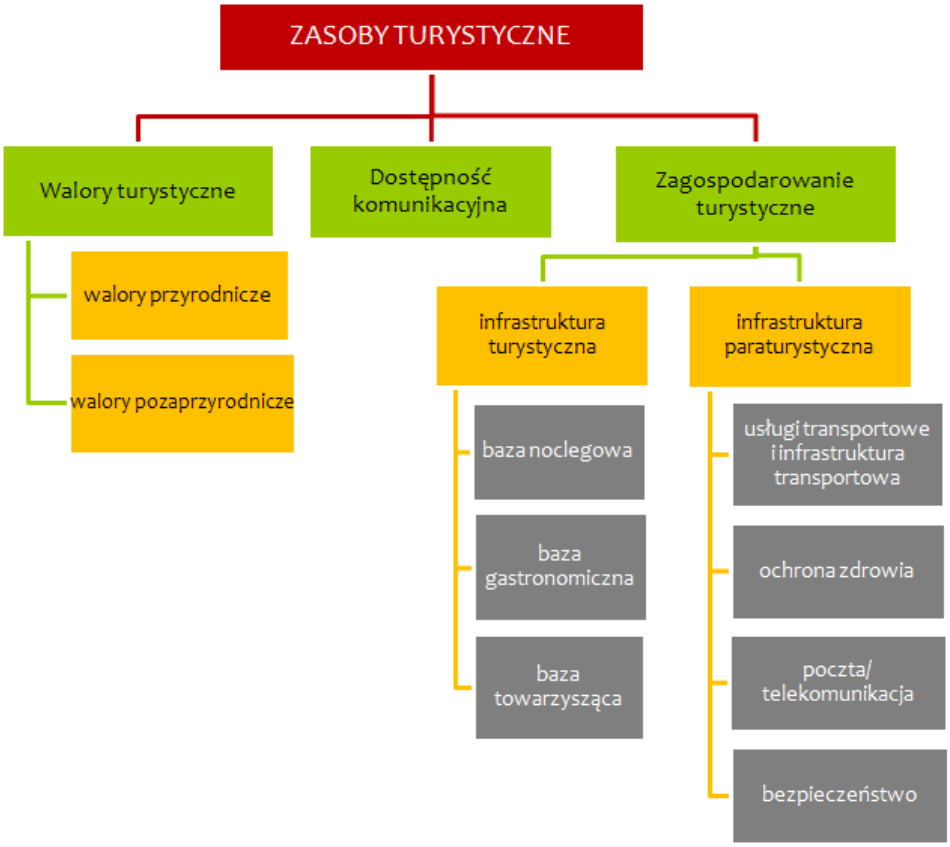
Główne problemy i kwestie kluczowe

Na podstawie diagnozy społeczno-gospodarczej oraz przeprowadzonych badań społecznych dokonano identyfikacji kluczowych problemów strategicznych w kontekście rozwoju turystyki w powiecie tomaszowskim. Należy podkreślić, że nie zawsze mają one charakter braku, niedostatku, chodziło raczej o wskazanie kluczowych kwestii z jakimi należy się zmierzyć lub decyzji jakie należy podjąć/rozstrzygnąć w celu efektywnego rozwoju turystyki w powiecie tomaszowskim.

Kluczowe problemy strategiczne, jakie zostały zidentyfikowane, dotyczą zarówno szeroko rozumianych zasobów turystycznych, jak też aspektu zarządzania turystyką na analizowanym obszarze. Zgodnie z przedstawionym na rycinie schematem podziału zasobów turystycznych, wyróżniono szereg kwestii problemowych, dotyczących walorów turystycznych, dostępności komunikacyjnej oraz zagospodarowania turystycznego. Kolejno zwrócono uwagę na problemy o charakterze zarządczym.

KLUCZOWE PROBLEMY STRATEGICZNE - ZASOBY TURYSTYCZNE DOLINY RZEKI PILICY

Schemat zasobów turystycznych



Walory turystyczne

Problemy zidentyfikowane w zakresie walorów przyrodniczych i pozaprzyrodniczych dotyczą z jednej strony ograniczonych możliwości ich wykorzystania, co uwidacznia się np. w przypadku Zalewu Sulejowskiego oraz wywierania na nie nadmiernej presji przez turystów. Z drugiej zaś strony przy dużej różnorodności posiadanych walorów przyrodniczych i kulturowych istnieje trudność w ich odpowiednim wyeksponowaniu i „sprzedaniu" potencjalnym turystom w atrakcyjnej formie produktów turystycznych.

Walory przyrodnicze

- Koncentracja ruchu turystycznego w południowo-wschodniej części powiatu tomaszowskiego, szczególnie w gminach Inowłódz i Tomaszów Mazowiecki przyczynia się w sezonie letnim do wywierania nadmiernej presji na środowisko naturalne, głównie na obszary objęte ochroną, takie jak parki krajobrazowe czy rezerwaty przyrody;
- Konflikt występujący pomiędzy funkcją ochrony przyrody a rozwojem działalności gospodarczej. Z jednej strony obszary chronione są istotną atrakcją turystyczną powiatu tomaszowskiego, z drugiej jednak narażone są na zniszczenie i zanieczyszczenie spowodowane rozwojem turystyki;
- Wody Zalewu Sulejowskiego są mocno zanieczyszczone, przez co utrudnione jest pełne jego wykorzystanie dla celów turystyczno-rekreacyjnych;
- Brak jest produktów turystycznych prezentujących cenne przyrodniczo obszary leśne, fragmenty dawnej Puszczy Pilickiej oraz tereny nadrzeczne, zwłaszcza nad rzeką Pilicą, ale także nad innymi ciekami wodnymi, które stanowią niewykorzystany potencjał turystyczny powiatu tomaszowskiego. Samorząd terytorialny powinien rozpatrzyć możliwość utworzenia niezależnych szlaków, z wykorzystaniem istniejącej infrastruktury, umożliwiających np.: organizację kuligów czy uprawianie narciarstwa biegowego w sezonie zimowym, co stanowiłoby potencjalną możliwość wydłużenia sezonu turystycznego.

Walory pozaprzyrodnicze

- Niektóre założenia dworskie i parkowe stanowią własność prywatną, w związku z czym nie są udostępniane turystycznie albo też nie są w nich podejmowane działania z zakresu prac konserwatorskich, mających na celu przystosowanie ich do ruchu turystycznego, np. parki dworskie i dwpory w Bartoszówce, Kwiatkówce, Ujeździe i Wielkiej Woli.

W zakresie zarówno walorów przyrodniczych jak i pozaprzyrodniczych można zauważyć brak spójnego i wyrazistego wizerunku i marki terytorialnej. Powiat tomaszowski postrzegany jest przez pryzmat kilku najważniejszych atrakcji turystycznych, jak Zalew Sulejowski, Spała, kościół romański w Inowłodzu, Niebieskie Źródła w Tomaszowie Mazowieckim. Konieczne są zatem kompleksowe działania z zakresu komunikacji marketingowej mającej na celu wykreowanie jednego kompleksowego produktu turystycznego np. Doliny Rzeki Pilicy. Kluczowe walory turystyczne (przyrodnicze i kulturowe) – Groty Nagórzyckie, Skansen Rzeki Pilicy i Niebieskie Źródła – zostały połączone w ramach jednego produktu turystycznego „Tomaszowska Okrąglica". Dotychczas jest to jedyny i dobry przykład tworzenia terytorialnego produktu turystycznego w powiecie tomaszowskim, gdzie oprócz możliwości zwiedzania obiektów dostępna jest również oferta warsztatów oraz wydarzeń kulturalnych i plenerowych. W kolejnych

latach należy dążyć do rozwoju oferty poprzez dołączanie kolejnych miejsc i obiektów wpisujących się w myśl przewodnią „Tomaszowskiej Okrąglicy". Poszczególne elementy powinny łączyć się w pętlę możliwą do pokonania pieszo, rowerem lub samochodem.

Objawem opisanego wyżej problemu braku precyzyjnie określonych i spójnych produktów turystycznych, które m.in. przyczyniałyby się do separowania różnych typów aktywności turystycznej, może być kolizja różnych form turystyki np. turystyki przyrodniczej (podglądanie ptaków w ich naturalnych siedliskach) z turystyką motorową (quady).

Dostępność komunikacyjna

Dostępność komunikacyjna rozumiana jest zarówno jako możliwość swobodnego dojazdu turysty do obszaru turystycznego jak również możliwość i jakość wewnętrznej, bezpiecznej i atrakcyjnej eksploatacji obszaru przez turystę. Problemy dotyczące dostępności komunikacyjnej w przypadku Obszaru Funkcjonalnego koncentrują się wokół tych dwóch aspektów.

- Słaba dostępność zewnętrzna powiatu tomaszowskiego transportem kolejowym i autobusowym z kierunku Warszawy, Poznania, konurbacji górnośląskiej i Krakowa.
- Niewystarczająca jakość połączenia drogowego Tomaszowa Mazowieckiego z Łodzią ze względu na brak dwupasmowej drogi ekspresowej.
- Konflikt między wzmożonym ruchem drogowym a ruchem turystycznym na drogach krajowych przebiegających przez miejscowości turystyczne takie jak Spała czy Inowłódz, co stwarza zagrożenie dla przebywających tam turystów.
- Zatory drogowe na skrzyżowaniach dróg strategicznych powiatu tomaszowskiego, zwłaszcza w Tomaszowie Mazowieckim i na drogach dojazdowych do Zalewu Sulejowskiego i poszczególnych atrakcji turystycznych.
- Brak dostatecznie rozwiniętych powiązań komunikacyjnych pomiędzy poszczególnymi gminami Obszaru Funkcjonalnego.
- Brak ciągłości ścieżek rowerowych pomiędzy poszczególnymi gminami Obszaru Funkcjonalnego.

Zagospodarowanie turystyczne

Infrastruktura turystyczna (baza noclegowa, baza gastronomiczna, baza towarzysząca)

- Słabe zagospodarowanie turystyczne północno-zachodniej części powiatu tomaszowskiego (gminy: Rokiciny, Będków, Żelechlinek, Budziszewice) przejawiające się m.in. brakiem powiązań szlakami turystycznymi (pieszymi, rowerowymi, konnymi).
- Oferta gospodarstw agroturystycznych ograniczona jest do usługi noclegowej – w większości przypadków brak usługi gastronomicznej oraz dodatkowych ofert pobytowych obejmujących, m.in. możliwości zakupu produktów regionalnych, uczestnictwa w życiu gospodarstwa poprzez udział w różnego rodzaju warsztatach kulinarnych, rękodzielniczych, rzemieślniczych itp. Może to być spowodowane niewystarczającą wiedzą właścicieli gospodarstwa na temat rynku agroturystycznego w Polsce i Europie lub brakiem środków finansowych i czasu.
- Niski poziom dostosowania infrastruktury noclegowej, zwłaszcza w gospodarstwach agroturystycznych dla osób niepełnosprawnych. Problem ten dotyczy również przestrzeni publicznej Tomaszowa Mazowieckiego i mniejszych miejscowości, a także niektórych obiektów zabytkowych wpisanych do rejestru zabytków.

- Brak odpowiedniego oznaczenia w terenie – w formie ujednoliconych drogowskazów, tablic informacyjnych, infokiosków w najbardziej atrakcyjnych miejscach, planów i map – szlaków, tras i poszczególnych atrakcji turystycznych.
- Szlaki rowerowe stanowią potencjalnie atrakcyjny produkt turystyczny powiatu tomaszowskiego, jednak niektóre trasy uwzględnione w przewodnikach i informatorach turystycznych nie zostały odpowiednio oznakowane w terenie. Przebiegają one drogami polnymi i leśnymi, a brak oznakowania powoduje dezorientację turystów w przestrzeni. Może to stanowić czynnik ograniczający możliwości rozwoju tej formy turystyki na terenie powiatu tomaszowskiego.
- Niewystarczająca i niespójna informacja turystyczna dotycząca oferty gospodarstw agroturystycznych w powiecie tomaszowskim. Utrudniony dostęp do informacji o gospodarstwach agroturystycznych drogą internetową, bo nie wszystkie posiadają strony internetowe. Informacja o ofercie noclegowej i wypoczynkowej udostępniane na stronie powiatu tomaszowskiego również nie są pełne.
- Niedostateczne zagospodarowanie turystyczne obszarów leśnych – ścieżki edukacyjne, szlaki turystyczne, miejsca odpoczynku, wiaty, parkingi.
- Problem ograniczonej informacji turystycznej wynikający z tego, że informacja turystyczna obejmuje 4 stacjonarne biura, z których dwa są nieczynne w soboty i niedziele.

Infrastruktura para turystyczna

- Słabo rozwinięta komunikacja zbiorowa utrudniająca swobodne poruszanie się pomiędzy poszczególnymi atrakcjami turystycznymi regionu, szczególnie w czasie wakacji i świąt przejawiająca się niewystarczającą liczbą kursów transportu publicznego obsługiwanego przez Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne pomiędzy Tomaszowem Mazowieckim a najbardziej atrakcyjnymi turystycznie ośrodkami położonymi nad Zalewem Sulejowskim i „w" Dolinie Rzeki Pilicy.
- Niska dostępność do aptek oraz punktów pierwszej pomocy w gminie wiejskiej Tomaszów Mazowiecki, Inowłódz i Rzeczyca. Ze względu na to, że są to instytucje pierwszej potrzeby zarówno dla mieszkańców, jak i turystów poprawa dostępności do nich ma duże znaczenie w obliczu planów rozwoju turystyki w tych gminach.

KLUCZOWE PROBLEMY STRATEGICZNE - ASPEKT ZARZĄDZANIA TURYSTYKĄ OF DOLINA RZEKI PILICY

Zasoby turystyczne można określić jako podstawę dla rozwoju turystyki na każdym obszarze. Ważne jest, aby tymi zasobami, w odpowiedni sposób zarządzać. Kluczowym problemem strategicznym, zidentyfikowanym w ramach prac strategicznych, jest brak formuły, w oparciu o którą będzie prowadzone zarządzanie rozwojem turystyki na obszarze Doliny Rzeki Pilicy. Brakuje nadrzędnej struktury organizacyjnej, zrzeszającej podmioty sektora publicznego, prywatnego i społecznego, działającej w dziedzinie turystyki i rekreacji. Stąd brak spójnej polityki rozwojowej (w tym pozyskiwania funduszy na rozwój turystyki), informacyjnej, promocyjnej dla całego Obszaru Funkcjonalnego.

Rekomendacje

- Należy lepiej wyeksponować walory przyrodnicze Obszaru Funkcjonalnego, które zostały najwyżej ocenione wśród różnych aspektów oferty turystycznej, np. poprzez tworzenie turystycznych ścieżek edukacyjnych i przyrodniczych.
- Korzystne warunki bioklimatyczne Spały i Inowłodza, będące dużym atutem obszaru powinny zostać wykorzystane poprzez rozwijanie turystyki skierowanej do osób starszych np. rozwój oferty pobytowej o zabiegi rehabilitacyjne, odnowę biologiczną czy usługi wpływające na poprawę ogólnego stanu zdrowia, tworzenie ścieżek zdrowia.
- Bogate walory kulturowe Obszaru Funkcjonalnego powinny być lepiej oznaczone w terenie (np. ujednoliconymi tablicami informacyjnymi, drogowskazami wzdłuż dróg dojazdowych umożliwiającymi łatwiejsze dotarcie do atrakcji) oraz lepiej zagospodarowane (np. wyposażone w miejsca odpoczynku dla turystów, zorganizowane w ścieżkę edukacyjną) i tym samym służyć rozwojowi turystyki weekendowej, świątecznej, rodzinnej i szkolnej.
- Walory kulturowe, do których dostęp jest z różnych powodów ograniczony powinny zostać w miarę możliwości udostępnione turystom.
- Należy zaangażować się w działania zmierzające do poprawy zewnętrznej dostępności komunikacyjnej Obszaru Funkcjonalnego, m.in. lobbing na rzecz budowy drogi ekspresowej z kierunku Łodzi, zwiększenie liczby połączeń autobusowych i kolejowych Tomaszowa Mazowieckiego z największymi miastami województwa łódzkiego i mazowieckiego.
- Należy wziąć pod uwagę działania mające na celu poprawę wewnętrznej dostępności komunikacyjnej pomiędzy najatrakcyjniejszymi miejscowościami turystycznymi w powiecie tomaszowskim szczególnie w trakcie trwania sezonu turystycznego np. regularne połączenia z Tomaszowa Mazowieckiego komunikacją miejską, autobusami PKS lub busami.
- Oferta gospodarstw agroturystycznych jest ograniczona i niekonkurencyjna w porównaniu z tego typu obiektami w regionach o podobnych uwarunkowaniach rozwoju turystyki. Usługa noclegowa jest często jedyną usługą oferowaną przez gospodarstwo agroturystyczne, turyści nie mogą korzystać z usługi gastronomicznej czy szeroko definiowanej poznawczo-edukacyjnej, ponieważ w gospodarstwach agroturystycznych nie są organizowane warsztaty tematyczne, np. kulinarne, czy pokazy rękodzieła. Działania mające na celu rozszerzenie oferty pobytowej i wypoczynkowej gospodarstw agroturystycznych wymagają znacznej poprawy.
- Należy dążyć do rozwoju oferty terapeutyczno-kosmetycznej z zakresu spa i wellness, która przyczyniłaby się do zwiększenia atrakcyjności oferty pobytowej dla mieszkańców dużych aglomeracji miejskich, w tym Łodzi i Warszawy.
- Hotele, szczególnie w Spale, Swolszewicach Małych i Smardzewicach, posiadają rozbudowane zaplecze konferencyjne, co również stanowi istotny potencjał rozwojowy, jednak wymaga odpowiednich działań z zakresu komunikacji marketingowej skierowanych do określonej grupy docelowej zainteresowanej tego rodzaju ofertą.
- W strukturze bazy gastronomicznej powiatu bardzo nieliczne są restauracje, karczmy i smażalnie ryb oferujące potrawy rybne opierające się na tradycjach rybactwa

śródlądowego, a ze względu na zasoby Doliny Rzeki Pilicy, tego rodzaju działalność wydaje się perspektywiczna.

- Baza towarzysząca dla turystyki wodnej wymaga poprawy i rozbudowy, poprzez tworzenie przystani wodnych, miejsc postojowych, pól biwakowych i namiotowych.
- W powiecie tomaszowskim istnieje bardzo duży potencjał dla rozwoju turystyki rowerowej i aktywnego wypoczynku, sieć znakowanych szlaków rowerowych i ścieżek rowerowych może być rozszerzona o nowe trasy dla rowerzystów, np. przebiegające przez drogi polne, leśne czy wiejskie (sieć takich „nieoficjalnych" tras rowerowych została opisana w jednym z przewodników po powiecie tomaszowskim Kucharczyk A., *Trasy Rowerowe Ziemi Tomaszowskiej… i nie tylko*, Wyd. Agencja Wydawnicza PAJ-Press, s. 8-26).
- Na trasie spływów kajakowych rzeką Pilicą, w najbardziej atrakcyjnych turystycznie miejscowościach powiatu, należy rozważyć wyznaczenie miejsc postojowych dla kajakarzy na odpoczynek oraz ustawienie tablic z informacją turystyczną o pobliskich atrakcjach i bazie noclegowo-gastronomicznej.
- Na terenie powiatu tomaszowskiego znajdują się tereny interesujące pod względem przyrodniczym, jednak nie zawsze są one oznaczone w terenie, często nie ma tablic informacyjnych ani ścieżek edukacyjnych. Zagospodarowanie turystyczne w zakresie informacji turystycznej (ujednoliconych tablic informacyjnych, drogowskazów, planów i map) mogłoby przyczynić się do lepszego wyeksponowania tego fragmentu przestrzeni geograficznej powiatu tomaszowskiego.
- Przeprowadzona analiza danych zastanych pozwoliła stwierdzić, że północno-zachodnia część powiatu tomaszowskiego jest słabiej zagospodarowana turystycznie niż jego południowo-wschodnie tereny. Wynika to również z faktu koncentracji zabytków i terenów cennych przyrodniczo w Dolinie Rzeki Pilicy, mimo to tereny te powinny zostać połączone siecią szlaków turystycznych oraz ujednoliconym systemem identyfikacji wizualnej i informacji turystycznej w terenie.
- Informacje o bazie noclegowej podane w Internecie są niepełne i sprzeczne, dotyczy to w szczególności gospodarstw agroturystycznych, dlatego konieczne jest stworzenie jednego serwisu internetowego o tematyce turystycznej w powiecie tomaszowskim, gdzie znalazłyby się kompleksowe i aktualne informacje o atrakcjach turystycznych, bazie noclegowej, gastronomicznej, ofercie zabiegowej i terapeutycznej, możliwościach rekreacji i możliwości uprawiania różnych dyscyplin sportowych. Należy także rozpatrzyć możliwość uruchomienia aplikacji mobilnej dedykowanej dla turystów odwiedzających powiat tomaszowski.
- Należy rozważyć rozszerzenie istniejącego produktu turystycznego „Tomaszowska Okrąglica" o kolejne miejsca i obiekty w powiecie tomaszowskim, jak również utworzenie innych tego rodzaju terytorialnych produktów turystycznych, np. w okolicy Spały, Zalewu Sulejowskiego, Lasów Spalskich.
- W działaniach promocyjnych i w rozwoju terytorialnej oferty turystycznej należy uwzględnić ponowną i częstszą organizację wydarzeń podobnych do Dożynek Prezydenckich w Spale, podczas których uruchomiane będą połączenia kolejowe retro pociągiem, który stanowi atrakcję turystyczną samą w sobie.
- W działaniach strategicznych ważne jest przyjęcie orientacji na rozwój już istniejących terytorialnych produktów turystycznych opartych na najbardziej charakterystycznych

walorach przyrodniczych i kulturowych powiatu tomaszowskiego (jak „Tomaszowska Okrąglica") oraz ich integrację pionową i poziomą.

- Należy rozważyć podjęcie współpracy z gminami należącymi do sąsiednich powiatów (piotrkowskiego, opoczyńskiego) znajdującymi się w najbliższym sąsiedztwie powiatu tomaszowskiego, które również posiadają cenne atrakcje turystyczne. Współpraca w formie klastra turystycznego i podjęcie wspólnych działań zakładających łączenie obiektów turystycznych położonych w niezależnych systemach recepcyjnych pozwoli na tworzenie kompleksowej i zróżnicowanej oferty, która z punktu widzenia turystów stanowi sytuację wielości możliwych wyborów w realizacji wolnego czasu.
- Brak rekomendacji w zakresie wykorzystania Zalewu Sulejowskiego oraz budowania w oparciu o niego partnerstwa z miastami: Piotrków Trybunalski, Sulejów i Wolbórz.
- Należy podjąć szeroko zakrojone działania zmierzające do poprawy stanu czystości wód Zalewu Sulejowskiego, co umożliwi pełniejsze wykorzystanie turystyczne akwenu. Zabiegi oczyszczające, a następnie dążenie do rozwoju funkcji turystyczno-rekreacyjnej poprzez rozbudowę bazy turystycznej, sieci strzeżonych kąpielisk oraz plaż powinno przebiegać w oparciu o partnerstwo Tomaszowa Mazowieckiego z miastami zlokalizowanymi wokół Zalewu takimi jak Piotrków Trybunalski, Sulejów, Wolbórz.

Część III. Strategiczna. Wizja, misja, cele strategiczne

Wizja rozwoju turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy

Dolina Rzeki Pilicy w 2020 roku stanowi obszar, gdzie w sposób profesjonalny wdrażany jest zintegrowany pomysł na rozwój turystyczny, a marka turystyczna „Dolina Rzeki Pilicy" rozpoznawalna jest w **skali ponadregionalnej**. Kluczową grupę przyjezdnych stanowią **turyści weekendowi** zainteresowani kilkudniową rekreacją lub aktywnym spędzeniem czasu wolnego w pięknych okolicznościach przyrody. Dolina Pilicy w roku szkolnym chętnie odwiedzana jest natomiast przez **zorganizowane grupy szkolne**, które korzystają z dedykowanej im oferty podczas zielonych szkół lub wycieczek. Istotną grupę stanowią także **klienci biznesowi** organizujący spotkania biznesowe, wyjazdy integracyjne, konferencje lub szkolenia, korzystając przy tym z walorów ośrodków położonych w Spale, okolicach Zalewu Sulejowskiego i rzeki Pilicy. Dla turystów odwiedzających Dolinę rzeki Pilicy dostępna jest **wysokiej jakości, dostosowana do zróżnicowanych potrzeb i możliwości baza noclegowa**, a przyjezdny ma okazję spróbować lokalnych smaków (produkty regionalne, czerpiące z darów lasu).

Przyjezdni skorzystać mogą z w pełni przygotowanych, **oznakowanych tras kajakowych** na rzece Pilicy, obudowanych infrastrukturą towarzyszącą, taką jak przystanie, miejsca biwakowe, mini punkty gastronomiczne, parkingi czy stacje napraw. Równolegle, turyści, ale i mieszkańcy, skorzystać mogą z **systemu ścieżek pieszych i rowerowych**, tworzących sieć łączącą poszczególne formy aktywnej turystyki (turystyki kwalifikowanej) z atrakcyjnymi miejscami na mapie Doliny takimi jak np. Skansen rzeki Pilicy, Niebieskie Źródła czy Groty Nagórzyckie (turystyka krajoznawcza).

Zintegrowany system atrakcji i szlaków turystycznych, w połączeniu z interesującą ofertą kulturalno – rozrywkową, zarządzany jest w sposób kompleksowy przez **Centrum koordynacji**. Centrum, powołane przez wszystkich członków Partnerstwa, dba o spójność i wysoką jakość oferowanych produktów turystycznych, koordynuje nowe, lokalne inicjatywy turystyczne oraz prowadzi kompleksową, wspólną dla całego Obszaru Funkcjonalnego politykę informacyjno – promocyjną. Wszystkie działania realizowane na rzecz rozwoju lokalnej turystyki są przemyślane, umożliwiając zrównoważony wzrost tej branży gospodarki, dbając przy tym o pobudzanie lokalnej przedsiębiorczości oraz zachowanie walorów przyrodniczych i krajobrazowych Doliny Rzeki Pilicy.

Misja rozwoju turystyki Obszaru Funkcjonalnego

Myślenie o rozwoju turystyki w Obszarze Funkcjonalnym Dolina Rzeki Pilicy 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 przedyskutowana została misja rozwoju turystyki dla Doliny Rzeki Pilicy, która zgodnie z wykorzystanym w procesie strategicznym modelem Ashridge złożona jest z czterech elementów. Na misję Rozwoju Turystyki składają się zatem:

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

Tak określoną misję rozwoju turystyki, 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, wpisujące się w określone w celu i strategii główne kierunki rozwoju. W takim ujęciu misja stanowi „rdzeń" dokumentu Strategii 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.

MISJA ROZWOJU TURYSTYKI OBSZARU FUNKCJONALNEGO DOLINA RZEKI PILICY WG MODELU ASHRIDGE

CEL

Wykreowanie rozpoznawalnej i cenionej w skali kraju marki turystycznej „Dolina rzeki Pilicy" obejmującej obszar od Zalewu Sulejowskiego poprzez Tomaszów Mazowiecki i Spałę do Grotowic, opartej o różnorodność walorów przyrodniczych (bogactwo lasów i krajobraz Pilicy), wykorzystywanych w sposób zrównoważony i stanowiących podstawę **dla rozwoju oferty turystyki aktywnej** (kajakowej, rowerowej, pieszej). **Wzrost ilości turystów** odwiedzających obszar funkcjonalny oraz **zwiększenie znaczenia i wpływów z sektora turystyki w lokalnej gospodarce**, bazować będzie na potencjale i aktywności wszystkich partnerów samorządowych, prywatnych i społecznych, zapewniając mieszkańcom Doliny rzeki Pilicy możliwość zarobkowania oraz aktywnego spędzania czasu wolnego.

WARTOŚCI

1. Dbałość o lokalne tradycje i dziedzictwo historyczne
2. Walory przyrodnicze obszaru (w szczególności rzeka Pilica)
3. Mieszkańcy i ich potrzeby są najważniejsze (rozwój turystyki przynoszący korzyści odczuwalne przez mieszkańców)
4. Turysta i jego indywidualizm oraz swoboda wyboru form spędzania czasu.
5. Duże przywiązanie do własności prywatnej.

STANDARDY ZACHOWAŃ

1. Każdy turysta jest dla nas ważny i znajdzie ofertę dostosowaną do swoich potrzeb i możliwości.
2. Stale dbamy o najwyższą jakość produktów turystycznych.
3. Nie konkurujemy, działamy wspólnie, myśląc o Dolinie rzeki Pilicy jako wspólnej marce.
4. Partnerstwo jest otwarte i gotowe do współpracy z różnymi podmiotami działającymi na rzecz rozwoju lokalnej turystyki.
5. Informacja i promocja Doliny rzeki Pilicy oparta jest o spójny, wspólny dla całego obszaru przekaz.
6. Stwarzamy warunki dla rozwoju oddolnych aktywności i działalności gospodarczych w turystyce.
7. Budujemy wśród mieszkańców postawy szacunku wobec wspólnej przestrzeni publicznej i wartości ekologicznych.

DOMENY STRATEGICZNEGO ROZWOJU

1. Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie rzeki Pilicy.
2. Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej.
3. Zintegrowany system zarządzania marką turystyczną „Dolina rzeki Pilicy".

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

- **Domena 1:** Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie Rzeki Pilicy.
- **Domena 2:** Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej.
- **Domena 3:** Zintegrowany system zarządzania marką turystyczną „Dolina Rzeki Pilicy".

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

Domena I. Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie Rzeki Pilicy.

Struktura Domeny I różni się od dwóch pozostałych - nie jest bowiem opisana poprzez siatkę celów strategicznych, dalej celów operacyjnych (szczegółowych) i zadań, ale poprzez kierunkowe programy turystyczne. Programy turystyczne, powstałe na bazie walorów turystycznych (przyrodniczych i pozaprzyrodniczych), jakie składają się na zasoby turystyczne obszaru, kierunkują strategiczne działania konieczne do podjęcia w celu stworzenia atrakcyjnej i zróżnicowanej oferty turystycznej w Dolinie Rzeki Pilicy.

Tytuły kierunkowych programów, ale przede wszystkim ich zasób treściowy, są wynikiem dyskusji prowadzonych podczas warsztatów strategicznych oraz spotkań konsultacyjnych. Dodatkowo podlegały one także weryfikacji eksperckiej w kontekście bieżących trendów w rozwoju turystyki w Polsce i na świecie. Na ich ostateczny kształt miały także wpływ dane z analiz społecznych i gospodarczych, oraz wyniki badań społecznych – oczekiwań turystów odwiedzających obszar Doliny Rzeki Pilicy (badania ruchu turystycznego).

Kierunkowe programy turystyczne są zintegrowane z sobą, zbudowane wokół najważniejszych walorów przyrodniczych (rzeki Pilicy, zalewu Sulejowskiego, kompleksów leśnych) i kulturowych (Spała, lokalne dziedzictwo i tradycje) subregionu. Produkty turystyczne zaprojektowane w obszarze każdego z kierunkowych programów, spełniają kryteria przyjęte w Misji rozwoju turystycznego dla obszaru Doliny Rzeki Pilicy. Tym samym w Domenie I preferuje się oferty / produkty turystyczne nastawione na turystykę aktywną, opartą na lokalnych zasobach, zarówno przyrodniczych jak i kulturowych, będących w zgodzie z lokalnymi wyobrażeniami na temat rozwoju turystycznego tego obszaru. Budując produkty turystyczne, zwracano uwagę na kwestie poznawcze, edukacyjne, przyjazność środowisku oraz na autentyczność oferty turystycznej. W takim rozumieniu nie każdy typ rozwoju turystycznego, i co zatem idzie nie każdy produkt turystyczny, jest możliwy do zaakceptowania w Dolinie Rzeki Pilicy. Przyjmując, że turystyka może być jednym z kół zamachowych rozwoju obszaru, zadbano, aby proponowane rodzaje produktów turystycznych, były możliwe do zrealizowania w oparciu o lokalne zasoby oraz aby ostatecznymi beneficjentami rozwoju stali się mieszkańcy, instytucje i firmy lokalne.

Poniżej przedstawiamy tytuły kierunkowych programów turystycznych oraz zawarte w nich propozycje produktów turystycznych z ich krótka charakterystyką,

Program Kierunkowy 1:

Rzeka Pilica - rzeka pełna możliwości.

Produkty turystyczne, budujące program kierunkowy pn. „Rzeka Pilica – rzeka pełna możliwości", koncentrują się wokół czterech głównych nurtów:

- spływów kajakowych po rzece Pilicy,
- ofercie turystyki ornitologicznej,
- realizacji pasji wędkarskich,
- rodzinnych spływów tratwami po rzece Pilicy, plażowaniu, relaksowi.

Wszystkie produkty turystyczne, należące do omawianego programu, wprost koncentrują się wokół rzeki Pilicy - dominanty turystycznej obszaru, najdłuższego lewobrzeżnego dopływu Wisły, dziewiątej co do wielkości rzeki Polski.

Produkty te skierowane są do różnorodnych grup turystów: od wymagającego aktywnego turysty – wytrawnego kajakarza, „podglądacza" przyrody ożywionej (*birdwatching*), wędkarza, po rodziny z dziećmi, uczniów, weekendowych turystów czy plażowiczów.

W ramach programu kierunkowego pn. „Rzeka Pilica – rzeka pełna możliwości" odkrywamy w różny sposób bogactwo przyrodnicze i krajobrazowe rzeki Pilicy, penetrujemy jej nurt, ale także jej brzegi, podróżując rzeką lub w bezpośrednim sąsiedztwie jej biegu, nawiązujemy bliski kontakt z naturą. Nawet jeśli tylko plażujemy, mamy możliwość zapoznania się z okoliczną przyrodą. Pilica daje szansę na spokojny, wręcz sielankowy relaks, ale także pozwala spalić kalorie, podnieść poziom adrenaliny, pozwala przeżyć weekendową przygodę na wodzie, w kajaku. Pilica to miejsce siedliskowe dla raków, wielu gatunków płazów, gadów, to dom dla 28 gatunków ryb – doceniamy to i pozwalamy pasjonatom wędkarstwa cieszyć się do woli. Miłośnicy ptaków w dolinie Pilicy mogą zaobserwować ich aż 130 gatunków plus gatunki przelotne lub zimujące (dodatkowo nawet 60 gatunków), co czyni obszar niebywale atrakcyjnym dla rosnącej z roku na rok popularności turystyki ornitologicznej.

Tym samym rzeka Pilica staje się rzeczywistą osią turystyczną obszaru, rozpoznawalną marką, unikatowym w skali Europy walorem przyrodniczym udostępnionym dla turystyki w sposób pełny, ale także roztropny, stawiający przede wszystkim na zachowanie pierwotnego charakteru rzeki.

W programie kierunkowym pn. „Rzeka Pilica – rzeka pełna możliwości" eksponowany jest więc przede wszystkim element przyrodniczo - ekologiczny oraz poznawczy.

Oferta kierunkowego programu pn. „Rzeka Pilica – rzeka pełna możliwości" to także szansa na zbudowanie nowoczesnej infrastruktury turystycznej (dla obsługi turystyki kajakowej czy ornitologicznej) zgodnej z wymogami ochrony środowiska i ożywienia gospodarczego gmin – Tomaszów Mazowiecki (miejskiej i wiejskiej), Inowłódz i Rzeczyca, przy obsłudze infrastruktury okołoturystycznej.

Program Kierunkowy 2:

<u>Zalew Sulejowski na sportowo</u> czyli sport i rekreacja w oparciu o jeden z największych zbiorników wodnych w centralnej Polsce.

Produkty turystyczne, proponowane w ramach programu kierunkowego, koncentrują się wokół Zalewu Sulejowskiego, zbiornika retencyjnego (o powierzchni 2700 ha, maksymalnej długości ponad 17 km i szerokości nawet do 3 km), wykorzystując jego podstawowy atut jakim jest akwen wodny, ale także walory krajobrazowe, znajdujące się w bezpośrednim sąsiedztwie lustra wody.

Produkty te skierowane są do różnorodnych grup turystów: począwszy od amatorów sportów wodnych (żeglarstwo, windsurfing, kajakarstwo czy pływanie długodystansowe) przez pasjonatów dyscyplin „mieszanych" dla których woda to jeden z żywiołów jaki należy poskromić (triatlonistów) po amatorów biegania czy rowerzystów. Jednym słowem produkty skonstruowane w oparciu o walor turystyczny jakim jest Zalew Sulejowski, to porządny zastrzyk adrenaliny. To także oferta pozwalająca nieco ochłonąć, odreagować, ostudzić mięśnie, okiełznać emocje – poleniuchować odrobinę na plaży, posiedzieć z wędką, leniwie popływać rowerem wodnym.

Produkty turystyczne, mieszczące się w programie kierunkowym pn. „Zalew Sulejowski na sportowo", można w dużym skrócie scharakteryzować jako:

- aktywnie na wodzie,
- aktywnie na wodzie i lądzie,
- aktywnie na lądzie,
- relaks.

W przypadku wody koncentrujemy się na sportach wodnych – żeglarstwo, windsurfing, kitesurfing, kajakarstwo, pływanie długodystansowe w otwartych akwenach oraz kreacji imprez o charakterze masowym podnoszących atrakcyjność tych aktywności w skali regionu i kraju. W przypadku „łączenia" wody z lądem zapewniamy możliwość treningu triatlonowego przy czym koncentrujemy się gównie na kreacji imprez triatlonowych. Aktywności lądowe są ściśle związane z Zalewem Sulejowskim – odbywają się w jego bezpośrednim sąsiedztwie i należą do nich możliwości uprawiania biegania czy jazdy na rowerze, przy czym główny akcent położony jest, podobnie jak wcześniej, na kreowanie i realizowanie cyklicznych imprez biegowych oraz rowerowych o randze minimum regionalnej. Uzupełnieniem oferty są produkty skoncentrowane na rekreacji i wypoczynku takie jak plażowanie czy wędkarstwo. Oba jednak oferowane są w sposób kompleksowy i na najwyższym poziomie.

Program Kierunkowy 3:

<u>W Puszczy Pilickiej</u> czyli odkryj ducha lasów Doliny Rzeki Pilicy.

Lasy Spalskie, część Puszczy Pilickiej, to niezaprzeczalny walor przyrodniczy Doliny Rzeki Pilicy. Lasy w rejonie Tomaszowa Mazowieckiego, zajmujące około 50 tysięcy ha, należą do najbardziej znanych atrakcji leśnych w środkowej części Polski.

Można powiedzieć, że od czasów pierwszych Piastów były to tereny łowieckie. Bolesław Chrobry ze swoją liczna drużyną łowiecką uwielbiał polować tutaj z sokołami. Za czasów panowania Bolesława Krzywoustego prawo do organizowania wielkich łowów uzyskał m.in. arcybiskup

gnieźnieński. Zaczęto budować pierwsze obiekty służące myśliwym. Uprawnienia te rozszerzył Mieszko III Stary wprowadzając tzw. regale łowieckie czyli formę prawną regulującą łowiectwo. Myśliwymi byli w zdecydowanej większości wszyscy kolejni piastowscy władcy. Udział w polowaniu sprzyjał bowiem dobrej kondycji fizycznej, rozwijał spryt i umiejętność przetrwania w ciężkich naturalnych warunkach oraz uczył strategii przydatnej na polu walki. Pierwszym patronem europejskich myśliwych został oficjalnie ogłoszony przez Kościół katolicki w VIII w. Św. Eustachy. W panteonie patronów i opiekunów łowiectwa obok Św. Eustachego jest także Św. Idzi oraz Św. Hubert. W średniowiecznej Europie jednym z najpopularniejszych świętych był Św. Idzi, opat i eremita, uznawany za patrona myśliwych, rybaków, łuczników i pasterzy. Władca Polski – książę Władysław I Herman z żoną Judytą, poprosili Św. Idziego o syna i prośba ich została spełniona - urodził się Bolesław III Krzywousty. Wdzięczny za to władca w XI w. wybudował w Inowłodzu kościół pod jego wezwaniem, gdzie od XVI w. znajdują się relikwie świętego. W Puszczy Pilickiej polowali także Jagiellonowie. Wyjątkowo namiętnym myśliwym był król Władysław Jagiełło. Polowała też tutaj królowa Jadwiga, która miała wyjątkowo dużą psiarnię. Wielkim myśliwym był Kazimierz Jagiellończyk. Zarzucano mu nawet, że bardziej interesował się lokalnymi łowami niż sprawami kraju. Zamiłowanie do łowów wyróżniało również Jana Olbrachta, Aleksandra Jagiellończyka, Zygmunta I Starego i Zygmunta II Augusta, który był powszechnie cenionym znawcą sztuki myśliwskiej. Jak podaje Kazimierz Jan Karalus w „Łowiectwie na Ziemiach Województwa Łódzkiego" król Zygmunt II August tylko w 1546 roku na polowaniach spędził tutaj aż 223 dni. Miłośnikami polowań byli także polscy władcy elekcyjni. Szczególne zasługi dla rozwoju łowiectwa miał król Stefan Batory. Wyróżnić też należy realizowaną tutaj pasję myśliwską króla Jana III Sobieskiego. Natomiast w czasie panowania Augusta II Mocnego i Augusta III Sasa prowadzono rabunkową gospodarkę łowiecką organizując tutaj wielkie polowania nie mające nic wspólnego z zasadami prawego łowiectwa. W czasie zaborów Puszcza Pilicka znalazła się we władaniu carów. Kolejni carowie dbali o stan zwierzyny przede wszystkim z uwagi na własny interes, oczekując bogatych polowań. Prowadzono zasiedlenia, zakładano zwierzyńce, budowano obiekty i urządzenia łowieckie. Polował tutaj m.in. Aleksander II Romanow, car Aleksander III oraz car Mikołaj II. Po zakończeniu I wojny światowej, w Spale urządzono letnią rezydencję dla Naczelnika Państwa – Marszałka Józefa Piłsudskiego – sam Marszałek nie był jednak zainteresowany polowaniem. W okresie międzywojennym tutejsze lasy z ogromnym zamiłowaniem odwiedzał prezydent Ignacy Mościcki, wybitny myśliwy i miłośnik przyrody, który w Lasach Spalskich w 1932 roku odstrzelił pierwszego jelenia po zakończeniu I wojny światowej. Trzy lata później zostały tu zorganizowane pierwsze uroczyste obchody dnia Św. Huberta z udziałem i pod patronatem Prezydenta Mościckiego. Prowadzono także racjonalną gospodarkę łowiecką i hodowlaną. W 1934 roku w nadleśnictwie Smardzewice, utworzono rezerwat żubrów Książ, gdzie zasiedlono pięć bizonów kanadyjskich, które Polonia Kanadyjska podarowała Prezydentowi Mościckiemu Dzięki temu reprezentacyjne łowisko II Rzeczypospolitej Polskiej, o powierzchni blisko 20 tys. ha, zaczęło rozwijać się bardzo dynamicznie. Obecnie jest w tym miejscu Ośrodek Hodowli Żubrów Kampinoskiego Parku Narodowego.[2]

Ten historyczny przegląd to klucz do produktów turystycznych tworzony w ramach programu kierunkowego pn. „W Puszczy Pilickiej" gdyż ideą ich jest kontynuacja ducha łowiectwa – tym razem jednak w nowoczesnym wydaniu, z aparatem fotograficznym. To pomysł na poszukiwanie śladów dawnych i przyglądanie się dzisiejszej przyrodzie, stale w duchu piastowskiej maksymy, iż

[2] Źródło: www.dziczyzna-grzyby.pl/szlaki-turystyczne, data odsłony strony: 13.10.2014 r.

sprzyja to dobrej kondycji fizycznej, rozwojowi sprytu i umiejętności przetrwania w naturalnych warunkach oraz uczy strategii przydatnej „na polu walki" dnia codziennego.

Produkty turystyczne proponowane w programie kierunkowym pn. „W Puszczy Pilickiej" koncentrują się wokół dwóch podstawowych nurtów:

- wędrówek po Puszczy Pilickiej – pieszych, konnych czy rowerowych, z celem (gry terenowe) i bez celu,
- szeroko rozumianej edukacji – podglądaniu się życiu dzikich zwierząt,

a wszystko wzbogacone o imprezy o randze minimum regionalnej i ogólnopolskiej.

Program Kierunkowy 4:

Dziedzictwo i tradycje czyli człowiek, historia i dzień dzisiejszy w Dolinie Rzeki Pilicy.

Wszystkie propozycje produktów turystycznych, w ramach programu kierunkowego pn. „Dziedzictwo i tradycje", w atrakcyjny sposób przybliżają turyście najważniejsze historyczne wydarzenia związane z tym terenem oraz lokalne tradycje.

Wędrujemy więc po terenie poznając historię związaną z bytnością Królów Polski i carów rosyjskich na tych terenach, powracając m.in. to tradycji carskich łowów, przyglądamy się architekturze poprzemysłowej w Tomaszowie odtwarzając miniony charakter miasta, czy spotykamy się z okresem I i II wojny światowej widzianej zarówno polskimi oczami, jak też oczami okupanta. Tych śladów historii poszukujemy poruszając się wyznaczonymi w terenie i oznakowanymi szlakami, ale także korzystamy z nowoczesnej, wysoce aktywizującej turystę, formuły odkrywania zagadkowych miejsc – questów. Dzięki temu wydawałoby się, że dobrze znane obiekty i miejsca, stają się na nowo miejscami, które warto poznać, zanurzyć się w nich, zainspirować i wrócić.

Uczestniczymy także w folklorystycznym festiwalu, odwiedzamy lokalne święta, smakujemy lokalne specjały czy poznajemy przykłady lokalnego rękodzieła. A wszystko to z pamiątką turystyczną w ręku – tak ważnym przedmiotem jaki turysta chce nabyć i zabrać ze sobą do domu (z każdego turystycznego obszaru na świecie).

Głównymi założeniami produktów jest przygotowanie produktów w taki sposób, aby były one atrakcyjnie dopasowane do różnych grup odbiorców, przykładowo: turysty indywidualnego, zorganizowanego (wycieczki), rodzin z dziećmi małymi (w wózkach dziecinnych i w wieku przedszkolnym – do 5 lat) i tych z nieco większymi (6 – 11 lat wiek szkolny / szkoła podstawowa) i dorosłymi (wiek gimnazjalny i starsze), które realizowane mogą być indywidualnie lub grupowo, w zróżnicowanym wymiarze czasowym.

Program Kierunkowy 5:

Spała czyli w zdrowym ciele zdrowy olimpijski duch.

Program kierunkowy pn. „Spała" opiera się na zasadzie: wzmacniania rozpoznawalnej w Polsce marki w oparciu o nowe trendy w turystce. Pomysł skoncentrowany jest wokół rdzenia, jakim jest Centralny Ośrodek Spotu – Ośrodek Przygotowań Olimpijskich w Spale, dokonujemy

„odświeżenia" / poszerzenia oferty jak również konfrontujemy go z nowymi prądami i tendencjami w turystyce.

„Istnieje coś takiego jak geniusz tego miejsca, Spały, stadionu, tych hal, tych gabinetów odnowy. Współcześni sportowcy stąpają po śladach dawnych olbrzymów i sami od tego rosną, ku swojej chwale i naszej radości." Warto przytoczyć tę wypowiedź znanego komentatora sportowego Przemysława Babiarza, dziennikarza TVP, autora programu „Sprint przez historię", mówiąc iż każdy może stąpać po śladach Polskich olimpijczyków, może rosnąć ku swojej chwale i swojej radości. Niech to będzie zaproszenie do Spały, Spały otwartej, dostępnej, oferującej profesjonalną bazę treningową zarówno w przestrzeni Centralnego Ośrodka Sportu, ale przede wszystkim wokół niego.

W tym duchu powstały trzy główne nurty wyznaczające produkty turystyczne tworzone w ramach niniejszego programu kierunkowego, są to:

- I ty zostań olimpijczykiem w konkurencji dbania o własne zdrowie,
- Turystyka Kongresowa i szkoleniowa,
- Sportowa Spała.

W celu wdrożenia produktów turystycznych, otarty o wymienione nuty zawarte w niniejszym programie kierunkowym, warto m.in. odświeżyć dawne tradycje uzdrowiskowe czyli stacji klimatyczno – leśnej z 1884 r. w Inowłodzu, zrekonstruować dawne domy w stylu szwajcarskich pensjonatów (choćby w formie makiety czy tablicy informacyjnej) budujące ducha uzdrowiska, zrekonstruować ścieżki zdrowia, wskazać na bezcenne walory przyrodo-lecznicze kompleksu leśnego (puszczy Pilickiej) i powiązać to ze światowymi trendami nastawionymi na modę związaną ze zdrowym stylem życia.

Wskazywany jest także rozwój turystyki kongresowej i szkoleniowej w oparciu o hotele i ośrodki w Spale. Dla wyróżnienia tej oferty na rynku warto wzmacniać propozycje o ofertę gabinetów odnowy biologicznej czy infrastrukturę sportową dostępną dla uczestników szkoleń, seminariów czy konferencji. Nie bez znaczenia będą efektywne działania marketingowe skoncentrowane wokół pozyskania do Spały stałych wydarzeń, tematycznie związanych z nurtem pn. „Spała" jak np. międzynarodowe czy ogólnopolskie kongresy rehabilitacji, medycyny sportowej, dietetyki, aktywności ruchowej, etc.

Kolejnym kluczowym, dla wdrożenia idei programu kierunkowego pn. „Spała", aspektem jest wzmacnianie roli sportu poprzez m.in. poszerzenie oferty sportowej o zagospodarowaną przestrzeń sportową poza terenem Centralnego Ośrodka Sportu.

Domena II. Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej.

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

> Cel strategiczny I: Podnoszenie jakości zasobów turystycznych Doliny Rzeki Pilicy poprzez wzrost poziomu wewnętrznej dostępności komunikacyjnej oraz rozwój infrastruktury turystycznej.
>
> Cel strategiczny II: Wspieranie postaw pro turystycznych wśród mieszkańców i przedsiębiorców

Powyższe cele strategiczne, wynikające z przeprowadzonej diagnozy, prac warsztatowych i analizy zebranego materiału, odnoszą się w swym podstawowym założeniu do rozbudowy infrastruktury niezbędnej do rozwoju turystyki oraz uświadomienia mieszkańcom Doliny Rzeki Pilicy korzyści wynikających z wzrostu znaczenia sektora turystycznego w rozwoju gospodarczym Obszaru Funkcjonalnego.

Kluczem do rozwoju turystyki jest zwiększenie dostępności komunikacyjnej – zarówno w aspekcie infrastruktury samochodowej, rowerowej, pieszej, jak i w sferze usług transportowych pozwalających zarówno na dojazd do wybranej destynacji turystycznej, jak i poruszanie się po samym obszarze turystycznym. W ramach domeny wspierana będzie budowa i modernizacja istniejących już szlaków i tras turystycznych. Rozwijana będzie także infrastruktura towarzysząca, niezbędna do wdrożenia produktów turystycznych opisanych w Domenie I np. parkingi, przystanie, miejsca wodowania kajaków, punkty obsługi turystów itp.

Tak sformułowana i rozumiana domena jest także odpowiedzią m.in. na zdiagnozowane i wciąż obecne wśród lokalnej społeczności postawy braku należnego szacunku dla wspólnych przedsięwzięć, przestrzeni publicznej czy też dziedzictwa przyrodniczego. Takie postawy, choć wciąż liczne, współistnieją z coraz większą aktywnością mieszkańców i przedsiębiorców, inicjatywnością, gotowością do budowania nowej i szerszej oferty turystycznej bazującej na miejscowych walorach oraz zgodnej z ideą zrównoważonego rozwoju. Właśnie takie postawy należy pielęgnować i rozbudzać w mieszkańcach Obszaru Funkcjonalnego. Domena II. odpowiada także na brak lub niską świadomość wśród mieszkańców Doliny Rzeki Pilicy i przekłada się na 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) degradowaniem środowiska naturalnego (dzikie wysypiska, brak kanalizacji) oraz budować postawy otwartości i gościnności wobec turystów.

W związku z powyższym, centralnym zagadnieniem pobudzania turystycznego rozwoju musi być **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 (dbałość o lokalne tradycje, szacunek i troska o dziedzictwo przyrodnicze) powinny być tożsame z przekonaniami mieszkańców, a więc bezpośrednimi i pośrednimi beneficjentami rozwoju turystyki w obszarze Doliny Rzeki Pilicy. Postawy mieszkańców powinny być spójne z nakreśloną wizją rozwoju turystyki, nie mogą iść w poprzek i być sprzeczne.

Warunkiem sukcesu jest odpowiednia **polityka proekologiczna**. Mieszkańcy powinni aktywnie włączyć się w troskę o dziedzictwo przyrodnicze Doliny Rzeki Pilicy, będące głównym magnesem przyciągającym turystów. Turystyka powinna rozwijać się w sposób zrównoważony, aby korzyści płynące z obecności turystów i wczasowiczów wspierały lokalne inicjatywy i stawały się źródłem utrzymania mieszkańców. Angażowanie mieszkańców w inicjatywy pro turystyczne poprzedzone musi zostać wsparciem przedsiębiorczości (pokazaniem, że turystyka może przynosić realne dochody).

Kształtowanie postaw nie jest procesem łatwym, wymaga ciągłego wsparcia ze strony lokalnego środowiska, lokalnych autorytetów, instytucji zaufania publicznego. Odpowiednio ukształtowane postawy mieszkańców zakładające ich uczestnictwo w budowie oferty turystycznej, odpowiedzialność za dziedzictwo przyrodnicze, dumę z lokalnej tożsamości oraz dostrzeganie korzyści z biznesowej działalności okołoturystycznej, będą determinowały powodzenie opisanych w Domenie I. propozycji programów i produktów turystycznych Doliny Rzeki Pilicy.

Kształtowanie pożądanych postaw odbywać się może dzięki ciągłej edukacji (na każdym poziomie), odpowiedniej polityce szkoleniowej, specjalnym warsztatom, popularyzowaniu dobrych praktyk, oraz docenianiu zachowań i postaw wspierających rozwój turystyki na terenie Partnerstwa. Kluczowa jest tutaj świadomość, że incydentalne akcje i wydarzenia, nie dadzą zadawalających efektów. Muszą mieć charakter stały, dopasowany i adresowany do różnych grup mieszkańców: z uwzględnieniem ich wieku, rodzaju aktywności zawodowej itp.

Domena III. Zintegrowany system zarządzania marką „Dolina Rzeki Pilicy"

Obszary funkcjonalne w oparciu, o które planowany ma być rozwój lokalnych społeczności, są tworami nowymi. Wdrażanie wspólnych i zintegrowanych przedsięwzięć wymaga odpowiedniej formuły współpracy. Także spektrum planowanych inicjatyw turystycznych zmusza do stworzenia nowego podejścia w zarządzaniu rozwojem turystyki. Chcąc wzrostu znaczenia turystyki w lokalnej gospodarce oraz wypromowania nowej marki „Dolina Rzeki Pilicy, kwestią kluczową jest podejmowanie wszelkich form współpracy i współdziałania pomiędzy członkami Partnerstwa. Współpraca ta powinna odbywać się na wielu płaszczyznach i obejmować zarówno sektor publiczny, społeczny jak i gospodarczy. Będzie ona gwarancją wysokiego poziomu zintegrowania działań inicjujących lub uzupełniających proponowane produkty turystyczne, ale także przyczyni się do zharmonizowanego zarządzania marką „Dolina Rzeki Pilicy". Ważne, by do zarządzania marką turystyczną wprzęgnięte zostały osoby i instytucje posiadające wiedzę i doświadczenie w realizowaniu usług turystycznych lub okołoturystycznych.

Funkcjonalna sieć powiązań i ustalonych relacji pomiędzy partnerami działającymi w obszarze szeroko rozumianej turystyki, pozwoli na efektywną realizację postawionych celów rozwojowych oraz – co jest szczególnie ważne – na ich wzajemne wzmacnianie się i uzupełnianie (efekt synergii).

Pożądany dla Partnerstwa stały mechanizm współpracy i formuła zarządzania powinny obejmować wypracowane procedury współdziałania, koordynowania, finansowania, komunikowania i motywowania oraz finalnie – informowania i promowania marki turystycznej „Dolina Rzeki Pilicy. Zintegrowane zarządzanie rozwojem turystyki sprzyjać będzie wspólnemu

i lepiej zorganizowanemu zabieganiu o klienta – turystę, co powinno przełożyć się na wydłużenie jego pobytu na terenie Partnerstwa. Do tego niezbędna jest odpowiednio zorganizowana promocja oferty turystycznej regionu, która będzie docierała poprzez odpowiednio dobrane kanały do docelowych odbiorców – głownie amatorów turystyki aktywnej. Domena III. wychodzi ponadto naprzeciw potrzebie zintegrowania, zaktualizowania i odpowiedniego udostępnienia pakietu informacji o ofercie turystycznej. Przekaz informacyjny powinien jak najpełniej korzystać z nowoczesnych technologii, co pozwoli na poszerzenie dostępu do informacji turystycznej.

W konsekwencji powyższego określono dwa główne cele strategiczne:

- Cel strategiczny I: Wzmacnianie więzi partnerskich poprzez wspólną koordynację wdrażania marki „Dolina Rzeki Pilicy".
- Cel strategiczny II: Partnerska, spójna i adresowana do pożądanego turysty informacja i promocja Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.

Część IV. Operacyjna

Programy Turystyczne dla Domeny I. Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie Rzeki Pilicy.

Zaprezentowane poniżej produkty turystyczne są propozycjami rozwoju lokalnego potencjału turystyki w Dolinie Rzeki Pilicy.

Rzeka Pilica - rzeka pełna możliwości

„Meandry Pilicy" – oferta turystyki kajakowej (turystyki kwalifikowanej).[3]	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Meandrująca, stale jeszcze dziewicza rzeka, o niewysokiej skali trudności (skala kajakarska) oraz malownicze tereny tuż przy nurcie wody, gdzie można spotykać dziką roślinność i rzadkie zwierzęta (głównie ptaki), jak również podziwiać urokliwe budowle z czasów odległych – przykładowo romański kościół Św. Idziego w Inowłodzu.	**Walory uzupełniające** – – niezwykłe walory estetyczne wynikające z pięknego krajobrazu i unikalnych osobliwości przyrodniczych; – wytyczony szlak kajakowy rzeki Pilicy, – w sąsiedztwie wytyczone szlaki piesze, rowerowe oraz szlak konny, będące alternatywą dla aktywności na wodzie.
Opis (forma spędzania wolnego czasu) / Przykłady komercjalizacji oferty: Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału rzeki Pilicy 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. **Propozycje warte rozważenia to:** ***Pilica – twój pierwszy raz w kajaku*** (spływy kilkugodzinne dla osób początkujących) np.	

[3] W ikonografiach zostały użyte zdjęcia z portali internetowych: wikipedia.pl, partnerstwo-dolinapilicy.pl, tomaszow-mazowiecki.e-tomaszowski.pl, spala.pl oraz inowlodz.pl.

Tomaszów – Spała – Inowłódz (20 km, ok. 2 h) lub Smardzewice – Tomaszów – Spała. Założenia: bezpieczne miejsca wodowania, łatwość spływu, przygotowanie teoretyczne przed rozpoczęciem spływu (krótkie szkolenie z zasad zachowania się na kajaku).

Dla kogo: wszyscy zainteresowani, 0-99 lat.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe.

1-dniowe indywidualne spływy kajakowe Pilicą – rekreacja na rzece, na przykładowej trasie: Tomaszów – Spała – Rzeczyca (Grotowice) (32 km, 6h).

Dla kogo: wszyscy zainteresowani, 0-99 lat.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe.

2-dniowe spływy kajakowe Pilicą wraz ze zorganizowanym zwiedzaniem –np. Szlakiem Królów i Carów: Tomaszów – Spała – Inowłódz (zwiedzanie Spały, zwiedzanie Inowłodza – kościół św. Idziego, Zamek w Inowłodzu). Spływy kwalifikowane z udziałem instruktora, ratownika, przewodnika.

Dla kogo: amatorzy kajakarstwa, osoby pragnące połączyć rekreację ze zwiedzaniem.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe.

Pilica – rzeka, która integruje – spływy kajakowe dla osób niepełnosprawnych (niewidomych, niepełnosprawnych ruchowo lub intelektualnie w stopniu lekkim/umiarkowanym), w tym niepełnosprawnych dzieci. Proponowana trasa: Tomaszów – Spała – Inowłódz/Grotowice (ok. 20 km).

Dla kogo: stowarzyszenia i związki osób niepełnosprawnych (również działające na rzecz niepełnosprawnej młodzieży).

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe.

Pilica – rzeka, która łączy (1 lub 2 dniowy szlak kajakowo – rowerowy): Smardzewice – Tomaszów – Inowłódz; Tomaszów – Spała – Grotowice – gdzie część trasy pokonywana jest szlakiem rowerowym, a część rzeką.

Dla kogo: turyści pragnący aktywnie spędzić weekend.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe posiadające także wypożyczalnie rowerów.

Weekendowe spływy pod hasłem „Skarby znad Pilicy" (Pilica + Wolbórka, na trasie: młyn wodny w Chorzęcinie, Fryszerka, Skansen)

Dla kogo: wszyscy zainteresowani

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe.

Kajakiem na orientację (oferta survivalowa, w formie gry terenowej z wykorzystaniem kajaków).

Dla kogo: grupy zorganizowane, młodzież, klienci biznesowi.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe.

Noc świętojańska w kajaku – uroczysty spływ z pochodniami, ogniskiem na wodzie na trasie od

Żądłowic do Grotowic, w Grotowicach udział w imprezie „wianki Grotowickie".

Dla kogo: wszyscy zainteresowani.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty organizujące spływy kajakowe, gmina Rzeczyca.

Inne formy komercjalizacji oferty to:

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

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

- 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 / wodowania lub wyznaczonych miejsc biwakowych (stanic wodnych).
- Wyznaczone bezpiecznych miejsca do grillowania i pod ogniska wraz z zapewnieniem odpowiedniej ilości drewna.
- Obiekty zbiorowego zakwaterowania na terenie gmin jako zaplecze noclegowe dla zorganizowanych grup turystów.
- Zintegrowane węzły logistyczne zlokalizowane w kilku miejscach, pozwalające na ograniczenie niekontrolowanego rozproszenia turystów po dziewiczym terenie, a tym samym minimalizację negatywnego wpływu zwiększonego ruchu turystycznego na walory przyrodnicze Doliny Rzeki Pilicy.
- Wypożyczalnie sprzętu kajakowego, infrastruktura ułatwiająca transportowanie kajaków, usługi i/lub warsztaty naprawcze;
- Usługi w zakresie dowozu turystów na i ze spływu do miejsca zaparkowania samochodów.

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni i grupowi;
- rodziny z dziećmi;
- dzieci i młodzież w wieku szkolnym.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie regionu łódzkiego, a także działających na terenie kraju;
- podmiotów specjalizujących się w organizacji spływów kajakowych;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;
- szkół i placówek edukacyjnych z terenu województwa łódzkiego i regionów sąsiednich.

Zadania warunkujące sukces:

- Rewitalizacja wytyczonego szlaku kajakowego – oczyszczenie koryta rzeki Pilicy, odnowienia oznakowani oraz dodanie nowych oznaczeń (wszystko z zachowaniem zasady spójności i czytelności oznakowania. Ważne aby oznaczenia szlaku nie ograniczały się tylko do oznaczeń widocznych od strony wody, koniecznym jest wprowadzenie oznaczeń doprowadzających do miejsc wodowania, stanic wodnych, do miejsc dojazdu / bezpiecznego parkowania samochodów, od strony lądu). Realizując to zadanie należy mieć na uwadze konieczność wdrożenia jednorodnego systemu oznakowań w oparciu o wspólne logo Doliny Rzeki Pilicy – oznakowanie mostów, dopływów, miejsc dobijania i wodowania wraz z informacją o pobliskiej ofercie noclegowej, gastronomicznej, punktach poboru wody, lokalnych atrakcjach – rezerwatach, zabytkach, lokalnej faunie i florze. Oznakowanie również od strony dróg dojazdowych nt. stanic, miejsc dobijania i wodowania;
- budowa niezbędnej infrastruktury kajakowej m.in.: miejsc wodowania kajaków (pomosty), przystani (minimum w odległości co ok. 10 – 15 km), stanic wodnych, miejsc postojowych z odpowiednią infrastrukturą o wysokim standardzie, wiat z dostępem do elektryczności. Proponowane nowe lokalizacje miejsc dobijania i wodowania to:
    - Grotowice.
    - Zakościele.
    - Skansen rzeki Pilicy.
    - Niebieskie Źródła.
    - Smardzewice.
    - Ujście Wolbórki do Pilicy.
    - Teofilów (punkt prywatny, modernizacja).
    - Inowłódz (przy kościele i ruinach zamku).
    - Fryszerka (obok stanicy ZHP).
    - Żądłowice.
    - Mysiakowiec (most).
    - Modernizacja istniejących stanic wodnych – Spała, Tomaszów Mazowiecki.
    - budowa kilku zintegrowanych węzłów logistycznych obejmujących zaplecze sanitarne, gastronomiczne, miejsca biwakowe, miejsca parkingowe dla samochodów;
    - rozwój ekologicznych węzłów sanitarnych oraz systemu segregacji odpadów;
    - zapewnienie usługi pomocniczej w zakresie tzw. „przenoski" (usługi przeniesienia/przewiezienia kajaków) na styku Zalew – rzeka (tama) oraz Niebieskie Źródła – ujęcie wody w Tomaszowie Mazowieckim.
    - rozwój infrastruktury dla usług geolokalizacyjnych na szlaku.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie przewodnika, z mapą w skali nie większej jak 1: 25000, zawierającego dokładny opis i lokalizację w terenie szlaku kajakowego oraz obiektów / infrastruktury ułatwiającej turystykę kajakową z zaznaczeniem dostępnej bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej;
- zamieszczenie informacji o ofercie spływów rzeką Pilica na portalach turystycznych

regionu / odświeżenie treści jakie znajdują się na tych portalach m.in. ze wskazaniem możliwości jakie daje nowa propozycja turystyki kajakowej na rzece Pilica; – stała promocja w prasie branżowej i na portalach poświęconych kajakarstwu.

„Ptaki doliny Pilicy – zostań członkiem Klubu 100”– oferta turystyki ornitologicznej (turystyki kwalifikowanej).	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Blisko 130 gatunków ptaków występujących na obszarze doliny Pilicy plus dodatkowo ok. 60 gatunków ptaków przelatujących bądź zimujących na tych terenach. Wielość rzadkich gatunków, w tym ptaków wodno-błotnych, a przede wszystkim bogactwo miejsc do ich podglądania.	**Walory uzupełniające** – 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 wchodzący w skład Zespołu Nadpilicznych Parków Krajobrazowych; – obszary Natura 2000 obejmujące miejsca bytowania ptactwa, w tym miejsca siedliskowe.
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 doliny Pilicy. **W takim ujęciu możliwe formy komercjalizacji produktu to:** **„Szlak Nadpilickich Ptaków”** obejmujący nie tylko tereny w bezpośrednim sąsiedztwie rzeki Pilicy, ale także prowadzący w okolicy rzeki Gać, z możliwościami dotarcia do ostoi leśnych ciekawych ze względu na możliwości obserwacji ptaków. Szlak 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.	

Skansenie Rzeki Pilicy w ramach wystawy przyrodniczej;

Zimowe liczenie ptaków – 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 gmin Doliny Rzeki Pilicy;

Obchody Europejskich Dni Ptaków w Tomaszowie Mazowieckim – organizacja cyklicznej (październik), corocznej imprezy o charakterze edukacyjnym, randze minimum regionalnej, poświęconej ornitologii i turystyce ornitologicznej. W ramach imprezy np. wręczanie nagród dla osób mogących się pochwalić zrobieniem fotografii dla 100 gatunków ptaków (Klub 100-u czyli popularna inicjatywa wśród pasjonatów ornitologii na fotografowanie ptaków i bicie rekordów stopniowo 100, kolejno 200 sfotografowanych gatunków). Imprezie powinny towarzyszyć wystawy fotograficzne, seminarium ornitologiczne ale przede wszystkim wycieczki w teren skoncentrowane na obserwacji ptaków.

Opracowanie i wydanie Kalendarza Ptaków Doliny Rzeki Pilicy – prezentującego poszczególne gatunki ptaków jakie można zobaczyć na tym terenie wraz ze wskazaniem miejsc ich bytowania, okresów lęgowych, etc. W przypadku ptaków przelatujących czy też zimujących należy dokładnie wskazać terminy przelotów oraz miejsca potencjalnej ich obserwacji.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną opierającą się na wykorzystaniu i promocji produktów lokalnych, tradycyjnych; zdrowa żywność.
- Baza noclegowa w oparciu o zlokalizowane na terenie gmin obiekty noclegowe.
- Baza towarzysząca – wypożyczalnia sprzętu do pooglądania, nagrywania i odnotowywania zaobserwowanych ptaków, wypożyczalnie rowerów (możliwość odbycia wycieczki ornitologicznej po wyznaczonych na tym terenie szlakach rowerowych). Wyposażenie w materiały tematyczne, w tym Kalendarz Ptaków Doliny Rzeki Pilicy, mapy terenu, przewodniki (do komercyjnego nabycia) punktów informacji turystycznej.

Klient – grupa docelowa:

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

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- szkół podstawowych, gimnazjalnych jak i ponadgimnazjalnych z terenu regionu 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 itp.;
- touroperatorów działających na terenie regionu, województwa łódzkiego, a także spoza województwa.

Zadania warunkujące sukces:

- wytyczenie, oznakowanie szlaku w terenie (ścieżki edukacyjno – dydaktycznej) oraz budowa niezbędnej infrastruktury w bezpośrednim sąsiedztwie rzeki Pilicy oraz rzeki Gać (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;
- rozwój zaplecza sanitarnego, gastronomicznego (opierającego się na lokalnych zasobach, z wykorzystanie produktów lokalnych) oraz noclegowego (miejsca biwakowe, oferta kwater prywatnych, gospodarstw agroturystycznych).

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy zawierającej lokalizacje wszystkich stanowisk obserwacyjnych wraz z przewodnikiem prezentującym występujące na tym terenie gatunki ptaków;
- opracowanie folderów / katalogu pakietów wycieczek ornitologicznych;
- zamieszczenie informacji o ofercie na portalach turystycznych regionu łódzkiego oraz zmieszczenie linków kierujących do oferty w zakresie turystyki ornitologicznej na uznanych stronach branżowych (np. www.ptaki.info);
- ujęcie obszaru Dolina Rzeki Pilicy na Ptasiej Mapie Polski.

„Wieeelka ryba”– oferta turystyki wędkarskiej (turystyki kwalifikowanej).

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	**Walory uzupełniające**
Zalew Sulejowski i najlepsze łowisko sandacza w środkowej Polsce. Rzeka Pilica atrakcyjne miejsce do wędkowania gdzie można spotkać m.in. płocie, leszcze, karpie, szczupaki czy okonie. W niewielkiej odległości można wędkować w rzece i zbiorniku wodnym, łowić ryby na spławik, grunt, spinning, czy wędkarstwo muchowe.	– walory krajobrazowe – niewielkie przekształcenie doliny, meandrująca rzeka z szeroką doliną i starorzeczami; – obszar wchodzący w skład Zespołu Nadpilicznych Parków Krajobrazowych; – obszary Natura 2000 obejmujące miejsca bytowania ptactwa, w tym miejsca siedliskowe zapewniające spokój.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Nurtem wiodącym dla tego produktu turystycznego będzie wędkowanie, popularna forma

bezpośredniego obcowania z przyrodą, przyjemnością bycia w środowisku naturalnym, spędzaniem czasu wolnego. Wędkowanie to także dla wielu jego animatorów dyscyplina sportowa (m.in. branie czynnego udziału w zawodach, staranie się o medalową rybę, etc).

W takim ujęciu możliwe formy komercjalizacji produktu to:

- oferta wędkowania indywidualnego i w towarzystwie – rzeka Pilica i Zalew Sulejowski (jako odmienne miejsca do łowienia ryb),
- wczasy wędkarskie z rodziną,
- grupowe wyprawy wędkarskie z przewodnikiem,
- organizacja cyklicznych zawodów wędkarskich o randze minimum regionalnej.
- opracowanie i wydanie Przewodnika Pilickiego Wędkarza opisującego możliwości wędkowania w rzece Pilicy oraz w Zalewie Sulejowskim.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną opierającą się na wykorzystaniu i promocji produktów lokalnych, tradycyjnych, zdrowa żywność.
- Baza noclegowa w oparciu o zlokalizowane na terenie gmin obiekty noclegowe i gospodarstwa agroturystyczne. Ważnym kierunkiem będzie rozbudowa bazy noclegowej agroturystycznej specjalizującej się w ofercie dla wędkarzy.
- Baza towarzysząca – wypożyczalnia sprzętu do wędkowania, specjalistyczny sklep(-y) ze sprzętem do uprawiania wędkarstwa, wypożyczalnie rowerów (możliwość dojechania do miejsca łowienia). Wyposażenie w materiały tematyczne, w tym Przewodnik Pilickiego Wędkarza, mapy terenu (do komercyjnego nabycia) punktów informacji turystycznej.

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni, małe grupy przyjaciół – pasjonaci wędkowania;
- rodziny z dziećmi w różnym wieku;

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- wyspecjalizowanych organizacji zajmujących się zrzeszaniem i dostarczaniem informacji miłośnikom wędkowania, w tym portale internetowe poświęcone tej pasji / temu sportowi;
- touroperatorów działających na terenie regionu, województwa łódzkiego, a także spoza województwa.

Zadania warunkujące sukces:

- wytyczenie i oznakowanie łowisk zarówno na brzegach rzeki Pilicy jak i Zalewie Sulejowskim;
- przygotowanie bezpiecznych, wygodnych wytyczonych w terenie i oznakowanych miejsc parkingowych pozwalających na dojazd w pobliże łowisk;
- rozwój zaplecza sanitarnego, gastronomicznego (opierającego się na lokalnych zasobach, z wykorzystanie produktów lokalnych) oraz noclegowego (miejsca biwakowe, oferta kwater prywatnych / gospodarstw agroturystycznych wyspecjalizowanych

w ofercie dla wędkarzy).

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy łowisk na rzece Pilicy i Zalewie Sulejowskim wraz ze stosownym opisem / informacją przedstawiającą charakterystykę łowiska– mapa w skali nie większej jak 1:25000;
- opracowanie folderu katalogu grupowych wycieczek z przewodnikiem;
- zamieszczenie informacji o ofercie na portalach turystycznych regionu łódzkiego oraz zmieszczenie linków kierujących do oferty w zakresie turystyki wędkarskiej na uznanych stronach branżowych.

„Spłyń leniwie tratwą po Pilicy" – oferta turystyki rekreacyjnej.

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	**Walory uzupełniające**
Możliwość podziwiana rzeki Pilicy oraz terenów nabrzeżnych (cechujących się wysokimi walorami krajobrazowymi), bezpośrednio z wody, w sposób bezpieczny i bez wysiłkowy.	– Skansen Rzeki Pilicy i możliwość zwiedzenia unikatowego muzeum poświęconego rzece, – Rezerwat Niebieskie Źródła unikatowa atrakcja przyrodnicza (również związana z wodą) warta poznania.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Głównym założeniem produktu jest poszerzenie oferty turystycznej związanej wprost z rzeka Pilicą o możliwość spływania tratwami płaskodennymi (propozycja trasy: Smardzewice do Niebieskich Źródeł / Tomaszów Mazowiecki). Pozwoli to na zróżnicowanie oferty turystycznej, co do rodzaju oferowanej atrakcji, ale także co do grup odbiorców. Dodatkowo pozwoli na pokazanie możliwości spławnych rzeki Pilicy. Ofercie spływu powinna towarzyszyć wizyta w Skansenie Rzeki Pilicy jako naturalne dopełnienie treści wycieczki / propozycji turystycznej oraz odwiedzenie Rezerwatu Niebieskie Źródła.

W takim ujęciu możliwe formy komercjalizacji produktu to:

- spływ tratwami płaskodennymi po rzece Pilicy (element wycieczki krajoznawczej, pejzaż nadpilicki) połączony ze zwiedzaniem Skansenu Rzeki Pilicy (poznanie historii rzeki i działalności człowieka w symbiozie z rzeką – dziedzictwo kulturowe, tradycje lokalne) i opcjonalnie Rezerwatem Niebieskie Źródła (poznawanie walorów przyrodniczych);
- możliwe spływy weekendowe, lub całotygodniowe w okresie wakacyjnym.

Uzupełniające komponenty produktu:

- oferta Skansenu Rzeki Pilicy;
- zorganizowanie plaży nad rzeką Pilicą (lokalizacja – zakończenie spływu tratwami) pozwalającej na leniwe plażowanie, piknikowanie. Zagospodarowanie plaży: wytyczenie i przygotowanie przestrzeni plażowej (fragment trawiasty i fragment piaszczysty),

oznakowanie przestrzeni plaży, wytyczenie miejsc do biesiadowania (stoły, ławy, wiaty, zaaranżowana przestrzeń do grillowania, wytyczenie boiska do piłki plażowej z nawierzchnią piaszczystą, aranżacja placu zabaw dla dzieci.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych. Warto także rozważyć poszerzenie oferty gastronomicznej o kuchnie o wyższym standardzie, oferujące m.in. zdrowe posiłki dla dzieci w miejscach do tego zaaranżowanych – zaplecze spełniające także wysokie wymagania klientów np. restauracje oferujące w menu potrawy z kuchni świata, fusion, ale i kuchni regionalnej, oferta dobrych win i jakościowych alkoholi, kawiarnie.
- Zaplecze noclegowe w postaci: obiekty o wysokich standardach jakościowych (hotele, pensjonaty), kwatery prywatne, gospodarstwa agroturystyczne.
- Usługi w zakresie transportu uczestników spływów po Pilicy, na miejsce rozpoczęcia rejsu/spływu i do miejsca zaparkowania samochodów.

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni i grupowi zainteresowani obcowaniem z przyrodą w sposób spokojny, relaksacyjny, wypoczynkowy;
- turysta biznesowy i konferencyjny (przebywający np. w Tomaszowie Mazowieckim czy Spale);
- wycieczki szkolne;
- rodziny z dziećmi.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie gmin Doliny Rzeki Pilicy, a także działających na terenie regionu łódzkiego;
- podmiotów specjalizujących się w organizacji spływów wodnych;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także kraju;

Zadania warunkujące sukces:

- rozwój infrastruktury dla turystyki wodnej wyposażonej w bezpieczne węzły sanitarne oraz (opcjonalnie) zaplecze gastronomiczne, w tym: przystani flisackich (2 sztuki) umożliwiających wodowanie tratw oraz bezpieczny i komfortowy początek i zakończenie spływu dla uczestników;
- wytyczenie szlaku spływu tratw po rzece Pilicy oraz jego oznakowania – kluczowym jest oznakowanie prowadzące do miejsc parkingowych dla samochodów, przystani flisackich;
- budowa niezbędnej infrastruktury – miejsca postojowe dla samochodów uczestników spływu, w tym parkowanie busów i autokarów (wycieczki szkolne).

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie ulotki informacyjnej prezentującej produkt turystyczny ze szczegółowym opisem trasy, atrakcjami, etc.
- zamieszczenie informacji o ofercie spływów na portalach turystycznych regionu.

Zalew Sulejowski na sportowo czyli sport i rekreacja w oparciu o jeden z największych zbiorników wodnych w centralnej Polsce

„Aktywnie na wodzie" – oferta turystyki aktywnej (kwalifikowanej): żeglarstwo, windsurfing, kajakarstwo, pływanie długodystansowe.

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	Walory uzupełniające
Produkty turystyczny koncentruje się wprost na Zalewie Sulejowskim, zbiorniku retencyjnym o powierzchni 2700 ha, maksymalnej długości ponad 17 km i szerokości nawet do 3 km. Dodatkowo walory krajobrazowe, znajdujące się w bezpośrednim sąsiedztwie lustra wody, uatrakcyjniają ofertę.	– walory przyrodnicze wynikające z pięknego krajobrazu wokół zbiornika wodnego.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału Zalewu Sulejowskiego do rozwoju aktywnej turystyki wodnej: żeglarstwa, windsurfingu, kajakarstwa czy pływania długodystansowego. Opcjonalnie można rozważyć także ofertę kitesurfingu.

Propozycje warte rozważenia to:

Aktywna turystyka wodna (żaglówki, surfing, kajaki, pontony,) – budowa i modernizacja marin (infrastruktura + dojazdy + parkingi):

- Smardzewice („Maruś");
- Smardzewice – Molo;
- Tresta;
- Karolinów;
- Zarzęcin;
- Bronisławów – Łysy;
- Barkowice;
- Barkowice Mokre.

Dla kogo: turysta kwalifikowany – żeglarz, kajakarz, windsurfer oraz osoby chcące uczyć się sportów wodnych, młodzież.
Podmioty odpowiedzialne: JST (infrastruktura dojazdowa, mała infrastruktura), podmioty gospodarcze.
Szkółki sportów wodnych (np. windsurfing, żeglarstwo).

Dla kogo: młodzież, klient biznesowy, kursy/szkolenia „szyte na miarę".

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze, stowarzyszenia i kluby sportowe.

Regaty (żeglarskie, windsurfingowe) – profesjonalnie zorganizowane, cykliczne imprezy – wykreowanie ich jako wydarzeń markowych (np. o puchar Prezydenta Tomaszowa Mazowieckiego).

Dla kogo: sportowcy profesjonaliści, amatorzy, dzieci i młodzież.

Podmioty odpowiedzialne: na początku JST oraz kluby sportowe, po wykreowaniu rozpoznawalnej marki - przedsiębiorcy (docelowo).

Pływanie długodystansowe – oferta dla amatorów pływania w akwenach otwartych, osób uprawiających rekreacyjnie i sportowo np. triatlon. Konieczność wydzielenie toru wodnego dla odseparowania ruchu żaglowego od pływających (możliwe jedynie po całkowitym oczyszczeniu Zalewu Sulejowskiego).

Dla kogo: amatorzy pływania, osoby aktywne.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze, stowarzyszenia i kluby sportowe.

Zalew zimą czyli oferta bojerowa. Propozycja wysoce uzależniona od warunków pogodowych.

Dla kogo: turysta kwalifikowany – żeglarz.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze, stowarzyszenia i kluby sportowe, JST.

„Morsy w zalewie” – ogólnopolski zlot morsów zorganizowany nad Zalewem Sulejowskim (na bazie doświadczeń Tresta Mors Piknik).

Dla kogo: kluby morsów.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze.

Czy Wikingowie dotarli aż do Doliny Pilicy? Oferta wodnych atrakcji dla dzieci w oparciu o stylizowany sprzęt pływający.

Dla kogo: rodziny z dziećmi.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- 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 / wodowania lub wyznaczonych miejsc biwakowych (stanic wodnych).
- Budowa i modernizacja marin (infrastruktura + dojazdy + parkingi): Smardzewice („Maruś”), Smardzewice – Molo, Tresta, Karolinów, Zarzęcin, Bronisławów – Łysy, Barkowice, Barkowice Mokre.
- Wytyczone bezpiecznych miejsca do cumowania z możliwością grillowania / piknikowania z możliwością wyrzucenia segregowanych śmieci.
- Wypożyczalnie sprzętu żeglarskiego, windsurfingowego, kajakowego oraz wspomagającego pływanie długodystansowe (pianki pływackie, płetwy, etc.).

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni i grupowi;

- rodziny z dziećmi;
- dzieci i młodzież w wieku szkolnym.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- punktów informacji turystycznej zlokalizowanych na terenie regionu łódzkiego oraz Mazowsza (głównie Warszawa), a także działających na terenie kraju;
- podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez sportowo – rekreacyjnych na wodzie;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa.

Zadania warunkujące sukces:

- działania infrastrukturalne związane z przywróceniem czystości w Zalewie Sulejowskim (program kanalizacji ściekowej oraz tzw. opaski wokół zbiornika, programy edukacji ekologicznej dla rolników z obszaru zlewni rzeki Pilicy oraz Zalewu Sulejowskiego);
- budowa niezbędnej infrastruktury mariny, stanice wodne, miejsca cumowania z zapleczem sanitarne, gastronomiczne, miejsca biwakowe, miejsca parkingowe dla samochodów;
- rozwój ekologicznych węzłów sanitarnych w miejscach cumowania oraz systemu segregacji odpadów.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie przewodnika, z mapą w skali zalecanej 1: 10000, zawierającego dokładny opis Zalewu Sulejowskiego wraz z lokalizacją obiektów / infrastruktury ułatwiającej turystykę wodną z zaznaczeniem dostępnej bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej;
- zamieszczenie informacji o ofercie akwenu na portalach turystycznych regionu / odświeżenie treści jakie znajdują się na tych portalach m.in. ze wskazaniem możliwości jakie daje nowa propozycja turystyki wodnej;
- stała promocja w prasie branżowej i na portalach poświęconych żeglarstwu, windsurfinfowi, kajakarstwu, triatlonowi.

„Aktywnie na wodzie i lądzie czyli Zalew Sulejowski otwarty na triatlonistów" – oferta turystyki aktywnej (kwalifikowanej): sport / rekreacja – triatlon.	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Produkty turystyczny koncentruje się na Zalewie Sulejowskim, zbiorniku wodnym oraz bezpośrednim jego sąsiedztwie – terenach odpowiednich do uprawiania zarówno biegania jak i jazdy na rowerze terenowym.	**Walory uzupełniające** – walory przyrodnicze wynikające z pięknego krajobrazu wokół zbiornika wodnego.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału Zalewu Sulejowskiego dla rozwoju aktywnej rekreacji – uprawiania triatlonu. Triatlon to wszechstronna dyscyplina sportowa, coraz bardziej powszechna wśród amatorów, będąca kombinacją pływania, kolarstwa i biegania. Zawodnik kolejno płynie, jedzie na rowerze i biegnie.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Organizacja corocznych zawodów triatlonowych, o randze ogólnopolskiej, w oparciu o potencjał zbiornika wodnego i terenów z nim sąsiadujących.

Wytyczenie i opisanie trasy treningowej, triatlonowej na akwenie wodnym oraz terenach mu przyległych z zachowaniem zasad istotnych dla tej dyscypliny – długości tras poszczególnych odcinków. Triathlon bowiem rozgrywany jest na różnych dystansach:

- Super Sprinterski: 0,6 km pływania / 15 km jazdy rowerem / 3 km biegu
- Sprinterski: 0,75 km pływania / 20 km jazdy rowerem / 5 km biegu
- Olimpijski (standard): 1,5 km pływania / 40 km jazdy rowerem / 10 km biegu
- Dystans długi: 3 km pływania / 80 km jazdy rowerem / 20 km biegu
- International Triathlon Union (ITU) – długi dystans: 4 km pływania / 130 km jazdy rowerem / 30 km biegu
- Half-Ironman (Ironman 70.3): 1,9 km pływania / 90 km jazdy rowerem / 21 km biegu
- Ironman: 3,8 km pływania / 180 km jazdy rowerem / 42 km biegu
- Iron: dystanse zbliżone do Ironman
- Ultraman Triathlon: 10 km pływania / 421 km jazdy rowerem / 84 km biegu.

Analizując możliwości terenowe warto rozpatrywać warianty sprinterskie oraz olimpijski.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, ale także kuchnia o wyższym standardzie.
- Zaplecze noclegowe, najlepiej dysponujące bazą relaksacyjną (spa / odnowa biologiczna).

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni, aktywni, najczęściej z dużych miasta.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez sportowo – rekreacyjnych na wodzie i lądzie;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

Zadania warunkujące sukces:

- działania infrastrukturalne związane z przywróceniem czystości w Zalewie Sulejowskim (program kanalizacji ściekowej oraz tzw. opaski wokół zbiornika, programy edukacji

ekologicznej dla rolników z obszaru zlewni rzeki Pilicy oraz Zalewu Sulejowskiego);
- budowa niezbędnej infrastruktury miejsca parkingowe dla samochodów.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy w skali zalecanej 1: 25000, zawierającego dokładny opis propozycji przebiegu tras triatlonowych, z zaznaczeniem bezpiecznych parkingów dla samochodów, miejsc gastronomicznych oraz noclegowych;
- zamieszczenie informacji o ofercie na portalach branżowych skierowanych do osób aktywnych oraz stała promocja w prasie branżowej i na portalach poświęconych żeglarstwu, windsurfingowi, kajakarstwu, triatlonowi.

„Aktywnie na lądzie czyli biegiem i rowerem wokół Zalewu Sulejowskiego" – oferta turystyki aktywnej (kwalifikowanej): sport / rekreacja – bieganie, rowery terenowe.

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	Walory uzupełniające
Produkty turystyczny koncentruje się na terenach zlokalizowanym wokół Zalewu Sulejowskiego, odpowiednich do uprawiania zarówno biegania jak i jazdy na rowerze terenowym w otoczeniu lasów sosnowych z domieszką świerku, brzozy czy dębu. Pomimo że Zalew Sulejowski nie jest bezpośrednio eksplorowanym, to pozostaje jednak dominantą tego produktu, gdyż wyznacza pewne ramy aktywności, jest celem rekreacyjno – sportowej aktywności (bieg wokół zalewu, jazda na rowerze wokół zalewu).	– walory przyrodnicze wynikające z pięknego krajobrazu wokół zbiornika wodnego.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału okolic Zalewu Sulejowskiego dla rozwoju aktywnej rekreacji na świeżym powietrzu – biegania oraz jazdy na rowerze.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Organizacja corocznych zawodów biegowych – np. Bieg wokół Zalewu Sulejowskiego, czy półmaraton wokół Zalewu Sulejowskiego, o randze minimum regionalnej, w oparciu o potencjał terenów sąsiadujących ze zbiornikiem wodnym.

Organizacja corocznych zawodów rowerowych – np. Rowerem wokół Zalewu Sulejowskiego, o randze minimum regionalnej, w oparciu o potencjał terenów sąsiadujących ze zbiornikiem wodnym. Warto starać się o realizację imprezy wpisanej w kalendarz corocznych, ogólnopolskich imprez rowerowych organizowanych np. pod patronatem Skandia (przez Czesława Langa). To

przykłady świetnych imprez skupiających wokół siebie amatorów rowerów z całej Polski.

Wytyczenie tras biegowych wokół Zalewu Sulejowskiego – o charakterze pętli, z infrastrukturą w miejscu startu (parkingi dla samochodów biegaczy).

Wytyczenie tras rowerowych wokół Zalewu Sulejowskiego – o charakterze pętli, z infrastrukturą w miejscy startu (parkingi dla samochodów biegaczy). Ważne, aby trasy te miały różną długość i były dostosowane do rekreacji zarówno rodzin z małymi dziećmi (trasa do 6 km – dzieci w wieku przedszkolnym), rodzin z dziećmi starszymi (trasa ok. 15 km), dorosłych amatorów jazdy na rowerach terenowych (warto zagwarantować trasy o długości ok. 20 - 25 km, ok. 30 – 35 km oraz propozycję sięgająca ok. 50 km).

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, ale także kuchnia o wyższym standardzie.
- Zaplecze noclegowe najlepiej dysponujące bazą relaksacyjną (spa / odnowa biologiczna).

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni;
- grupy przyjaciół (głównie dla oferty rowerowej);
- rodziny z dziećmi (głównie dla oferty rowerowej).

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez sportowo – rekreacyjnych;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

Zadania warunkujące sukces:

- działania infrastrukturalne dotyczące wyznaczenie w terenie i oznakowania tras biegowych i rowerowych – poza drogami z ruchem kołowym, czyli w oparciu o ścieżki, drogi nieutwardzone, etc.;
- budowa niezbędnej infrastruktury, miejsca parkingowe dla samochodów.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy w skali zalecanej 1: 25000, zawierającego dokładny opis propozycji przebiegu tras, z zaznaczeniem bezpiecznych parkingów dla samochodów, miejsc gastronomicznych oraz noclegowych;
- zamieszczenie informacji o ofercie na portalach branżowych skierowanych do osób aktywnych (portale rowerowe i biegowe) oraz stała promocja w prasie branżowej i na portalach branżowych.

„Plażing sulejowski / relaks nad Zalewem Sulejowskim" – oferta turystyki

rekreacyjnej.	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Produkty turystyczny koncentruje się na walorze przyrodniczym jakim jest woda / zbiornik wodny w otoczeniu terenów interesujących krajobrazowo, lasów, łąk. Produkt oferuje pełen relaks po aktywnościach albo zamiast nich. To propozycja pozwalająca na uspokojenie ciała i umysłu, odreagowanie, „ostudzenie mięśni", okiełznanie emocji – po prostu poleniuchowanie nad wodą, w cieniu sosny, czyli plażowanie.	**Walory uzupełniające** – walory przyrodnicze wynikające z pięknego krajobrazu wokół zbiornika wodnego.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt opiera się na wykorzystaniu potencjału akwenu wodnego i bezpośrednich jego okolic dla rekreacji i wypoczynku na świeżym powietrzu – plażowania.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Modernizacja systemu kąpielisk dostępnych wokół Zalewu Sulejowskiego (teren gmin Tomaszów Mazowiecki (plaże przy hotelu Molo, Tresta, Karolinów, Borki), Wolbórz, Mniszków, Sulejów) – zogniskowanie ruchu turystycznego na wyznaczonych kąpieliskach, zagospodarowanie brzegów zbiornika.

Organizacja plaż polegająca na (uwaga: wskazany jest minimalny zakres inwestycji na każdej z plaż tak aby oferta ta spełniała standardy jakościowe nowoczesnej rekreacji): wytyczeniu i przygotowaniu przestrzeni do plażowania o nawierzchni trawiastej i piaszczystej, wyznaczenie strefy kąpielowej strzeżonej na zbiorniku wodnym, wprowadzenie nadzoru ratowniczego nad kąpiącymi się, zagospodarowanie przestrzeni dla sportów wodnych – wypożyczalnia rowerów wodnych, kajaków, aranżacja przestrzeni do biesiadowania / grillowania (przygotowanie stołów, ław, miejsca grillowego oraz umożliwienie na realizację w pobliżu, w sposób skoordynowany z całą inwestycja plaży, realizację usług małej gastronomii). Ponadto przygotowanie przestrzeni sportowo – rekreacyjnej minimum z boiskiem do piłki plażowej o nawierzchni piaszczystej. Aranżacja placu zabaw dla dzieci. Ponadto przygotowanie węzła sanitarnego wyposażonego w toalety, prysznice zewnętrzne, miejsce do segregacji śmieci. Wytyczenie i oznakowanie parkingu dla samochodów plażowiczów. Oznakowanie (jednolite dla wszystkich plaż nad Zalewem Sulejowskim) plaży poprzez umieszczenie tablicy informacyjnej terenowej ze schematem plaży, jej nazwą, możliwe że jakąś ciekawostką lokalną oraz oznakowanie (również w sposób zintegrowany) dojazdu do plaży z głównych ośrodków miejskich / gminnych obszaru.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

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

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni;
- grupy przyjaciół;
- rodziny z dziećmi;
- młodzież szkolona.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

Zadania warunkujące sukces:

- działania infrastrukturalne dotyczące aranżacji infrastrukturalnej plaż,
- aranżacja transportu publicznego do potrzeb plażowiczów,
- współpraca gmin: Tomaszów Mazowiecki, Wolbórz, Mniszków, Sulejów oraz RZGW, Lasów Państwowych, Sulejowskiego Parku Krajobrazowego – współpraca w ramach wyznaczania miejsc do plażowania.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy w skali maksymalnie 1: 25000 lub folderu z ryciną obrazująca Zalew Sulejowski, zawierającą opis wszystkich plaż zalewów wraz z ich lokalizacją i możliwościami dojazdu.

„Zalew Sulejowski – centrum konferencyjno – szkoleniowe z elementami aktywnej turystyki"– oferta turystyki biznesowej (kongresowej / szkoleniowej).

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	**Walory uzupełniające**
Produkty turystyczny koncentruje się na Zalewie Sulejowskim, zbiorniku wodnym oraz bezpośrednim jego sąsiedztwie – terenach odpowiednich do uprawiania zarówno biegania jak i jazdy na rowerze terenowym. Dodatkowo w okolicach zbiornika wodnego istnieje infrastruktura (zaplecze hotelowe), umożliwiających realizację imprez o charakterze biznesowym – konferencji, seminariów, szkoleń.	– walory przyrodnicze wynikające z pięknego krajobrazu wokół zbiornika wodnego.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt turystyczny ma na celu udostępnienie przestrzeni konferencyjno – szkoleniowych w obiektach hotelowych znajdujących się przy Zalewie Sulejowskim wraz z ofertą dodatkową, umożliwiające uprawianie aktywnego wypoczynku.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Zalew Sulejowski – centrum konferencyjno – biznesowe – całoroczna oferta skierowana do grup szkoleniowych, konferencyjnych, podmiotów gospodarczych organizujących imprezy firmowe, bazująca na rozbudowanym zapleczu noclegowym (Molo, Magellan, Podklasztorze, Kruk, LOS).

Dla kogo: grupy biznesowe.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze – właściciele ośrodków, stowarzyszenia i kluby sportowe.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

- Baza towarzysząca w przestrzeni Zalewu Sulejowskiego – zagospodarowane tereny zielone, terenowe ścieżki zdrowia, etc.

Klient – grupa docelowa:

- Grupy biznesowe.

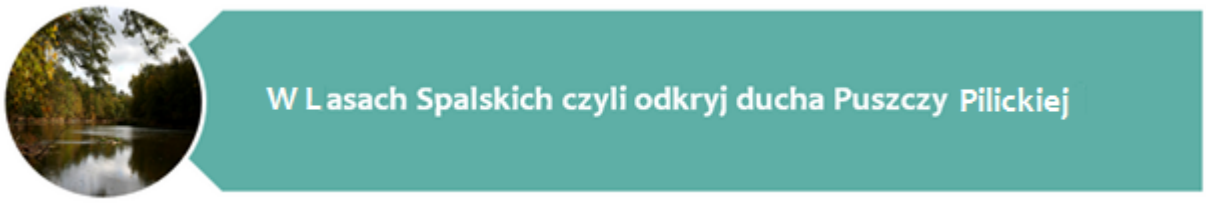
Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;
- działów HR organizujących szkolenia / konferencje,
- branżowych zrzeszeń trenerów i konsultantów, firm szkoleniowych.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie materiału informacyjnego (w wersji on-line) prezentującego zintegrowane możliwości w zakresie organizacji wydarzeń konferencyjnych, szkoleniowych.



Wędruj pieszo, rowerem lub konno po Lasach Spalskich" – oferta turystyki aktywnej (kwalifikowanej).

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	**Walory uzupełniające**
Produkty turystyczny koncentruje się wokół waloru przyrodniczego jakim jest kompleks leśny zwany Lasami Spalskimi składający się na Puszczę Pilicką. Lasy w rejonie Tomaszowa Mazowieckiego, zajmują około 50 tysięcy ha. Należą one do najbardziej znanych atrakcji leśnych w środkowej części Polski.	– walory przyrodnicze wynikające z fauny zamieszkującej Lasy Spalskie, – walory bioklimatyczne kompleksu leśnego, – historia Lasów Spalskich od czasów piastowskich po okres II Rzeczpospolitej nierozerwalnie związana z łowiectwem, polowaniami czyli walor poza przyrodniczy w postaci opowieści, historii prawdziwych i legend odnoszących się do tego obszaru

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Opracowanie i wytyczenie w terenie, wraz ze stosownym oznakowaniem, sieci szlaków pieszych oraz rowerowych pozwalających na pełną, bezpieczną, ale także ciekawą eksplorację kompleksu leśnego. Istotą działań jest przygotowanie kompleksowego planu pokrycia Lasów Spalskich ze zintegrowaną siecią szlaków z uwzględnieniem już istniejących, wytyczonych i oznakowanych w terenie szlaków (pieszych, rowerowych, konnych). Sieć ta musi zapewnić możliwość przeprowadzenia wycieczek przebiegających „po pętli" – start i zakończenie w tym samym miejscu (miejsce węzłowe, zapewniające: parking dla samochodów, możliwość zostawienia posegregowanych śmieci, informacje – tablice terenowe z mapami szlaków i propozycjami wycieczek). Ponadto musi być dostosowana do różnych grup odbiorców. Standardem jest propozycja zawierająca: trasę pieszą dla rodzin z dziećmi małymi wózkach (zwykle ok. 3 – 5 km o nawierzchni możliwie utwardzonej), trasę tzw. familijną / rodzinną (zwykle ok. 5 – 10 km wzbogaconą o liczne miejsca postojowe – ławy, stoły, ale także terenowe place zabaw, tory przeszkód, etc.), trasy do nordic walking (często te same co piesze jednakże z własnym oznakowaniem w terenie, charakteryzujące się np. większymi deniwelacjami – większa skala trudności), trasy rowerowe (także odpowiednio dobrane – rodzinne od krótkich ok. 6 km przez nieco dłuższe do 15 km oraz trasy dla dorosłych – optymalnie ok. 20 – 25 km, 30 – 35 km oraz dłuższe 45 – 50 km całodzienne). Lasy Spalskie to również tereny, przez które przebiega Łódzki Szlak Konny – warto także go eksponować.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Nordic walking po szlakach leśnych – zróżnicowane długości tras dostosowane do różnych możliwości turystów) np.:

- Tomaszów – Nagórzyce – Zapora – Tomaszów (Pilica);
- Ośrodek Hodowli Żubra – Smardzewice – Tomaszówek;
- Tomaszówek – Spała;
- Skansen – Niebieskie Źródła – Male Groty – Biała Góra – Smardzewice – Wąwał – Tomaszów.

Dla rozwoju produktu istotne jest: zapewnienie odpowiedniej infrastruktury rekreacyjnej (terenowa ścieżka zdrowia) w ramach szlaku oraz wypoczynkowej (ławki, wiaty). Standardem jest także opracowanie i upowszechnienie aplikacji mobilnej wskazującej możliwe trasy, włączenie w ogólnopolską sieć tras nordic walking.

Dla kogo: dla wszystkich grup wiekowych, w tym rodziny, seniorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST + Lasy Państwowe + LGD.

Wytyczenie nowych szlaków pieszo – rowerowych na terenach leśnych:

- Skansen – Spała – Ciebłowice – Skansen;
- Szlak wokół Zalewu Sulejowskiego;
- Spała – Brzustów – Inowłódz –Królowa Wola – Spała (ok.20 km);
- Gaszek – Restauracja Sandacz;
- Inowłódz – Żądłowice – Łęg – Mysiakowiec – Kozłowiec – Fryszerka – Inowłódz;
- Spała – Konewka – rzeka – Gać – jeziora Szczurek – bunkry Konewka – Spała.

Dla rozwoju produktu istotne jest: zapewnienie odpowiedniej infrastruktury wypoczynkowej (ławki, wiaty).

Dla kogo: wszystkie grupy wiekowe.

Podmioty odpowiedzialne: JST + Lasy Państwowe + LGD.

Szlak Św. Idziego w Lasach Spalskich – z Inowłodza przez Brzustów i Dąbrowę do Ośrodka Hodowli Żubrów w Smardzewicach.

Dla kogo: wszystkie grupy wiekowe.

Podmioty odpowiedzialne: JST + Lasy Państwowe + LGD.

Turystyka konna – *propagowanie tej formy rekreacji w oparciu o istniejące szlaki konne.*

Dla kogo: pasjonaci turystyki konnej.

Podmioty odpowiedzialne: JST + podmioty prywatne.

Imprezy sportowe zogniskowane wokół lasów i ich walorów – np. turniej nordic walking/weekendowy tour nordic walking, biegi na orientację.

Dla kogo: dla wszystkich grup wiekowych, amatorzy, pasjonaci, seniorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST + Lasy Państwowe + Centralny Ośrodek Sportu + kluby sportowe + podmioty gospodarcze.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, ale także kuchnia o wyższym

standardzie.
- Zaplecze noclegowe w oparciu o lokalną bazę noclegową o różnym standardzie.

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni weekendowi oraz wczasowicze.
- grupy przyjaciół.
- seniorzy.
- rodziny z dziećmi.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez sportowo – rekreacyjnych;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

Zadania warunkujące sukces:

- działania infrastrukturalne dotyczące wyznaczenia w terenie i oznakowania tras pieszych i rowerowych – poza drogami z ruchem kołowym, czyli w oparciu o ścieżki, drogi nieutwardzone etc.;
- infrastruktura rekreacyjno-wypoczynkowa – ławki, wiaty, terenowe ścieżki zdrowia, tory przeszkód dla dzieci;
- budowa niezbędnej infrastruktury miejsc węzłowych zapewniających: parking dla samochodów, możliwość zostawienia posegregowanych śmieci, informacje – tablice terenowe z mapami szlaków i propozycjami wycieczek.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy w skali zalecanej 1: 25000, zawierającego dokładny opis propozycji przebiegu tras, z zaznaczeniem miejsc węzłowych oraz miejsc gdzie znajduje się oferta gastronomiczna oraz noclegowa;
- zamieszczenie informacji o ofercie na portalach branżowych skierowanych do osób dbających o zdrowie, aktywny styl życia, seniorów.

„Poznaj Puszczę – oferta edukacyjna Lasów Spalskich" – oferta turystyki ekologicznej.

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	Walory uzupełniające
Produkty turystyczny koncentruje się wokół waloru przyrodniczego jakim jest kompleks leśny zwany Lasami Spalskimi składający się na Puszczę Pilicką. Lasy w rejonie Tomaszowa Mazowieckiego, zajmują około 50 tysięcy ha. Należą one do najbardziej znanych atrakcji leśnych w środkowej części Polski. Dodatkowo	– walory przyrodnicze wynikające z fauny zamieszkującej Lasy Spalskie, – walory bioklimatyczne kompleksu leśnego.

historia Lasów Spalskich od czasów piastowskich po okres II Rzeczpospolitej nierozerwalnie związana jest z łowiectwem i ten aspekt również należy eksponować proponując fotograficzne łowy.	

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Opracowanie i wytyczenie w terenie, wraz ze stosownym oznakowaniem, sieci ścieżek edukacyjnych prezentujących różne aspekty życia lasu (faunę, florę, ale także ścieżka historyczna prezentująca, może nieco legendarnie, miejsca polowań polskich władców oraz carów Rosji). Ścieżki edukacyjne powinny być wyposażone w infrastrukturę ułatwiające poznanie, edukację ekologiczną – czyli np. terenowe tablice prezentujące poszczególne zagadnienia, stanowiska terenowe oznakowane i opisane służące zwróceniu uwagi odwiedzających na ciekawą formę np. geomorfologiczną terenu. Walory edukacyjne z pewnością wspierać będą ulotki opisujące ścieżki edukacyjne jakie będą dostępne dla turysty w punktach informacji turystycznej, na terenie obszaru. Przed przystąpieniem do wyznaczania ścieżek edukacyjnych istotne jest określenie zakresów tematycznych poszczególnych z nich, jak również wkomponowanie ich w sieć szlaków pieszych i tras rowerowych wytyczonych na terenie Lasów Spalskich, tak aby stanowiły one ciekawe ich uzupełnienie i wspólnie pozwalały na wzrost poziomu dostępności terenu dla turysty. Drugim elementem oferty jest prowadzenie edukacji ekologicznej na terenie kompleksu leśnego Lasy Spalskie.

Przykłady komercjalizacji oferty:

Edukacja leśna np. lekcje przyrody w terenie, przygotowanie ścieżek edukacyjnych oraz miejsc piknikowych/biwakowych, zwiedzanie/zajęcia/warsztaty organizowane w Domu Pamięci Walk i Męczeństwa Leśników i Drzewiarzy w Spale (poznawanie lasu).

Dla kogo: dzieci i młodzież szkolna - szkoły / wycieczki, lekcje w terenie, zielone szkoły.

Podmioty odpowiedzialne: Lasy Państwowe.

Żubry – Ośrodek Hodowli Żubra w Smardzewicach – konkurs na imię dla żubrzątka.

Dla kogo: wszyscy zainteresowani odwiedzający Ośrodek.

Podmioty odpowiedzialne: Ośrodek Hodowli Żubra + Lasy Państwowe.

Myślistwo i tradycje myśliwskie – organizacja imprezy ***Hubertus Spalski***. Wykorzystanie groty św. Huberta – obudowanie jej legendą oraz włączenie w system szlaków.

Dla kogo: myśliwi, osoby zainteresowane tematyką łowiecką ale także historią tego miejsca.

Podmioty odpowiedzialne: JST + podmioty prywatne.

Szlak św. Huberta/ Szlak carskich łowów (Smardzewice żubry – Spała – Grota ś. Huberta) – zogniskowany wokół tradycji i ceremoniałów myśliwskich, połączony z Hubertusem Spalskim (łowy – gonitwa za lisem, gra na rogu, degustacja dziczyzny) i obudowany działaniami edukacyjnymi (wykorzystanie w tym celu izb edukacyjnych Nadleśnictwa).

Dla kogo: myśliwi, dzieci i młodzież, inne zainteresowane grupy bez ograniczeń.

Podmioty odpowiedzialne: Lasy Państwowe, Polski Związek Łowiecki.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

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

Klient – grupa docelowa:

- młodzież szkolna;
- turyści indywidualni weekendowi oraz wczasowicze;
- grupy przyjaciół;
- seniorzy;
- rodziny z dziećmi.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez sportowo – rekreacyjnych;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa, głownie tych którzy sprzedają oferty wycieczek edukacyjnych dla szkół;

Zadania warunkujące sukces:

- działania infrastrukturalne dotyczące wyznaczenie w terenie i oznakowania ścieżek edukacyjnych wraz z niezbędną infrastruktura wspierającą cele edukacyjne (tablice informacyjne, etc.);
- infrastruktura rekreacyjno - wypoczynkowa – ławki, wiaty, terenowe ścieżki zdrowia, tory przeszkód dla dzieci;
- budowa niezbędnej infrastruktury, miejsc węzłowych zapewniających: parking dla samochodów, możliwość zostawienia posegregowanych śmieci, informację - tablice terenowe z mapami szlaków i propozycjami wycieczek – w tym też propozycją ścieżek edukacyjnych. Propozycja sieci parkingów przy głównych szlakach pieszych (początek/koniec szlaku): Karolinów, Groty, Spała przy moście, Moszów, Tomaszówek, lasy przed Bukowcem nad Pilicą, staw Szczurek (okolice rzeki Gać), kolonia Zawada – Tomaszów;
- uruchomienie sklepiku z pamiątkami przy Ośrodku Hodowli Żubrów w Smardzewicach;
- doposażenie szkółek (izb) edukacyjnych działających przy Nadleśnictwach;
- rozwój oferty gospodarstw agroturystycznych.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie mapy w skali zalecanej 1: 25000, zawierającego dokładny opis propozycji przebiegu tras, z zaznaczeniem miejsc węzłowych oraz miejsc gdzie znajduje się oferta gastronomiczna oraz noclegowa;
- zamieszczenie informacji o ofercie na portalach branżowych skierowanych do osób dbających o zdrowie, aktywny styl życia, seniorów.

„Wędrówki historyczne" – oferta turystyki historycznej (kwalifikowanej).	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Produkt turystyczny koncentruje się wokół walorów pozaprzyrodniczych – prezentuje historię obszaru Doliny Rzeki Pilicy.	**Walory uzupełniające** – walory krajobrazowe obszaru.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt turystyczny ma na celu przybliżenie turyście najważniejszych historycznych wydarzeń związanych z tym terenem. Istotą produktu jest wędrówka po terenie śladami historycznymi, pozwalająca dokonać rekonstrukcji dawnych wydarzeń, choćby tylko w wyobraźni turysty. To zestaw wędrówek pełnych przeżyć. Wędrujemy więc po terenie poznając historię związaną z bytnością carów rosyjskich na tych terenach, powracając m.in. do tradycji carskich łowów, ale także polowań Jagiellonów czy jeszcze wcześniej Piastów. W innej wędrówce przyglądamy się architekturze poprzemysłowej w Tomaszowie odtwarzając miniony charakter miasta. W kolejnej spotykamy się z okresem I i II Wojny Światowej; patrzymy na te wydarzenia zarówno polskimi oczami, jak też oczami okupanta.

Tych śladów historii poszukujemy poruszając się wyznaczonymi w terenie i oznakowanymi szlakami, ale także korzystamy z nowoczesnej, wysoce aktywizującej turystę, formuły odkrywania zagadkowych miejsc – questów. Quest – w turystyce – to rodzaj zadania z narracją prowadzącą przez zwiedzane miejsce. Quest nawiązuje wprost to podstawowego trendu jaki obecnie rysuje się w turystyce poznawczej na świecie – trendu przeżywania, pozwala mieć doznania, pozwala na doświadczanie. W ramach questu jako turyści toczymy rodzaj gry w danej przestrzeni. Wędrujemy z ulotka questową w ręku lub smartfonem gdzie mamy ściągniętą stosowną aplikację, i rozwiązujemy terenowe zadania i zagadki, które prowadza do celu – odkrycia prawdy historycznej, odszukania ukrytego skarbu, etc. Skarbem może być np. pieczęć jaką, w konkretnym miejscu, ktoś postawi nam na naszej ulotce, poświadczającej przejście całego questu. Aby zostać odkrywcą i zdobywcą skarbów wystarczy wydrukować ulotkę i wyruszyć na szlak. Zabawa jest dostępna całą dobę, przez siedem dni w tygodniu. To uczestnik zabawy sam decyduje kiedy podejmie wyzwanie. Ważnym założeniem dla questów jest przygotowanie ich w taki sposób, aby były one atrakcyjnie dopasowane do różnych grup odbiorców, przykładowo: turysty indywidualnego, zorganizowanego (wycieczki), rodzin z dziećmi, młodzieży w wieku szkolnym.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Szlak Wielkich Wojen – Szlak I wojny światowej pieszy/rowerowy/objazdowy/quest. Proponowany zarys trasy: Skansen Rzeki Pilicy – miejsca wielkich bitew Inowłódz, Rzeczyca, Tomaszów – cmentarze wojskowe Tomaszów, Inowłódz, Rzeczyca. W ramach produktu – pokazy lokalnych grup historycznych i rekonstrukcyjnych.

Szlak Wielkich Wojen – Szlak II wojny światowej pieszy/rowerowy/objazdowy/quest. Proponowany zarys trasy: Skansen rzeki Pilicy – Jeleń – Konewka – Spała (fundamenty Pałacu Mościckiego) – Tomaszów.

Dla kogo: pasjonaci historii, wycieczki szkolne.

Podmioty odpowiedzialne: Skansen, JST, lokalne grupy historyczne i rekonstrukcyjne, Lasy Państwowe.

Szlak Fortyfikacji Wojennych pieszy/quest. Proponowany zakres trasy: Skansen rzeki Pilicy, Muzeum, Jeleń bunkry, Konewka bunkry, Szaniec Hubala, Bunkry i okopy w Inowłodzu, Rzeczyca - linia obronna, bunkry.

Dla kogo: pasjonaci historii, wycieczki szkolne.

Podmioty odpowiedzialne: Skansen, JST, lokalne grupy historyczne i rekonstrukcyjne, Lasy Państwowe.

Wydarzenie – Noc w bunkrze (lub okopie) – forma gry terenowej połączonej z survivalem.

Dla kogo: grupy biznesowe (spotkania integracyjne, szkolenia itd.), starsza młodzież – obozy, zielone szkoły, harcerze, grupy historyczne.

Podmioty odpowiedzialne: grupy rekonstrukcyjne lub historyczne, inicjatywa prywatna.

Zamek w Inowłodzu – przedstawianie historii zamku, żywa historia średniowieczna, np. chata średniowieczna przed Zamkiem, w której mogłyby się odbywać inscenizacje, warsztaty rękodzielnicze (praca z wełną, drewnem, filcem) czy lekcja historii na dziedzińcu Zamku z możliwością skorzystania z wnętrz itp.

Pofabryczny Tomaszów – renowacja/utworzenie szlaku architektury poprzemysłowej – manufaktury, dwory fabrykantów, fabryki (szlak dziedzictwa postindustrialnego). Opracowanie questu.

Dla kogo: pasjonaci historii, wycieczki szkolne.

Podmioty odpowiedzialne: JST, lokalne organizacje turystyczne, kulturalne.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, ale także kuchnia o wyższym standardzie.
- Zaplecze noclegowe w oparciu o lokalną bazę noclegową o różnym standardzie.

Klient – grupa docelowa:

- Turyści indywidualni weekendowi oraz wczasowicze.
- Pasjonaci historii – członkowie grup rekonstrukcyjnych.
- Grupy przyjaciół.
- Seniorzy.
- Rodziny z dziećmi.
- Wycieczki szkolne.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez o charakterze historycznym;
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza

województwa;

Zadania warunkujące sukces:

- opracowanie kilku questów do eksploracji terenu wraz z systemem nagród dla zwycięzców,
- działania infrastrukturalne – wyznaczenie w terenie i oznakowania tras pieszych i rowerowych, wyposażonych w podstawową infrastrukturę ułatwiające turyście przebycie szlaku (ławki, stoły, wiaty),
- budowa niezbędnej infrastruktury miejsc węzłowych zapewniających: parking dla samochodów, możliwość zostawienia posegregowanych śmieci, informację – tablice terenowe z mapami szlaków i propozycjami wycieczek. Propozycja: Muzeum, centrum Tomaszowa, Inowłódz,
- opracowanie systemu jednolitych oznaczeń tras i obiektów historycznych,
- zorganizowanie miejsca na warsztaty dla rodzin z dziećmi (np. obok Zamku w Inowłodzu – chata rycerska, Skansen, Muzeum),
- bunkry – uwzględnienie technologii interaktywnych i multimedialnych celem uatrakcyjnienia miejsc (np. wirtualny przewodnik, hologramy, miejsce wpisujące się w charakter muzeum narracyjnego),
- kadra wykwalifikowanych przewodników potrafiących w sposób ciekawy opowiedzieć o dziedzictwie i tradycjach regionu.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie przewodnika / materiału informacyjnego oraz mapy w skali zalecanej 1:25000, zawierającego dokładny opis propozycji przebiegu tras, z zaznaczeniem miejsc węzłowych oraz miejsc gdzie znajduje się oferta gastronomiczna oraz noclegowa.

Dziedzictwo i tradycje czyli człowiek, historia i dzień dzisiejszy w Dolinie rzeki Pilicy

„Szlak otwartych kościołów" – oferta turystyki krajoznawczej oraz religijnej.	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Sieć zabytkowych kościołów czy przydrożnych kapliczek, rozsiana jest po całym terenie Doliny Rzeki Pilicy. Niektóre z nich, o wybitnych walorach architektonicznych, z bogatym wyposażeniem wnętrz, piękną historią, inne o wyjątkowym położeniu oraz pełnej rozpiętości stylów architektonicznych.	**Walory uzupełniające** – Walory kulturowe obszaru. – Atrakcyjność przyrodnicza obszaru.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt jest odpowiedzią na potrzeby turysty coraz bardziej wymagającego, oczekującego zapoznania się dokładnie z historią miejsca, które odwiedza. Utworzenie tzw. szlaku otwartych kościołów, które choć zabytkowe i o dużej wartości estetycznej, poza czasem nabożeństw pozostają zwykle niedostępne dla potencjalnych odwiedzających, jest wyjściem naprzeciw odwiedzającym obszar Doliny Rzeki Pilicy, oferując im taka atrakcję. To również oferta dla osób kierujących się w decyzjach turystycznych względami religijnymi.

Możliwe formy komercjalizacji oferty:

Szlak otwartych kościołów – kościoły otwarte w sezonie letnim od początku maja do września w wyznaczonych godzinach, dodatkowo w danym dniu tygodnia dyżur osoby gotowej do oprowadzenia turystów. Szlak może obejmować: Kościół św. Wacława w Twardej – Sanktuarium św. Anny w Smardzewicach – kościół św. Marcina (Białobrzegi) – kościół Ewangelicki – kościół św. Antoniego – kościół na ul. Spalskiej – kościółek w Spale – synagoga w Inowłodzu – kościół św. Idziego w Inowłodzu – kościół parafialny p.w. św. Michała Archanioła w Inowłodzu – kościół św. Rodziny w Poświętnem – kościół św. Anny w Studziannej – kościół św. Katarzyny w Rzeczycy. Szlak pieszy i rowerowy, oferta zwiedzania szlaku z przewodnikiem, możliwe dołączenie do szlaku również kapliczek przydrożnych.

Możliwe wyodrębnienie mniejszych szlaków, tematycznie połączonych – przykładowe propozycje:

Nocne zwiedzanie kościołów – oprowadzanie po kościołach po zmroku, w świetle pochodni/świec, opatrzone narracją odwołującą się do tajemniczych/legendarnych historii, ciekawostek z przeszłości, anegdot itp., zejście do podziemi. Wydarzenie może być organizowane w ramach „Nocy muzeów".

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.
- System wypożyczalni rowerów z możliwością pożyczenia roweru w jednej miejscowości i zwrotu w innej.
- Parkingi samochodowe w otoczeniu kościołów dostępne poza czasem nabożeństw.
- Usługa zorganizowanego transportu zbiorowego lub możliwość wynajmu busa do przewiezienia turystów między kościołami.

Klient – grupa docelowa:

- Turysta indywidualny i grupowy;
- Turysta – pielgrzym;
- Wycieczki szkolne – grupy dzieci i młodzieży.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- touroperatorów działających na terenie regionu łódzkiego, a także spoza województwa;
- parafii z terenu regionu i sąsiednich województw;
- szkół z terenu regionu.

Zadania warunkujące sukces:

- Opracowanie graficzne i instalacja jednakowych tablic informacyjnych w pobliżu zabytkowych kościołów informujących o podstawowych faktach z zakresu architektury, sztuki i kultu, ale także przywołujących charakterystyczne ciekawostki dla danego obiektu;
- Zabezpieczenie kościołów (monitoring, dyżury, systemy antywłamaniowe) na czas zwiedzania, kiedy kościoły będą dostępne dla turystów, a nie będą w nich sprawowane żadne obrzędy.
- Kadra wykwalifikowanych przewodników potrafiących w sposób ciekawy opowiedzieć o dziedzictwie i tradycjach regionu.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

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

„Folklor i lokalne tradycje”– oferta turystyki poznawczej (kwalifikowanej).	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Produkt turystyczny koncentruje się wokół walorów poza przyrodniczych – prezentuje lokalne tradycje i folklor Doliny Rzeki Pilicy.	**Walory uzupełniające** – walory krajobrazowe obszaru.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt turystyczny ma na celu przybliżenie turyście najważniejszych wydarzeń prezentujących folklor oraz lokalne tradycje. Istotą produktu jest uczestnictwo w imprezach / wydarzeniach organizowanych lokalnie.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Festiwal Folklorystyczny Pilica (2 dniowy) – przegląd zespołów i kapel lokalnych, zasięg – ogólnopolski, warsztaty i targi rękodzieła, warsztaty kulinarne, wystawy i konkursy wokół rękodzielnictwa i produktów lokalnych (w tym wypieki, potrawy). Możliwe lokalizacje: Smardzewice, Ciebłowice, Brzustów, Królowa Wola.

Dla kogo: zespoły ludowe, kapele podwórkowe, wszystkie grupy wiekowe – rodziny, seniorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST, organizacje kulturalne, zespoły ludowe.

Szlak Odpustów – promujący lokalne tradycje, potrawy, rękodzieło – Smardzewice, Poświętne, Rzeczyca, Inowłódz.

Dla kogo: turyści indywidualni, grupy przyjaciół, rodziny z dziećmi.

Podmioty odpowiedzialne: kościoły, JST.

Dożynki Spalskie, Jarmark Spalski, lokalne imprezy wokół produktów lokalnych (ziemniaki, masło itp.). Dodatkowo zorganizowanie/wykreowanie (dla całego OF) imprezy obejmującej swym zasięgiem cały Obszar Funkcjonalny np. pod hasłem „Święto Pilicy”, „Pilica zachwyca”, „A może by tak do Tomaszowa...?”.

Dla kogo: turyści indywidualni, grupy przyjaciół, rodziny z dziećmi.

Podmioty odpowiedzialne: JST, lokalne organizacje turystyczne, kulturalne.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

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

Klient – grupa docelowa:

- Turyści indywidualni weekendowi oraz wczasowicze.
- Grupy przyjaciół.
- Seniorzy.
- Rodziny z dziećmi.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie przewodnika / materiału informacyjnego w formie kalendarza imprez lokalnych zawierającego dokładny opis poszczególnych wydarzeń, miejsce lokalizacji wydarzenia oraz informacje logistyczne (jak dojechać, w jakich godzinach, gdzie można zaparkować samochód, ryc.)

„A może by tak do Tomaszowa ….”– oferta turystyki poznawczej (kwalifikowanej).

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	Walory uzupełniające
Produkt turystyczny koncentruje się wokół walorów poza przyrodniczych – prezentuje, historię miejsca, odwołuje się do słynnych postaci związanych z miejscem (Julian Tuwim), eksponuje związek nazwy Tomaszów z imieniem Tomasz.	– walory krajobrazowe obszaru, – walory lokalnych tradycji i folkloru.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt turystyczny ma na celu przybliżenie turyście najważniejszych wydarzeń organizowanych bezpośrednio w Tomaszowie Mazowieckim, skoncentrowanych wokół lokalnych tradycji, historycznych postaci i historycznych faktów, jak również wokół skojarzeń, jakie mogą kreować nowe wydarzenia wpisujące się w wizerunek Tomaszowa mazowieckiego.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

„A może by tak do Tomaszowa …” – letni festiwal poezji w Tomaszowie Mazowieckim im. Juliana Tuwima.

Coroczna impreza o randze ogólnopolskiej, organizowana w okresie letnim, np. o charakterze weekendu z poezją, gdzie w różnych miejscach Tomaszowa Mazowieckiego (w tym miasta i gminy) zorganizowane są plenerowe (scena letnia na Pl. Kościuszki w Tomaszowie Mazowieckim, scena letnia festiwalowa – amfiteatr w Smardzewicach), i nie tylko, miejsca, czytania poezji, śpiewania poezji, etc. Impreza może być wzbogacana o targi książki z poezją, spotkania z poetami (żyjącymi), wystawy prezentujące poetów którzy już odeszli, itp. Stałym punktem powinna być wystawa prezentująca życie i twórczość Juliana Tuwima, patrona święta tomaszowskiej poezji.

Dla kogo: turyści indywidualni, grupy przyjaciół, rodziny z dziećmi.

Podmioty odpowiedzialne: JST, lokalne organizacje turystyczne, kulturalne.

„Zlot Tomaszów"– letnia impreza o charakterze plenerowym (lokalizacja – amfiteatr nad Zalewem Sulejowskim).

Coroczna impreza o randze ogólnopolskiej, organizowana w okresie letnim, zorganizowana m.in. na Pl. Kościuszki w Tomaszowie mazowieckim - impreza plenerowa. W ramach imprezy m.in. koncert muzyczny, prezentacje słynnych Tomaszów / zaproszenie gwiazd imprezy – słynnych Tomaszów z Polski (np. Tomasz Lis – dziennikarz, Tomasz Wołek - dziennikarz, Tomasz Kot - aktor, Tomasz Knapik – lektor radiowy, telewizyjny, filmowy, Tomasz Adamek – bokser).

Dla kogo: turyści indywidualni, grupy przyjaciół, rodziny z dziećmi.

Podmioty odpowiedzialne: JST, lokalne organizacje turystyczne, kulturalne.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych.
- Zaplecze noclegowe w oparciu o lokalną bazę noclegową o różnym standardzie.
- Amfiteatr nad Zalewem Sulejowskim (w Smardzewicach) – miejsce koncertów, festiwalu poezji śpiewanej, etc.
- Scena plenerowa na PL. Kościuszki (Tomaszów Mazowiecki).

Klient – grupa docelowa:

- Turyści indywidualni weekendowi oraz wczasowicze.
- Grupy przyjaciół.
- Seniorzy.
- Rodziny z dziećmi.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- środowisk branżowych np. akademickich,
- media,
- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie przewodnika / materiału informacyjnego w formie kalendarza imprez lokalnych zawierającego dokładny opis poszczególnych wydarzeń, miejsce lokalizacji wydarzenia oraz informacje logistyczne (jak dojechać, w jakich godzinach, gdzie można zaparkować samochód, ryc.)

Spała czyli w zdrowym ciele zdrowy olimpijski duch

„I ty zostań olimpijczykiem w konkurencji dbania o własne zdrowie – sportowa Spała" – oferta turystyki aktywnej, sportowo – rekreacyjnej kładącej akcent na zdrowy styl życia.

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	**Walory uzupełniające**
Produkt turystyczny opiera się na marce / powszechnej w Polsce rozpoznawalności Centralnego Ośrodka Spotu – Ośrodka Przygotowań Olimpijskich w Spale, dokonujemy „odświeżenia" / poszerzenia oferty jak również konfrontujemy go z nowymi prądami i tendencjami w turystyce. „Istnieje coś takiego jak geniusz tego miejsca, Spały, stadionu, tych hal, tych gabinetów odnowy. Współcześni sportowcy stąpają po śladach dawnych olbrzymów i sami od tego rosną, ku swojej chwale i naszej radości." Warto przytoczyć tę wypowiedź znanego komentatora sportowego Przemysława Babiarza, dziennikarza TVP, autora programu „Sprintu przez historię", mówiąc iż każdy może stąpać po śladach Polskich olimpijczyków, może rosnąć ku swojej chwale i swojej radości. Niech to będzie zaproszenie do Spały, Spały otwartej, dostępnej, oferującej profesjonalną bazę treningową zarówno w przestrzeni Centralnego Ośrodka Spotu w Spale, ale przede wszystkim wokół niego.	– walory przyrodnicze Spały i okolic, – historia miejsca.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Istotą produktu turystycznego jest otwarcie możliwości Spały dla każdego chcącego w sposób aktywny dbać o własne zdrowie. To zaproszenie do Spały - Spały otwartej, dostępnej, oferującej profesjonalną bazę treningową zarówno w przestrzeni Centralnego Ośrodka Spotu w Spale, ale przede wszystkim wokół niego.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Zdrowa i sportowa Spała:

- w oparciu o ofertę Centralnego Ośrodka Sportu rozwój ogólnodostępnych usług z zakresu rehabilitacji i odnowy biologicznej;
- organizacja wydarzeń i ofert sportowych dla amatorów – np. Polish Soccer Skills – obozy

sportowe dla dzieci i młodzieży, również w dyscyplinach takich jak siatkówka, lekkoatletyka, pływanie itp.;

– oferta kierowana do profesjonalnych sportowców, w tym zagranicznych sportowców i klubów sportowych poprzez bezpośrednie kontakty lub polskie związki sportowe.

Dla kogo: dzieci i młodzież, sportowcy amatorzy i profesjonaliści.

Podmioty odpowiedzialne: COS.

Srebrna Spała – usługi rehabilitacyjne, odnowy biologicznej i opiekuńcze dla seniorów, uruchamianie ośrodków oferujących usługi dla osób starszych.

Dla kogo: seniorzy.

Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze, COS.

Odtworzenie ścieżki zdrowia w Spale unowocześniając ją o różne skale trudności – informacje botaniczne, konkurencje – 5 km wzdłuż Pilicy do Groty św. Huberta.

Dla kogo: młodzież, seniorzy, sportowcy amatorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST, Lasy Państwowe.

Otwarcie Spały na Pilicę – poprawa dostępu do rzeki, oznakowanie, włączenie w system ścieżek rekreacyjno – sportowych po Spale.

Dla kogo: młodzież, seniorzy, sportowcy amatorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST, Lasy Państwowe.

Zagospodarowanie rozlewiska rzeki Gać – likwidacja basenu, stworzenie sceny/amfiteatru na wodzie wraz z pomostem, oczyszczenie jeziora oraz włączenie w system ścieżek rekreacyjno – sportowych po Spale (jako oferty uzupełniającej).

Dla kogo: młodzież, seniorzy, sportowcy amatorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST, Lasy Państwowe.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

– Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, ale także kuchnia o wyższym standardzie.

– Zaplecze noclegowe najlepiej dysponujące bazą relaksacyjną (spa / odnowa biologiczna).

Klient – grupa docelowa:

– turyści indywidualni.

– grupy przyjaciół.

– seniorzy.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

– podmiotów specjalizujących się w organizacji imprez sportowo – rekreacyjnych;

– touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

Zadania warunkujące sukces:

– działania infrastrukturalne dotyczące oznakowania terenu Spały w kontekście kierowania turysty do miejsc ciekawych oraz wskazywania obiektów sportowych (w tym tez tych na wolnym powietrzu);
– budowa niezbędnej infrastruktury służącej realizacji celów - m.in. terenowe ścieżki zdrowia,
– podniesienie poziomu bezpieczeństwa w Spale / udrożnienie ruchu po Spale - uruchomienie dodatkowego przejścia dla pieszych w centrum Spały (między skrzyżowaniem a stacją benzynową).

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

– opracowanie przewodnika po Spale wraz z planem Spały, zawierającego dokładny opis propozycji (przebiegu tras spacerowych, lokalizacji ścieżek zdrowia, etc.), z zaznaczeniem miejsc gastronomicznych oraz noclegowych;
– zamieszczenie informacji o ofercie na portalach branżowych skierowanych do osób aktywnych (portale rowerowe i biegowe) ale także do seniorów.

„Spała – centrum konferencyjno – szkoleniowe"– oferta turystyki biznesowej (kongresowej / szkoleniowej).

Walor podstawowy (motyw przyciągający)	**Walory uzupełniające**
Spała jako rozpoznawalne miejsce na mapie Polski zlokalizowane centralnie (w skali całego kraju) z zapleczem hotelowym umożliwiających realizację imprez o charakterze biznesowym – konferencji, seminariów, szkoleń.	– walory krajobrazowe miejsca.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Produkt turystyczny ma na celu udostępnienie przestrzeni konferencyjno – szkoleniowych w obiektach hotelowych Spały wraz z ofertą dodatkową (spa / odnowa biologiczna / przebywanie na świeżym powietrzu, etc.).

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Spała – Centrum konferencyjno-biznesowe – całoroczna oferta skierowana do grup szkoleniowych, konferencyjnych, podmiotów gospodarczych organizujących imprezy firmowe, bazująca na rozbudowanym zapleczu noclegowym Spały (COS, Hotele Mościcki, Zacisze, Prezydent).

Dla kogo: grupy biznesowe.
Podmioty odpowiedzialne: podmioty gospodarcze, COS.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Baza towarzysząca w przestrzeni Spały – zagospodarowane tereny zielone, terenowe ścieżki zdrowia, etc.

Klient – grupa docelowa:

- Grupy biznesowe.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;
- działów HR organizujących szkolenia / konferencje,
- branżowych zrzeszeń trenerów i konsultantów, firm szkoleniowych.

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie materiału informacyjnego (w wersji on-line) prezentującego zintegrowane możliwości Spały w zakresie organizacji wydarzeń konferencyjnych, szkoleniowych.

„Spała carska i prezydencka" – oferta turystyki poznawczej.	
Walor podstawowy (motyw przyciągający) Produkt turystyczny opiera się na historii Spały, czasach kiedy tereny te stawały się rezydencjami władców Polskich, dalej carów Rosji czy prezydentów polskich.	**Walory uzupełniające** – walory przyrodnicze Spały i okolic, – marka Spały jako centrum przygotowań olimpijskich.

Opis produktu i przykłady komercjalizacji oferty:

Istota produktu polega na odświeżeniu historii Spały, nakłonienia turysty do podróży w czasie w miejscu które od czasów Piastów było traktowane jako elegancka rezydencja władców.

Przykłady komercjalizacji produktu turystycznego:

Carska i prezydencka Spała – wzmocnienie wykorzystania tradycji i historii miejscowości poprzez np.:

- wystawę plenerową „dawna Spała na fotografiach";
- system oznakowań + multimedialny przewodnik po Spale śladami carów i prezydentów;
- ofertę questów historycznych np. w poszukiwaniu trofeów cara;
- odtworzenie ogrodów prezydenckich (ogród w stylu japońskim jaki niegdyś istniał w Spale).

Dla kogo: grupy biznesowe, turyści indywidualni, seniorzy.

Podmioty odpowiedzialne: JST, lokalne organizacje turystyczne.

Wzmacnianie rozpoznawalności Spały przez wydarzenia – Dożynki Prezydenckie, Jarmark Spalski, Hubertus – rozważenie nowej formy, „odświeżenia oblicza" tych imprez w kierunku promocji autentycznych lokalnych produktów, rzemiosła, jadła. Uruchamianie w ramach tych wydarzeń pociągu retro Łódź – Spała (bilet na pociąg połączony z rabatami na usługi dostępne w Spale).

Dla kogo: rodziny z dziećmi, seniorzy, turyści indywidualni, grupy przyjaciół.

Podmioty odpowiedzialne: JST, podmioty gospodarcze.

Pożądana baza turystyczna umożliwiająca funkcjonowanie produktu turystycznego:

- Zaplecze gastronomiczne zapewnione w oparciu o lokalną bazę gastronomiczną korzystającą z produktów lokalnych, tradycyjnych, ale także kuchnia o wyższym standardzie.
- Zaplecze noclegowe najlepiej dysponujące bazą relaksacyjną (spa / odnowa biologiczna).

Klient – grupa docelowa:

- turyści indywidualni.
- grupy przyjaciół.
- seniorzy.
- rodziny z dziećmi.

Dystrybucja produktu:

Oferta kierowana przede wszystkim do:

- touroperatorów działających na terenie województwa łódzkiego, a także spoza województwa;

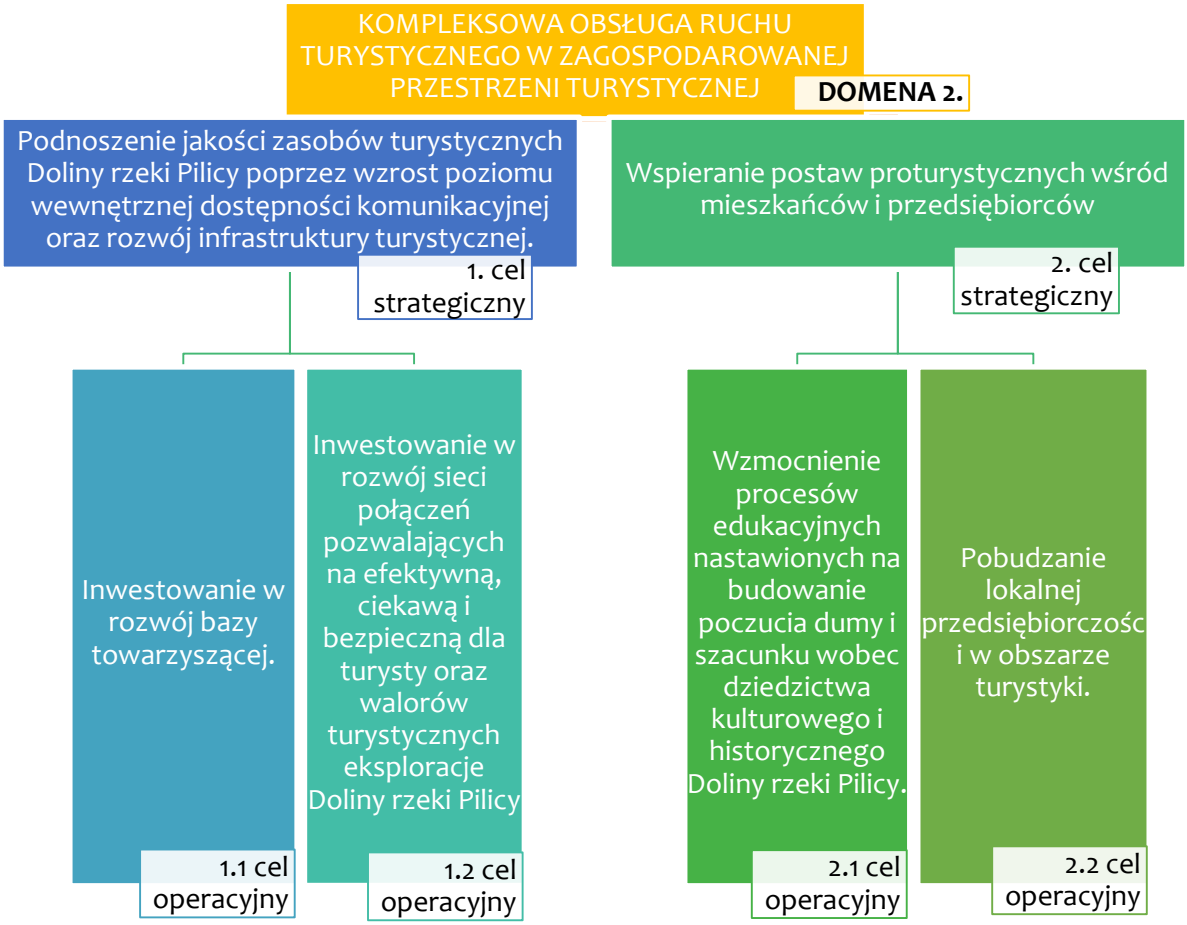
Zadania warunkujące sukces:

- Opracowanie questów o Spale;
- działania infrastrukturalne dotyczące oznakowania terenu Spały w kontekście lokalizacji obiektów / miejsc ważnych historycznie;

W ramach działań promocyjnych konieczne jest:

- opracowanie przewodnika po Spale wraz z planem Spały, zawierającego dokładny opis miejsc historycznych, opowieści z przeszłości, starych zdjęć Spały.

Plan operacyjny dla Domeny II. Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej



I. Cel strategiczny: Podnoszenie jakości zasobów turystycznych Doliny Rzeki Pilicy poprzez wzrost poziomu wewnętrznej dostępności komunikacyjnej oraz rozwój infrastruktury turystycznej.

Obszar turystyczny charakteryzują wysokiej jakości zasoby turystyczne. W skład nich wchodzą zarówno walory turystyczne, w oparciu o które m.in. kreowane są produkty turystyczne, jak też dostępność komunikacyjna i zagospodarowanie turystyczne.

Dostępność komunikacyjna to nie tylko dojazd do obszaru – równie ważny jest sposób, możliwość i jakość wewnętrznej, bezpiecznej i atrakcyjnej eksploatacji obszaru przez turystę. Tym samym mówimy tutaj o różnego rodzaju szlakach i innych udogodnieniach kierunkujących wewnętrzny ruch turystyczny.

Zagospodarowanie turystyczne to w dużej mierze składowa oferty turystycznej danego regionu. Elementem zagospodarowania turystycznego, skierowanym wprost na obsługę ruchu turystycznego, jest infrastruktura turystyczna. Składają się na nią obiekty bazy gastronomicznej i noclegowej zaspokajające podstawowe potrzeby odwiedzających oraz baza towarzysząca

umożliwiająca wypoczynek turystom o szczególnych zainteresowaniach (przystanie, plaże, zagospodarowane przestrzenie sportowo – rekreacyjne, place zabaw dla dzieci, wypożyczalnie sprzętu sportowego, itp.). Zagospodarowanie turystyczne powinno:

- być spójne z charakterystyką obszaru – poprzez m.in. wyeksponowanie walorów turystycznych;
- być zgodne z potrzebami turystów, kierując się rodzajami uprawianej turystyki;
- być dopasowane do cech odbiorców (turystów), takich jak wiek, płeć etc., czyli może być kierowane do wszystkich osób, niezależnie od wieku i płci lub odnosić się do wybranej kategorii osób, np. do dzieci, kobiet, osób starszych, młodzieży szkolnej itp.;
- brać pod uwagę długość pobytu turystów (turystyka jednodniowa, weekendowa czy długoterminowa);
- brać pod uwagę porę przyjazdu turystów (przykładowo: ze względu na porę największego ruchu turystycznego można wyróżnić ofertę turystyki sezonowej - letniej lub zimowej i całorocznej);
- być możliwie elastycznie reagować na potrzeby turystów/ dopasowywać się do obecnych trendów;
- być spójne z ofertą sąsiednich obszarów, mieć na uwadze walory turystyczne tych obszarów i jest ich uzupełnieniem.

II. Cel strategiczny: Wspieranie postaw proturystycznych wśród mieszkańców i przedsiębiorców

Obszar oddziaływania 2. Celu strategicznego - *Wspieranie postaw proturystycznych wśród mieszkańców i przedsiębiorców,* koncentruje się przede wszystkim na dostarczeniu źródeł wiedzy, dobrych praktyk, doświadczeń, pozwalających wzmacniać, uzupełniać i zmieniać postawy mieszkańców i potencjalnych przedsiębiorców w obszarze rozwoju turystycznego. Cel ten będzie realizowany w odniesieniu do dwóch zasadniczych kwestii: po pierwsze oddziaływanie na mieszkańców powiatu tomaszowskiego, w szczególności miasta Tomaszów Mazowiecki, gmin Tomaszów Mazowiecki, Inowłódz i Rzeczyca pod kątem budowania/wzmacniania ich tożsamości, dumy z dziedzictwa kulturowego i przyrodniczo-krajobrazowego Doliny Rzeki Pilicy – tak by stopniowo stawali się samoistnymi ambasadorami turystyki na terenie Obszaru Funkcjonalnego. Po drugie, cel osiągnięty zostanie w wyniku podejmowania działań na rzecz aktywizowania mieszkańców i przyjmowania przez nich postaw przedsiębiorczych. Efektem ich będzie rozwój oferty biznesowej i powstawanie nowych miejsc pracy w lokalnej branży turystycznej – udział w tworzeniu produktów turystycznych i usług okołoturystycznych.

Propozycje zadań:

1.1 Cel operacyjny: Inwestowanie w rozwój bazy towarzyszącej

- Kierowanie ruchem turystycznym - zintegrowane węzły logistyczne w Dolinie Rzeki Pilicy.

Zintegrowane węzły logistyczne, zlokalizowane w kilku miejscach obszaru, wyposażone w niezbędną infrastrukturę: parking dla samochodów, możliwość zostawienia posegregowanych śmieci, informację - tablice terenowe z mapami szlaków i propozycjami wycieczek.

Wiem gdzie płynę - rozwój infrastruktury dla usług geolokalizacyjnych na szlaku kajakowym rzeki Pilicy.

Norcic walking w Dolinie Rzeki Pilicy na aplikacjach mobilnych - opracowanie i upowszechnienie aplikacji mobilnej wskazującej możliwe trasy do nordic walking i włączenie ich w ogólnopolską sieć tras nordic walking.

Wytyczenie łowisk i ich oznakowanie (rzeka Pilica i Zalew Sulejowski) – zarówno na brzegach rzeki Pilicy jak i Zalewie Sulejowskim - i ich oznaczenie (terenowe tablice informacyjne).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Szlaki wodne Doliny Rzeki Pilicy.

Rewitalizacja szlaku kajakowego po rzece Pilicy - rewitalizacja wytyczonego szlaku kajakowego poprzez oczyszczenie koryta rzeki Pilicy, odnowienia oznakowania oraz dodanie nowych oznaczeń - wszystko z zachowaniem zasady spójności i czytelności oznakowania (uwaga techniczna: oznaczenia szlaku nie mogą ograniczać się tylko do oznaczeń widocznych od strony wody, koniecznym jest wprowadzenie oznaczeń doprowadzających do miejsc wodowania, stanic wodnych, do miejsc dojazdu, bezpiecznego parkowania samochodów, od strony lądu).

Spływ tratwami po Pilicy – szlak wodny. Zaprojektowanie i wytyczenie szlaku spływu tratw po rzece Pilicy. Przygotowanie koryta rzeki do możliwości bezpiecznego poruszania się tratwami płaskodennymi. Oznakowanie szlaku spływu tratw (kluczowym jest oznakowanie prowadzące do miejsc parkingowych dla samochodów, przystani flisackich).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Zagospodarowane brzegi.

Rozwój infrastruktury dla turystyki i rekreacji realizowanej w oparciu o rzeki i zbiorniki wodne Doliny Rzeki Pilicy.

Zagospodarowanie rzeki Pilicy dla kajakarzy - budowa niezbędnej infrastruktury dla turystyki kajakowej m.in.: miejsc wodowania kajaków (pomosty), przystani (minimum w odległości co ok. 10 – 15 km) / stanic wodnych, miejsc parkingowych dla samochodów kajakarzy z odpowiednią infrastrukturą (minimum: informacja o szlaku kajakowym i atrakcjach wokół szlaku – tablice terenowe, sanitariat, miejsce umożliwiające pozostawienie posegregowanych śmieci), wiat z dostępem do elektryczności. Obiekty powinny być dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych. Proponowane nowe lokalizacje miejsc dobijania i wodowania to: Grotowice, Zakościele, Skansen rzeki Pilicy, Niebieskie Źródła, Smardzewice, Ujście Wolbórki do Pilicy, Teofilów (punkt prywatny, modernizacja), Inowłódz (przy kościele Św. Idziego i ruinach zamku), Fryszerka (obok stanicy ZHP), Żądłowice, Mysiakowiec (most).

Zaleca się aby w Grotowicach miejsce wodowania miało charakter stanicy wodnej, czyli było dodatkowo wyposażone w zorganizowany i nadzorowany teren campingowy (wyposażony w sanitariaty, łazienki – ciepła/ zimna woda, kuchnie plenerową, możliwość podłączenia do energii eklektycznej) dostosowany do rozbijania namiotów, stawiania przyczep campingowych / samochodów typu camper jak również wyposażony w kilka domków drewnianych wakacyjnych do wynajęcia, strefę rekreacyjno-sportową (wytyczone i zagospodarowane boisko do piłki siatkowej plażowej – piaszczyste, mini plac zabaw dla dzieci, plenerowa siłownia / tor przeszkód), strefę „biesiadną" (stoły do jedzenia, miejsce do rozpalania ogniska, miejsca do grillowania, etc.).

Mariny nad Zalewem Sulejowskim - budowa i modernizacja marin nad Zalewem Sulejowskim. Budowa / modernizacja infrastruktury niezbędnej dla uprawiania sportów wodnych, organizacja ruchu kołowego – dojazd do marin oraz wytyczenie i budowa parkingów. Propozycje marin: Smardzewice („Maruś"), Smardzewice – molo, Tresta, Zarzęcin, Bronisławów – Łysy, Barkowice, Barkowice Mokre.

Bezpiecznie przycumuj - wytyczone i przygotowanie bezpiecznych miejsca do cumowania przy brzegach Zalewu Sulejowskiego. Wyposażenie: pomost do cumowania z możliwością wyrzucenia segregowanych śmieci, przygotowane miejsce do biesiadowania z możliwością grillowania / piknikowania, ekologiczny węzeł sanitarny. Oznaczenie w terenie miejsc do cumowania – tablice informacyjne widoczne z lustra wody.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Plaża nad Pilicą i Zalewem Sulejowskim.

Zaprojektowanie i zorganizowanie plaży nad rzeką Pilicą (lokalizacja – zakończenie spływu tratwami – produkt turystyczny: „Spłyń leniwie tratwą po Pilicy" – oferta turystyki rekreacyjnej) pozwalającej na leniwe plażowanie, piknikowanie. Zagospodarowanie plaży: wytyczenie i przygotowanie przestrzeni plażowej (fragment trawiasty i fragment piaszczysty), oznakowanie przestrzeni plaży, wytyczenie miejsc do biesiadowania (stoły, ławy, wiaty, zaaranżowana przestrzeń do grillowania), wytyczenie boiska do gry w siatkówkę plażową z nawierzchnią piaszczystą, aranżacja placu zabaw dla dzieci.

Plaże nad Zalewem Sulejowskim - modernizacja systemu kąpielisk dostępnych wokół Zalewu Sulejowskiego (teren gmin Tomaszów Mazowiecki, Wolbórz, Mniszków, Sulejów) - zogniskowanie ruchu turystycznego na wyznaczonych kąpieliskach, zagospodarowanie brzegów zbiornika. Organizacja plaż polegająca na (uwaga: wskazany jest minimalny zakres inwestycji na każdej z plaż tak, aby oferta ta spełniała standardy jakościowe nowoczesnej rekreacji): wytyczeniu i przygotowaniu przestrzeni do plażowania o nawierzchni trawiastej i piaszczystej, wyznaczenie strefy kąpielowej strzeżonej na zbiorniku wodnym, wprowadzenie nadzoru ratowniczego nad kąpiącymi się, zagospodarowanie przestrzeni dla sportów wodnych – wypożyczalnia rowerów wodnych, kajaków, aranżacja przestrzeni do biesiadowania / grillowania (przygotowanie stołów, ław, miejsca grillowego oraz umożliwienie na realizację w pobliżu, w sposób skoordynowany z całą inwestycja plaży, realizację usług małej gastronomii). Ponadto przygotowanie przestrzeni sportowo – rekreacyjnej minimum z boiskiem do piłki plażowej o nawierzchni piaszczystej. Aranżacja placu zabaw dla dzieci. Ponadto przygotowanie węzła sanitarnego wyposażonego w toalety, prysznice zewnętrzne, miejsce do segregacji śmieci. Wytyczenie i oznakowanie parkingu dla samochodów plażowiczów. Oznakowanie (jednolite dla wszystkich plaż nad Zalewem Sulejowskim) plaży poprzez umieszczenie tablicy informacyjnej terenowej ze schematem plaży, jej nazwą, możliwe że jakąś ciekawostką lokalną oraz oznakowanie (również w sposób zintegrowany) dojazdu do plaży z głównych ośrodków miejskich / gminnych obszaru.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Infrastruktura wspierająca turystykę kwalifikowaną w Dolinie Rzeki Pilicy.

Aranżacja miejsc do podglądania ptaków - umiejscowienie w terenie punktów obserwacji ptaków czyli aranżacja stanowisk ornitologicznych – wyposażenie ich w pomosty widokowe, specjalne czatownie (zamknięte pomieszczenia wtopione w krajobraz do dłuższego obserwowania ptaków), punkty do obserwowania i fotografowania, wieże widokowe.

Wypoczynek przy szlaku – infrastruktura rekreacyjna (aranżacja miejsc odpoczynku przy szlakach na terenie Doliny Rzeki Pilicy) - zaprojektowanie jednolitych aranżacji miejsc odpoczynku zlokalizowanych przy szlakach pieszych i rowerowych przebiegających przez obszar Doliny Rzeki Pilicy. Projekty tzw. małej architektury: ławki, stoły, wiaty, kosze na śmieci, tablice informacyjne – terenowe. Przeprowadzenie analizy zapotrzebowania na tego typu obiekty wraz z analizą możliwości ich realizacji w terenie. Budowa miejsc odpoczynku w terenie.

Przystań flisacka nad Pilicą - zaprojektowanie i budowa dwóch przystani flisackich umożliwiających wodowanie tratw oraz bezpieczny i komfortowy początek po zakończeniu spływu dla jego uczestników. Wyposażenie przystani: miejsce dla przechowywania / rozładunku trata, parking, węzeł sanitarny, pomieszczenie socjalne dla flisaków, zaplecze gastronomiczne (opcjonalnie). Przystanie oznakowane – tablice terenowe z opisem spływu, informacja o rzece Pilicy oraz atrakcjach turystycznych w ramach spływu. Uzupełnieniem inwestycji będzie parking dla samochodów uczestników spływu tratwami po Pilicy - wytyczenie i budowa parkingu dla samochodów osobowych, busów oraz autobusów uczestników spływu tratwami po rzece Pilicy (w ramach produktu turystycznego: „Spłyń leniwie tratwą po Pilicy" – oferta turystyki rekreacyjnej).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Ścieżki edukacyjne Doliny Rzeki Pilicy.

Wytyczenie, oznakowanie w terenie szlaku „Szlak Nadpilickich Ptaków" – w formie ścieżki edukacyjno – dydaktycznej oraz budowa infrastruktury informacyjnej prezentującej tematykę ornitologiczną – tablice i oznaczenia terenowe.

Poznaj Las - edukacja leśna czyli lekcje przyrody w terenie - przygotowanie ścieżek edukacyjnych dotyczących flory i fauny Lasów Spalskich (infrastruktura wspierająca ofertę zajęć organizowanych w Domu Pamięci Walk i Męczeństwa Leśników i Drzewiarzy w Spale) oraz budowa infrastruktury informacyjnej prezentującej tematykę kompleksów leśnych – tablice i oznaczenia terenowe.

Szlak św. Huberta/ Szlak carskich łowów - Smardzewice żubry – Spała – Grota św. Huberta. Ścieżka edukacyjna zogniskowana wokół tradycji i ceremoniałów myśliwskich, połączona z Hubertusem Spalskim (łowy – gonitwa za lisem, gra na rogu, degustacja dziczyzny) i obudowany działaniami edukacyjnymi (wykorzystanie w tym celu izb edukacyjnych Nadleśnictwa) wraz z infrastrukturą informacyjną prezentującą tematykę historyczną – tablice i oznaczenia terenowe.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Specjalistyczne trasa sportowo – rekreacyjne wraz z infrastrukturą wspierającą.

Trasa triatlonowa - wytyczenie trasy treningowej - na akwenie wodnym oraz terenach mu przyległych (z zachowaniem zasad istotnych dla tej dyscypliny – długości tras poszczególnych odcinków (szczegóły techniczne zawarte są w produkcie turystycznym: „Aktywnie na wodzie i lądzie czyli Zalew Sulejowski otwarty na triatlonistów" – oferta turystyki aktywnej, kwalifikowanej: sport / rekreacja – triatlon).

Trasy rowerowe i biegowe wokół Zalewu Sulejowskiego - zaprojektowanie i wytyczenie w terenie tras biegowych i rowerowych wokół Zalewu Sulejowskiego (o charakterze pętli) z infrastrukturą w miejscu startu – oznakowany parking dla samochodów biegaczy/rowerzystów (szczegóły techniczne - długości poszczególnych odcinków tras rowerowych uzależnione od typów użytkowników, zawarte są w opisie produktu turystycznego: „Aktywnie na lądzie czyli biegiem i rowerem wokół Zalewu Sulejowskiego" – oferta turystyki aktywnej (kwalifikowanej): sport / rekreacja – bieganie, rowery terenowe).

Terenowe ścieżki zdrowia oraz siłownie na wolnym powietrzu - zapewnienie na terenie Doliny Rzeki Pilicy infrastruktury sportowo – rekreacyjnej w postaci budowy terenowych ścieżek

zdrowia oraz siłowni na wolnym powietrzu. Proponowane lokalizacje: Spała, w ramach szlaków nordic walking (miejsce do ustalenia).		
Termin realizacji	**Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane**	**Źródła finansowania**
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Podniesienie jakości przestrzeni publicznych Spały.

Odtworzenie ogrodów prezydenckich (ogród w stylu japońskim jaki niegdyś istniał w Spale). Rewitalizacji terenów zielonych.

Zagospodarowanie rozlewiska rzeki Gać - zaprojektowanie rewitalizacji przestrzennej tego obszaru oraz przeprowadzanie prac budowlanych. Zakres inwestycyjny: likwidacja basenu, stworzenie sceny/amfiteatru na wodzie wraz z pomostem, oczyszczenie jeziora oraz włączenie w system ścieżek rekreacyjno – sportowych po Spale (jako oferty uzupełniającej).

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki

1.2 Cel operacyjny: Inwestowanie w rozwój sieci połączeń pozwalających na efektywną, ciekawą i bezpieczną dla turysty oraz walorów turystycznych eksplorację Doliny Rzeki Pilicy

– Opracowanie i wytyczenie w terenie, wraz ze stosownym oznakowaniem, sieci szlaków pieszych oraz rowerowych pozwalających na pełną, bezpieczną, ale także ciekawą eksploracje kompleksu leśnego. Pierwszą fazą zadania jest przygotowanie kompleksowego planu pokrycia Lasów Spalskich zintegrowaną siecią szlaków z uwzględnieniem już istniejących, wytyczonych i oznakowanych w terenie szlaków (szczegóły techniczne opisane w produkcie turystycznym). Przykładowe przebiegi tras:

Trasy nordic walking: Tomaszów – Nagórzyce – Zapora – Tomaszów (Pilica); Ośrodek Hodowli Żubra – Smardzewice – Tomaszówek; Tomaszówek – Spała; Skansen – Niebieskie Źródła – Małe Groty – Biała Góra – Smardzewice – Wąwał – Tomaszów.

Szlaki pieszo – rowerowe: Skansen rzeki Pilicy – Spała – Ciebłowice – Skansen rzeki Pilicy,

Szlak wokół Zalewu Sulejowskiego, Spała – Brzustów – Inowłódz –Królowa Wola – Spała, Gaszek – Restauracja Sandacz, Inowłódz – Żądłowice – Łęg – Mysiakowiec – Kozłowiec – Fryszerka – Inowłódz, Spała – Konewka – rzeka Gać – jeziora Szczurek - bunkry Konewka – Spała, *szlak Św. Idziego w Lasach Spalskich* – z Inowłodza przez Brzustów i Dąbrowę do Ośrodka Hodowli Żubrów w Smardzewicach. Otwarcie Spały na Pilicę – pieszy. Spała. **Szlaki tematyczne pieszo – rowerowe:** Szlak Wielkich Wojen. W tym Szlak I wojny światowej: Skansen rzeki Pilicy –Inowłódz - Rzeczyca, Tomaszów. Szlak II wojny światowej: Skansen rzeki Pilicy – Jeleń – Konewka – Spała [fundamenty Pałacu Mościckiego] – Tomaszów. Szlak Fortyfikacji Wojennych – pieszy: Skansen rzeki Pilicy – Muzeum - Jeleń bunkry - Konewka bunkry - Szaniec Hubala - Bunkry i okopy w Inowłodzu - Rzeczyca linia obronna, bunkry. Pofabryczny Tomaszów – pieszy: miasto Tomaszów Mazowiecki. Szlak architektury poprzemysłowej . Szlak otwartych kościołów – pieszy / rowerowy: Kościół św. Wacława w Twardej – Sanktuarium św. Anny w Smardzewicach – kościół św. Marcina (Białobrzegi) – kościół Ewangelicki – kościół św. Antoniego – kościół na ul. Spalskiej – kościółek w Spale – synagoga w Inowłodzu – kościół św. Idziego w Inowłodzu – kościół p.w. św. Michała Archanioła w Inowłodzu - kościół św. Rodziny w Poświętnem – kościół św. Anny w Studziannej – kościół św. Katarzyny w Rzeczycy.		
Termin realizacji	**Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane**	**Źródła finansowania**
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Ministerstwo Sportu i Turystyki, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

2.1 Cel operacyjny: Wzmocnienie procesów edukacyjnych nastawionych na budowanie poczucia dumy i szacunku wobec dziedzictwa kulturowego i historycznego Doliny Rzeki Pilicy.

– Organizacja zajęć edukacyjnych i konkursów dla dzieci i młodzieży pod hasłem „Cudze chwalicie swego nie znacie, sami nie wiecie co posiadacie" – kreowanie zachowań proekologicznych i budowanie lokalnej tożsamości wśród młodego pokolenia.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
Działania cykliczne począwszy od 2015 roku	Skansen rzeki Pilicy MUZEUM w Tomaszowie Mazowieckim im. Antoniego	środki JST, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

– Opracowanie z udziałem młodzieży i wydanie gry planszowej opartej o lokalne atrakcje Doliny Rzeki Pilicy.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015	Skansen rzeki Pilicy MUZEUM w Tomaszowie Mazowieckim im. Antoniego hr. Ostrowskiego	środki JST, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

– Organizacja spotkań tematycznych w formie warsztatów lub szkoleń, ukierunkowanych na pokazanie ciekawych i sprawdzonych przykładów produktów turystycznych – uświadamianie znaczenia lokalnych zasobów i walorów.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
Działania cykliczne począwszy od 2015 roku	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

– Realizacja ścieżek tematycznych odnoszących się do historii, tradycji, potencjału turystycznego Doliny Rzeki Pilicy 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.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
Działania cykliczne począwszy od 2015 roku	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi Szkoły z terenu Partnerstwa	środki JST, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Opracowanie założeń i przeprowadzenie kampanii społecznej na rzecz podłączania się do sieci kanalizacyjnych lub wybierania ekologicznych form odprowadzania ścieków bytowych (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 wynikające

z tego dla rozwoju turystyki.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2017	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

– Organizacja corocznej akcji Sprzątania Świata na terenie Obszaru Funkcjonalnego „Dolina Rzeki Pilicy" – angażowanie dzieci i młodzieży, całych rodzin – położenie nacisku na miejsca szczególnie atrakcyjne dla turystów – brzegi, starorzecza Pilicy, lasy spalskie, Zalew Sulejowski itp.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi Szkoły z terenu Partnerstwa	środki JST, partnerów społecznych i gospodarczych, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej

2.2 Cel operacyjny: Pobudzanie lokalnej przedsiębiorczości w obszarze turystyki.

– Opracowanie Planów Zagospodarowania Przestrzennego dla obszarów mających potencjał turystyczny na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy. Wyznaczenie przestrzeni do realizacji inwestycji okołoturystycznych – infrastruktura noclegowa (hotele, campingi), gastronomiczna, strefy rekreacyjne – odseparowanych od terenów przemysłowych.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Referaty planowania przestrzennego JST z terenu Partnerstwa	środki JST

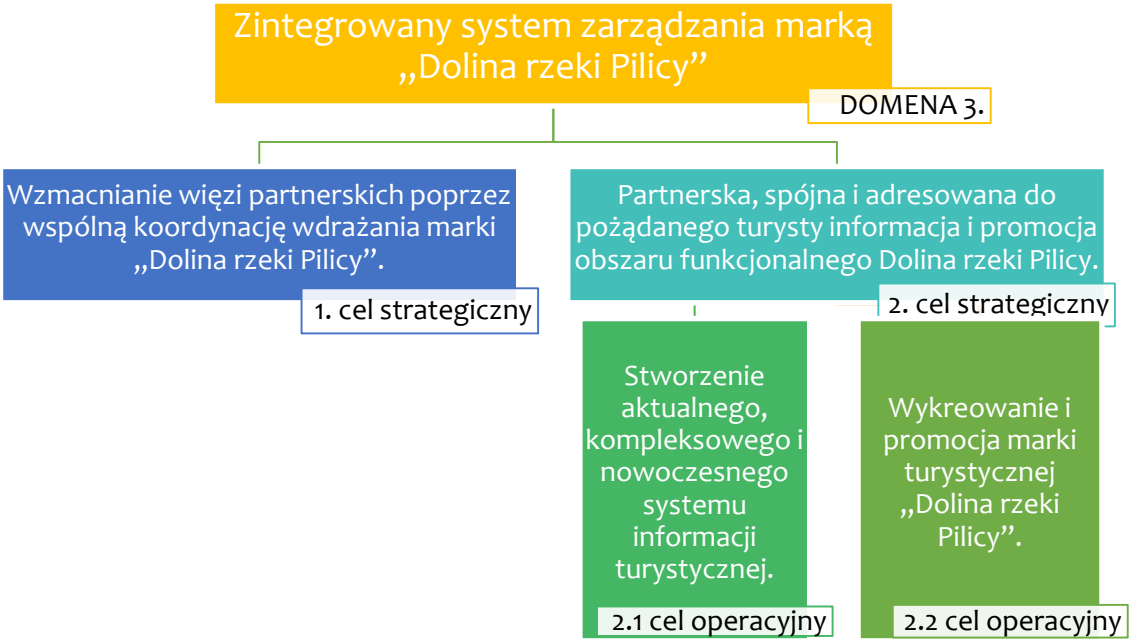
– Opracowanie założeń systemu wspierania przedsiębiorczości w branży turystycznej m.in. uruchomienie wspólnego – partnerskiego punktu konsultacyjnego (np. w ramach punktu Informacji Turystycznej), który udzielałby informacji na temat możliwości pozyskania funduszy zewnętrznych na start działalności okołoturystycznej; system ulg i zwolnień podatkowych w zamian za działalność w oparciu o przyjęte standardy jakości.

Wspieranie inicjatyw typu: – Wypożyczalnie sprzętu kajakowego, rowerów, infrastruktura ułatwiająca transportowanie kajaków, usługi i/lub warsztaty naprawcze; Usługi w zakresie dowozu turystów na i ze spływu do miejsca zaparkowania samochodów. – Zapewnienie usługi pomocniczej w zakresie tzw. „przenoski" (usługi przeniesienia/przewiezienia kajaków) na styku Zalew – rzeka (tama) oraz Niebieskie Źródła – ujęcie wody w Tomaszowie Mazowieckim. – Wypożyczalnia sprzętu do wędkowania, specjalistyczny sklep(-y) ze sprzętem do uprawiania wędkarstwa, wypożyczalnie rowerów (możliwość dojechania do miejsca łowienia). Wyposażenie w materiały tematyczne, w tym Przewodnik Pilickiego Wędkarza, mapy terenu (do komercyjnego nabycia), punktów informacji turystycznej. – Usługi w zakresie transportu uczestników spływów po Pilicy, na miejsce rozpoczęcia rejsu/spływu i do miejsca zaparkowania samochodów. – Wypożyczalnie sprzętu żeglarskiego, windsurfingowego, kajakowego oraz wspomagającego pływanie długodystansowe (pianki pływackie, płetwy, etc.). – Punkty gastronomiczne serwujące m.in. lokalne specjały – dziczyznę, dary runa leśnego itp. – Miejsca noclegowe dostosowane do profilu turysty.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2016	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi Powiatowy Urząd Pracy	środki JST, środki Europejskiego Funduszu Społecznego, środki Funduszu Pracy, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, RPO Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Włączenie w lekcje przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych bloku poświęconego możliwościom zarobkowania w sferze turystycznej.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2020	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi oraz szkołami ponadgimnazjalnymi	środki JST, środki Europejskiego Funduszu Społecznego

– Organizacja i przeprowadzenie szkoleń dla mieszkańców Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy z zakresu możliwych biznesowych realizacji turystycznych wpisujących się w programy turystyczne opisane w Domenie I. 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
2016	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, środki Europejskiego Funduszu Społecznego, środki własne mieszkańców, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Plan operacyjny dla Domeny III. Zintegrowany system zarządzania marką „Dolina Rzeki Pilicy"



I. Cel strategiczny: Wzmacnianie więzi partnerskich poprzez wspólną koordynację wdrażania marki „Dolina Rzeki Pilicy".

Cel ten będzie realizowany przede wszystkim poprzez budowanie trwałego partnerstwa osób, podmiotów i instytucji zajmujących się działalnością turystyczną i okołoturystyczną w Dolinie Rzeki Pilicy. Partnerstwo, dzięki sprawnym i opisanym procedurom działania, służyć ma kreowaniu nowej marki turystycznej „Dolina Rzeki Pilicy", gotowej do konkurowania z innymi, analogicznymi markami regionalnymi czy krajowymi.

Wspólne, skoordynowane działania dają większą szansę na wypromowanie produktu i dotarcie do potencjalnego klienta z informacją o lokalnych atrakcjach. Elementem szczególnie integrującym i zacieśniającym współpracę partnerów turystycznych będzie oparcie jej na standardach budujących wzajemne zaufanie i zaangażowanie oraz dające poczucie współodpowiedzialności, bezpieczeństwa i jasności oczekiwań i stawianych celów.

– Powołanie Rady Partnerstwa, Centrum Koordynacyjnego oraz zespołów merytorycznych jako stałych podmiotów systemu wdrażania marki turystycznej Dolina Rzeki Pilicy.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015	JST, Stowarzyszenie Dolina Pilicy	środki JST

– Opracowanie założeń systemu certyfikacji jakości usług turystycznych oferowanych na obszarze Doliny Rzeki Pilicy. Opracowanie kryteriów/zasad certyfikacji, opracowanie katalogu przywilejów wynikających z posiadania certyfikatu jakości, opracowanie formuły przyznawania certyfikatów itp.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 (coroczne wręczanie certyfikatów)	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

– Audyt sezonu - organizacja cyklicznych (corocznych) spotkań przedstawicieli głównych operatorów turystycznych, JST, celem dokonania podsumowania sezonu oraz ustalenia założeń w sferze inwestycyjnej, merytorycznej i organizacyjnej służących przygotowaniu się na kolejny sezon turystyczny.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe - spotkania raz w roku począwszy od 2015 r.	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

– Monitorowanie ruchu turystycznego – opracowanie narzędzia do badania jakości oferty turystycznej w formie ankiety. Ankieta dostępna w wersji papierowej (punkty noclegowe, gastronomiczne, główne atrakcje) i elektronicznej (portal Doliny Rzeki Pilicy, strony poszczególnych operatorów turystycznych). Trzon ankiety wspólny dla wszystkich podmiotów z możliwością dodatkowych pytań.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe - spotkania raz w roku począwszy od 2015 r.	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

II. Cel strategiczny: Partnerska, spójna i adresowana do pożądanego turysty informacja i promocja Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.

Dobrze zorganizowana, aktualna i łatwo dostępna informacja turystyczna jest kluczowym czynnikiem sukcesu dla każdego liczącego się obszaru turystycznego. Priorytetowe jest zatem udoskonalenie systemu informacji turystycznej dla całego obszaru Doliny Rzeki Pilicy. System

informacji powinien odpowiadać trendom technologicznym, tak by w pełni wykorzystywać możliwość teleinformatyczne (Internet, aplikacje mobilne itp.). Obecnie, informacja o atrakcjach turystycznych Doliny Rzeki Pilicy, dostępnej bazie noclegowej, gastronomicznej czy towarzyszącej jest rozproszona i niekompletna. Dlatego potrzeba inicjatyw porządkujących dotychczasowy chaos, poprzez udostępnienie całego pakietu oferty turystycznej w jednym miejscu. Informacja turystyczna, aby w pełni odpowiadała na potrzeby turysty, musi je odpowiednio wcześnie weryfikować. Stąd konieczność regularnego badania oczekiwań i poziomu zadowolenia odwiedzających Dolinę rzeki Pilicy.

Powodzenie w branży turystycznej nie będzie możliwe bez celowanej, kompleksowej i partnerskiej promocji. Stąd konieczne jest podejmowanie działań zapewniających zbudowanie silnej i rozpoznawalnej marki turystycznej – Dolina Rzeki Pilicy, a także prowadzenie skutecznej jej promocji. Partnerskie i uzgodnione kampanie promocyjne marki Dolina Rzeki Pilicy powinny opierać się na wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi i nośników promocyjnych. Stąd m.in. działania zmierzające do opracowania spójnego systemu identyfikacji wizualnej wykorzystywanego we wszystkich akcjach promocyjnych.

Cel operacyjny 1. Stworzenie aktualnego, kompleksowego i nowoczesnego systemu informacji turystycznej.

– Inwentaryzacja wszystkich dostępnych, turystycznych materiałów informacyjnych dotyczących Obszaru Funkcjonalnego – weryfikacja rzetelności informacji. Opracowanie wytycznych do planowanych wydawnictw turystycznych o charakterze informacyjnym (np. poprawność terminologii przyrodniczej, faktów historycznych, aktualnych rozwiązań komunikacyjnych, oferty okołoturystycznej).		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

– Opracowanie i wydanie wspólnych dla Partnerstwa materiałów informacyjnych o Dolinie Rzeki Pilicy, opatrzonych wspólnym logo (ulotki, przewodniki, mapy). W ramach zadania powinny zostać opracowane także obcojęzyczne wersje materiałów.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2016	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, środki partnerów gospodarczych

– Stworzenie wspólnego, wielofunkcyjnego portalu internetowego, gromadzącego ofertę turystyczną dla całego obszaru Dolina Rzeki Pilicy. Portal ma zawierać kompendium niezbędnych dla turysty informacji o regionie, przedstawionych w nowoczesnej i przystępnej formie. Informacje muszą być stale aktualizowane (baza noclegowa, gastronomiczna, towarzysząca). Portal powinien zawierać odniesienia do poszczególnych produktów turystycznych, umożliwiać rezerwację on-line oraz dawać możliwość oceny oferty, z której się skorzystało. Dopełnieniem portalu powinno być zaistnienie marki Dolina Rzeki Pilicy w mediach społecznościowych – np. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2016	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, środki partnerów gospodarczych, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój

– Uzupełnienie oferty turystycznej o nowe formy/narzędzia przekazu z wykorzystaniem nowych technologii np. aplikacje mobilne (mobilne przewodniki, mapy – szlaki turystyczne, questy).

Podpięcie atrakcji turystycznych oraz oferty okołoturystycznej do istniejących map GPS/aplikacji gastronomicznych/noclegowych/aplikacji rozszerzonej rzeczywistości.

Wprowadzenie multimediów jako atrakcyjnej formy informowania o atrakcjach – hologramy, wizualizacje, 3D-mapping itp.

Uruchomienie sieci info-kiosków (informacji turystycznej) w kluczowych pod względem atrakcyjności turystycznej miejscach.

Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2016	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, środki partnerów gospodarczych, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój

– Realizacja profesjonalnego systemu informacji w terenie (tablice informacyjne opisujące miejsce, w którym turysta się znajduje, ale także pokazujące połączenia z innymi atrakcjami – co jeszcze można zobaczyć / z czego skorzystać na terenie OF, czytelne i intuicyjne mapy). Rozmieszczenie tablic w okolicach głównych atrakcji, węzłów komunikacyjnych, na głównych drogach dojazdowych do Doliny Rzeki Pilicy.

Zaprojektowanie i wykonanie spójnego systemu oznaczeń w terenie atrakcji turystycznych.

System oznaczeń dotyczy wszystkich form informacyjnych używanych w terenie (tablice terenowe, tablice oznaczające obiekty zabytkowe czy inne miejsca ciekawe). System ten powinien być spójny z system identyfikacji wizualnej obszaru Doliny Rzeki Pilicy. Jednolity system oznakowania szlaku kajakowego na rzece Pilicy. Opracowanie i wytyczenie w terenie jednorodnego systemu oznakowań w oparciu o wspólne logo Doliny Rzeki Pilicy – oznakowanie mostów, dopływów, miejsc dobijania i wodowania wraz z informacją o pobliskiej ofercie noclegowej, gastronomicznej, punktach poboru wody, lokalnych atrakcjach – rezerwatach, zabytkach, lokalnej faunie i florze. Oznakowanie szlaku kajakowego powinno być również prowadzone od strony dróg dojazdowych do stanic, miejsc dobijania i wodowania.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015 - 2018	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, środki partnerów gospodarczych, Ministerstwo Sportu i Turystyki

Cel operacyjny 2. Wykreowanie i promocja marki turystycznej „Dolina Rzeki Pilicy".

– Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej – turystycznego logo Obszaru Funkcjonalnego oraz marki „Dolina Rzeki Pilicy". System identyfikacji opracowany zostanie na bazie konkursowych prac, w modelu partycypacyjnym – angażowanie w tworzenie logo dzieci i młodzieży, lokalnych organizacji. Na bazie przygotowanych przez nich prac specjaliści – graficy / uczniowie liceum plastycznego przygotują rozwiązanie nawiązujące do prac konkursowych.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
2015	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

– Opracowanie corocznego kalendarza wyjazdów i prezentacji na targach turystycznych w kraju i zagranicą. Udział w targach turystycznych.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe - spotkania raz w roku począwszy od 2015 r	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

– Promowanie oferty turystycznej w mediach społecznościowych (moderacja i animowanie wydarzeń, budowanie aktywnej społeczności fanów – osób związanych z OF, doceniających jego walory, korzystających z oferty turystycznej i polecających ją innym).		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe - spotkania raz w roku począwszy od 2015 r	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

– Organizacja rozpoznawalnej w skali Polski imprezy promującej turystyczna atrakcyjność Doliny Rzeki Pilicy np. *Pilica zachwyca*.		
Termin realizacji	Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane	Źródła finansowania
działanie stałe - spotkania raz w roku począwszy od 2015 r	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST

– „Poddaj dalej" – opracowanie zasad systemu wzajemnego promowania się (*marketing lokalnie szeptany*) – promowanie zasady n+3 (przekazywanie przez każdego przedsiębiorcę turystycznego klientowi/turyście informacji i kolejnych 3 miejscach/ofertach/atrakcjach turystycznych , z których może skorzystać na obszarze Doliny Rzeki Pilicy); Wzajemna promocja może odbywać się poprzez: – Rozpowszechnianie materiałów promocyjnych prezentujących atrakcje turystyczne Doliny Rzeki Pilicy, oferowane produkty turystyczne, dostępną bazę noclegowo-gastronomiczną, w każdym miejscu czy punkcie świadczenia jakiejkolwiek usługi turystycznej; – wykorzystywanie elementów prezentujących i promujących walory turystyczne Doliny Rzeki Pilicy (np. zdjęcia ze spływów kajakowych / dożynek / Hubertusa w hotelach/restauracjach, produkty lokalne w karcie menu itp.); – zamieszczenie banneru/linków do portalu turystycznego Doliny Rzeki Pilicy oraz innych podmiotów z branży turystycznej na własnych stronach internetowych.		
Termin realizacji	**Odpowiedzialność / podmioty zaangażowane**	**Źródła finansowania**
działanie stałe - spotkania raz w roku począwszy od 2015 r	Centrum koordynacyjne we współpracy z zespołami merytorycznymi	środki JST, środki partnerów gospodarczych i społecznych

Część V. Wdrożeniowa. System wdrażania, monitorowania i finasowania strategii

System wdrażania, monitorowania i finansowania Strategii Rozwoju Turystyki zawiera bezpośrednie do określenie procedur i odpowiedzialności za realizację zapisów strategicznych, dokonanie pomiaru i obserwacji postępów w realizacji Strategii. Dopełnieniem systemu jest określenie podmiotów odpowiedzialnych i zaangażowanych w jego wdrażanie, a także wskazanie możliwych źródeł finansowania opisanych propozycji produktów turystycznych i zadań.

System wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki

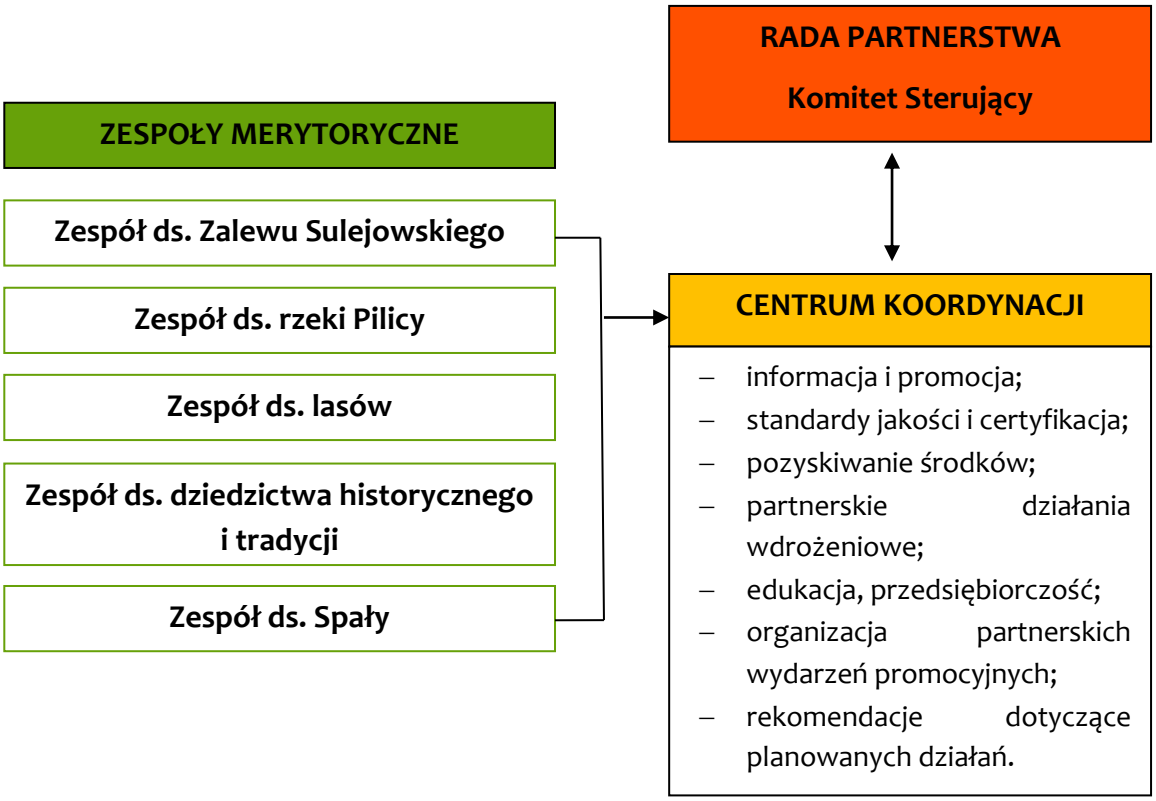
Wdrożenie Strategii Rozwoju Turystyki odbywać będzie się w oparciu o dwie ścieżki realizacyjne. Pierwsza z nich obejmuje programy kierunkowe, których realizacja oparta będzie o stopniowe uruchamianie poszczególnych elementów produktów turystycznych. Większość zaproponowanych rozwiązań będzie zależała od inicjatywy podmiotów społecznych i gospodarczych, zawiązywania się partnerstw publiczno-prywatnych bądź uruchamiania środków zewnętrznych w trybie konkursowym. Druga ścieżka opiera się na zadaniach, za które odpowiedzialność przekazana jest Centrum Koordynacyjnemu i bazuje w równej mierze na środkach budżetowych poszczególnych gmin Partnerstwa, powiatu, Stowarzyszenia Dolina Pilicy oraz środkach zewnętrznych.

Proces wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki (skuteczna realizacja celów, zapewnienie wysokiego poziomu motywowania i zaangażowania, wskazanie sposobów komunikacji planowanych zmian oraz postępów w realizacji strategii) oparty będzie na zasadach zgodnych z standardami zachowań organizacyjnych, ujętych w zapisie misji rozwoju turystyki w obszaru turystycznego Doliny Rzeki Pilicy:

1. Każdy turysta jest dla nas ważny i znajdzie ofertę dostosowaną do swoich potrzeb i możliwości.
2. Stale dbamy o najwyższą jakość produktów turystycznych.
3. Nie konkurujemy, działamy wspólnie, myśląc o Dolinie Rzeki Pilicy jako wspólnej marce.
4. Partnerstwo jest otwarte i gotowe do współpracy z różnymi podmiotami działającymi na rzecz rozwoju lokalnej turystyki.
5. Informacja i promocja Doliny Rzeki Pilicy oparta jest o spójny, wspólny dla całego obszaru przekaz.
6. Stwarzamy warunki dla rozwoju oddolnych aktywności i działalności gospodarczych w turystyce.
7. Budujemy wśród mieszkańców postawy szacunku wobec wspólnej przestrzeni publicznej i wartości ekologicznych.

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

Rys. 1. Schemat struktury organizacyjnej podmiotów wdrażających strategię rozwoju turystyki



– Rada Partnerstwa

Rada Partnerstwa w założeniu miałaby składać się z władz samorządowych jednostek samorządu terytorialnego należących do Partnerstwa i LGD Stowarzyszenie Dolina Pilicy oraz reprezentantów poszczególnych zespołów merytorycznych. Rada jako organ decyzyjny i ciało nadzorujące procesem wdrażania Strategii decydowałaby również o sposobach finansowania działań realizowanych przez Centrum Koordynacyjnego. To na tym poziomie podejmowane byłyby główne decyzje w zakresie kierunków rozwoju turystyki w Obszarze, priorytetach inwestycyjnych służących wzmacnianiu potencjału oraz warunkach finansowania najważniejszych działań rozwojowych.

– Centrum Koordynacyjne

Centrum Koordynacyjne przewidziane jest jako organ wykonawczy decyzji Rady Partnerstwa. Rozważano różne warianty struktury organizacyjnej i sposobu funkcjonowania Centrum. Ostatecznie rekomenduje się:

– Powołanie niezależnego zespołu osób, który posiadałby własne kompetencje i został osadzony w strukturze organizacyjnej jednego z partnerów np. w Starostwie Powiatowym bądź przy Urzędzie Miasta w Tomaszowie Mazowieckim. Zespół ten docelowo (w perspektywie kilku lat) miałby się przekształcić w odrębny podmiot np. Lokalną Organizacje Turystyczną – obszaru Dolina Rzeki Pilicy.

Centrum Koordynacyjne zajmowałoby się przede wszystkim działaniami wdrożeniowymi (realizacja ustalonych na dany rok zadań), informacją i promocją turystyczną (m.in.: przygotowanie i prowadzenie portalu turystycznego dla całego OF, przygotowywanie materiałów

informacyjno-promocyjnych, zbieranie i aktualizowanie informacji o ofertach, badanie opinii turystów itp.), pozyskiwaniem środków (przygotowywanie wniosków o dofinansowanie działań służących rozwojowi turystyki i inwestycji okołoturystycznych), współpracą z instytucjami naukowymi i badawczymi (np. Zakłady Geografii Turyzmu UŁ/UJ – współpraca w zakresie organizacji praktyk studenckich – pomiary ruchu turystycznego) oraz utrzymaniem standardów jakości (ustalenie kryteriów jakości ofert turystycznych Doliny Rzeki Pilicy, certyfikacja i audyty). Funkcje Centrum Koordynacyjnego zostały ujęte na Rys. 1.

– Zespoły merytoryczne

Poszczególne zespoły merytoryczne miałyby charakter nieformalny i składałyby się z osób i podmiotów posiadających wiedzę i doświadczenie w obrębie poszczególnych dziedzin, wynikające z prowadzenia działalności w tym zakresie np. Nadleśnictwo Spała w Zespole ds. lasów. Zespoły zajmowałyby się działalnością wdrożeniową (tworzenie produktów turystycznych, konkretnych ofert) oraz pełniłyby funkcję opiniotwórczą i doradczą dla Rady Partnerstwa w zakresie rozwoju poszczególnych programów turystycznych (budowanych wokół walorów typu: Pilica, Zalew Sulejowski itp.).

Zespół ds. Zalewu Sulejowskiego

Podmioty wiodące:

- Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej w Warszawie;
- Polska Akademia Nauk (EKO ROB);
- Gmina Tomaszów Mazowiecki;
- Gminy leżące wokół Zalewu Sulejowskiego, poza terenem Obszaru Funkcjonalnego: gmina Wolbórz, gmina Piotrków Trybunalski, gmina Mniszków, gmina Sulejów.
- Powiat tomaszowski;
- Lasy Państwowe – Nadleśnictwo Smardzewice.

Podmioty wspierające (m.in.):

- Podmioty gospodarcze prowadzące działalność na terenie okalającym Zalew Sulejowski:
- Hotele m.in. Kruk, Magellan;
- Przystanie;
- Właściciel Mariny;
- Porty jachtowe m.in.: Maruś;
- Obiekty gastronomiczne;
- Ośrodki turystyczne;
- Klub żeglarski Horyzont;
- Centrum Konferencyjno-Rekreacyjne Molo
- Restauracja Omega;
- Łódzki Klub Regatowy „Latający Holender”;
- Wspólnota gruntowa Tresta;
- Stowarzyszenie Rozwoju Smardzewic;
- Fundacja Wspierania Inicjatyw Sea Scouts;
- Fundacja Promocji Zdrowia i Rozwoju Turystyki MAKAO

- Związek Harcerstwa Polskiego
- Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe;
- Lokalna organizacja Turystyczna Zalewu Sulejowskiego;
- Organizacje pozarządowe działające w gminach okalających Zalew Sulejowski.

Zespół ds. rzeki Pilicy

Podmioty wiodące:

- Przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego – gmina Tomaszów Mazowiecki, miasto Tomaszów Mazowiecki, gmina Inowłódz, gmina Rzeczyca (z zakresu ochrony środowiska i inwestycji);
- Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej w Warszawie;
- Wojewódzki Zarząd Melioracji i Urządzeń Wodnych;
- Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska w Łodzi;
- Lasy Państwowe – Nadleśnictwo Smardzewice i Nadleśnictwo Spała;
- Zespół Nadpilicznych Parków Krajobrazowych;
- LGD Stowarzyszenie Dolina Pilicy;
- Stowarzyszenie Rozwoju Smardzewic;
- Klub Sportowy Amber.

Podmioty wspierające (m.in.):

- Koła wędkarskie na terenie Tomaszowa Mazowieckiego;
- Polski Związek Wędkarski;
- Restauracje: Karczma Staropolska w Rzeczycy;
- Właściciele wypożyczalni kajaków;
- Właściciele gospodarstw agroturystycznych;
- Ośrodek Sportu i Rekreacji w Tomaszowie Mazowieckim;
- Skansen Rzeki Pilicy;
- Właściciele gruntów prywatnych wzdłuż rzeki Pilicy;
- Wydział Ochrony Środowiska, Rolnictwa i Leśnictwa i Wydział Informacji Turystycznej i Promocji w Starostwie Powiatowym w Tomaszowie Mazowieckim;
- Młodzieżowy Dom Kultury w Tomaszowie Mazowieckim ;
- Sekcja morsów w klubie sportowym Amber.

Zespół ds. lasów

Podmioty wiodące:

- Przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego – gmina Tomaszów Mazowiecki, miasto Tomaszów Mazowiecki, gmina Inowłódz, gmina Rzeczyca;
- Lasy Państwowe – Nadleśnictwo Spała, Nadleśnictwo Smardzewice;
- LGD Stowarzyszenie Dolina Pilicy;
- Ośrodek Hodowli Żubrów w Smardzewicach;
- Zespół Nadpilicznych Parków Krajobrazowych;
- Zarząd Dróg Powiatowych w Tomaszowie Mazowieckim.

Podmioty wspierające (m.in.):

- Przedstawiciele wydziałów/komisji zajmujących się edukacją i oświatą w jednostkach samorządu terytorialnego należących do Partnerstwa (w zakresie szlaków dydaktycznych);
- Koła łowieckie;
- Związki harcerskie;
- Stowarzyszenie X-bikers i inne organizujące wypoczynek na rowerze;
- Gospodarstwa agroturystyczne.

Zespół ds. dziedzictwa historycznego i tradycji

Podmioty wiodące:

- Przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego – gmina Tomaszów Mazowiecki, miasto Tomaszów Mazowiecki, gmina Inowłódz, gmina Rzeczyca;
- Muzeum w Tomaszowie Mazowieckim im. Antoniego hr. Ostrowskiego;
- Skansen Rzeki Pilicy;
- Gminne Centrum Kultury w Zamku Kazimierza Wielkiego w Inowłodzu;
- Przedstawiciele kościoła (parafie).

Podmioty wspierające (m.in.):

- Lokalna Organizacja Turystyczna w Spale;
- LGD Stowarzyszenie Dolina Pilicy;
- Polski Związek Łowiecki;
- Lasy Państwowe – Nadleśnictwo Spała;
- Przedstawiciele twórców ludowych;
- Koła gospodyń wiejskich z terenu Obszaru Funkcjonalnego;
- Koła historyczne (przy szkołach) z terenu Obszaru Funkcjonalnego;
- Podmioty gospodarcze;
- Zespoły ludowe z terenu Obszaru Funkcjonalnego;
- Gminne Ośrodki Kultury z terenu Obszaru Funkcjonalnego;
- Grupy rekonstrukcyjne;
- Inowłodzkie Bractwo Rycerskie;
- Zarządca kompleksu bunkrów w Konewce;
- Towarzystwo Przyjaciół Tomaszowa Mazowieckiego;
- Stowarzyszenie Zamek Kazimierzowski w Inowłodzu.

Zespół ds. Spały

Podmioty wiodące:

- gmina Inowłódz;
- Lokalna Organizacja Turystyczna w Spale;
- Ośrodek Przygotowań Olimpijskich w Spale.

Podmioty wspierające (m.in.):

- Sołtys Spały;
- Klub Miłośników Spały;
- Stowarzyszenie Kulturalna Spała,
- Lasy Państwowe - Nadleśnictwo Spała;
- Hotele: Mościcki, Prezydent, Zacisze;
- Fundusz Wczasów Pracowniczych;
- Właściciele SPA, domów dla seniorów, ośrodki rehabilitacyjne;
- Stowarzyszenia i kluby sportowe z obszaru gminy Inowłódz;
- Kancelaria Prezydenta RP.

W procesie wdrażania oraz monitorowania stopnia realizacji zamierzeń strategicznych przewidziano poniższe procedury postępowania:

W przypadku, gdy Centrum Koordynacyjne nie zostanie powołane do życia, rekomenduje się wprowadzenie wariantu alternatywnego, w ramach którego funkcjonować będzie Zespół ds. Strategii Turystyki.

WARIANT ALTERNATYWNY:

I. *Rada Partnerstwa* – poziom decyzyjny składający się z władz samorządowych jednostek samorządu terytorialnego należących do Partnerstwa i LGD Stowarzyszenie Dolina Pilicy. Rada jako organ decyzyjny i ciało nadzorujące procesem wdrażania Strategii decydowałaby także o priorytetach inwestycyjnych oraz sposobach finansowania działań.

II. *Zespół ds. Strategii Turystyki* – poziom operacyjny składający się z przedstawicieli każdego z członków Partnerstwa, którzy pełniliby także rolę koordynatorów działań strategicznych na poziomie każdego urzędu gmin czy starostwa powiatowego tworzących Obszar Funkcjonalny. Do zadań Zespołu należałoby bieżące gromadzenie informacji dotyczących podejmowanych działań zapisanych w strategii, monitorowanie wskaźników przyjętych do oceny stopnia wdrożenia Strategii Turystyki, opracowanie corocznego sprawozdania z monitoringu Strategii oraz udział w przygotowywaniu i realizacji projektów partnerskich.

III. *Partnerzy* – przedstawiciele podmiotów zaangażowanych w proces realizacji zadań w ramach poszczególnych domen strategicznych reprezentujący samorządy, jednostki organizacyjne JST, oraz inne podmioty czy instytucje publiczne.

W procesie wdrażania oraz monitorowania stopnia realizacji zamierzeń strategicznych przewidziano poniższe procedury postępowania:

I. Procedura przepływu informacji, gromadzenia danych i sprawozdawczości

Sprawozdanie z postępów w realizacji zadań uwzględnionych w Strategii przygotowywane jest raz w roku. W tym celu podejmowane są następujące działania:

— Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) pozyskuje od członków zespołów merytorycznych informacje na temat zadań zrealizowanych/będących w realizacji/planowanych do realizacji w danym roku kalendarzowym na obszarze Doliny Rzeki Pilicy. Dane zbierane są w oparciu o przygotowane formatki, pozwalające na standaryzację pozyskanych informacji z poszczególnych JST. Pozyskiwane są także sygnały o napotkanych/potencjalnych trudnościach i problemach, niezbędne dla zrealizowania zadania zasoby.

Dane gromadzone są do: 15 września każdego roku.

— Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) agreguje pozyskane informacje i w oparciu o nie opracowuje sprawozdanie. Sprawozdanie zawiera: opis stanu wdrażania zapisów domeny oraz rekomendacje dotyczące wdrażania zapisów poszczególnych domen w kolejnym okresie sprawozdawczym (sprawozdanie uwzględnia również listę zadań planowanych do partnerskiej realizacji w ramach domeny na kolejny rok budżetowy, w tym nowych propozycji zadań). Sprawozdania przekazywane są Radzie Partnerstwa (Komitetowi Sterującemu).

Sprawozdanie przekazywane są do: 1 października każdego roku.

— Rada Partnerstwa konsultuje ujęte w sprawozdaniu wyniki monitoringu, rekomendacje, listę zadań partnerskich planowanych do realizacji w kolejnym roku przez JST z obszaru Doliny Rzeki Pilicy. Skonsultowane sprawozdanie wraz z rekomendacjami zatwierdzane jest przez poszczególnych członków Partnerstwa.

Sprawozdanie przyjmowane jest do: 10 października.

II. Procedura uruchamiania wspólnych - partnerskich przedsięwzięć JST z OF Dolina Rzeki Pilicy

— Zgłoszenie do Centrum Koordynacyjnego (lub Zespołu ds. Strategii Turystyki) a następnie przekazanie do wszystkich JST oraz członków zespołów merytorycznych informacji o idei realizacji przedsięwzięcia wpisującego się w realizację celów strategii.

— Organizacja spotkania przedstawicieli JST w celu przedstawienia przez inicjatora przedsięwzięcia wstępnych założeń projektu (cele, etapy, harmonogram, wstępny budżet, możliwość pozyskania środków zewnętrznych na realizację).

— Podpisanie porozumienia o partnerskiej realizacji przedsięwzięcia. Wybór lidera przedsięwzięcia. Podział zadań i obowiązków w projekcie pomiędzy poszczególnych partnerów. Powołanie grupy startującej.

— Określenie zakresu przedsięwzięcia na poziomie poszczególnych JST decydujących się na wspólną realizację.

— Określenie zasad komunikacji i przepływu informacji pomiędzy partnerami projektu.

— Opisanie sposobu wewnętrznego monitorowania i kontroli realizacji projektu.

III. Procedura prowadzenia polityki informacyjnej Strategii.

Upowszechnianie wśród mieszkańców obszaru turystycznego Dolina Rzeki Pilicy informacji o realizowanych i zrealizowanych zamierzeniach strategicznych, stanowi istotny element budowy klimatu, sprzyjającego wdrażanym przedsięwzięciom. Jest także bezpośrednim efektem postawionej przed systemem wdrażania i monitorowania Strategii zasady informowania i promowania Doliny Rzeki Pilicy w oparciu o spójny, wspólny dla całego obszaru przekaz, kierowany także do wewnątrz - do mieszkańców. Podmiotem odpowiedzialnym za prowadzenie polityki informacyjnej w ramach „Strategii Rozwoju Turystyki OF Dolina Rzeki Pilicy" jest Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) .

- Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) prowadzi wystandaryzowaną bazę danych dotyczącą postępów w realizacji zamierzeń strategicznych (opartą m.in. o wskaźniki z systemu monitorowania oraz sprawozdania roczne).
- Przynajmniej raz w roku Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) przygotowuje notatkę medialną dotyczącą postępów w realizacji przedsięwzięć strategicznych oraz planowanych do realizacji zadaniach. Notatka upowszechniana jest wśród wszystkich Partnerów Strategii, w lokalnych mediach oraz publikowana na portalu internetowym Doliny Rzeki Pilicy oraz stronach internetowych poszczególnych Partnerów.
- Ponadto Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) aktywnie moderuje i animuje obecność Partnerstwa w portalach społecznościowych, informując we wpisach o poszczególnych wydarzenia/produktach turystycznych/zadaniach realizowanych w ramach Strategii rozwoju Turystyki.

Harmonogram wdrażania strategii

Strategia rozwoju turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy, powinna być realizowana sukcesywnie przy wsparciu partnerów społecznych i gospodarczych. Kolejność realizacji zadań rozwojowych jest o tyle istotna, że produkty turystyczne by zaistniały, zgodnie z logika potrzebują, odpowiedniego zaplecza. Dlatego rekomenduje się by w pierwszej kolejności rozpocząć prace nad dostosowaniem infrastruktury okołoturystycznej umożliwiającej uruchomienie poszczególnych produktów turystycznych oraz rozpocząć działania tzw. miękkie oddziaływujące na lokalne społeczności i budujące w nich gotowość do podjęcia działań biznesowych w sektorze turystyki. Podjęcie powyższych działań, stworzy warunki i bazę dla rozwijania prywatnej inicjatywy w sektorze turystycznym. Zaleca się by skupić się na infrastrukturze i zapleczu wspierającym turystykę aktywną, która ma szanse na generowania największego ruchu turystycznego (wytyczanie, oznakowanie szlaków/tras pieszych, rowerowych, kajakowych; budowa niezbędnej infrastruktury np. miejsca wodowania kajaków, parkingi dla rowerzystów, wiaty itp.). Propozycje terminów realizacji poszczególnych działań znalazły się w części operacyjnej.

System monitorowania Planu Rozwoju Turystyki

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

— cykliczność pomiarów,

— unifikacja metodyk wykorzystywanych do pomiarów i obserwacji,

— unifikacja interpretacji wyników.

System monitorowania powinien zapewnić ocenę skuteczności działań, które będą podjęte dla realizacji celów strategicznych. Monitorowanie prowadzone będzie w oparciu o ustalony, wąski zakres podstawowych wskaźników, przyjętych dla poszczególnych Domen. Za przebieg procesu monitoringu odpowiedzialne będzie w całości Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki). W ramach procesu monitoringu Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) będzie gromadziło dane zastane i wywołane potrzebne do obliczenia wskaźników realizacji założeń strategicznych. Dane te będą pozyskiwane od członków zespołów merytorycznych oraz podmiotów/ osób zaangażowanych w realizację projektów. Raz do roku Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki) będzie opracowywało i publikowało sprawozdanie z postępów w realizacji Strategii Rozwoju Turystyki wraz z ewentualnymi wytycznymi na lata następne.

Przykładowe wskaźniki służące monitorowaniu realizacji Strategii, odnoszące się do poszczególnych jej domen strategicznych i celów przedstawiono poniżej.

— **Domena 1:** Atrakcyjna i zróżnicowana oferta turystyki aktywnej w Dolinie Rzeki Pilicy.

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba opracowanych i wdrożonych nowych produktów turystycznych Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (w skali roku).	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba funkcjonujących produktów turystycznych na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)

— **Domena 2:** Kompleksowa obsługa ruchu turystycznego w zagospodarowanej przestrzeni turystycznej.

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba miejsc noclegowych (w tym nowopowstałych) na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (w skali roku).	sztuk	Bank Danych Lokalnych GUS, Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba podmiotów gastronomicznych (w tym nowopowstałych) na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (w skali roku).	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba nowopowstałych obiektów infrastruktury okołoturystycznej – bazy turystycznej na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (w skali roku).	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Długość oznakowanych szlaków turystycznych (rowerowych/ pieszych/ kajakowych) w tym nowopowstałych (w skali roku).	km	Bank Danych Lokalnych GUS Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba udzielonych noclegów na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (w skali roku).	sztuk	Bank Danych Lokalnych GUS, Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba odwiedzających biletowane obiekty turystyczne (w skali roku).	osób	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba uczestników imprez/wydarzeń kulturalnych na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy (w skali roku).	osób	Bank Danych Lokalnych GUS
Liczba uczniów objętych realizacją ścieżek tematycznych odnoszących się do historii, tradycji, potencjału turystycznego Doliny Rzeki Pilicy.	osób	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki), szkoły z terenu Partnerstwa
Liczba uchwalonych Planów Zagospodarowania Przestrzennego dla obszarów mających potencjał turystyczny na terenie Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki), referaty planowania przestrzennego partnerskich JST

Liczba warsztatów / szkoleń dla mieszkańców OF Dolina Rzeki Pilicy z zakresu wsparcia przedsięwzięć biznesowych wpisujących się w programy turystyczne opisane w Domenie I.	sztuk	Centrum Koordynacyjne

— **Domena 3:** Zintegrowany system zarządzania marką turystyczną „Dolina Rzeki Pilicy".

Nazwa wskaźnika	Jednostka pomiaru	Źródło
Liczba spotkań zorganizowanych w ramach Audytu sezonu.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba przyznanych Certyfikatów jakości.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba odwiedzin na portalu internetowym Doliny Rzeki Pilicy.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki), Administrator portalu
Liczba zainstalowanych tablic informacyjnych wokół głównych atrakcji, węzłów komunikacyjnych itp.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Liczba fanów profilu społecznościowego (np. Facebook/ Twitter/ YouTube) OF Dolina Rzeki Pilicy.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki), Administrator profili społecznościowych Partnerstwa
Targi turystyczne, na których prezentowana była oferta produktów turystycznych Doliny Rzeki Pilicy.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)
Nakład materiałów promocyjnych zawierających informację o produktach turystycznych oferowanych na terenie Doliny Rzeki Pilicy oraz kalendarz imprez i wydarzeń.	sztuk	Centrum Koordynacyjne (lub Zespół ds. Strategii Turystyki)

Możliwości i warunki finansowania przedsięwzięć turystycznych i około turystycznych w perspektywie 2014-2020

Realizacja założeń Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy wymaga środków finansowych. Mogą one pochodzić z różnych źródeł wśród których należy wymienić:

- Środki pozyskane z Unii Europejskiej;
- Pozaunijne fundusze celowe (Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, Norweski Mechanizm Finansowy i Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego);
- Skarb Państwa (środki celowe w ministerstwach, zwłaszcza w Ministerstwie Sportu i Turystyki, Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi);
- Środki własne JST (środki pochodzące z budżetów gmin, powiatu i województwa);
- Środki własne lokalnych podmiotów np. Lokalnej Grupy Działania Dolina Rzeki Pilicy;
- Kapitał prywatny i środki własne (w ramach Partnerstwa Publiczno – Prywatnego);
- Kapitał prywatny (środki inwestorów prywatnych).

Nowa perspektywa budżetowa Unii Europejskiej na lata 2014-2020 stwarza możliwości na pozyskanie znacznych środków finansowych z programów krajowych oraz programu regionalnego. Fundusze na realizację celów tych programów pochodzą z Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Europejskiego Funduszu Społecznego. Należy jednak zaznaczyć, że podział środków w ramach dostępnych programów oraz opracowywanie ich ostatecznej wersji w dalszym ciągu trwa dlatego poniższe informacje zaczerpnięte są z najbardziej aktualnych źródeł.

Środki pozyskane z Unii Europejskiej

Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko

- Oś priorytetowa V: Ochrona przyrody i kształtowanie postaw ekologicznych.
- Działanie 5.1. Wspieranie kompleksowych projektów z zakresu ochrony siedlisk przyrodniczych (ekosystemów) na obszarach chronionych oraz zachowanie różnorodności gatunkowej.

Przewidziane jest finansowanie m.in. projektów służących czynnej ochronie siedlisk przyrodniczych zagrożonych w skali Europy i kraju ze szczególnym naciskiem położonym na odtwarzanie i kształtowanie warunków dla trwałego zachowania siedlisk, w tym m. in.: renaturalizacja zdegradowanych siedlisk lądowych i wodnych; przywracanie właściwych stosunków wodnych siedlisk wodno-błotnych. Dodatkowo finansowane będą działania związane z organizowaniem aktywności turystycznej na obszarach chronionych np. wyznaczanie szlaków turystycznych, budowa ścieżek przyrodniczych na obszarach chronionych oraz innych form małej infrastruktury (zadaszenia, punkty widokowe, parkingi, ścieżki rowerowe, itp.). Minimalna wartość projektu to 400 tys zł.

- Działanie 5.4. Kształtowanie postaw społecznych sprzyjających ochronie środowiska, w tym różnorodności biologicznej.

Celem w ramach tego działania będzie zwiększanie świadomości ekologicznej w zakresie ochrony środowiska i krajobrazu. Przewidywane jest wsparcie m.in. dla projektów prezentujących sposoby uwzględniania potrzeb ochrony przyrody w gospodarce leśnej, gospodarce wodnej oraz planowaniu przestrzennym; działania edukacyjne skierowane do społeczności lokalnych na obszarach chronionych, w szczególności należących do sieci Natura 2000.

Minimalna wartość projektów z tego zakresu to 400 tys. zł.

- Oś priorytetowa XI: Kultura i dziedzictwo kulturowe.
- Działanie 11.1. Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym

Działanie to zakłada „ochronę, zachowanie i efektywne wykorzystanie dziedzictwa o charakterze ponadregionalnym". Przykładowe typy projektów, które będą dofinansowane w ramach tego działania to: Rewitalizacja, rewaloryzacja, konserwacja renowacja restauracja, zachowanie, a także adaptacja na cele kulturalne obiektów wpisanych do rejestru zabytków i zespołów tych obiektów wraz z ich otoczeniem.

- Działanie 11.2. Rozwój oraz poprawa stanu infrastruktury kultury o znaczeniu ponadregionalnym.

W działaniu tym przewidywane jest wsparcie dla projektów z zakresu budowy, rozbudowy, remontu i przebudowy instytucji kultury czy zakup i remont trwałego wyposażenia do prowadzenia działalności kulturalnej.

Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, 2014-2020

- Oś Priorytetowa III: Wsparcie otoczenia i potencjału innowacyjnych przedsiębiorstw.
- Priorytet inwestycyjny 3.4. wspieranie zdolności MŚP do angażowania się w proces wzrostu na rynkach regionalnych, krajowych i międzynarodowych oraz w procesy innowacji.

Wspierane będą projekty z zakresie promocji turystycznej Polski na rynkach zagranicznych jak również działania związane z badaniem ruchu turystycznego poprzez zapewnienie dostępu do aktualnych informacji o rynku turystycznym podmiotom z sektora turystyki oraz podniesienie jakości badań ruchu turystycznego w regionach.

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, projekt

- Priorytet 6. Wspieranie włączenia społecznego, ograniczania ubóstwa i rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich.
- Cel szczegółowy 6B. Wspieranie lokalnego rozwoju na obszarach wiejskich – działanie LEADER.

W ramach tego celu wspierane będą m.in. działania z zakresu: zachowania dziedzictwa lokalnego oraz rozwoju ogólnodostępnej i niekomercyjnej infrastruktury turystycznej, rekreacyjnej lub kulturalnej oraz technicznej.

- Poddziałanie 7.8.2. Badania i inwestycje związane z utrzymaniem, odbudową i poprawą stanu dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wsi, krajobrazu wiejskiego i miejsc o wysokiej wartości przyrodniczej, w tym dotyczące powiązanych aspektów społeczno-gospodarczych oraz środków w zakresie świadomości środowiskowej. W jego ramach przewidywane jest wsparcie m.in. na odnowę zabytków służących zachowaniu dziedzictwa kulturowego. Pomoc ma formę refundacji części kosztów kwalifikowalnych operacji i może się o nią starać gmina oraz instytucje kultury.
- Poddziałanie 7.8.3. Inwestycje w tworzenie, ulepszanie lub rozwijanie podstawowych usług lokalnych dla ludności wiejskiej, w tym rekreacji i kultury oraz powiązanej infrastruktury. W jego ramach przewidywane jest wsparcie inwestycji w obiekty pełniące funkcje kulturalne i kształtowanie przestrzeni publicznej.

Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020, projekt

- Oś Priorytetowa II: Innowacyjna i konkurencyjna gospodarka.
- Cel szczegółowy: Wzrost inwestycji w sektorze prywatnym.
- Priorytet inwestycyjny 3c. Wspieranie tworzenia i poszerzania zaawansowanych zdolności w zakresie rozwoju produktów i usług.

W ramach powyższego priorytetu przedsiębiorstwa z regionu łódzkiego mogą liczyć na wsparcie na realizację inwestycji rozwojowych związanych m.in. ze zmianą sposobu świadczenia usług, wsparciem przemian organizacyjnych prowadzących do wzmocnienia zdolności prorozwojowych firm a także wprowadzaniem na rynek wysokiej jakości produktów i usług. Do objęcia wsparciem przewidziane są następujące typy przedsięwzięć:

- inwestycje w MŚP na rzecz nowych lub ulepszonych produktów i usług, w tym dla przedsiębiorstw społecznych,
- wsparcie dostępu przedsiębiorstw do kapitału zewnętrznego poprzez rozwój instrumentów finansowych w zakresie funduszy pożyczkowych i poręczeniowych,
- wsparcie projektów i przedsięwzięć klastrów bądź inicjatyw klastrowych o zasięgu regionalnym i lokalnym.

Priorytetowo będą traktowane projektu przewidujące wdrażanie rozwiązań pozytywnie wpływających na środowisko.

- Oś Priorytetowa V: Ochrona środowiska.
- Cel szczegółowy: Ochrona i poprawa jakości środowiska przyrodniczego.
- Priorytet inwestycyjny 6d. Ochrona i przywrócenie różnorodności biologicznej, ochrona i rekultywacja gleby oraz wspieranie usług ekosystemowych, także poprzez program „Natura 2000”i zieloną infrastrukturę.

Przykładowe przedsięwzięcia, które będą wspierane w ramach priorytetu to: podniesienie standardu bazy technicznej i wyposażenie parków krajobrazowych lub rezerwatów przyrody (w tym położonych na obszarach Natura 2000); budowę lub modernizację niezbędnej infrastruktury mającej na celu ograniczenie degradacji środowiska przyrodniczego w miejscach wypoczynku, na szlakach turystycznych lub wypoczynkowych oraz promowanie form ochrony przyrody np. platformy widokowe, ścieżki dydaktyczne wykorzystujące lokalne zasoby przyrodnicze; rozbudowę, modernizację lub doposażenie ośrodków prowadzących działalność w zakresie edukacji ekologicznej (np. w parkach krajobrazowych) oraz prowadzenie komplementarnych i uzupełniających do ogólnopolskich kampanii informacyjno-edukacyjnych.

- Oś Priorytetowa VI: Rewitalizacja i potencjał endogeniczny regionu.
- Cel szczegółowy: Wzrost intensywności ruchu turystycznego.
- Priorytet inwestycyjny 8b. Wspieranie wzrostu gospodarczego sprzyjającego zatrudnieniu poprzez rozwój potencjału endogenicznego jako element strategii terytorialnej dla określonych obszarów, w tym poprzez przekształcenie upadających regionów przemysłowych i zwiększenie dostępu do określonych zasobów naturalnych i kulturalnych oraz ich rozwój.

Przewiduje się wsparcie następujących przedsięwzięć: budowa lub przebudowa infrastruktury turystycznej, przebudowa obiektów w celu nadania im funkcji turystycznych.

Pozaunijne fundusze celowe

Norweski Mechanizm Finansowy oraz Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego (tzw. fundusze norweskie i fundusze EOG).

Są to formy bezzwrotnej pomocy zagranicznej przyznanej przez Norwegię, Islandię i Liechtenstein nowym członkom UE. Obecnie jest realizowana druga edycja funduszy norweskich i EOG na lata 2009 – 2014. Za realizację programów wyróżnionych w obszarach wsparcia odpowiadają instytucje/organizacje, które specjalizującą się w danej dziedzinie.

Programy, w ramach można uzyskać dofinansowanie:

- **Ochrona różnorodności biologicznej i ekosystemów**. Operatorem jest Ministerstwo Środowiska we współpracy z Narodowym Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Program przewiduje wsparcie m.in. projektów mających na celu zwiększenie potencjału dla efektywnego zarządzania obszarami Natura 2000 i ich monitorowania. W programie będą realizowane tzw. duże projekty oraz tzw. projekty małe, wsparte z Funduszu Małych Grantów;
- **Promowanie różnorodności kulturowej i artystycznej w ramach europejskiego dziedzictwa kulturowego.** Operatorem jest Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Współfinansowana będzie m.in. organizacja wystaw, spektakli, koncertów, festiwali (w tym filmowych) i innych wydarzeń artystycznych, współpraca ekspertów w dziedzinie nowoczesnych technik, dokumentacji, ochrony, konserwacji i promocji dziedzictwa kulturowego, zwalczania nielegalnego wywozu i wwozu oraz handlu skarbami kultury, zarządzania dziedzictwem narodowym;
- **Konserwacja i rewitalizacja dziedzictwa kulturowego**. Operatorem jest również Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Program ten przewiduje m.in. wsparcie

dla: rewitalizacji, konserwacji, renowacji i adaptacji na cele kulturalne historycznych obiektów i zespołów zabytkowych wraz z otoczeniem; budowę, rozbudowę, remonty i przebudowę instytucji kultury; konserwację zabytków ruchomych.

Szwajcarsko-Polski Program Współpracy tzw. Fundusz Szwajcarski

Forma bezzwrotnej pomocy zagranicznej przyznanej przez Szwajcarię Polsce w ramach szwajcarskiej pomocy dla 10 państw członkowskich Unii Europejskiej, które przystąpiły do niej 1 maja 2004 r. Łącznie dla Polski Szwajcaria przeznaczyła **489 mln CHF**.

Obszary priorytetowe, w ramach których można starać się o wsparcie:

Rozwój sektora prywatnego i promocja eksportu MŚP. Projekt ułatwia wdrożenie działań podnoszących konkurencyjność MŚP z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie lokalnym. W ramach projektu oferowane będą specjalistyczne szkolenia dla lokalnych MŚP w dziedzinie CSR z naciskiem na zrównoważony rozwój i z uwzględnieniem aspektu eko-wydajności (w tym w turystyce).

Skarb Państwa

Ministerstwo Sportu i Turystyki

Ministerstwo Sportu i Turystyki Departament Turystyki ogłasza rokrocznie otwarty konkurs ofert na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki. W 2015 roku w ramach konkursu przewiduje się dofinansowanie na realizację następujących zadań:

- Wspieranie rozwoju turystyki polskiej (popularyzacja turystyki krajowej, rozwój dziedzin gospodarki turystycznej, konkurencyjność i innowacyjność produktów turystycznych). Zadania te mają być realizowane ze szczególnym uwzględnieniem:
- turystyki dzieci i młodzieży, osób starszych i niepełnosprawnych oraz turystyki związanej z „Dużymi Rodzinami" (wielodzietnymi);
- turystyki kulturowej, w tym w obiektach zabytkowych i dziedzictwa przemysłowego,
- turystyki aktywnej, w tym turystyki rowerowej i wodnej;
- turystyki wiejskiej;
- turystyki biznesowej i przemysłu spotkań w Polsce;
- ekoturystyki;
- turystyki zdrowotnej;
- Kształtowanie przestrzeni turystycznej – zadania związane z wytyczaniem, znakowaniem i konserwacją szlaków (m.in. pieszych, narciarskich, rowerowych, wodnych), które znajdują się na terenie Polski.

W otwartym konkursie ofert mogą brać udział zarejestrowane w Polsce organizacje pozarządowe oraz jednostki, działające dłużej niż trzy lata, których działalność w sferze turystyki (m.in. ekoturystyki, agroturystyki, przewodnictwa i pilotażu, rekreacji, wypoczynku, hotelarstwa) lub krajoznawstwa jest jednym z celów lub zadań statutowych. Wymagany jest wkład własny finansowy podmiotu wnioskującego o dotację w wysokości minimum 15 % kosztu całkowitego zadania.

Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Możliwe jest uzyskanie dofinansowania w ramach Programów Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz tzw. Mecenatu, które są podstawą ubiegania się o środki na zadania z zakresu kultury realizowane przez jednostki samorządu terytorialnego, instytucje kultury, instytucje filmowe, szkoły i uczelnie wyższe, organizacje pozarządowe, oraz podmioty gospodarcze. Na rok 2015 zostały ogłoszony np. program: Dziedzictwo kulturowe składający się z m.in. takich priorytetów jak: ochrona zabytków (przewidujący konserwację i rewaloryzację zabytków nieruchomych i ruchomych oraz ich udostępnianie na cele publiczne), kultura ludowa i tradycja (wspieranie zjawisk związanych z kulturami tradycyjnymi funkcjonującymi na poziomie lokalnym, regionalnymi ogólnopolskim).

Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (oferta na lata 2015-2020)

- **Program Ochrona i przywracanie różnorodności biologicznej** przewiduje wsparcie m.in. dla systemów gromadzenia i przetwarzania danych związanych z dostępem do informacji o środowisku; działań związanych z utrzymaniem i zachowaniem parków oraz ogrodów, będących przedmiotem ochrony na podstawie przepisów o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami; przedsięwzięć związanych z ochroną przyrody, w tym urządzanie i utrzymanie terenów zieleni, zadrzewień, zakrzewień oraz parków.
- **Program Edukacja ekologiczna**, którego celem jest podnoszenie poziomu świadomości ekologicznej i kształtowanie postaw ekologicznych społeczeństwa poprzez promowanie zasad zrównoważonego rozwoju. Rodzaje przedsięwzięć, które mogą uzyskać dofinansowanie to m.in.:
- programy w zakresie aktywnej edukacji ekologicznej oraz kampanie informacyjno – edukacyjne;
- szkolenia, warsztaty, konkursy, przedsięwzięcia upowszechniające wiedzę ekologiczną, seminaria, kongresy i konferencje o zasięgu krajowym i międzynarodowym, wydawnictwa;
- rozwój bazy służącej edukacji ekologicznej.

Aneks

Lista uczestników warsztatów strategicznych biorących udział w opracowywaniu Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy:

- Ambroziak Andrzej,
- Bazler Paulina,
- Bill – Skorupa Dorota,
- Dacz Adam,
- Dąbrowski Leszek,
- Frątczak Wojciech,
- Gadomska Małgorzata,
- Gluźniewicz Jerzy,
- Głowa Wiesław,
- Iwanicka Agnieszka,
- Kowalewski Jacek,
- Maciaszczyk – Bednarek Kinga,
- Młynarczyk Izabela,
- Moskal Monika,
- Olczyk Jakub,
- Robak Maria,
- Rogaczewski Tomasz,
- Rybarczyk – Kwiecień Natalia,
- Skóra Marta,
- Szuwart Martyna,
- Szymańczyk Ewa,
- Tazbir Monika,
- Tomkowski Bartosz,
- Truchan Paulina,
- Werkowska Mirona,
- Wieszkowska Urszula,
- Wilmański Klaudiusz,
- Wodziński Andrzej.

Załącznik 1.

Wstępna analiza w zakresie konieczności przeprowadzenia i zakresu prognozy oddziaływania na środowisko Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina Rzeki Pilicy

Zgodnie z art. 46 ust. 2 ustawy z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko (Dz.U.2013.1235 j.t. z późn. zm.) projekty polityk, strategii, planów lub programów w dziedzinie przemysłu, energetyki, transportu, telekomunikacji, gospodarki wodnej, gospodarki odpadami, leśnictwa, rolnictwa, rybołówstwa, **turystyki** i wykorzystywania terenu, opracowywanych lub przyjmowanych przez organy administracji, wyznaczających ramy dla późniejszej realizacji przedsięwzięć mogących znacząco oddziaływać na środowisko **wymagają przeprowadzenia strategicznej oceny oddziaływania na środowisko.**

Wyżej wymieniona ustawa w art. 48 ust. 1 dopuszcza sytuację, gdy to organ opracowujący projekty dokumentów strategicznych, może, po uzgodnieniu z właściwymi organami, (w tym wypadku Regionalny Dyrektor Ochrony Środowiska oraz Państwowy Wojewódzki Inspektor Sanitarny), odstąpić od przeprowadzenia strategicznej oceny oddziaływania na środowisko, jeżeli uzna, że realizacja postanowień danego dokumentu nie spowoduje znaczącego oddziaływania na środowisko.

Zgodnie z art. 48. ust. 2 wspomnianej ustawy odstąpienie od przeprowadzenia strategicznej oceny oddziaływania na środowisko w przypadku min. takich dokumentów jak strategia rozwoju turystyki, **może dotyczyć wyłącznie projektów dokumentów stanowiących niewielkie modyfikacje przyjętych już dokumentów lub projektów dokumentów dotyczących obszarów w granicach jednej gminy.**

Mając powyższe na uwadze, należy stwierdzić, że dla projektu Strategii Rozwoju Turystyki Obszaru Funkcjonalnego Dolina rzeki Pilicy, który obejmuje swoim zakresem obszar większy niż jedna gmina, **przeprowadzenie strategicznej oceny oddziaływania na środowisko jest wymagane.**

Proponowany zakres Prognozy powinien być zgodny z art. 51 ust. 2 ww. ustawy i obejmować:

- informacje o zawartości, głównych celach projektowanego dokumentu oraz jego powiązaniach z innymi dokumentami,
- informacje o metodach zastosowanych przy sporządzaniu prognozy,
- propozycje dotyczące przewidywanych metod analizy skutków realizacji postanowień projektowanego dokumentu oraz częstotliwości jej przeprowadzania,
- informacje o możliwym transgranicznym oddziaływaniu na środowisko,
- streszczenie sporządzone w języku niespecjalistycznym;

Ponadto prognoza powinna obejmować swoim zakresem opis i analizę:

a) istniejącego stanu środowiska oraz potencjalne zmiany tego stanu w przypadku braku realizacji projektowanego dokumentu,

b) stanu środowiska na obszarach objętych przewidywanym znaczącym oddziaływaniem,

c) istniejących problemów ochrony środowiska istotnych z punktu widzenia realizacji projektowanego dokumentu, w szczególności dotyczących obszarów podlegających ochronie na podstawie ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody,

d) celów ochrony środowiska ustanowionych na szczeblu międzynarodowym, wspólnotowym i krajowym, istotnych z punktu widzenia projektowanego dokumentu, oraz sposoby uwzględnienia tych celów i innych problemów środowiska podczas opracowywania dokumentu,

e) przewidywanych znaczących oddziaływań, w tym oddziaływania bezpośrednie, pośrednie, wtórne, skumulowane, krótkoterminowe, średnioterminowe i długoterminowe, stałe i chwilowe oraz pozytywne i negatywne, na cele i przedmiot ochrony obszaru Natura 2000 oraz integralność tego obszaru, a także na środowisko, a w szczególności na:

- różnorodność biologiczną,
- ludzi,
- zwierzęta,
- rośliny,
- wodę,
- powietrze,
- powierzchnię ziemi,
- krajobraz,
- klimat,
- zasoby naturalne,
- zabytki,
- dobra materialne
- z uwzględnieniem zależności między tymi elementami środowiska i między oddziaływaniami na te elementy;

Prognoza powinna zawierać również:

a) rozwiązania mające na celu zapobieganie, ograniczanie lub kompensację przyrodniczą negatywnych oddziaływań na środowisko, mogących być rezultatem realizacji projektowanego dokumentu, w szczególności na cele i przedmiot ochrony obszaru Natura 2000 oraz integralność tego obszaru,

b) biorąc pod uwagę cele i geograficzny zasięg dokumentu oraz cele i przedmiot ochrony obszaru Natura 2000 oraz integralność tego obszaru - rozwiązania alternatywne do rozwiązań zawartych w projektowanym dokumencie wraz z uzasadnieniem ich wyboru oraz opis metod dokonania oceny prowadzącej do tego wyboru albo wyjaśnienie braku rozwiązań alternatywnych, w tym wskazania napotkanych trudności wynikających z niedostatków techniki lub luk we współczesnej wiedzy.