



Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A.  
Polish Tourism Development Agency

# Strategia Rozwoju Turystyki dla gmin Związku Gmin Regionu Kutnowskiego i powiatu kutnowskiego



Dokument opracowany na zlecenie Związku Gmin Regionu  
Kutnowskiego

Warszawa, kwiecień 2004

## SPIS TREŚCI

<b>1</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>6</b>
1.1.	WYDZIELENIE I OPIS ANALIZOWANEGO OBSZARU .....	7
<b>2</b>	<b>UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI.....</b>	<b>9</b>
2.1.	UWARUNKOWANIA ZEWNĘTRZNE .....	9
2.1.1	<i>Uwarunkowania globalne (międzynarodowe) i krajowe.....</i>	<i>9</i>
2.1.2	<i>Uwarunkowania ogólnogospodarcze.....</i>	<i>11</i>
2.1.3	<i>Uwarunkowanie polityczne i prawne .....</i>	<i>12</i>
2.2.	UWARUNKOWANIA WEWNĘTRZNE .....	12
2.2.1	<i>Uwarunkowania geograficzno-przestrzenne.....</i>	<i>12</i>
2.2.2	<i>Uwarunkowania ekonomiczne.....</i>	<i>13</i>
2.2.3	<i>Uwarunkowania społeczne.....</i>	<i>13</i>
2.2.4	<i>Uwarunkowania infrastrukturalne.....</i>	<i>13</i>
2.2.5	<i>Uwarunkowania przyrodnicze i historyczno-kulturowe.....</i>	<i>14</i>
2.2.6	<i>Uwarunkowania polityczno-prawne i instytucjonalne.....</i>	<i>14</i>
<b>3</b>	<b>ANALIZA TRENDÓW W TURYSTYCE.....</b>	<b>15</b>
3.1.	TURYSTYKA KRAJOWA.....	15
3.2.	TURYSTYKA NA ŚWIECIE .....	18
3.3.	TURYSTYKA W EUROPIE .....	19
3.4.	PRZYSZŁE TRENDY W TURYSTYCE.....	19
<b>4</b>	<b>OKREŚLENIE I OCENA WALORÓW TURYSTYCZNYCH REGIONU .....</b>	<b>22</b>
4.1.	WALORY NATURALNE.....	22
4.2.	WALORY ANTROPOGENICZNE (KULTUROWE).....	29
4.3.	IMPREZY .....	36
4.4.	DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA .....	37
4.4.1	<i>Wnioski dotyczące walorów turystycznych Regionu .....</i>	<i>39</i>
<b>5</b>	<b>STAN ZAGOSPODAROWANIA TURYSTYCZNEGO REGIONU KUTNOWSKIEGO .....</b>	<b>41</b>
5.1.	INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA.....	41
5.1.1	<i>Baza noclegowa .....</i>	<i>42</i>
5.1.2	<i>Baza gastronomiczna .....</i>	<i>43</i>
5.1.3	<i>Baza uzupełniająca .....</i>	<i>44</i>
5.1.4	<i>Wnioski dotyczące stanu zagospodarowania turystycznego ....</i>	<i>50</i>
<b>6</b>	<b>DOMINUJĄCE FORMY TURYSTYKI.....</b>	<b>51</b>
<b>7</b>	<b>ANALIZA SWOT.....</b>	<b>55</b>
7.1.	ANALIZA SILNYCH I SŁABYCH STRON ANALIZOWANEGO OBSZARU W ZAKRESIE ROZWOJU TURYSTYKI .....	55
7.2.	ANALIZA SZANS I ZAGROŻEŃ OBSZARU OBJĘTEGO PROJEKTEM W ZAKRESIE TURYSTYKI .....	56

<b>8</b>	<b>ZAŁOŻENIA ROZWOJU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO ...</b>	<b>57</b>
8.1.	WIZJA I MISJA.....	59
8.2.	PRIORYTETY ROZWOJOWE.....	59
8.3.	SEGMENTACJA RYNKU NABYWCÓW .....	63
8.4.	IDENTYFIKACJA DOCELOWYCH GRUP ODBIORCÓW PRODUKTU.....	67
<b>9</b>	<b>STRATEGICZNE KIERUNKI DZIAŁAŃ BUDOWY RYNKU TURYSTYCZNEGO REGIONU KUTNOWSKIEGO .....</b>	<b>69</b>
9.1.	GŁÓWNE CELE STRATEGICZNE .....	69
<b>10</b>	<b>PRIORYTET 1 – WYZNACZENIE I ROZWÓJ WIODĄCYCH FORM TURYSTYKI ORAZ WYKREOWANIE MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH REGIONU....</b>	<b>72</b>
10.1.	TURYSTYKA KULTUROWO – POZNAWCZA .....	73
10.2.	TURYSTYKA SPORTOWO-REKREACYJNA „KUTNOWSKA STREFA SPORTU” .....	86
10.3.	UZUPEŁNIAJĄCA OFERTA TURYSTYCZNA .....	92
10.4.	PROGRAMY I DZIAŁANIA .....	94
10.5.	EFEKTY WDROŻENIA PROGRAMÓW PRIORYTETU I .....	97
<b>11</b>	<b>PRIORYTET 2 – ROZWÓJ I MODERNIZACJA INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ .....</b>	<b>99</b>
11.1.	PODSTAWOWA INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA .....	99
11.2.	ROZWÓJ INFRASTRUKTURY REKREACYJNO – SPORTOWEJ .....	100
11.3.	ZAGOSPODAROWANIE PRZESTRZENI PUBLICZNYCH .....	100
11.4.	PROGRAMY I DZIAŁANIA .....	101
11.5.	EFEKTY WDROŻENIA PROGRAMÓW PRIORYTETU 2.....	104
<b>12</b>	<b>PRIORYTET 3 – STWORZENIE ZINTEGROWANEGO SYSTEMU WSPARCIA TURYSTYKI ORAZ ROZWOJU RYNKU PRACY W TYM SEKTORZE.....</b>	<b>105</b>
12.1.	PROGRAMY I DZIAŁANIA .....	106
12.2.	EFEKTY WDROŻENIA PROGRAMÓW PRIORYTETU 3.....	107
<b>13</b>	<b>PRIORYTET 4 - INTEGROWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ PODNOSZENIA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ I BUDOWY WIZERUNKU REGIONU .....</b>	<b>109</b>
13.1.	OPRACOWANIE PROGRAMU IMPREZ .....	109
13.2.	SYSTEM PROMOCJI REGIONU .....	111
13.3.	PROGRAMY I DZIAŁANIA .....	115
13.4.	EFEKTY WDROŻENIA PROGRAMÓW PRIORYTETU 4.....	118
<b>14</b>	<b>SYSTEM ZARZĄDZANIA PRODUKTEM I HARMONOGRAM WDROŻENIA .....</b>	<b>119</b>
14.1.	MODEL FUNKCJONOWANIA .....	119
14.2.	HARMONOGRAM WDROŻENIA .....	122
<b>15</b>	<b>SYSTEM MONITORINGU WDRAŻANIA STRATEGII ..</b>	<b>126</b>
<b>16</b>	<b>IDENTYFIKACJA ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA.....</b>	<b>130</b>

16.1. FUNDUSZE STRUKTURALNE.....	130
16.1.1    Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR) .....	130
16.1.2    Sektorowy Program Operacyjny Restrukturyzacja i Modernizacja Sektora Żywnościowego oraz Rozwój Obszarów Wiejskich... .....	133
16.1.3    Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw .....	134
16.1.4    Inicjatywy wspólnotowe .....	135
16.2. KRAJOWE I ZAGRANICZNE FUNDUSZE WSPOMAGAJĄCE PROGRAMY OCHRONY DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I PRZYRODNICZEGO .....	135
16.3. DOTACJE RZĄDOWE .....	140
16.3.1    Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej .....	140
16.3.2    Ministerstwa Kultury.....	141
16.3.3    Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu .....	142
<b>17    BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>144</b>

**Niniejsze opracowanie zostało przygotowane na zlecenie Związku Gmin Regionu Kutnowskiego przez zespół Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki SA w składzie:**

- 1. Joanna Grudzińska – Saja**
- 2. Patrycja Janiszewska**
- 3. Katarzyna Wyszogrodzka**
- 4. Jacek Debis**

**Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A.** istnieje na polskim rynku inwestycji turystycznych od 1993 roku. Celem Spółki jest pomoc w tworzeniu i realizacji projektów wspierających rozwój infrastruktury turystycznej w Polsce.

**Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A.** jest liderem na polskim rynku usług inwestorskich w turystyce, w tworzeniu markowych produktów turystycznych, inicjowaniu i kreowaniu nowoczesnych procesów inwestycyjnych.

Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A. to najlepszy partner w inwestycjach turystycznych w Polsce.

Zapraszamy do współpracy oraz korzystania z naszych usług

**Polska Agencja Rozwoju Turystyki**

**ul. Stawki 2**

**00 – 193 Warszawa**

**tel. (22) 860 67 79/80**

**fax. (22) 860 67 82**

**www.part.com.pl, part@part.com.pl**

# 1 METODOLOGIA

Turystyka jest jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin gospodarki. Dążąc do rozwoju gospodarczego wiele krajów, prowincji i regionów rozwinęło markowe programy rozwoju turystyki.

Podstawą do generowania takich działań jest wyznaczenie obszaru oraz zbadanie jego potencjału turystycznego. Obecnie rozwój turystyki następuje głównie w obszarach turystycznych, charakteryzujących się dużymi walorami środowiska geograficznego i kulturowego. Aby jednak z obszaru atrakcyjnego turystycznie stworzyć tzw. strefę rekreacyjną – miejsce pobytu turysty, z jego walorami geograficznymi i kulturowymi, ale także świadczonymi usługami, muszą nastąpić odpowiednie inwestycje infrastrukturalne. Szacuje się, że takie zintegrowane strefy rekreacyjne będą głównym motorem dla popytu turystycznego w XXI w. – popytu w znacznej części europejskiego.<sup>1</sup>

**Audyt turystyczny** ma za zadanie odpowiedzieć na pytanie, czy analizowany obszar – w tym przypadku gminy Związku Gmin Regionu Kutnowskiego i powiatu kutnowskiego, jest wystarczająco atrakcyjny pod względem występujących na nim walorów naturalnych i antropogenicznych, by w przyszłości stać się „strefą rekreacyjną”.

Wnioski przedstawione w niniejszym opracowaniu oparte są o:

- analizę walorów naturalnych obszaru,
- analizę walorów antropogenicznych ze szczególnym uwzględnieniem walorów etnograficznych i historycznych,
- dostępność komunikacyjną Regionu, z uwzględnieniem możliwych kierunków napływu turystów,
- analizę istniejącej infrastruktury turystycznej i paraturystycznej.

W opracowaniu wykorzystano informacje pozyskane przez konsultantów PART w oparciu o następujące metody i źródła:

- analizę źródeł wtórnych na podstawie publikacji i opracowań historycznych, folderów turystycznych, stron internetowych,
- ankiety wypełnione przez gminy uczestniczące w projekcie,
- spotkania z przedstawicielami władz lokalnych, instytucji działających w sektorze turystyki i na rzecz jego rozwoju,
- warsztat roboczy przeprowadzony w Urzędzie Miasta w Kutnie,

---

<sup>1</sup> J. Kołodziejski, *Hipoteza kształtowanie polityki przestrzennej państwa*, CVP, Warszawa 1998 r.

- wizję lokalną.

### 1.1. Wydzielenie i opis analizowanego obszaru

**Strategia Rozwoju Turystyki dla gmin Związku Gmin Regionu Kutnowskiego i powiatu kutnowskiego** obejmuje obszar następujących gmin: Dąbrowice, Nowe Ostrowy, Łanięta, Krośniewice, Strzelce, Kutno, Miasto Kutno, Oporów, Krzyżanów, Żychlin, Witonia, Góra Świętej Małgorzaty oraz częściowo dotyczy gminy Bedlno i miasta Ozorków (Tabela 1).

Tabela 1 Gminy wchodzące w skład projektu

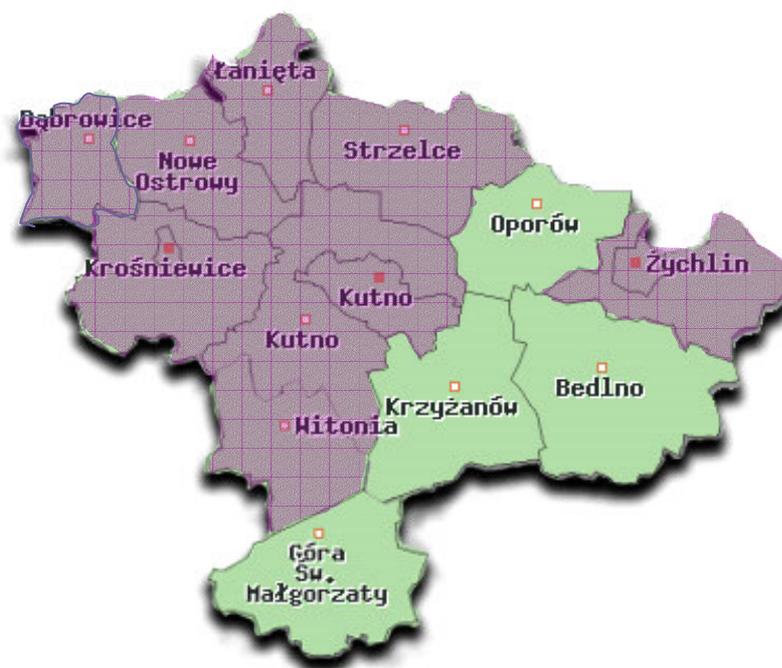
Województwo	Powiat	Gmina <sup>2</sup>
łódzkie	kutnowski	Żychlin
		Nowe Ostrowy
		Łanięta
		Krośniewice
		Strzelce
		Kutno
		Dąbrowice
		Miasto Kutno
	łęczycki	Witonia

Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

Analizowany obszar leży niemal w samym środku Polski (21 km od Kutna znajduje się geometryczny środek Polski) i zlokalizowany jest w północnej części województwa łódzkiego, w trójkącie Łódź – Warszawa – Włocławek. Według podziału Polski na regiony fizyczno-geograficzne, obszar leży w pasie Nizin Środkowopolskich. Jest to obszar wybitnie rolniczy, wyróżniający się żyznymi glebami, ale co za tym idzie – charakteryzujący się niskim stopniem zalesienia. Południowo-wschodnia część obszaru jest uboższa w lasy niż część północno-zachodnia. Powiat leży w strefie najsuchszego klimatu w Polsce, charakteryzującej się dużymi ujemnymi wartościami bilansu wodnego.

<sup>2</sup> Gminy Dąbrowice, Oporów, Krzyżanów, Bedlno, Góra Świętej Małgorzaty nie są formalnie **podmiotem** niniejszej strategii. Zasoby turystyczne tych gmin uwzględnione są jednak w projektowanym produkcie turystycznym

Rysunek 1 Zakres terytorialny gmin biorących udział w projekcie



Źródło: Opracowanie własne na podstawie map serwisu [www.gminypolskie.pl](http://www.gminypolskie.pl)

W dokumencie na określenie obszaru, dla którego powstaje niniejsza strategia stosuje się szereg wymiennych określeń: obszar objęty projektem, gminy powiatu kutnowskiego, gminy regionu, Region Kutnowski itp.

Głównym podmiotem Strategii są gminy wskazane jako partnerzy projektu. Ze względu na potrzebę integracji środowiska turystycznego regionu, **analizy** odnoszą się do terenu wszystkich gmin. Uwzględnienie w późniejszych projektach i programach gmin nie uczestniczących dziś w przedsięwzięciu, wymagać będzie z ich strony deklaracji współpracy i podpisania odpowiednich porozumień.

## 2 UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI

Analiza uwarunkowań rozwoju turystyki na danym obszarze daje możliwości oceny szans rozwoju tego sektora biorąc pod uwagę obecnie panujące warunki. Uwarunkowania mają zarówno charakter rekomendacji pod adresem poszczególnych dziedzin rozwoju turystyki, jak i ustaleń ogólnych przenikających z innych dziedzin. Uwarunkowania można podzielić na uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne.

### 2.1. Uwarunkowania zewnętrzne

- Uwarunkowania globalne (międzynarodowe) i krajowe
- Uwarunkowania ogólnogospodarcze
- Uwarunkowania polityczne i prawne

#### 2.1.1 Uwarunkowania globalne (międzynarodowe) i krajowe

Na zmiany w uwarunkowaniach rozwoju turystyki będą wpływały elementy różnych obszarów otoczenia tej dziedziny, w tym najnowsze trendy i tendencje (zarówno światowe, jak i europejskie oraz krajowe) związane ze zwiększeniem wymiaru czasu wolnego i mobilności jednostki oraz zwiększonymi wymaganiami klientów, nowymi motywami podróżowania oraz zmieniającym się otoczeniem społeczno-gospodarczym. Następuje zmiana modelu życia i charakteru konsumpcji większości społeczeństw, co przekłada się na obecny kształt i funkcjonowanie rynku turystycznego. Tendencje te są wyrazem zmiany systemu wartości bogatszych społeczeństw, które będą dyktować kierunki zmian w przyszłości.

- Tempo rozwoju gospodarki krajów europejskich stanowi dosyć istotny czynnik warunkujący rozwój wielu form turystyki w Polsce, a obecny zastój gospodarczy takich krajów jak Niemcy czy Francja odbija się niekorzystnie na polskim sektorze turystycznym (mniej przyjazdów turystów, mniejsze wydatki na osobę).
- Na świecie spodziewane jest zmniejszenie udziałów wyjazdów związanych z wypoczynkiem w mieście, głównie na skutek rosnącego zainteresowania turystyką aktywną, w tym na terenach wiejskich.
- Spodziewany jest wzrost dochodów realnych ludności, co spowoduje większe zainteresowanie turystyką (w tym droższymi, elitarnymi formami) oraz wzrost średnich wydatków na turystykę na osobę.

- Wzrosną potrzeby turystów w zakresie oferty kulturalnej oraz atrakcji (ożywianie muzeów, atrakcje nocne i wieczorowe, oferty uczestniczące, zagospodarowywanie obiektów zabytkowych na cele kulturalne).
- Wzrosną wymagania turystów w stosunku do ułatwień i udogodnień (w tym infrastrukturalnych) np. darmowe miejsca parkingowe, zintegrowane wypożyczalnie sprzętu sportowego, nowoczesne systemy informacji i rezerwacji, punkty węzłowo-przesiadkowe.
- Wzrosną wymagania turystów w zakresie oferty gastronomicznej, głównie w zakresie różnorodności i zróżnicowania cenowego, rośnie znaczenie kuchni regionalnych i potraw lokalnych (karczmy chłopskie itp.).
- Istotną rolę może odegrać aktywizacja wypoczynku weekendowego, wzrost tego rodzaju wyjazdów powinien wpłynąć także na rozwój turystyki aktywnej i kulturowej.
- Wzrośnie oferta usług pro-turystycznych i okołoturystycznych, w tym wycieczek fakultatywnych, przewozów turystycznych, pakietów turystycznych.
- Integracja Polski z Unią Europejską wymusi poprawę stanu dróg, przejść granicznych, a także rozwój terminali pasażerskich, (w tym autobusowych, morskich, lotniczych), co może przyczynić się do zwiększenia ruchu turystycznego na terenie Polski.
- Globalny rozwój sieci informacyjnych, w tym z wykorzystaniem sieci internet poprawi dostępność informacji oraz możliwość planowania wyjazdów indywidualnych (rezerwacja on-line).
- Rośnie wykorzystanie mediów w promocji turystyki (kulturowej, aktywnej, przyrodniczej), w tym rosnąca aktywność promocyjna największych ośrodków turystyki w kraju i Europie.
- Rośnie rola pakietów turystycznych - oferowanych przez sieci turystyczne, hotele, biura podróży (nocleg + atrakcje, oferta rozrywkowa, kulturalna itd.)
- Wzrośnie rola marek miejsc oraz pojedynczych imprez i wydarzeń wpływających na wizerunek i aktywizowanie ruchu turystycznego.
- Oczekuje się, iż turyści w wyjazdach nadmorskich i nad jeziora coraz większą uwagę zaczną przywiązywać do aktywnych form spędzania czasu, w tym form specjalistycznych (np. skutery wodne, narty wodne, windsurfing, kitesurfing, bojery, motolotnie itp.).
- Zmniejsza się znaczenie organizacji rządowych, stowarzyszeń i klubów oraz agencji turystycznych.
- Uzdrowiska na świecie stale wzbogacają i rozwijają swoją ofertę, o nowe usługi i produkty, uwzględniając zmieniające się oczekiwania i preferencje klientów, cena pobytu zawiera najczęściej pakiet komplementarnych usług i atrakcji.
- Oczekuje się wzrostu udziału liczby turystów zainteresowanych aspektem zdrowotno-profilaktycznym oraz zdrowotno-rehabilitacyjnym, a także tendencja związana z modą na zdrowy, aktywny wypoczynek.
- Tendencja do łączenia różnych form turystyki aktywnej (rowerowej, pieszej, konnej, wodnej) w formie szlaków kombinowanych oraz z turystyką przyrodniczą i kulturowo-krajoznawczą.

- Oczekuje się wzrostu potrzeb w stosunku do dodatkowej oferty rekreacyjno-wypoczynkowej, szczególnie nie uzależnionej od pogody, w tym centra sportowe (hale, boiska, pływalnie kryte), aquaparki oraz bogata oferta kulturalno-rozrywkowa.
- Oczekuje się wzrostu zainteresowania ośrodkami biznesowymi w zabytkowych pałacach, zamkach i dworach, głównie ze względu na elitarność oraz unikalność tych miejsc.
- Zmiana preferencji przy wyborze destynacji turystycznej – większe zainteresowanie produktem turystycznym niż państwem turystycznym.
- Potrzeba podróży turystycznych jako sposobu na odreagowanie stresu.
- Wzrost aktywności turystycznej osób starszych - konieczność wykreowania oferty dla tego segmentu turystów, zwłaszcza zagranicznych.
- Tworzenie przychylnego klimatu do rozwoju turystyki poprzez dążenie do zachowania walorów środowiska naturalnego i krajobrazu kulturowego oraz przestrzeganie zasady zrównoważonego rozwoju.
- Róśnie znaczenie specjalistycznych ośrodków typu SPA, świadczących obok klasycznych zabiegów przyrodoleczniczych także specjalistyczne usługi w zakresie kosmetologii, chirurgii plastycznej, terapii alternatywnych (np. aromaterapii).
- Firmy dążąc do poprawy wyników finansowych, ograniczają koszty w szczególności nie związane z bezpośrednią działalnością, w tym pozbywanie się ośrodków wczasowych, ograniczanie aktywności sponsorskiej i społecznej (mniej wyjazdów kolonijnych, obozów młodzieżowych, wczasów pracowniczych) oraz wyjazdów typu incentive.

### 2.1.2 Uwarunkowania ogólnogospodarcze

- Wysokie bezrobocie w Polsce może wpłynąć na ograniczenie skłonności wyjazdów turystycznych wśród znaczącej grupy mieszkańców kraju (ok. 20%) lub zmianę preferencji w kierunku tanich form wypoczynku na miejscu.
- Zła kondycja gospodarcza kraju wpływa hamująco na skalę wyjazdów turystycznych.
- Silna złotówka może wpływać na rosnący popyt w zakresie tanich wyjazdów zagranicznych
- Umacnianie się walut obcych może wpływać na przesunięcie zapotrzebowania na krajowe usługi turystyczne.
- Kontynuowanie procesów prywatyzacji oraz pozyskiwanie sponsorów jest szansą na podniesienie konkurencyjności i dostosowanie do wymogów rynku podstawowej infrastruktury turystycznej, w tym bazy noclegowej i gastronomicznej.
- Akces Polski do Unii Europejskiej spowoduje swobodny przepływ ludności, skrócenie procedur na granicy, co powinno zwiększyć napływ turystów z zagranicy.
- Nasila się tendencja do rozwoju społeczno-gospodarczego regionów poprzez rozwój turystyki.

### 2.1.3 Uwarunkowanie polityczne i prawne

- Prowadzona polityka turystyczna państwa, nastawiona jest na tworzenie silnego ekonomicznie, zorientowanego na rynek sektora turystycznego, opartego na prywatnej własności i inicjatywie, mogącego sprostać konkurencji na rynku międzynarodowym oraz zdolnego utrzymać popyt na turystykę krajową.
- Działalność Polskiej Organizacji Turystycznej zorientowanej na promocję oraz tworzenie pozytywnego wizerunku Polski w dziedzinie turystyki w kraju i za granicą, stwarza warunki współpracy organów administracji rządowej i samorządowej oraz organizacji zrzeszających przedsiębiorców z dziedziny turystyki.
- Podnoszenie konkurencyjności polskiej oferty turystycznej na rynku międzynarodowym i krajowym będzie następowało poprzez wdrażanie rządowego programu „Strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006” z wyszczególnionymi obszarami wsparcia: turystyka biznesowa, turystyka miejska i kulturowa, turystyka na terenach wiejskich, turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna, turystyka przygraniczna i transgraniczna.
- Integracja z Unią Europejską zwiększy dostępność pozyskiwania i wykorzystywania środków strukturalnych na cele stricte turystyczne oraz infrastrukturę paraturystyczną.
- Podniesienie jakości usług, ujednoczenie przepisów oraz dostosowanie norm i standardów w dziedzinie turystyki po przystąpieniu do Unii Europejskiej jest szansą na rozwój polskiego rynku turystycznego.
- – Następuje poprawa skuteczności działania i promocji, zarządzania i koordynowania działań w zakresie turystyki poprzez uporządkowanie struktury organów państwa związanych z turystyką.
- Tendencja do tworzenia Lokalnych Organizacji Turystycznych, jako organu inicjującego rozwój turystyki oraz pozyskującego środki finansowe (w tym z UE) jest szansą na skuteczniejsze wdrażanie programów turystycznych.

## 2.2. Uwarunkowania wewnętrzne

- Uwarunkowania geograficzno-przestrzenne
- Uwarunkowania ekonomiczne
- Uwarunkowania społeczne
- Uwarunkowania infrastrukturalne
- Uwarunkowania przyrodnicze i historyczno-kulturowe
- Uwarunkowania polityczno-prawne i instytucjonalne

### 2.2.1 Uwarunkowania geograficzno-przestrzenne

- Dostyc dobrze rozwinięta sieć połączeń komunikacyjnych stwarza dobre warunki do rozwoju ruchu turystycznego w Regionie Kutnowskim.
- Duża konkurencja ze strony sąsiednich gmin i powiatów przygotowujących ofertę dla tego samego turysty.

- Sąsiedztwo aglomeracji: łódzkiej, warszawskiej i poznańskiej jest szansą dla rozwoju turystycznego gmin powiatu kutnowskiego.
- Planowana budowa dwóch kluczowych autostrad (północ – południe, wschód zachód) może być jednym z kluczowych elementów podnoszących atrakcyjność Regionu Kutnowskiego.

### 2.2.2 Uwarunkowania ekonomiczne

- Wysoka stopa bezrobocia w Regionie oraz niskie dochody ludności wpływają na ograniczenie wewnętrznego popytu turystycznego (niska konsumpcja turystyczna).
- Gminy analizowanego obszaru charakteryzuje słaba kondycja finansowa a co za tym idzie niski potencjał rozwojowy oraz ograniczanie wydatków inwestycyjnych i promocyjnych.
- Rozwój turystyki, który wymaga w mało rozwiniętych regionach znacznych nakładów, będzie wymagał wsparcia (zwłaszcza rozbudowy infrastruktury) zewnętrznymi środkami finansowymi: rządowymi i UE.

### 2.2.3 Uwarunkowania społeczne

- Wysoki poziom bezrobocia strukturalnego wymaga podejmowania działań na rzecz aktywizacji zawodowej – kształcenie kadry na potrzeby turystyki jest szansą dla Regionu
- Marginalizacja obszarów wiejskich wymaga realizacji projektów zmierzających do zmian kwalifikacji zatrudnionych w rolnictwie – turystyka daje możliwość tworzenia alternatywnych źródeł zarobkowania
- Wzrost świadomości tożsamości kulturowej mieszkańców regionów (coraz bardziej widoczny w świetle postępującej globalizacji) stwarza szansę na dostarczanie ciekawszych ofert turystycznych.
- Wola współpracy samorządów lokalnych, instytucji i stowarzyszeń funkcjonujących w sferze turystycznej jest podstawą do skutecznego wdrażania programów rozwoju turystyki w Regionie.

### 2.2.4 Uwarunkowania infrastrukturalne

- Stosunkowo dobrze rozwinięta sieć dróg w Regionie nie spełniająca jednak wymagań w zakresie jakości nawierzchni i oznakowania.
- Tendencja do rozwoju infrastruktury towarzyszącej przyczyniająca się do zwiększenia atrakcyjności oraz tworząca warunki do wydłużenia sezonu turystycznego.
- Znaczne niedobory w podstawowej infrastrukturze turystycznej ograniczać będą rozwój turystyki w pierwszym etapie wdrażania strategii.
- Brak proturystycznego myślenia w Regionie widoczny jest w niedoborze infrastruktury atrakcji turystycznych.
- Konieczność standaryzacji nowopowstającej bazy noclegowej wg norm europejskich.

### 2.2.5 Uwarunkowania przyrodnicze i historyczno-kulturowe

- Niska lesistość terenu oraz znaczny udział rolnictwa na obszarze objętym projektem skutkuje ograniczeniem w rozwoju form turystycznych nawiązujących do zasobów środowiskowych.
- Na terenie Ziemi Kutnowskie spotykamy liczne obiekty o wartościach historycznych i kulturowych.
- Ograniczona eksploatacji przestrzeni kulturowej regionu nie pozwalała na budowanie – zalecanego obecnie – wizerunku Regionu.

### 2.2.6 Uwarunkowania polityczno-prawne i instytucjonalne

- Przychylność władz dla idei rozwoju Regionu jako obszaru atrakcyjnego turystycznie jest punktem wyjścia do wdrażania kompleksowej oferty.
- Zmiany w podejściu do turystyki – odejście od jej postrzegania jako kosztotwórczej pozycji w budżecie – dają nowe możliwości rozwoju tej dziedziny gospodarki w Regionie.
- Duża aktywność Związku Gmin Regionu Kutnowskiego jest szansą na tworzenie proturystycznego wizerunku Regionu oraz daje nadzieję na skuteczne pozyskiwanie środków finansowych na realizację zadań z zakresu turystyki.
- Istnieje potrzeba wskazania zespołu odpowiedzialnego za wdrażanie i monitorowanie realizacji Strategii rozwoju turystyki w Regionie.

### 3 ANALIZA TRENDÓW W TURYSTYCE<sup>3</sup>

W kontekście rozwoju turystyki w regionie kutnowskim najbardziej istotne będą trendy w turystyce krajowej. Jest to ściśle związane z docelowym rynkiem odbiorców dla planowanego produktu turystycznego, tj. skupieniem się na turystach krajowych, ze szczególnym uwzględnieniem najbliższych aglomeracji (Łodzi, Warszawy, Poznania). Trendy w turystyce światowej będą miały znaczenie bardziej w zakresie pewnych postaw i zachowań turystów na rynku międzynarodowym, które w dłuższym okresie przekładają się również na zachowania w turystyce krajowej. Ogólne informacje nt. roli turystyki w rozwoju gospodarczym pozwolą natomiast pokazać, jak istotna role może ona odgrywać w rozwoju Regionu.

#### 3.1. Turystyka krajowa

Ostatnie lata były dla krajowego ruchu turystycznego niezbyt przyjazne: po stosunkowo dobrych latach do roku 1999 następował stały spadek uczestnictwa Polaków w podróżach. Powodów było kilka: wzrost cen krajowych usług turystycznych, wzrost zainteresowania spędzaniem wakacji zagranicą, dostępność cenowa wyjazdów zagranicznych (duża konkurencja na rynku ofert, wysoki kurs złotówki w stosunku do euro i dolara), a nawet gwarancja dobrej pogody, szczególnie na południu Europy. Z analiz finansowych wynikało, iż średnio zamożnego Polaka stać było raczej na wyjazd z rodziną do Włoch czy Chorwacji, niż na spędzenie urlopu nad Bałtykiem. Znaczącą przyczyną był także spadek aktywności turystycznej naszych rodaków. Rok 2002 przyniósł pewną poprawę - wzrost podróży krajowych (krótko- i długookresowych) o ok. 2%. Jednak w roku 2003 nastąpiło kolejne załamanie rynku podróży: zarówno krajowych jak i zagranicznych.

Tabela 2 Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych wg rodzaju podróży (% populacji w wieku 15 i więcej lat).

Rodzaj podróży	1999	2000	2001	2002	2003
Krajowe długookresowe	36	34	32	33	32
Krajowe krótkookresowe	42	37	34	35	31
Krajowe ogółem	59	55	51	53	50
Zagraniczne	14	15	14	14	11

<sup>3</sup> Analiza przeprowadzona na podstawie danych z Instytutu Turystyki, WTO, WTTC

Krajowe i zagraniczne	63	60	56	57	54
-----------------------	----	----	----	----	----

Źródło: Badania Instytutu Turystyki

Z przeprowadzonych analiz ruchu turystycznego Polaków wynika, że jedna trzecia podróży to wyjazdy długookresowe (obejmujące 5 dni i więcej), pozostała część (2/3) to podróże krótkookresowe obejmujące 2 do 4 dni. Zarówno w podróżach krótko- jak i długookresowych obserwuje się sezonowość, przy czym znaczna część wyjazdów odbywa się w okresie letnim. Nie obserwuje się w tym względzie większych zmian, choć rok 2002 przyniósł 2% wzrost krótkich podróży w okresie letnim.

Tabela 3 Sezonowość krajowych podróży długookresowych (w % ogółu podróży)

	1999	2000	2001	2002
<b>Wiosna</b>	16	13	13	12
<b>Lato</b>	<b>53</b>	<b>57</b>	<b>61</b>	<b>61</b>
<b>Jesień</b>	16	16	14	15
<b>Zima</b>	15	14	12	12

Źródło: Badania Instytutu Turystyki

Tabela 4 Sezonowość krajowych podróży krótkookresowych (w % ogółu podróży)

	1999	2000	2001	2002
<b>Wiosna</b>	24	22	22	21
<b>Lato</b>	37	36	36	38
<b>Jesień</b>	23	24	24	24
<b>Zima</b>	16	18	18	17

Źródło: Badania Instytutu Turystyki

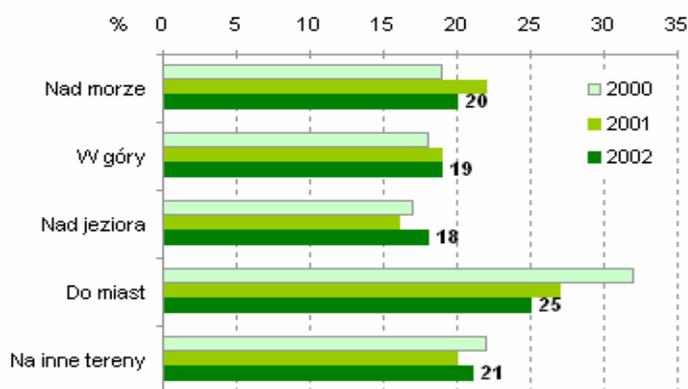
Aktywność turystyczną można również analizować ze względu na grupy wiekowe. I tak najaktywniej uczestniczą w krajowym ruchu turystycznym osoby w wieku 15-24 lata - 45%, następnie - 25-34 lata - 40%, 35-44 lata - 35%, 45-54 lata - 29%, 55-64 lata - 25% i osoby powyżej 65 roku życia - 17%. Największą grupę uczestników turystyki stanowią jednak dzieci i młodzież do 14 lat. Na przestrzeni ostatnich lat udział tej grupy wiekowej w ruchu turystycznym utrzymuje się na poziomie ok. 50%.

Równie istotny jest podział wg miejsca zamieszkania turystów, co nieodłącznie wiąże się z poziomem zamożności. Najliczniejsza grupa korzystająca z oferty krajowej to mieszkańcy miast powyżej 100 tysięcy obywateli (w roku 2002 - 62%). Najrzadziej z wyjazdów korzystają mieszkańcy wsi (43%). W 2002 roku 52% Polaków wcale nie wyjechało na urlop z powodu braku pieniędzy. Świadczy to, że skierowanie oferty turystycznej do mieszkańców największych miast w Polsce ma szanse powodzenia, ponieważ to właśnie stamtąd wywodzi się największa grupa turystów.

Jednym z istotnych elementów w analizie ruchu turystycznego jest również rodzaj zakwaterowania wybierany przez turystów, dający obraz, w jakim kierunku powinien iść rozwój infrastruktury turystycznej w regionie. Jak pokazują wyniki badań, turyści coraz częściej rezygnują z noclegów w hotelach na rzecz pensjonatów czy pokoi gościnnych. W przypadku podróży krótkookresowych najbardziej popularne są noclegi u rodziny lub znajomych.

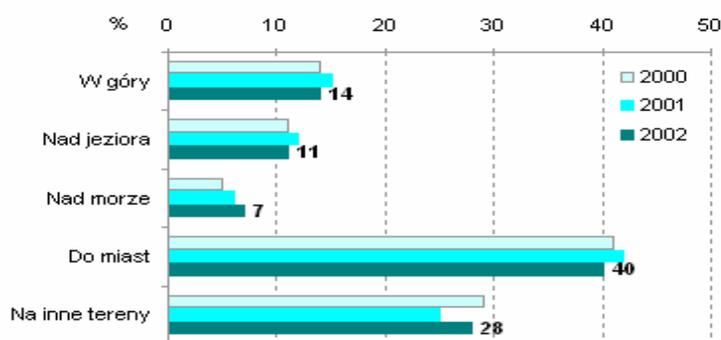
Najczęstszym kierunkiem wyjazdów Polaków są miasta - i to zarówno w podróżach krótko- jak i długookresowych.

Wykres 1 Kierunki krajowych wyjazdów długookresowych (%)



Źródło: Badania Instytutu Turystyki

Wykres 2 Kierunki krajowych wyjazdów krótkookresowych (%)



Źródło: Badania Instytutu Turystyki

Przeciętne wydatki polskiego turysty na wyjazdy długoterminowe w 2002 r. wyniosły: przed podróżą przeciętnie 205 zł, a podczas wyjazdu 374 zł. Dla podróży krótkookresowych wartości te przedstawiają się odpowiednio: przed podróżą 87 zł, a podczas wyjazdu 121 zł.

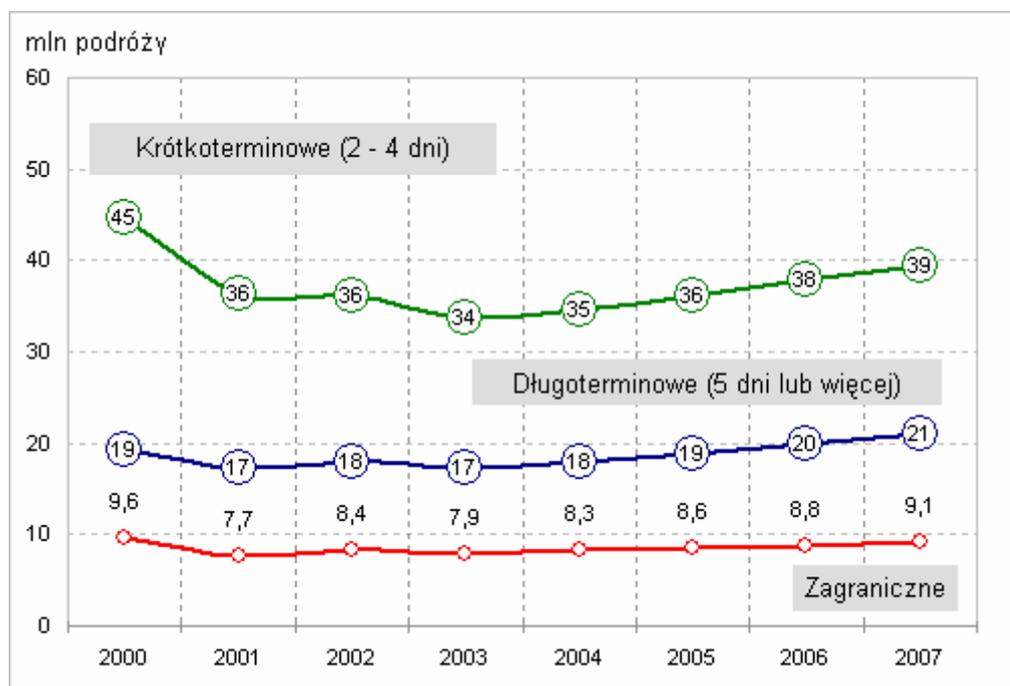
Ze względu na panujący w Polsce klimat, nadal najpopularniejszą porą roku na wyjazdy długookresowe jest lato (okres wakacji szkolnych). Dlatego też głównym celem takich wyjazdów jest wypoczynek i turystyka. Niestety, ściśle określona sezonowość znacznie ogranicza możliwości rozwoju turystyki krajowej. Jednakże wiele regionów ma szerokie możliwości stworzenia oferty całorocznej lub choćby przedłużenia sezonu, co przełożyłoby się na wzrost aktywności turystycznej Polaków (np. wyjazdy weekendowe, wyjazdy tematyczne, turystyka aktywna), zwiększeniu liczby osób odwiedzających region, a co za tym idzie - w rozwoju gospodarczym regionu.

Rozwój turystyki krajowej otwiera wiele możliwości rozwoju gospodarczego, tak w skali poszczególnych regionów, jak i w skali całego kraju. Tendencje w turystyce światowej wyraźnie pokazują stojące przed tym sektorem szanse i sugerują konieczność jego aktywizacji.

Wzrost zainteresowania podróżami krajowymi (spadek zainteresowania szczególnie dalekimi podróżami zagranicznymi), wzrost roli transportu lądowego nad lotniczym (podróże samochodem lub pociągiem), wzrost zainteresowania aktywnym uczestnictwem w różnych formach ruchu turystycznego (aktywny wypoczynek, odchodzenie od biernych form uczestnictwa w imprezach i wydarzeniach itp.), wysoka pozycja miast jako celów wyjazdów (pobyty weekendowe, podróże służbowe, podróże tematyczne) - to tylko niektóre argumenty przemawiające za turystyką krajową.

Prognozy krajowego ruchu turystycznego do roku 2007 przedstawia poniższy wykres.

Wykres 3 Liczba podróży turystycznych mieszkańców Polski wraz z prognozą do 2007 r.



### 3.2. Turystyka na świecie

- Obserwuje się stopniowy wzrost liczby podróży międzynarodowych - w stosunku do kryzysowego roku 2000,
- Wzrost liczby podróży w Europie był nieco mniejszy niż średnia światowa, a najlepszy rozwój zanotowano w Europie Środkowej i Wschodniej (2002/2001: +3,9%).
- W 2002 roku łączny popyt turystyczny na świecie wyniósł około 4,26 bln USD (w 2001 r. - 4,17 bln, a w 2000 r. - 4,3 bln USD).
- W 2002 r. w skali całego świata przemysł związany z turystyką i podróżami przyczynił się do wytworzenia 3,74% PKB (Produktu Krajowego Brutto) - 1 122 mld USD. W okresie 2003-2013 roku spodziewany jest wzrost tego wskaźnika do 3,8%.

- W przemyśle turystycznym w 2002 r. znalazło zatrudnienie 67,4 mln osób (2,66% ogółu miejsc pracy). Szacuje się, że do 2013 r. zatrudnienie wzrośnie do 83,9 mln osób - 2,85%, wzrost ten jest mniejszy niż wcześniej zakładano.
- WTTC szacuje, że w 2002 r. łączny popyt turystyczny w Unii Europejskiej wyniósł ok. 1,36 bln USD. W okresie do 2013 r. można się spodziewać wzrostu do ok. 2,84 bln USD.
- W 2002 r. przemysł związany z turystyką i podróżami w krajach UE przyczynił się do wytworzenia 4,2% Produktu Krajowego Brutto - 357 mld USD. W okresie 2003-2013 r. spodziewany jest wzrost tego wskaźnika do 4,4%.
- W Europie w przemyśle turystycznym w 2002 r. znalazło zatrudnienie 7,5 mln osób (4,5%) ogółu miejsc pracy. Szacuje się, że do 2013 r. zatrudnienie wzrośnie do 8,4 mln osób (4,8%). Liczba zatrudnionych w szeroko rozumianej gospodarce turystycznej wyniosła w 2002 r. - 20,83 mln (12,56%).

### 3.3. Turystyka w Europie

Analizując dane statystyczne dotyczące ruchu turystycznego w Europie można zaobserwować zachodzące w ostatnim okresie zjawiska:

- W 2002 r. mieszkańcy Europy (wliczając i dzieci) odbyli 415 mln podróży zagranicznych z przynajmniej jednym noclegiem, o 2% więcej niż w poprzednim roku.
- Wzrasta rola sprzedaży oferty turystycznej za pośrednictwem systemów komputerowych (Internetu).
- Liczba noclegów wzrosła o 3% (4,0 mld), co oznacza, że pobyty uległy dalszemu wydłużeniu - średni czas zagranicznej podróży mieszkańca Europy w 2002 r. wyniósł 9,6 noce.
- W mniejszym stopniu wzrosły łączne wydatki Europejczyków na zagraniczne podróże, osiągając sumę 323 mld Euro, co oznacza wzrost o 1% w stosunku do 2001 r.
- Ponad dwie trzecie podróży podejmowano w celach wakacyjno-rekreacyjnych - 293 mln podróży, i nastąpił wzrost w stosunku do roku poprzedniego o 3%. Liczba podróży służbowych i biznesowych ponownie spadła o 6%, a liczba odwiedzin krewnych lub znajomych wzrosła o 2%.
- W 2002 r. największy udział w rynku podróży zagranicznych - mimo spadku liczby wyjazdów na rzecz turystyki krajowej - mieli Niemcy (23%). Następni na rynku są Brytyjczycy (16%), Francuzi (7%), Holendrzy (6%), Włosi (5%), Szwajcarzy i Belgowie (po 4%), oraz Szwedzi, Rosjanie i Hiszpanie (po 3%).

### 3.4. Przyszłe trendy w turystyce

1. Starzenie się społeczeństwa, które niesie następujące konsekwencje dla turystyki:
  - wzrost popytu na jakość, wygodę i bezpieczeństwo,
  - wzrost popytu na łatwy transport,

- wzrost popytu na spokojniejsze obiekty rozrywkowe,
  - wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo,
  - większy popyt w miesiącach przed i po sezonie,
  - w marketingu należy mniej podkreślać wiek a bardziej komfort.
2. Spadek liczby osób przypadających na jedno gospodarstwo (wyższy dochód do dyspozycji oraz większa siła nabywczą) - konsekwencje dla turystyki:
- zwiększenie popytu na „małe przyjemności”,
  - zwiększenie popytu na produkty specjalistyczne nabywane pod wpływem impulsu,
  - wyższy poziom zainteresowania imprezami zimowymi,
  - zwiększenie popytu na krótkie wyjazdy w okresach wcześniej niepreferowanych.
3. Wzrost świadomości zdrowotnej - konsekwencje dla turystyki:
- spadek popytu na wakacje wyłącznie o charakterze „słońce – plaża”,
  - wzrost zainteresowania aktywnym wypoczynkiem,
  - wzrost popytu na produkty związane z odnową biologiczną.
4. Podnoszenie się poziomem średniego wykształcenia - wpływ na turystykę:
- wzrost popytu na produkty specjalistyczne,
  - bardziej widoczna rola elementów sztuki, kultury i historii w planowaniu wyjazdów turystycznych,
  - zapotrzebowanie na lepsze i bardziej kreatywne przekazywanie informacji.
5. Wzrost roli sieci informatycznych w zdobywaniu informacji oraz nabywaniu usług turystycznych - konsekwencje dla turystyki:
- coraz częstsze samodzielne komponowanie wakacji z dostępnych w sieci produktów oraz bezpośrednio rezerwacje przez internet,
  - malejąca rola biur podróży w organizowaniu wyjazdów,
  - rosnąca rola marketingu miejsc turystycznych jako kluczowy czynnik zainteresowania regionem,
  - dostęp do oferty turystycznej przez internet będzie wpływał na coraz późniejsze dokonywanie rezerwacji.

6. Szerszy dostęp do szybkobieżnych pociągów oraz rosnąca liczba tanich przewoźników - wpływ na turystykę:
  - częściej będą wybierane łatwo dostępne i niedrogie destynacje na krótkie pobyty (dużą rolę odgrywać będą organizowane poza sezonem turystycznym imprezy),
  - zwiększy się popyt na krótkie pobyty w regionach miejskich,
  - odchodzenie od podróżowania samochodami prywatnymi (wzrastające obciążenie dróg) na rzecz podróży pociągami,
  - wybór celu podróży uzależniony będzie od dostosowania rozkładów podróży do potrzeb turystów.
  
7. Wzrost ilości czasu wolnego będzie wpływał na zmniejszenie środków finansowych na pojedyncze wyjazdy - konsekwencje dla turystyki:
  - rosnąca potrzeba na tanie produkty,
  - skrócenie jednego dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych.
  
8. Wzrost znaczenia indywidualnych potrzeb w korzystaniu z oferty turystycznej - wpływ na turystykę:
  - wzrost zapotrzebowania na kameralne zakwaterowanie,
  - spadek popytu na w pełni zorganizowane wycieczki,
  - konieczność wprowadzania oferty wyróżniającej się na rynku,
  - konieczność specjalizacji oferty turystycznej, dostosowywanie się do indywidualnych potrzeb i zainteresowań poszczególnych turystów,
  - Trend „powrót do podstaw” skutkować będzie wyborem prostszych wakacji.

## 4 OKREŚLENIE I OCENA WALORÓW TURYSTYCZNYCH REGIONU

Spośród wielu aspektów składających się na turystyczną atrakcyjność danego obszaru, znaczącą rolę pełnią przede wszystkim walory naturalne i antropogeniczne (kulturowe), decydujące o charakterze i kierunkach rozwoju turystyki w Regionie. Ważnym elementem oceny Regionu jest jego dostępność. Nie mniej istotna jest także dostępność komunikacyjna.

### 4.1. Walory naturalne

Na walory naturalne ocenianego obszaru składają się następujące elementy: obfitość wód powierzchniowych, występowanie obszarów chronionych, lesistość terenu, struktura użytkowania gruntów.

#### Struktura użytkowania gruntów

Struktura gruntów w danym regionie dostarcza podstawowych informacji na temat turystycznych możliwości wykorzystania obszaru. Na obszarach zurbanizowanych możliwe będzie rozwijanie odmiennych form turystyki niż na terenach z licznymi gruntami rolnymi i zlokalizowanymi na nich gospodarstwami. W poniższej tabeli znajduje się zestawienie typów obszarów, które występują na analizowanym obszarze.

Tabela 5 Struktura użytkowania gruntów na analizowanym obszarze

Rodzaj gruntu	Lasy		Użytki rolne		Powierzchnia gminy
	ha	%	ha	%	
Gmina Nowe Ostrowy	1 276	17,8	5 340	74,6	7 156
Gmina Dąbrowice	180	3,9	4 353	94,8	4 590
Gmina i Miasto Krośniewice	183	1,9	8 380	88,6	9 460
Gmina Łanięta	339	6,2	4 797	87,2	5 500
Miasto Kutno	----	----	----	—	3 360
Gmina Bedlno	115	0,9	11 491	91,1	12 602
Gmina Strzelce	824	9,1	7 601	84,4	9 000
Gmina Kutno	763	6,2	10 513	86,2	12 200

Gmina Oporów	370	5,5	6 022	90,3	6 670
Gmina Żychlin	40	0,5	6 803	88,8	7 660
Gmina Krzyżanów	255,5	2,5	8 818	85,6	10 300
Gmina Witonía	50	0,8	5 445	90	6 050
Gmina Góra Św. Małgorzaty	1 965	21,7	8 609	95,2	9 042
<b>Łącznie</b>	<b>6 360,5</b>	<b>6,1</b>	<b>88 172</b>	<b>85,1</b>	<b>103 590</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ze strony [www.regiozet.pl](http://www.regiozet.pl)

Analizując powyższe zestawienie łatwo zauważyć, że obszar posiada typowo rolniczy charakter. Przy łącznej powierzchni całego obszaru 103 590 ha, użytki rolne stanowią aż 88 172 ha tj. 85,1%. Dominują tu gleby brunatne, czarne i ziemie szare, w większości II i III klasy. W dolinach rzecznych występują gleby hydromorficzne. Najwięcej użytków rolnych posiadają gminy Kutno, Krzyżanów i Góra Świętej Małgorzaty. Są to tereny o bardzo korzystnych warunkach agroekologicznych. Występują tu dobre gleby sprzyjające uprawie pszenicy jarej i ozimej oraz buraków cukrowych, a także rozwojowi ogrodnictwa i warzywnictwa. Tereny te, ze względu na niewielką intensywność przemysłu, są terenami przyjaznymi ekologicznie.

Analizowane gminy posiadają bardzo mało terenów zalesionych. Stanowią one zaledwie 6,1% ogólnej powierzchni. Region posiada zatem najmniejszy wskaźnik zalesienia w kraju. Najwięcej terenów zalesionych występuje w gminach Nowe Ostrowy, Góra Świętej Małgorzaty i Strzelce. Są to przeważnie dość rozdrobnione lasy liściaste i zarośla wśród łąk.

Na terenie analizowanego obszaru występują surowce mineralne, które związane są genetycznie z budową geologiczną tego terenu. Występują tu surowce skalne, tj. kruszywo naturalne (piaski i żwiry) oraz surowce ilaste ceramiki budowlanej. Jedynym złożem, które można zaliczyć do grupy surowców chemicznych jest złożo soli kamiennej „Łanięta”. Rozpoznanie złoża jest dopiero wstępne, więc surowiec nie jest eksploatowany. Znajdują się tu także złoża pochodzenia organicznego – torfy. Największym obszarem ich występowania jest pradolina rzeki Bzury.

### Wody powierzchniowe

Gminy ziemi kutnowskiej leżą w zlewni rzeki Bzury, która jest lewostronnym dopływem Wisły. Bzura zasilana jest w znacznym stopniu wodami podziemnymi, dzięki temu ma ona bardzo korzystne warunki hydrologiczne w porównaniu z innymi rzekami tego regionu. Bzura, Ochnia i Słudwia są największymi rzekami przepływającymi przez analizowany obszar.

Rzeki analizowanego Regionu:

- Wspomniana już Bzura, która obecnie płynie nowym korytem, pogłębionym i uregulowanym. Nowe koryto znajduje się kilkaset metrów od starego. Bzura przepływa przez gminę Góra Świętej Małgorzaty (12,5 km). Rzeka posiada wody II klasy czystości.
- Ochnia, lewobrzeżny dopływ Bzury. Przepływa przez gminę Nowe Ostrowy i Kutno (8,2 km). Rzeka posiada III klasę czystości wód.

- Słudwia, która jest lewym dopływem Bzury, płynącym przez gminę Strzelce (3,8 km) i Żychlin (46 km). Rzeka niesie wody III klasy czystości. Z przeprowadzonych badań wynika, że nastąpiła poprawa czystości wód rzeki.
- Głogowianka, dopływ Ochni, przepływający przez gminę Kutno (1,9 km) i Strzelce (4 km). Wody rzeki posiadają III klasę czystości.
- Miłonka, która umożliwia odpływy z gruntów meliorowanych, przepływa przez gminę Krośniewice (1,5 km). Wody posiadają II i III klasę czystości. Miłonka jest prawym dopływem Ochni.
- Skrwa i Lublinianka, płynące przez gminę Łanięta.

Wszystkie rzeki mają bardzo niski poziom przepływów. Ograniczone zasoby wód powierzchniowych to głównie skutek małych ilości opadów atmosferycznych na tym terenie. Niedobór opadów jest również przyczyną stepowienia zlewni rzeki Bzury, głównie na obszarze pomiędzy Żychlinem, Strzelcami i Kutnem. Wody wymienionych rzek jeszcze do niedawna miały charakter pozaklasowy i były prawie pozbawione życia biologicznego. W latach 1991-1996 przeprowadzono wiele inwestycji ekologicznych na terenie zlewni rzeki Bzury. W rezultacie stan czystości rzek poprawił się. Coraz częściej rzeki mieszczą się w granicach ustalonych dla II i III klasy czystości wód.

Ziemia kutnowska prawie całkowicie pozbawiona jest naturalnych powierzchniowych wód stojących. Można jedynie napotkać nieliczne zbiorniki wodne i małe obszarowo stawy (większość to zbiorniki sztuczne):

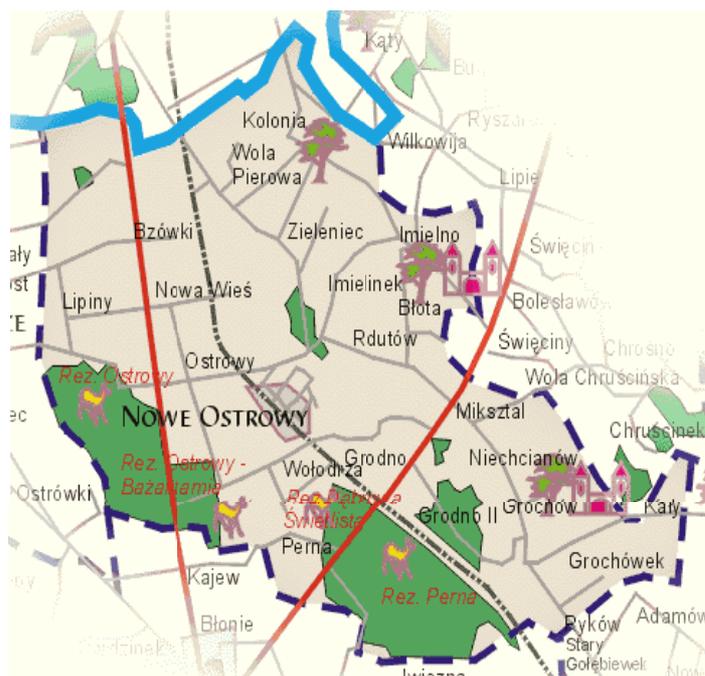
- Akwen wody stojącej po wyrobisku eksploatacji kruszywa w miejscowości Grodno Nowe w gminie Nowe Ostrowy.
- Kasetnia w Śleszynie (gmina Żychlin), o powierzchni 1,10 ha, zbiornik typu wędkarskiego.
- Gmina Witonia posiada na swoim terenie Kanał Strzegociński i Kanał „A”.
- Na obszarze Kutna występuje 14 sztucznych zbiorników wody o ogólnej powierzchni 3,47 ha. Pełnią one funkcje rekreacyjne i przeciwpożarowe.
- Kompleks stawów w gminie Łanięta.
- Stawy w Oporowie.
- Stawy w Krośniewicach.
- W gminie Dąbrowice znajduje się kilka stawów. Są one częściowo zarybione.
- 4 stawy w Dobrzelinie (gmina Żychlin), o łącznej powierzchni 10 ha.

### **Obszary chronione**

Mimo niewielkiej ilości terenów zalesionych, w Regionie znajdują się cztery rezerwaty przyrody. Zlokalizowane są na terenie gminy Nowe Ostrowy.

- Rezerwat Przyrody „Dąbrowa Świetlista”,
- Rezerwat Przyrody „Perna”,
- Rezerwat Przyrody „Ostrowy”,
- Rezerwat Przyrody „Ostrowy – Bażantarnia”.

Rysunek 2 Rezerваты w gminie Nowe Ostrowy



Źródło: mapa pochodzi ze strony internetowej [www.kutno.pl](http://www.kutno.pl)

### Rezerwat Przyrody „Dąbrowa Świetlista”

Rezerwat leśny został utworzony w 1990 r., jego powierzchnia to 40,13 ha. Został utworzony dla ochrony naturalnego zespołu świetlistej dąbrowy. Posiada ona obecnie około 90-letni drzewostan dębu bezszypułkowego. Na terenie rezerwatu ochronie prawnej podlega 9 gatunków roślin:

- kruszczyk szerokolistny,
- lilia złotogłów,
- naparstnica zwyczajna,
- podkolan biały,
- wawrzynek wilczełyko,
- kalina koralowa,
- konwalia majowa,
- kruszyna pospolita,
- pierwiosnka lekarska.

### Rezerwat Przyrody „Perna”

Utworzony w 1975 r. o powierzchni 15,27 ha. Chroni on cenny las liściasty, który posiada różnowiekowe drzewa. Najwyższe piętro tworzą 140-letnie gatunki dębów. W rezerwacie występują dąb szypułkowy i bezszypułkowy, grab pospolity, brzoza brodawkowata oraz dzika grusza i jabłoń. Rezerwat posiada wiele chronionych gatunków roślin i mszaków m.in. podkolan biały i kruszczyk szerokolistny.

### Rezerwat Przyrody „Ostrowy”

Powierzchnia rezerwatu to 13,04 ha. Został utworzony w 1969 r. dla ochrony fragmentu lasu o cennym florystycznie i rzadkim charakterze. Przeważa tu lipa drobnolistna, dąb szypułkowy, grab pospolity, brzoza brodawkowata, jesion

wyniosły i klon polny. O neutralnym wizerunku chronionego obiektu świadczy wielogatunkowość i struktura piętrowa drzewostanów oraz duży udział charakterystycznych dla grądu gatunków runa.

### **Rezerwat Przyrody „Ostrowy – Bażantarnia”**

Powierzchnia rezerwatu to 27,24 ha. Rezerwat utworzono w 1975 r. dla ochrony i zachowania naturalnego fragmentu lasu liściastego subkontynentalnego grądu niskiego. Dominują tu następujące gatunki drzew: wiąz górski, dąb szypułkowy, wiąz polny, lipa drobnolistna, klon zwyczajny, grab zwyczajny, klon jawor, klon polny, jesion wyniosły. Występuje tu także wiele chronionych i rzadkich roślin:

- wawrzynek wilczełyko,
- kruszczyk szerokolistny,
- kopytnik pospolity,
- kruszyna pospolita,
- konwalia majowa,
- kalina koralowa,
- klon polny,
- fiołek przedziwny,
- selernica żyłkowana,
- pszeniec gajowy.

Przez teren analizowanego obszaru przebiegają następujące fragmenty Obszarów Krajobrazu Chronionego:

- Fragment Obszaru Krajobrazu Chronionego Pradolina Warszawsko-Berlińska, obejmuje Dolinę Bzury o powierzchni leżącej na terenie powiatu kutnowskiego 3 915 ha (Bedlno – 1 308 ha, Kutno – 250 ha, Krzyżanów – 2 357 ha).
- Fragment Obszaru Chronionego Doliny Przysowy, o powierzchni 604 ha. Są to tereny gminy Żychlin, które biegną wzdłuż północno-wschodniej granicy gminy w okolicach wsi Zagroby, Kazanki i Kaczkowizna.
- Projekt Obszaru Chronionego Krajobrazu Ochni i Głogowianki, powstaje we wschodniej części gminy Krośniewice.

### **Pomniki Przyrody**

Mimo ubogiego zalesienia i typowo rolniczego krajobrazu, w Regionie znajduje się wiele pomników przyrody. Najczęściej są to wiekowe drzewa, które zachowały się w dawnych zespołach parkowo-pałacowych. Są wśród nich bardzo piękne i rzadko spotykane okazy. Niestety niewłaściwa konserwacja i wieloletnie zaniedbania sprawiły, że wiele cennych drzew w ogóle zniknęło z parków lub są w bardzo złym stanie. Poniżej znajduje się zestawienie wybranych pomników przyrody:

Tabela 6 Wybrane Pomniki Przyrody analizowanego obszaru

Gmina	Pomniki Przyrody	Wysokość	Obwód pnia na wysokości 1,3 m
Nowe Ostrowy	Dąb szypułkowy,	31,5 m	546 cm
	Lipa drobnolistna,	12 m	450 cm
	Topola niekłańska,	27,5 m	500 cm
	Dąb szypułkowy,	24 m	435 cm
	Dąb szypułkowy,	27 m	435 cm
	Dąb szypułkowy,	32 m	388 cm
	Dąb szypułkowy,	29,5 m	380 cm
	Topola biała, Topola biała.	32,5 m 30 m	554 cm 527 cm
Bedlno	Dąb szypułkowy,	26,5 m	590 cm
	Topola biała,	29,5 m	530 cm
	Topola biała,	27 m	445 cm
	Topola biała,	32 m	322 cm
	Jesion wyniosły, Lipa drobnolistna.	38 m 27,5 m	595 cm 350 cm
Krośniewice	Lipa drobnolistna	18,5 m	720 m (stare odrosty razem)
Łanięta	Jesion wyniosły,	31 m	394 cm
	Jesion wyniosły,	25 m	335 cm
	Dąb szypułkowy,	24 m	475 cm
	Lipa drobnolistna,	23,5 m	488 cm
	Lipa drobnolistna,	23 m	465 cm
	Jesion wyniosły, Dąb szypułkowy.	29 m 24 m	299 cm 410 cm
Kutno	Topola biała,	27,5 m	440 cm
	Dąb szypułkowy,	28 m	523 cm
	Dąb szypułkowy,	18,5 m	510 cm
	Platan klonolistny,	26 m	960 cm na wys. 0,7 m
	Jesion wyniosły,	25 m	365 cm
	Jesion wyniosły,	17 m	263 cm
	Lipa drobnolistna,	14 m	315 cm
	Dąb szypułkowy.	31 m	453 cm
Miasto Kutno	Dąb szypułkowy,	30,5 m	573 cm
	Dąb szypułkowy,	32 m	550 cm
	Dąb szypułkowy,	23 m	367 cm
	Dąb szypułkowy,	23,5 m	355 cm
	Kasztanowiec zwyczajny,	17 m	265 cm
	Świerk pospolity,	24,5 m	263 cm
	Grab zwyczajny,	12 m	200 cm
	Grab zwyczajny,	12 m	230 cm
	Topola biała.	30 m	506 cm
Oporów	Jesion wyniosły,	27 m	420 cm
	Jesion wyniosły,	32,5 m	435 cm
	Lipa drobnolistna,	27,5 m	410 cm
	Jesion wyniosły,	25 m	355 cm
	Topola biała,	37,5 m	550 cm
	Dąb szypułkowy, Lipa drobnolistna.	25,5 m 25,5 m	428 cm 370 cm
Żychlin	Dąb szypułkowy „Wojtek”,	19 m	335 cm
	Jesion wyniosły,	25 m	385 cm
	Lipa drobnolistna.	18 m	220 cm
	Lipa drobnolistna Topola biała		
Krzyżanów	Dąb szypułkowy	27 m	440 cm
Góra Świętej Małgorzaty	Dąb szypułkowy,	27 m	345 cm
	Dąb szypułkowy.	18 m	324 cm

Źródło: informacje pochodzą z nadesłanych ankiet i dokumentacji Starostwa Powiatowego w Kutnie.

## Doświadczalne powierzchnie leśne

W gminie Łanięta, we wsi Chrosno znajdują się doświadczalne powierzchnie leśne. Zostały założone w połowie lat dziewięćdziesiątych przez Instytut Badawczy Leśnictwa z Warszawy. Uprawy leśne zostały wyhodowane z nasion zebranych w najlepszych drzewostanach z najdorodniejszych drzew (tzw. drzew doborowych) w Polsce. Są to powierzchnie leśne, jednogatunkowe, czterech lasotwórczych gatunków drzew: brzozy brodawkowatej, modrzewia europejskiego, świerka pospolitego i sosny pospolitej. W Polsce są tylko dwa takie miejsca, które posiadają tego rodzaju powierzchnie leśne. Powierzchnie te ze względów przyrodniczych, są unikalne nawet w skali Europy.

## Parki zabytkowe

Świadectwem ciekawej historii Regionu Kutnowskiego jest wiele zabytkowych parków, należących niegdyś do szlacheckich dworów i pałaców. Pochodzą one głównie z XIX i z początku XX w., chociaż są i starsze np. parki w Oporowie i Wojszycach pochodzące z XVIII w., zostały one jednak w XIX w. częściowo przekształcone. Obszar parków zajmuje zwykle kilka lub kilkanaście hektarów. W parkach znajdują się często pomniki przyrody oraz różne okazy rzadkich drzew. Niestety część parków została zniszczona, i niewiele pozostało z ich dawnej świetności. Obecnie są to obiekty zniszczone, zaniedbane i zdewastowane na skutek niewłaściwego użytkowania.

Tabela 7 Parki zabytkowe na terenie analizowanego obszaru.

Gmina	Parki orzeczone	Parki nieorzeczone, ujęte w spisie zabytków	Wiejskie parki zabytkowe
Bedlno	Bedlno Plecka Dąbrowa Pniewo Różki	Karolew Szewce Nag. Emilianów Wojszyce	Orłów (nieorzeczony)
Krośniewice	Bielice Cygany Głaznów Krośniewice ul. Toruńska	Miłonice Witów Głogowa Jankowice Ostałów	
Krzyżanów	Konary Ktery Łęki Kościelne Siemienice Wały-Mieczysławów	Kaszewy Dworne Młogoszyn Krzyżanówek	Goliszew (nieorzeczony)
Kutno	Byszew Głogowiec Leszno Malina Strzegocin	Bielawki Kalinowa Leszczynek Nowa Wieś Komadzyn Podczachy Wysoka Wielka	Komadzyn (ujęty w rejestrze zabytków) Podczachy (ujęty w rejestrze zabytków)
Łanięta	Franciszków Kąty Łanięta Suchodębnie	Chrosno Chruścinek Klonowiec Stary Święciny	
Nowe Ostrowy	Grochów	Imielno Kołomia Miksztal Nowe Ostrowy	Miksztal (dworski – ujęty w rejestrze zabytków) Nowe Ostrowy (dworski – ujęty w rejestrze zabytków)

Oporów	Mnich Oporów Pobórz	Gołędzkie Szczyt Świechów	
Strzelce	Siemianów Sójki Strzelce	Wola Raciborow. Niedrzew	Muchnice Nowe (dworski – ujęty w rejestrze zabytków) Wola Raciborow. (dworski – ujęty w rejestrze zabytków) Niedrzew (dworski – ujęty w rejestrze zabytków)
Żychlin	Zarębów Śleszyn	Dobrzelin Dworaki Sędaki Kaczkowizna Śleszyn Drzewoszki	
Witonia			Gledzianów Gledzianówek Nędzrzew
Miasto Kutno		Puśniki Skłęczki	

Źródło: Tabela opracowana na podstawie Kutnowskich zeszytów regionalnych, wyd. Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej, tom VII.

Jednym z najciekawszych parków Ziemi Kutnowskiej jest **Park w Sójkach**. Jedną z jego części zarządza Instytut Badawczy Leśnictwa z Warszawy. Park został wzbogacony o nowe nasadzenia, które nadały parkowi walor *parku dendrologicznego*.

## 4.2. Walory antropogeniczne (kulturowe)

Atrakcyjność turystyczną analizowanego obszaru podnoszą zabytki i ciekawe miejsca. Ziemia Kutnowska może poszczycić się ciekawymi architektonicznie i cennymi historycznie dworkami, pałacami, zabytkowymi parkami, kościołami oraz zamkiem. Zabytki te reprezentują różne style – począwszy od gotyku, poprzez renesans, barok, klasycyzm i neostyle. Jednak przeważająca część obiektów historycznych pochodzi z okresu klasycyzmu.

Jednym z najcenniejszych zabytków jest **poźnogotycki zamek w Oporowie**, wybudowany na małej wysepce otoczonej fosą. Zamek był siedzibą rodu Oporowskich, herbu Sulima, jednego z najbogatszych rodów Królestwa Polskiego. Wybudował go Władysław Oporowski w latach 1434-1449. Do Oporowskich należał do połowy XVII w., a następnie przeszedł w ręce rodziny Tarnowskich, herbu Rola. Około roku 1720, zamek stał się własnością Jana Sołłohuba, który był gostyńskim podkomorzym. W wieku XIX i XX w. kolejnymi właścicielami zamku były rodziny: Korzeniowskich, Pocijów, Oborskich, Orsettich, Lasockich i Karskich. Zamek otacza krajobrazowy park z ok. 1840 r. Zamek jest najlepiej zachowaną rezydencją rycerską w Polsce. Obecnie mieści się w nim Muzeum Stylowych Wnętrz, które w swoim posiadaniu ma cenną kolekcję mebli, sreber, porcelany, obrazów oraz zbroi. W zamkowej zabudowie znajdują się dwa pawilony z XIX w. - domek neogotycki i domek Szwajcarski. Z zamkiem związana jest legenda tragicznej śmierci zakochanej kasztelanki i przeora zakonu, którzy potajemnie spotykali się w podziemnym tunelu, łączącym zamek z pobliskim klasztorem ojców paulinów. Podczas jednego ze spotkań zawaliło się sklepienie, grzebiąc pod gruzami parę kochanków. Po tragicznym wydarzeniu wejście do tunelu zostało zamurowane. Pomiędzy zamkiem a klasztorem, na polu leży ogromny głaz przypominający te wydarzenia. Podobno czasami pod murami zamku lub w klasztornych korytarzach można spotkać w nocy dwie białe postacie.

Niedaleko zamku znajduje się **zabytkowy kościół i klasztor** ojców Paulinów. Pierwotny kościół parafialny św. Marcina był drewniany. Murowana świątynia w stylu gotyckim powstała w I połowie XV w., a jej budowę rozpoczął przed 1425 r. Mikołaj Oporowski. Do XVIII w. kościół z klaszturem przetrwał w swoim pierwotnym kształcie. Następnie, ok. 1740 r., klasztor został odrestaurowany, podwyższono kościół i przebudowano wnętrza w stylu barokowym. Z tego czasu pochodzą barokowe ołtarze; jednak do czasów współczesnych nie zachowały się one w całości. W ołtarzu głównym można zobaczyć obraz Matki Boskiej Częstochowskiej, który został przeniesiony ze starego ołtarza z XVII w.; nad ołtarzem widnieje obraz patrona kościoła św. Marcin, namalowany ok. 1840 r.

Kolejnym ciekawym zabytkiem jest romańska **Archikolegiata** z II połowy XII w. w Tumie, zbudowana z granitowej kostki. We wnętrzach zachowały się najstarsze w Polsce malowidła ściennie i rzeźby romańskie. Po zniszczeniach z czasów II wojny światowej, w latach 1949-1961 Archikolegiatę odbudowano, przywracając jej pierwotny wygląd. Podczas prac we wnętrzu odkryto fragmenty klasztoru z X w. Archikolegiata wraz z **grodziskiem z VI w.** należy do jednych z najpiękniejszych obiektów romańskiej architektury sakralnej w Polsce. W sąsiedztwie kolegiaty znajduje się zabytkowy drewniany **Kościółek św. Mikołaja**, zbudowany w 1761 r., z barokowym ołtarzem z XVII w.

Wiele zabytkowych budowli znajduje się również w Kutnie. Jedną z najciekawszych jest **Królewski Pałac Podróżny** zwany również Zajazdem Saskim. Pałac wybudowano w latach 1750-1753 dla króla Augusta III Sasa. Obiekt był wielokrotnie przebudowywany, na skutek czego stracił swój pierwotny charakter. Jest to jedyny tego typu zachowany zajazd pocztowy królów saskich w Polsce. W roku 2003 pożar zniszczył środkowe i lewe skrzydło pałacu. Niestety do tej pory nie podjęto odbudowy cennego zabytku.

Kolejnym, zasługującym na uwagę zabytkiem Kutna to **zespół pałacowy Gieralty**. Barokowo-klasycystyczny budynek wzniesiony został w latach 1781-1785. Gościli w nim m.in. Napoleon Bonaparte, Henryk Sienkiewicz, Charles de Gaulle. Obecnie mieści się w nim Muzyczna Szkoła im. Karola Kurpińskiego. W otaczającym pałac Parku Wiosny Ludów mieści się zabytkowe mauzoleum Mniewskich z 1840 r.

Do jednych z najstarszych drewnianych zabytków Kutna należy **Modrzewiowy Dworek**, posiadający oryginalny kolumnowy ganek. Obecnie jest to siedziba Towarzystwa Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej.

Niedaleko dworku znajduje się kutnowska starówka, złożona z dwóch placów: Wolności i Piłsudskiego. Place łączy ul. Królewska z pięknymi starymi kamieniczkami. Na placu Piłsudskiego znajduje się **Ratusz**, wybudowany w latach 1843-1845. Obecnie w ratuszu mieści się Muzeum Regionalne.

Omawiając zabytki Regionu Kutnowskiego należy koniecznie wspomnieć o miejscowości Dąbrowice. Na szczególną uwagę zasługuje dobrze zachowany **Ratusz miejski** z I połowy XIX w. Jest on swoistą ciekawostką szczególnie, że Dąbrowie straciły prawa miejskie w 1870 roku i są obecnie jedną z nielicznych wsi w Polsce posiadających miejski ratusz. Ale nie tylko on wyróżnia tę miejscowość. Specyficzny klimat tego miejsca można odczuć w każdej uliczce, gdzie czas zatrzymał się w połowie XIX w.

Historia Regionu jest mocno związana z ziemiaństwem i kulturą folwarczną. Świadectwem czasów prosperity właścicieli ziemskich jest wiele ciekawych dworków z zabytkowymi parkami. W ostatnich latach część z nich zaadoptowano na potrzeby

szkół i domów opieki społecznej, wiele uległo zniszczeniu na skutek zaniedbania i braku gospodarza a część trafiła w ręce prywatne.

Zespoły dworskie składały się zwykle z trzech części: właściwego domu mieszkalnego, zabudowań gospodarczych (w skład których wchodziły także czworaki) oraz parku. Najczęściej zachowaną do czasów współczesnych częścią są budynki niegdyś zamieszkałe przez służbę folwarczną, obecnie wykorzystywane przez mieszkańców wsi.

Wśród ciekawszych obiektów dworskich i pałacowych w Regionie należy wymienić:

- Dwór w Głogowcu, powstały w latach 1881-1900 (gmina Kutno).
- Dwór w Leszczynku z II poł. XIX w. obecnie siedziba szkoły podstawowej (gmina Kutno).
- Pałac w Lesznie z II połowy XIX w. (gmina Kutno).
- Dwór w Strzegocinie wzniesiony w latach 1877-1878 (gmina Kutno).
- Zespół podworski w Grochowie, murowany dwór w stylu klasycystycznym wybudowany w latach 1879-1880. Dwór otoczony jest parkiem (gmina Nowe Ostrowy).
- Zespół podworski z parkiem w Imielnie z połowy XIX w. (gmina Nowe Ostrowy).
- Zespół dworski w Mikształu, murowany dwór z końca XIX w. otoczony parkiem (gmina Nowe Ostrowy).
- Pałac w Bedlnie, wybudowany w 1920 r., otoczony parkiem w którym znajdują się dwa naturalne stawy (gmina Bedlno).
- Dwór w Orłowie, zbudowany w 1880 r. (gmina Bedlno).
- Dwór w Wojszycach, położony jest na terenie zespołu parkowego w którym znajdują się stawy, strumień i starodrzewie. Został zbudowany w XVIII w. a odbudowano go w 1959 r. Dwór zachowany jest w bardzo dobrym stanie. Obecnie Dom Pomocy Społecznej (gmina Bedlno).
- Piętrowy dwór w Pniewie, mieści się w doskonale utrzymanym parku. Pochodzi z początku XX w. Po wojnie został przebudowany i obecnie mieści się w nim Dom Pomocy Społecznej (gmina Bedlno).
- Zespół pałacowo-parkowy w Łaniętach z II połowy XIX w. (gmina Łanięta).
- Zespół dworski we Franciszkowie z XIX w. Murowany dwór jest siedzibą Domu Pomocy Społecznej (gmina Łanięta).
- Pałac w Suchodębii z XIX w.
- Dwór w Karszewach Dwornych z II połowy XIX w. (gmina Krzyżanów).
- Dwór szlachecki w Łękach Kościelnych z XVIII w., przebudowany w XIX w. Położony jest w XIX-wiecznym parku, na wysepce otoczonej fosą. Dwór posłużył jako plener m.in. do filmów „Rodzina Połanieckich” i „Historia kina w Popielawach” (gmina Krzyżanów).
- Dwór w Konarach z końca XIX w. otoczony zniszczonym parkiem krajobrazowym z II poł. XIX w. (gmina Krzyżanów).

- Dwór w Krzyżanowie z II poł. XIX w. Obecnie siedziba urzędu Gminy (gmina Krzyżanów).
- Pałac w Kterach z 1820 r., położony na terenie parku. Przebudowany w 1920 r. (gmina Krzyżanów).
- Dwór w miejscowości Mních z II połowy XIX w. Obecnie mieści się w nim szkoła podstawowa (gmina Oporów).
- Murowany pałac w Pobórze, wzniesiony w końcu XIX w. (gmina Oporów).
- Pałac w Strzelcach, wybudowany w 1869 r. Oprócz pałacu w skład zespołu wchodzi cukrownia i gorzelnia (gmina Strzelce).
- Dwór w Niedrzewiu Drugim (gmina Strzelce).
- Zespół parkowo-dworski w Sójkach, pochodzi z I połowy XIX w. Budowla w całości zachowała oryginalną bryłę. W parku mieści się ogród dydaktyczny, w którym znajduje się ok. 250 jednostek taksonomicznych drzew i krzewów. (gmina Strzelce).
- Zespół pałacowy w Niedrzewiu z II połowy XIX w. (gmina Strzelce).
- Zespół dworski w Siemianowie, wybudowany na przełomie XIX i XX w. Usytuowany w parku założonym w I połowie XIX w. (gmina Strzelce).
- Zespół dworsko-parkowy w Woli Raciborowskiej z II połowy XIX w. (gmina Strzelce).
- Pałac w Żychlinie, wybudowany w latach 1830-1840. Pałac otoczony jest parkiem. Obecnie znajduje się w nim szkoła podstawowa (gmina Żychlin).
- Drewniany zespół dworski w Drzewoszkach z początku XX w. z parkiem z XX w. Obecnie siedziba szkoły podstawowej (gmina Żychlin).
- Zespół pałacowy w Śleszynie Wielkim, powstał na początku XIX w. a następnie po zniszczeniach, został odrestaurowany w latach 1947-1966. Pałac otacza XIX wieczny park. Obecnie siedziba szkoły (gmina Żychlin).
- Zespół dworski w Śleszynku z lat 20 XX w. z parkiem z początku XX w. (gmina Żychlin).
- Zespół dworski w Zarębowie. W skład zespołu wchodzi: kaplica z początku XX w., spichlerz z początku XX w. i park z początku XIX w. (gmina Żychlin).
- Murowany dwór w Żabikowie z początku XX w.
- Zespół folwarczno-dworski w Skłótach z I połowy XIX w. Zbudowany w formie nieregularnej willi włoskiej, przebudowany w 1888 r., stoi w otoczeniu 5,5 ha parku zaprojektowanego na początku XX w. przez Waleriana Kronenberga (gmina Krośniewice).
- Zespół dworsko-parkowy w Głogowej z II połowy XIX w. otoczony parkiem krajobrazowym. Park porośnięty starodrzewem z utrzymanym pierwotnym układem i zachowaną aleją lipową (gmina Krośniewice).
- Zespół pałacowo-parkowy w Krośniewicach z XVIII i XIX w. Pałac położony jest na terenie obszernego parku z dwoma stawami. W parku znajdują się również oficyna, oranżeria, domek ogrodnika i kordegrada z lat 70 XIX w. W latach pięćdziesiątych XX w. wysoki, mansardowy dach pałacu został strawiony przez pożar i nie został już odtworzony. Do zespołu należy również

budynek rządcówki z II połowy XIX w., budynek nazywany jest również Andersówką, gdyż urodził się w nim gen. Władysław Anders. Na terenie zespołu pałacowo-parkowego znajduje się najstarszy w Polsce pomnik księcia Józefa Poniatowskiego z 1814 r. Obecnie w pałacu mieści się szkoła (gmina Krośniewice).

- Drewniany dwór w Miłonicach z XVIII w. Barokowy dwór jest jednym z nielicznych zachowanych w niezmiennym kształcie drewnianych dworów. Dookoła roztaczają się pozostałości parku (gmina Krośniewice).
- Zespół dworsko-parkowy w Głaznowie z zabytkowymi zabudowaniami folwarcznymi z XIX i XX w. oraz z parkiem z połowy XIX w. (gmina Krośniewice).
- Zespół dworsko-pałacowy w Jankowicach. Skromny dworek z początku XX w. w otoczeniu rozległego parku porośniętego starodrzewem liściastym z zachowanymi alejami: lipową, grabową i akacją (gmina Krośniewice).
- Zespół dworsko-folwarczny w Karsznicach. Dworek otoczony był pięknym parkiem, który teraz jest bardzo zaniedbany. Obecnie dworek jest siedzibą Domu Pomocy Społecznej dla osób upośledzonych (gmina Góra Świętej Małgorzaty).
- Folwark w Bryskach. Obecnie budynek zamieszkuje miejscowa ludność, a po pięknym parku pozostały jedynie nieliczne okazy starych drzew (gmina Góra Świętej Małgorzaty).
- Folwark w Nowym Gaju, niegdyś piękny dworek otoczony parkiem krajobrazowym. Obecnie własność prywatna (gmina Góra Świętej Małgorzaty).
- Dawne osady kolonistów niemieckich powstałe głównie w XVIII w. i w początkach XIX stulecia, porzucane po całej gminie Dąbrowice. Znajdują się m.in. w miejscowościach Augustopol, Rozopol, Mariopol i Liliopol.

Niestety większość cennych obiektów uległa całkowitemu lub częściowemu zniszczeniu. Szczególnie dotyczy to obiektów, które stanowią własność gmin. Brak tu gospodarza, pomysłu a przede wszystkim pieniędzy. Natomiast te obiekty, które zaadaptowano do celów społecznych, znajdują się w dobrym stanie. Nie są jednak, eksponowane jako dobro kultury Regionu i świadectwo ciekawej historii rodów dworskich.

Analizowany obszar posiada również wiele zabytków sakralnych. Do najciekawszych można zaliczyć:

- Kościół św. Wawrzyńca z XIX w. w Kutnie. Zaprojektowany przez Konstantego Wojciechowskiego; kościół utrzymany jest w stylu neogotyckim; składa się z 3 naw i posiada bogaty i ciekawy wystrój wnętrza. Na szczególną uwagę zasługuje ołtarz główny, droga krzyżowa w formie płaskorzeźb i wspaniałe witraże.
- Neogotycki Kościół ewangelicko-augsburski w Kutnie. Powstał w roku 1881 w miejscu starego, drewnianego kościółka.
- Gotycko-renesansowy kościół w Głogowcu, wzniesiony w 1434 r. W 1914 r. została odbudowana wieża kościelna, po zniszczeniach po potopie szwedzkim. We wnętrzu kościoła mieści się jeden z najcenniejszych zabytków Ziemi Kutnowskiej – renesansowy nagrobek Jana Głogowskiego z 1565 r. (gmina Kutno).

- Barokowy kościół w Grochowie p.w. św. Tomasza Apostoła, drewniany kościółek pochodzi z 1681 r. (gmina Nowe Ostrowy).
- Barokowy kościół p.w. Niepokalanego Poczęcia NMP w Imielnie, drewniany kościółek wzniesiony został w 1685 r. (gmina Nowe Ostrowy).
- Kościół p.w. św. Andrzeja Apostoła w Woli Pierowej, pierwotny drewniany został zbudowany w XVI w., obecny murowany pochodzi z I połowy XX w. (gmina Nowe Ostrowy).
- Kościół p.w. św. Wojciecha BM, wzniesiony w II połowie XIX w. utrzymany w stylu neogotyckim. W roku 1945 został przebudowany i otynkowany. We wnętrzu kościoła możemy zobaczyć m.in. rzeźby Ludwika Jabłońskiego z 1874 r. (gmina Dąbrowice).
- Gotycki kościół w Orłowie, wybudowany w latach 1430-1453 a następnie przebudowany w XIX w. Na szczególną uwagę zasługuje baszta z otworami strzelniczymi (gmina Bedlno).
- Drewniany kościół w Pleckiej Dąbrowie, pochodzi z 1778 r. W barokowych wnętrzach kościoła można zobaczyć ciekawe gotyckie rzeźby z końca XIV w. Przy kościele stoi XVIII wieczna drewniana dzwonnica (gmina Bedlno).
- Kościół w Łanietach pochodzi z 1643 r. W jego wnętrzach znajdują się ciekawe polichromie z 1910 r. malowane przez L. Zdziarskiego oraz epitafium A. Gliszczyńskiego.
- Drewniany kościół w Łękach Kościelnych p.w. św. Marii Magdaleny wzniesiono w roku 1775. We wnętrzach barokowego kościoła znajdują się m.in. XVIII wieczne ołtarze, późnobarokowe organy, dwa cenne płótna oraz barokowa chrzcielnica (gmina Krzyżanów).
- Murowany kościół w Mniechu z 1862 r. We wnętrzu kościoła znajduje się renesansowy nagrobek z I połowy XVI w. Stefana Kucieńskiego (gmina Oporów).
- Zespół kościoła p.w. św. Piotra i Pawła w Żychlinie. Murowany kościół pochodzi z 1782 r. został rozbudowany w 1838 r. Zespół posiada także murowaną dzwonicę z I połowy XIX w. i murowaną plebanię z XIX w.
- Modrzewiowy kościół św. Floriana w miejscowości Nowe. Wzniesiony w roku 1755 z późnobarokowym wystrojem wnętrza (gmina Krośnice).
- W Żychlinie znajduje się Synagoga – dawna bożnica żydowska z 1888 r.
- Ciekawym zabytkiem jest renesansowy Kościół p.w. Św. Katarzyny (gm. Witonia), który liczy ponad 400 lat. Był on wielokrotnie przebudowywany, ale nadal wyróżnia się ciekawą architekturą. Zbudowany został z kamienia polnego i cegły, jednonawowy, z węższym prezbiterium zakończonym apsydą. We wnętrzach znajdują się zabytkowe portrety, m.in. podobizna Jana Nepomucena Lasockiego herbu Dołęga, płyty nagrobne Adama Bogniewskiego i Heleny z Sierakowskich Grabskiej z 1643 r.

Na terenie Ziemi Kutnowskiej spotkać można również liczne pamiątki historyczne związane z wydarzeniami I i II wojny światowej. Są to miejsca pamięci – pomniki i cmentarze. Miejsca te znajdują się niemal na całym poddanym analizie obszarze.

Wśród nich wymienić należy:

- Obelisk w Orłowie upamiętniający Bitwę nad Bzurą (gmina Bedlno).
- Obelisk w Pleckiej Dąbrowie upamiętniający poległych w wojnie 1920 r. (gmina Bedlno).
- Symboliczny pomnik w kształcie macew w Kutnie, miejsce cmentarza żydowskiego z II połowy XVIII w.
- Grób skrzynkowy Kultury Łużycko-Pomorskiej w Żychlinie, datowany na 500 lat p.n.e.
- Cmentarz choleryczny w Żychlinie.
- Cmentarz żydowski w Żychlinie.
- Cmentarz w gminie Góra Świętej Małgorzaty z I połowy XIX w., najstarszy nagrobek pochodzi z roku 1849.
- Cmentarz w Tumie z II połowy XIX w., najstarszy nagrobek pochodzi z 1869 r.
- Cmentarz w Łanietach z licznymi okazami rzeźby nagrobnej.
- **Cmentarz wojenny z czasów I wojny światowej w Ostrowach.**

Odpowiednie oznakowanie tych miejsc, połączenie ich w szlaki historyczne, szlaki pamięci może stanowić ciekawy element poznawczy dla przybywającego na te tereny turysty.

Ofertę kulturową uzupełniają muzea, w których zgromadzone są bogate zbiory sztuki.

**Muzeum w Oporowie** od roku 1949 mieści się w zamku, który w czasach komunistycznych został odebrany właścicielom. Komnaty zamkowe mieszczą ekspozycję stylowych wnętrz. W muzeum znajdują się dzieła sztuki z epok od XVI do XIX w. Są to m.in. wyroby rzemiosła artystycznego, obrazy i rzeźby. Z historią zamku związane są tylko nieliczne eksponaty znajdujące się w zasobach muzeum. Należą do nich pistolety pojedynkowe z XVII i XIX w., portrety rodziny Sołłhubów z XVIII w., lustro z żardinierami z początku XIX w. oraz serwis fajansowy firmy Shelton z końca XIX w. Muzeum posiada kilka miejsc noclegowych w parkowym pawilonie.

Bardzo ciekawe zbiory posiada **Muzeum w Krośniewicach im. Jerzego Dunin – Borkowskiego**. Muzeum mieści się w zabytkowym zajęździe ze stajnią i wozownią z początku XIX w. Zajazd jest jednym z pierwszych murowanych budynków w Krośniewicach. Muzeum powstało dzięki osobie Jerzego Dunina, który przekazał swoje zbiory na rzecz muzeum. Interesującą kolekcję można oglądać na wystawie stałej, która znajduje się w budynku stajni oraz od roku 1999 w głównym budynku zajazdu. Muzeum w swych zbiorach posiada obrazy i grafiki takich artystów jak M. Baciarelli, S. Wyspiański, A. Grottger, L. Wyczółkowski, O. Boznańska. Można tu zobaczyć również broń pochodzącą z dalekiego i bliskiego Wschodu oraz Afryki, wyroby sztuki zdobniczej i użytkowej, monety polskie, greckie, rzymskie i europejskie oraz bogaty zbiór bibliofilski, który zawiera inkunabuły, starodruki i kolekcję ekslibrisów. Muzeum posiada wiele pamiątek po gen. W. Sikorskim, J. Piłsudskim, I. Paderewskim i gen. W. Andersie. Zajazd odwiedzany był przez takich gości jak Napoleon, Chopin i Józef Poniatowski.

Sztukę regionu, historię miasta od czasów najdawniejszych do współczesności oraz środowisko Kutna i jego okolic prezentuje **Muzeum w Kutnie**, które zajmuje 7 pomieszczeń w Ratuszu. Muzeum posiada stałą ekspozycję „Wnętrza

eklektyczne”, gdzie można zobaczyć m.in. grafiki i portrety mieszczan i chłopów, polską, czeską i niemiecką porcelanę oraz eklektyczne i neomanierystyczne meble. Wystawa „Kutno – dzieje miasta” prezentuje mapy, stare dokumenty, wykopaliska archeologiczne i fotografie.

**Muzeum Bitwy nad Bzurą** – muzeum prezentuje pamiątki związane z największą bitwą kampanii wrześniowej zwaną „Bitwą nad Bzurą”, która rozegrała się we wrześniu 1939 r. w okolicach Kutna. W historiografii znana jest także pod nazwą bitwa pod Kutnem. Muzeum powstało w 1969 r. w hołdzie bohaterom walk, żołnierzom armii „Poznań” i „Pomorze”. Zobaczyć tu można m.in. broń, mundury, unikalne zdjęcia. Ciekawostką jest „Mur Pamięci” poświęcony żołnierzom połączonych armii i ich dowódcy gen. Tadeuszowi Kutrzebie. Muzeum mieści się w Parku Wiosny Ludów, w klasycystycznej rotundzie z połowy XIX w. Jest to mauzoleum małżonków Mniewskich.

Bardzo ciekawym zabytkiem kultury przemysłowej jest **Krośniewicka Kolej Dojazdowa**, która jest jedną z pierwszych kolei wąskotorowych w Polsce. Kolejka prowadzi przez wiele ciekawych miejsc na trasach o długości od 26 do 172 km. Wąskie tory biegną również przez gminę Dąbrowice i Nowe Ostrowy.

### 4.3. Imprezy

Elementem mogącym wpływać na wzrost przyjazdów turystycznych jest bogata oferta imprez i wydarzeń o charakterze kulturalno - sportowo - rozrywkowym. Atrakcyjny kalendarz imprez może odegrać istotne znaczenie w budowaniu wizerunku danego obszaru i okresowo wpływać na wzrost liczby przyjazdów - kreując modę na uczestnictwo, bywanie na określonych imprezach. Rolę takiego kreatora ruchu turystycznego mogą jednak odgrywać jedynie wydarzenia cykliczne, o szerokiej promocji na docelowych rynkach odbiorców. W regionie o aspiracjach turystycznych powinno pracować się nad stworzeniem kilku takich przedsięwzięć w roku. Powinno się ponadto dążyć, aby jedna impreza w roku odgrywała rolę tzw. imprezy wizerunkowej - będącej fundamentem promocji i masowej informacji o regionie na jak największym rynku. Przykładem takich wydarzeń mogą być: Festiwal Gwiazd w Międzyzdrojach, Piknik Country w Mrągowie, Festiwal Czterech Kultur w Łodzi itp. To imprez, które sprawiły, że w trakcie ich trwania o tych miejscach mówi się w całej Polsce - zarówno w prasie jak i telewizji.

Analizując kalendarz wydarzeń w Regionie Kutnowskim, łatwo można zauważyć, że liczba organizowanych imprez jest bardzo ograniczona. Ponadto większość z nich ma charakter lokalny i nie odgrywała dotychczas większej roli w rozwoju turystyki lub podnoszeniu atrakcyjności regionu. Dotychczasowe podejście do turystyki - pomijanie jej jako dziedziny gospodarki mogącej wpływać na rozwój gospodarczy regionu - częściowo tłumaczy tę sytuację. Organizatorzy tych przedsięwzięci nie mieli bowiem na celu wpływania na wzrost ruchu turystycznego ale przede wszystkim dążyli do zapewnienia lokalnej społeczności dostępu do rozrywki.

Tabela 8 Wykaz wybranych imprez organizowanych w Regionie

Nazwa imprezy	Miejsce	Organizator
Europejskie Rozgrywki Małej Ligi Baseballowej	Kutno	Centrum Małej Ligi Baseballowej
Dni Filmu Polskiego	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
TRYPTYK	Kutno	Kutnowski Dom Kultury

Dni Kutna	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
Przeгляд Teatrów Dziecięcych „Łapa”	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
Konfrontacje Różnych Form Tanecznych	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
Letnie Spotkania Artystyczne	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
Święto Róży	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
Jesienne Spotkania Teatralne	Kutno	Kutnowski Dom Kultury
Przeгляд Kapel Ludowych	Bedlno	
Dożynki Gminne	Dąbrowie, Łanięta, Nowe Ostrowy, Strzelce	
Czwartki Lekkoatletyczne	Krośniewice	
Ogólnopolskie Święto Kolekcjonerów	Krośniewice	Muzeum im. Jerzego Dunin – Borkowskiego
Targi Kolekcjonerskie „Na Skrzyżowaniu”	Krośniewice	Muzeum im. Jerzego Dunin – Borkowskiego
Dni Krośniewic	Krośniewice	
Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy	Krośniewice	

Źródło: Opracowanie własne PART S.A. na podstawie ankiet.

Analiza kalendarza wydarzeń kulturalno - sportowych w regionie pozwala wyodrębnić kilka imprez, które już dziś mogą być turystyczna wizytówką regionu. Są to:

- Rozgrywki Europejskie Małej Ligi Baseballowej,
- Święto Róży,
- Ogólnopolskie Święto Kolekcjonerów i targi kolekcjonerskie „Na Skrzyżowaniu”.

Ranga tych wydarzeń (liga baseballowa) lub ich temat predestynują je do tego, aby przy odpowiedniej promocji i opracowaniu atrakcyjnej formy prezentacji - stały się magnesami przyciągającymi turystów do regionu.

Pozostałe imprezy w regionie mogą stanowić atrakcyjną ofertę dla przebywających już tutaj osób, nie będą natomiast same generowały ruchy turystycznego (chyba, że zmieni się ich formuła, zasięg, promocja itp.). Należy jednak dalej poszukiwać możliwości rozbudowy kalendarza imprez i uatrakcyjniania tym samym pobytu w regionie kutnowskim.

#### 4.4. Dostępność komunikacyjna

Gminy powiatu kutnowskiego, zlokalizowane w centralnej części Polski charakteryzują się dobrą dostępnością komunikacyjną.

Możliwość dojazdu do danego miejsca jest jednym z istotniejszych czynników wpływających zarówno na atrakcyjność inwestycyjną, ale i turystyczną regionu. W rankingu oceny atrakcyjności inwestycyjnej miast przygotowanym przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, dostępność komunikacyjna Kutna została oceniona bardzo wysoko uzyskując notę B w skali A – G.

Ocena dostępności komunikacyjnej została opracowana w oparciu o czynniki, które odgrywają istotną rolę również w turystyce:

- położenie w stosunku do dróg samochodowych międzynarodowych i krajowych
- położenie w stosunku do dróg kolejowych
- odległość drogową do najbliższego przejścia granicznego
- odległość drogową do najbliższego przejścia granicznego na granicy zachodniej
- odległość drogową do najbliższego spośród największych portów (Szczecin Świnoujście, Gdynia Gdańsk),
- położenie w stosunku do planowanych autostrad
- odległość drogową do najbliższego lotniska utrzymującego stałe połączenia międzynarodowe lub lokalnego.

Do głównych elementów decydujących o bardzo dobrym dostępie do regionu jest:

- istnienie w Kutnie największego w Polsce węzła przelotowego PKP,
- położenie Kutna na trasie łączącej Warszawę z Poznaniem a dalej z granicą zachodnią,
- położenie Kutna na trasie łączącej Gdańsk z Łodzią a dalej granicą w Cieszynie
- planowana budowa autostrady A1 i A2

### **Komunikacja drogowa**

Główną rolę w komunikacji drogowej - w kontekście rozwoju turystyki - odgrywają drogi krajowe i wojewódzkie przebiegające przez powiat stanowiące dogodnie połączenie z innymi, ważnymi rynkami kraju. Należą do nich:

- droga nr 1 Gdańsk – Toruń – Łódź – Cieszyn,
- droga nr 2 Poznań – Warszawa,
- droga nr 60 Łęczyca – Witonia – Kutno – Gostynin – Płock,
- droga nr 581 Gostynin – Krośnice,
- droga nr 573 Żychlin – Gostynin – Nowy Duninów,
- droga nr 583 Bedno – Żychlin,
- droga nr 702 Kutno – Piątek – Zgierz.

System komunikacji w Regionie tworzą ponadto liczne drogi powiatowe i gminne, służące głównie lokalnej społeczności. Mogą one pełnić rolę wspierającą dla wewnętrznego ruchu turystycznego, ułatwiając przemieszczanie się pomiędzy najważniejszymi atrakcjami regionu.

W oparciu o dobrze rozwiniętą sieć dróg samochodowych łączących największe miasta regionu z innymi miejscami w Polsce, funkcjonuje dobrze rozwinięta sieć połączeń PKS – szczególnie pomiędzy Kutnem a Łodzią i Płockiem. Lokalne połączenia autobusowe umożliwiają natomiast stosunkowo łatwe przemieszczanie się pomiędzy poszczególnymi miejscowościami regionu.

## Komunikacja kolejowa

Obok dobrej dostępności drogami samochodowymi, atrakcyjność Regionu kutnowskiego podnosi bardzo dobra sieć połączeń kolejowych z największymi miastami w Polsce. Wiele bezpośrednich połączeń kolejowych Kutna z Warszawą, Łodzią czy Poznaniem daje możliwość szybkiego dojazdu do regionu z obszarów znaczących aglomeracji, a co za tym idzie region jest łatwo dostępny dla potencjalnie dużych grup odbiorców.

Tabela 9 Liczba bezpośrednich połączeń kolejowych z największymi miastami Polski

Dobowa liczba bezpośrednich połączeń z Kutnem		Średni czas przejazdu
Warszawa	23	1 h 30 min
Toruń	15	1 h 30 min
Łódź	14	1 h 20 min
Poznań	14	1 h 40 min
Gdańsk	4	4 h 50 min
Katowice	3	4 h 30 min
Wrocław	1	3 h 40 min
Kraków	1	5 h 40 min

Źródło: Opracowanie własne PART S.A. na podstawie strony internetowej [www.pkp.pl](http://www.pkp.pl)

## Komunikacja lotnicza

Dobra dostępność drogowa i kolejowa regionu kutnowskiego sprawia, że istotnego znaczenia w sferze komunikacji nabiera lotnisko im Fryderyka Chopina w Warszawie. Międzynarodowy port lotniczy w Warszawie może być również miejscem recepcji potencjalnych gości dla powiatu kutnowskiego. Planowana rozbudowa sieci komunikacyjnej wokół lotniska może dodatkowo wpłynąć na ułatwienie dostępu do regionu - bezpośrednie połączenie kolejowe z lotniskiem ułatwi bezpośredni dojazd do Kutna podróżującym z Warszawy. Również perspektywa rozbudowy lotniska w Łodzi i uruchomienie w przyszłości tanich połączeń lotniczych z krajami europejskimi (jest to jednak uzależnione od wzmożenia aktywności w zakresie pozyskania środków na rozbudowę lotniska i pozyskania linii lotniczych) mogłoby wpłynąć na podniesienie atrakcyjności Regionu Kutnowskiego.

### 4.4.1 Wnioski dotyczące walorów turystycznych Regionu

Analiza walorów naturalnych, antropogenicznych i dostępność komunikacyjna opisywanego regionu, pozwala na wysunięcie następujących wniosków:

- Bardzo dobre użytki rolne uniemożliwiają w wystarczającym stopniu zalesianie gruntów a tym samym ogranicza się możliwość rozwoju form turystyki wymagających dostępu do terenów leśnych.

- Brak jest w Regionie akwenów wodnych możliwych do eksploatacji na rzecz turystyki. Również rzeki przepływające przez Region nie dają szans wdrażania oferty typowo rekreacyjnej.
- Rozwój turystyki w Regionie będzie opierał się zatem na zasobach tzw. antropogenicznych (kulturowych) oraz możliwości rozwoju nowoczesnej infrastruktury sportowej.
- Atutem Regionu jest interesujący krajobraz kulturowy, ciekawe, zachowane elementy architektoniczne, choć w chwili obecnej niezagospodarowane i mocno zdewastowane.
- Brak odpowiedniego oznakowania obiektów, zarówno przyrodniczych jak i antropogenicznych ogranicza ich dostępność dla grup turystów już dziś zainteresowanych podróżami po Regionie Kutnowskim.
- Zabytkowe parki są enklawami zieleni w bezleśnym, rolniczym krajobrazie. Posiadają one dużą wartość historyczną oraz estetyczną.
- Szansą rozwoju turystyki oraz promocji Regionu na rynkach zbytu jest Mała Liga Baseballowa. Daje ona podstawy do rozbudowy atrakcyjnej oferty turystyki sportowej a tym samym wyróżnienie się na polskim rynku turystycznym.

## 5 STAN ZAGOSPODAROWANIA TURYSTYCZNEGO REGIONU KUTNOWSKIEGO

Rozwój turystyki, niezależnie od obszaru, jego walorów i atrakcji, jest w dużym stopniu uwarunkowany poziomem zagospodarowania turystycznego. Dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna i okółoturystyczna stymuluje ruch odwiedzających i daje możliwości dalszego rozwoju różnych form wypoczynku. Z przeprowadzonych przez Światową Organizację Turystyki (WTO) badań dotyczących zmieniających się trendów w turystyce (zarówno w skali ogólnoświatowej jak i poszczególnych regionów) wynika m.in.:

- wzrost zainteresowania turystyką weekendową (wyjazdy poza miasto, rekreacja na świeżym powietrzu),
- wzrost liczby tzw. krótkich wyjazdów samochodowych, przede wszystkim w celach poznawczych,
- wzrost popularności turystyki kulturowej (powrót do korzeni, poszukiwanie własnej historii) oraz związana z tą formą turystyka specjalistyczna (kolekcjonerzy, miłośnicy muzeów, melomani).

Te tendencje otwierają nowe możliwości rozwoju turystyki w regionach do tej pory uznawanych za peryferyjne turystycznie.

Niemniej jednak żadna forma turystyki nie jest możliwa do uprawiania bez zapewnienia bazy noclegowej i gastronomicznej, a bez zachowania podstawowych standardów obowiązujących na świecie bardzo ogranicza się segment odwiedzających region turystów.

Analiza stanu zagospodarowania obszaru objętego projektem pozwala na dokładną ocenę jego zasobów i opracowanie atrakcyjnych produktów turystycznych będących w przyszłości turystyczną wizytówką Regionu.

### 5.1. Infrastruktura turystyczna

Infrastruktura turystyczna i jej ocena to istotny element tworzenia profesjonalnych produktów turystycznych, zarówno w skali dużego regionu jak i poszczególnych miast i miejscowości. W kontekście rozwoju turystyki należy ocenić elementy podstawowej bazy turystycznej (baza noclegowa i gastronomiczna) oraz szeroko rozumianą infrastrukturę uzupełniającą. Ich stan obecny, jakość usług, oryginalność oraz możliwości rozwoju w znacznym stopniu determinują rozwój turystyki w regionie, ustalają kierunki kolejnych działań i pozwalają dotrzeć do wyznaczonych segmentów docelowych odbiorców produktów turystycznych. Nawet najbardziej atrakcyjny obszar nie zatrzyma turysty, jeśli ten nie znajdzie godnych

warunków na nocleg, smacznego posiłku czy odpowiedniej infrastruktury pozwalającej wykorzystać atrybuty Regionu.

### 5.1.1 Baza noclegowa

Istniejąca w regionie baza noclegowa stanowi niezbędny element zagospodarowania turystycznego i ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki na danym obszarze.

Ze względu na uwarunkowania naturalne obszaru objętego audytem, na które składają się m.in. rzeźba terenu, procent zalesienia, obecność zbiorników wodnych i ich jakość, klasa gleb, turystyka nie odgrywała dotychczas znaczącej roli w gospodarce Regionu Kutnowskiego. Dlatego nie było potrzeby inwestowania w infrastrukturę turystyczną. Dopiero w latach 90-tych XX wieku zaczęły powstawać pierwsze, niewielkie obiekty noclegowe w Kutnie. Stanowiły one alternatywę do istniejącego hotelu robotniczego o bardzo niskim standardzie. Łącznie na terenie całego powiatu jest 225 miejsc noclegowych. W chwili obecnej 95% z nich koncentruje się w Kutnie (10 obiektów). Tylko dwa z nich są skategoryzowane. W poniższej tabeli przedstawiono szerzej ofertę **wybranych** hoteli:

Tabela 10 Oferta wybranych hoteli

Nazwa obiektu	Usługi	Pokoje	Ceny
Hotel „Awis” ** ul. Łęczycka 8 Kutno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- drink-bar</li> <li>- sala konsumpcyjna</li> <li>- parking</li> </ul> <p>hotel dostosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych (z wyjątkiem pokoi hotelowych)</p>	<p>20 miejsc noclegowych: 6 pokoi 1-osobowych 3 pokoje 2-osobowe 2 studio 4-osobowe (dwupokojowe)</p> <p>pokoje z łazienkami, TV Sat i telefonami</p>	<p>80 PLN/doba 120 PLN/doba 150 PLN/doba</p> <p>w cenę wliczone są śniadania</p>
Hotel „Piast” * ul. Podrzeczna 4, Kutno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restauracja tylko dla gości hotelowych</li> </ul>	<p>łącznie 21 miejsc noclegowych w 11 pokojach: 1-os. z łazienką 2-os. z łazienką</p> <p>także pokoje 1-, 2- i 4-osobowe – łazienki wspólne na korytarzach</p>	<p>120 PLN/doba 150 PLN/doba ceny ze śniadaniem</p>
Hotel „Dworek” ul. Kościuszki 9 Kutno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restauracja</li> <li>- sala konferencyjna</li> <li>- parking</li> <li>- sejf / depozyt</li> <li>- pranie, prasowanie</li> <li>- room-service</li> </ul>	<p>pokoje 1- i 2-osobowe oraz apartament; w pokojach łazienki i TV Sat</p>	<p>120-250 PLN cena bez śniadań</p>
Hotel „Rondo” Ul. Mickiewicza 3 Kutno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restauracja</li> <li>- parking strzeżony</li> </ul>	<p>Pokoje 1, 2 osobowe oraz o podwyższonym standardzie</p>	<p>1 os. 140/doba 2 os. 180/doba podwyższony standard 220/doba</p>
Hotel „Orfeusz” ul. 3 Maja 6 Kutno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- restauracja</li> <li>- sala konferencyjna</li> </ul>	<p>pokoje 1- i 2-osobowe oraz apartament; w pokojach łazienki, TV Sat, lodówka, telefon, radio</p>	<p>99 PLN/doba 125 PLN/doba 180 PLN/doba ceny ze śniadaniem</p>

Hotel „Jana” ul. Zduńska 11 Kutno	kompleks składający się z restauracji, pizzerii, hotelu: - sala dla 100 osób - taras z grillem - sklep - parking strzeżony	pokoje 1- i 2-osobowe z łazienkami, telefonami, TV Sat, radio	
---	--	---	--

Źródło: Opracowanie własne PART S.A.

Uzupełnieniem istniejącej bazy noclegowej w powiecie kutnowskim są miejsca noclegowe w obiektach zabytkowych:

- Zamek w Oporowie: miejsca hotelowe znajdują się w osobnym pawilonie, gdzie do dyspozycji gości jest kuchnia i salon z kominkiem na parterze oraz dwie sypialnie, osobna łazienka i salka telewizyjna na piętrze; cena za osobę - 80 PLN / doba
- Muzeum im. Jerzego Dunina-Borkowskiego w Krośniewicach: pokoje gościnne na piętrze, łącznie 6 miejsc noclegowych - apartament z łazienką (90 PLN/doba), 2 pokoje dwuosobowe (70 PLN/doba), łazienka w holu; dodatkowo w muzeum są dwie sale konferencyjno-bankietowe (40-70 miejsc konferencyjnych).

Jest to niewątpliwie ciekawa alternatywa dla turystów szukających oryginalnej oferty, choć ilość miejsc jest bardzo ograniczona.

Poza tym możliwości skorzystania z noclegów w Regionie są bardzo ograniczone. W miejscowości Żychlin do dyspozycji gości i turystów jest Hotel-Restauracja „U Jędrusia”. W Krośniewicach pokoje gościnne oferuje Restauracja „Rubinowa” oraz dwóch prywatnych właścicieli. Ogólnodostępne są także miejsca noclegowe w hotelu pracowniczym Cukrowni Ostrowy w Nowych Ostrowach.

Niestety baza noclegowa w Regionie Kutnowski na tym się kończy. Rolniczy charakter obszaru zdominował całkowicie rozwój lokalnej gospodarki, która od wieków opiera się na produkcji rolnej. Z powyższej analizy wynika zatem całkowity brak zróżnicowania oferty noclegowej na Regionie.

### 5.1.2 Baza gastronomiczna

Baza gastronomiczna jest drugim, po bazie noclegowej, podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego. Podstawowe znaczenie mają tu usługi świadczone przez gestorów bazy restauracyjnej i hotelowej – usługi kompleksowe łączące nocleg z wyżywieniem. Dotyczy to przede wszystkim obszarów o znacznych walorach turystycznych, predestynowanych do intensywnego rozwoju turystyki wypoczynkowej, rekreacyjnej i aktywnej.

W skali całego obszaru objętego audytem baza gastronomiczna jest raczej skromna. Podobnie do bazy noclegowej, większość obiektów gastronomicznych skupiona jest w Kutnie. Są wśród nich restauracje w obiektach noclegowych, m.in. w hotelach „Jana”, „Orfeusz”, „Dworek”. Restauracje „miejskie” to „Elida” i „Boryna”. Bardzo popularnym rodzajem lokali gastronomicznych są pizzerie, jest ich w mieście łącznie 6. Ponadto można skorzystać z oferty 3 barów, pubu, kawiarni czy skosztować słodkich wyrobów cukierniczych (2 cukiernie i 1 ciastkarnia). W sezonie letnim, na kutnowskim deptaku rozkładają się ogródki piwne. Wszystkie lokale w Kutnie nastawione są jednak na klienta lokalnego i nie proponują nic oryginalnego.

Podobnie jest z pozostałą bazą gastronomiczną w Regionie. Nieliczne restauracje (również przy obiektach noclegowych, np. Restauracja-Hotel „U Jędrusia” w Żychlinie; motel i restauracja w Pleckiej Dąbrowie) oraz całoroczne bary, szczególnie te przy stacjach benzynowych, „bazują” na tzw. klientach przejazdowych (np. kierowcy TIR-ów, ciężarówek, osoby w podróży służbowej) lub służą miejscowej ludności. Spośród funkcjonujących w powiecie lokali wyróżnia się Karczma w Miłosnej, 4 km od Krośniewic. Jest to stylizowany, drewniany budynek, w którym znajduje się restauracja, serwująca dania z grilla i potrawy polskiej kuchni. Klimatyzowana sala może pomieścić 150 osób. W lecie do dyspozycji jest ogródek i zadaszona wiata nad małym stawem. Goście odwiedzający Karczmę mogą skorzystać ze strzeżonego parkingu a cały obiekt jest monitorowany. Mankamentem Karczmy jest jej położenie - bezpośrednio przy trasie A1, mocno uczęszczanej przez ciężarówki i TIR-y. Choć z drugiej strony taka lokalizacja może być atutem - lokal widoczny z trasy, nie trzeba zbaczać z drogi, a tym samym nie traci się cennego czasu. Ponad to Karczma w Miłosnej znajduje się w bliskiej odległości od torów kolejki wąskotorowej (trasa Krośniewice-Łęczycza), co niewątpliwie należy wykorzystać przy planowaniu atrakcji i kreowaniu produktu turystycznego.

### 5.1.3 Baza uzupełniająca

Turystyczna baza uzupełniająca obejmuje szlaki i trasy turystyczne, ośrodki turystyki aktywnej, obiekty sportowo-rekreacyjne. Stanowią one o atrakcyjności obszaru w szczególności dla amatorów turystyki aktywnej i sportu.

#### Szlaki turystyczne

Na terenie Regionu Kutnowskiego funkcjonuje kilka nieformalnych szlaków, przeznaczonych przede wszystkim dla młodzieży szkolnej i spełniających rolę edukacyjną. Ich tematyka związana jest ze znanymi postaciami pochodzącymi lub związanymi z Ziemią Kutnowską, lub odnosi się do historii tego Regionu.

👁️ ”Śladami znanych ludzi”, szlak o długości ok. 3 km, prowadzący przez miejsca związane z życiem i działalnością znanych osób:

- Zespół pałacowo-parkowy w Krośniewicach związany pośrednio z Rajmundem Rembielińskim; znajduje się tu także najstarszy pomnik księcia Józefa Poniatowskiego z 1814 r.
- „Andersówka” (Krośniewice Błonie) – miejsce urodzenia gen. Władysława Andersa (niestety jest tam jedynie płyta informacyjna).
- Muzeum im. Jerzego Dunin-Borkowskiego w Krośniewicach, prezentujące eksponaty zebrane przez jednego z najwybitniejszych polskich kolekcjonerów.

👁️ ”Śladami tradycji dworskiej”, jest to także szlak o charakterze nieformalnym; ma długość 12,5 km, trasa wiedzie z Krośniewic przez Głaznów, Bielice i Miłonice gdzie znajdują się dawne dwory, prezentujące różne style architektoniczne; szlak może być zarówno pieszy jak i rowerowy.

🚲 najciekawszym, już dziś częściowo funkcjonującym szlakiem rowerowym (bez oznakowania w terenie) jest „transregionalny” szlak „**W królestwie Diabła Boruty**”. Szlak o długości 223 km. łączy najciekawsze miejsca powiatów zgierskiego, łęczyckiego i kutnowskiego. Dalszy rozwój tego projektu jest pierwszym krokiem do budowy zintegrowanej oferty turystycznej, wykorzystującej w sposób

kompleksowy potencjał Regionu. Na terenie pow. Kutnowskiego szlak prowadzi m.in. przez Krośniewice, wieś Łanięta, Oporów, Łęki Kościelne.

 w gminie Łanięta istnieje szlak rowerowo-krajoznawczy. Trasa biegnie z Niedrzewa przez Łanięta do Głogowca.

 w gminie Strzelce miłośnicy dwóch kółek mogą skorzystać z siedmiokilometrowego szlaku Zaranna – Niedrzew Drugi – Zagórze – Wieszczyce

W fazie opracowywania jest kilka ciekawych szlaków i tras (wykorzystujących walory antropogeniczne i historię Regionu), m.in. „Szlak bitew i walk na ziemi kutnowskie” oraz „Szlak dworców i kościołów drewnianych”. Ponadto część gmin planuje przygotowanie miejskich ścieżek rowerowych.

 Gminy Regionu Kutnowskiego połączone są systemem torów kolejki wąskotorowej. Obecnie eksploatacją zabytkowego taboru zajmuje się Krośniewicka Kolej Dojazdowa (gm. Krośniewice), która w sezonie letnim organizuje przejazdy turystyczne na kilku trasach:

- Krośniewice – Ostrowy – Krośniewice, 18 km
- Krośniewice – Dąbrowice – Krośniewice, 18 km
- Krośniewice – Uroczysko „Kanada” – Krośniewice, 30 km

Można zatem skorzystać z przejazdu wg rozkładu jazdy lub zarezerwować pociąg specjalny. Dodatkowe atrakcje to m.in. zwiedzanie skansenu kolejowego, piknik na leśnej polanie z ogniskiem i pieczeniem kiełbasek lub pieczonym prosiakiem, zabawa przy muzyce ludowej czy wyścigi drezyn z napędem ręcznym. Na życzenie trasę przejazdu składu specjalnego można ustalić dowolnie, w miarę dostępności torów (niestety brakuje ich na kilku odcinkach).

W zakresie przewozów pasażerskich usługi świadczy także oddział Kujawskich Kolei Dojazdowych w Dąbrowicach. Przebiega tędy trasa Krośniewice – Boniewo, wybudowana w 1914 roku. Jej łączna długości to 33 km, ale obecnie kolej kursuje na krótkich odcinkach.

## Turystyka aktywna i kwalifikowana

 Amatorzy jazdy konnej mogą skorzystać z oferty gospodarstwa agroturystycznego o nazwie Ośrodek Rekreacyjno-Wypoczynkowo-Turystyczny Jazdy Konnej i Zaprzęgowej (Łanięta, gm. Strzelce). Właścicielem obiektu jest pan Andrzej Dreszer. Można tu pojeździć konno na ujeżdżalni (25-40 PLN) lub w terenie (35 PLN), przejechać się zaprzęgiem a w zimie wziąć udział w kuligu z ogniskiem. Atrakcją gospodarstwa, zwłaszcza dla najmłodszych, są liczne zwierzęta – domowe, gospodarskie. Na szczególną uwagę zasługuje natomiast pasja rodziny Dreszerów - życie codzienne, kultura i obyczaje Słowian. Założone przez córkę pana Dreszera Stowarzyszenie Rodzina Słowiańska skupia już kilkanaście osób. Organizują oni m.in. specjalne wycieczki edukacyjno-rekreacyjne dla dzieci i młodzieży szkolnej. W planach właściciel ośrodka i członkowie Stowarzyszenia mają budowę średniowiecznej osady słowiańskiej i modernizację ośrodka jeździeckiego.

Analizując podobne przedsięwzięcia, nie tylko z regionów Polski (także Skandynawia - kultura Wikingów, Wielka Brytania - Celtowie), można pokusić się o stwierdzenie, że jest to doskonały pomysł na dobry produkt turystyczny. Przykładem „dochodowej” pasji może być „Galindia - Mazurski Eden” w Iznocie k/Mikołajek - prywatny hotel oferujący niekonwencjonalne atrakcje na bazie kultury

plemienia Galindów (np. napad Galindów, wyprawa stylizowanymi łodziami, pokazy walk, wieczory czarów i magii). Jednakże każda taka inwestycja wymaga nakładów pieniężnych na jej realizację oraz odpowiednią promocję.



Na terenach Regionu Kutnowskiego istnieje 15 obwodów łowieckich. Większość z nich to łowiska sklasyfikowane jako słabe. Z uwagi na ich charakter poluje się tu na: dziki, zające, lisy, bażanty, kaczki i kuropatwy. W trzech obwodach występuje niewielka ilość saren, jeleni i łosi. Obwody łowieckie dzierżawione są przez koła łowieckie, których w Regionie jest 10, m.in.: „Łoś”, „Sokół”, „Darz Bór”, „Szarak” czy „Jeleń”. Większość ma siedzibę w Kutnie. Wraz ze specjalistycznymi biurami polowań koła organizują polowania zbiorowe i indywidualne, także dla myśliwych z zagranicy. Są to przeważnie goście z Włoch, Francji, Niemiec, Danii i Austrii, którzy polują na bażanty i kuropatwy, ale także na dziki i sarny. Długość średniego pobytu wynosi 4-5 dni. Myśliwi korzystają z noclegów w prywatnych gospodarstwach, prowadzących wynajem pokoi gościnnych. Ta forma pobytu jest preferowana przede wszystkim przez myśliwych polujących z psami.

Zarządzaniem zasobami zwierzyny zajmuje się m.in. Ośrodek Hodowli Zwierzyny PZŁ w Krośniewicach (Nadleśnictwo Kutno). We współpracy z biurem polowań przy Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Łodzi Ośrodek także organizuje polowania (w tym także dewizowe) i zapewnia kwatery dla myśliwych.



Część zbiorników wodnych, które można znaleźć na terenie Regionu, zostało zarybionych. Są to przede wszystkim sztuczne stawy. Korzysta z nich miejscowa ludność a niektóre są dzierżawione przez koła wędkarskie, które chętnym wydają konieczne zezwolenia (np. stawy w Oporowie). W samym Kutnie działa 5 kół PZW oraz Stowarzyszenie Wędkarskie „Zalew”.

## Obiekty rekreacyjno-sportowe

Analizując gminy omawianego obszaru pod kątem infrastruktury społecznej, na uwagę zasługuje duża troska władz lokalnych o rozwój zainteresowania uprawianiem sportu, szczególnie wśród dzieci i młodzieży. Przejawia się ona wyjątkową dbałością o obiekty rekreacyjno-sportowe i ukierunkowaniem wielu inwestycji komunalnych na tego typu obiekty.

Wśród funkcjonujących obiektów sportowo-rekreacyjnych należy wymienić:

- dwa stadiony miejskie (piłkarskie i wielofunkcyjne) w Kutnie,
- stadion piłkarski Klubu Sportowego „Czarni” w Kutnie,
- strzelnica KSS „Orzeł” w Kutnie,
- basen odkryty, basen przyszkolny kryty w Kutnie,
- korty tenisowe w Kutnie,
- kompleks rekreacyjno-sportowy nad rzeką Ochnią (w Kutnie),
- hala sportowa (z zapleczem, sauną, siłownią i gabinetem odnowy biologicznej; widownia na 200 miejsc) przy liceum ogólnokształcącym w Krośniewicach,
- stadion miejski w Krośniewicach (trybuna na 300 miejsc), 105 m x 50 m,
- stadion MKS w Żychlinie,

- stadion KS „Sparta” w Dobrzelinie.

Miłośnicy sportu skupieni są w kilku stowarzyszeniach i klubach sportowych (na terenie Kutna jest ich łącznie 18), gdzie trenują na w/w obiektach, organizują zawody i rozgrywają mecze. Niektóre drużyny mają na swoim koncie sukcesy w turniejach regionalnych i ogólnopolskich. Ale największą chlubą nie tylko Kutna ale całego Regionu jest baseball.



### **Europejskie Centrum Szkolenia Małej Ligi Baseballowej**

Kutno słynie z baseballu. Mieści się tu Europejskie Centrum Szkolenia Małej Ligi Baseballowej, skupiające 55 krajów Europy, Azji i Afryki. Współtwórcami Centrum byli: Stan Musial - legenda amerykańskiego baseballu i Edward Piszek - biznesmen i filantrop. Ich imiona noszą obecnie dwa boiska.

Na 18 ha trwa budowa kompleksu do gry w baseball i softball. Dotąd wybudowane zostały dwa stadiony Małej Ligi. Obydwa są w pełni oświetlone, z trybunami dla 2000 widzów. W skład kompleksu wchodzi także boiska treningowe oraz internaty dla ponad 200 zawodników. W końcowej fazie budowy znajduje się boisko treningowe dla kategorii Junior. Docelowo powstaną kolejne boiska, stołówka, budynek administracyjny, centrum administracyjno-szkoleniowe, korty tenisowe, boisko do gry w koszykówkę, basen oraz dom Dyrektora Centrum Europejskiego. Centrum będzie miejscem popularyzacji tej dyscypliny sportu, szkolenia kadry dorosłych i rekreacji.

Historia kutnowskiego baseballu rozpoczęła się w 1984 roku za sprawą Kubańczyka Juana Echevarrii, który zainicjował powstanie sekcji baseballu. W ciągu 18 lat kilka pokoleń polskich baseballistów, szkolonych przez amerykańskich, kubańskich (największy wkład pracy i udział w sukcesach kutnowskich baseballistów miał oddelegowany przez Kubańską Federację Baseballu trener Pedro Varona) i rodzimych trenerów, szlifowało swoje umiejętności na najwyższym, światowym poziomie. Efektem ciężkiej pracy było zdobycie przez kutnowskie drużyny 7 tytułów Mistrzów Polski seniorów, wielokrotnie - Pucharu Polski i udział w zawodach europejskich. Młodzi adepci tej dyscypliny zdobyli niezliczoną ilość medali i tytułów Mistrzów w krajowej rywalizacji, od Mistrzostwa Polski poczynając. Dzięki propagowaniu baseballu przez kutnowską młodzież oraz współpracę z zagranicą, dziś ta dyscyplina sportu uprawiana jest w blisko 50 stowarzyszeniach młodzieżowych w całej Polsce.

Od 1996 roku na obiektach Centrum odbyło się tu kilkadziesiąt baseballowych turniejów i innych imprez sportowo-rekreacyjnych. Ilość uczestników w trakcie ich trwania szacuje się na kilka tysięcy. Oprócz zawodników i członków ekip z poszczególnych krajów, Małej Lidze bardzo często towarzyszą w wyjazdach całe rodziny. Tworzą oni barwne grupy kibiców będąc jednocześnie liczną grupą turystów „do zagospodarowania” w sezonie letnim.

Kalendarz Małej Ligi Baseballowej 2004 Mistrzostwa Regionu Europejskiego - imprezy organizowane w KUTNIE:

**BASEBALL:**

Little League (11-12 lat) gr. europejska 26.07-3.08 Kutno

Little League - gr. transatlantycka 5-14.08 Kutno

Junior League (13-14 lat) 11-20.07 Kutno

SOFTBALL DZIEWCZĄT:

Little League (11-12 lat) 3-7.07 Kutno

Junior League (13-14 lat) 3-7.07 Kutno



### System informacji turystycznej - promocja Regionu

Podstawowym narzędziem promocji regionu jest dobrze przygotowana, kompleksowa informacja oraz sprawnie działający system jej dostarczania, czyli dostępność informacji. Analizując temat informacji turystycznej należy wziąć pod uwagę:

- punkty informacji turystycznej,
- materiały drukowane,
- strony internetowe,
- działalność stowarzyszeń i organizacji promujących region.

Zadaniem **punktów informacji turystycznej** jest m.in. gromadzenie i udzielanie informacji w zakresie szeroko pojętej turystyki w Regionie, m.in. bazy noclegowej, gastronomicznej, atrakcji turystycznych, aktualizacja danych z tym związanych (adresy, telefony, nowe obiekty), rozdawanie i sprzedaż materiałów informacyjnych i promocyjnych, pośrednictwo w zamawianiu usług przewodnickich oraz doradztwo turystyczne.

Z uwagi na słabą pozycję turystyki w lokalnej gospodarce, poziom informacji stricte turystycznej można określić jako średni. Turysta może „zasięgnąć języka” w trzech punktach informacji turystycznej: w Kutnie przy ul. Wojska Polskiego 5, w Muzeum im. J. Dunin-Borkowskiego w Krośniewicach oraz w punkcie IT w bibliotece w Oporowie. Informacji udziela także kutnowski oddział PTTK. Niemniej jednak funkcjonujące punkty dobrze spełniają wyznaczoną im rolę.

Ważnym elementem promocji zarówno poza Regionem jak i na jego terenie (punkty informacji turystycznej) są **drukowane materiały informacyjno-promocyjne** - ulotki, foldery, informatory, mapy itp. Ich zawartość merytoryczna, dobra „czytelność” oraz jakość poligraficzna warunkują poziom promocji Regionu, szczególnie na imprezach targowych w kraju i zagranicą. Wydawcami folderów zawierających ogólne informacje o miastach, gminach czy powiecie są przede wszystkim samorządy lokalne. Własne ulotki mają również muzea w Kutnie, Oporowie i Krośniewicach. Jest również kilka bardzo interesujących albumów i wydawnictw książkowych, związanych z historią i zabytkami Ziemi Kutnowskiej, np.: album fotograficzny „Zabytki Powiatu Kutnowskiego”, „Powiat Kutnowski”, „Żychlin” – zarys dziejów Żychlina autorstwa Jana Józefckiego. Wyróżniają się one wysoką jakością wydania. Ciekawą pozycją są opracowywane i wydawane co roku przez Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej „Kutnowskie Zeszyty Regionalne”. Do tej pory powstało już siedem tomów. Jest to swego rodzaju kompendium wiedzy na temat dziejów i współczesności powiatu kutnowskiego; na całość wydania składają się materiały różnych autorów.

Brakuj natomiast opracowań typowo turystycznych, spójnych, obejmujących treścią cały Region i kompleksowo prezentujących jego walory turystyczne, przyrodnicze oraz infrastrukturę turystyczną.

Część z funkcji informacji turystycznej spełniają **strony internetowe**. Informacje na temat analizowanego Regionu można znaleźć na następujących stronach:

**www.kutno.net.pl** - KCI czyli Kutnowskie Centrum Informacyjne - serwis informacyjny miasta Kutno;

**www.kutno.pl** - strona powiatu kutnowskiego; zawiera m.in. ogólne informacje nt. poszczególnych gmin; w serwisie znajdują się również (utworzony jako element wdrażania Strategii Rozwoju powiatu) Zintegrowany System Informacji o Powiecie.

**www.um.kutno.pl** - bardzo ciekawa strona Urzędu Miasta w Kutnie; zawiera informacje z każdej dziedziny życia miasta, od danych teleadresowych (w tym baza noclegowa i gastronomiczna) po szczegóły dla potencjalnych inwestorów;

**www.ziemia-kutnowska.org** – strona Stowarzyszenia „Ziemia Kutnowska”. Zawiera szereg informacji nt. aktualnych wydarzeń w Regionie: kulturalny, sportowych i innych ważnych dla lokalnej społeczności.

**www.zgrk.bip.tc.pl**, **www.zgrk.prv.pl** – strony Związku Gmin Regionu Kutnowskiego działającego na rzecz integracji i rozwoju lokalnego stowarzyszonych gmin.

#### **strony niektórych gmin:**

**www.dabrowice.pl** - strona w opracowaniu

**www.krosniewice.pl** - podstawowe informacje o gminie; sporo informacji na temat muzeum;

**www.noweostrowy.pl** - ciekawa graficznie, ale bardzo skromna w treści

**www.oporow.pl** - podstawowe informacje o gminie;

**zychlin.plocman.pl** - zawiera kompleksowe informacje nt. miasta i gminy; brak informacji turystycznych.

**www.ugkutno.bip.org.pl** – strona gminy Kutno

**www.ugkrzyzanow.bip.org.pl** – strona urzędu gminy Krzyżaków

**www.goraswmalgorzaty.pl** – informacje o gminie Góra św. Małgorzaty

Informacje na temat turystyki w Regionie można znaleźć także na turystycznym portalu województwa łódzkiego **www.iturysta.pl**. Jest to bardzo dobry przykład kompleksowego ujęcia tematu turystyki na określonym obszarze (tu dotyczy to całego województwa). Niemniej jednak baza informacyjna nie jest kompletna i wymaga uzupełnienia i stałego monitorowania.

Kolejnym elementem składowym systemu informacji i promocji, również turystycznej, jest działalność stowarzyszeń i organizacji lokalnych. Skupiając ludzi zaangażowanych w daną dziedzinę życia Regionu, entuzjastów czy hobbystów, przyczyniają się do jego promocji nie tylko na obszarze Polski, ale często również zagranicą. Wśród stowarzyszeń aktywnie działających na rzecz Ziemi Kutnowskiej należy wymienić:

- Związek Gmin Regionu Kutnowskiego,
- Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej,
- Stowarzyszenie „Ziemia Kutnowska”,
- Środkowoeuropejskie Stowarzyszenie Społeczno Kulturalne „Środek”,
- Społeczną Fundację Miasta Kutno.

Instytucje te zajmują się promowaniem Regionu poprzez dystrybucję publikowanych materiałów, udział w imprezach ogólnokrajowych, kontakty z partnerami zagranicznymi.

Bardzo ciekawą i godną propagowania jest działalność Stowarzyszenia „Rajd Motocyklowy Szlakiem walki nad Bzurą”, organizującego zloty i rajdy, dzięki którym prezentowane są walory i historia Regionu.

#### 5.1.4 Wnioski dotyczące stanu zagospodarowania turystycznego

- Baza noclegowa koncentruje się w Kutnie.
- Tylko dwa obiekty hotelowe są skategoryzowane.
- Ograniczenie w ofercie bazy noclegowej przekłada się również na jakiegokolwiek jej różnicowanie – brak jest noclegów w gospodarstwach agroturystycznych, tanich noclegów w schroniskach młodzieżowych lub szkolnych. Brak również bazy na wysokim poziomie, będącej w stanie obsłużyć wymagających klientów (przykładem są osoby towarzyszące młodym zawodnikom w trakcie rozgrywek MLB)
- W Regionie występuje skromna baza gastronomiczna nastawiona raczej na klienta lokalnego.
- Pomimo znacznego rozwoju rolnictwa i przetwórstwa rolno – spożywczego na obszarze objętym projektem nie wykreowano regionalnej potrawy, specjału itp.
- W Regionie, poza jednym ośrodkiem jeździeckim oraz kołami łowieckimi, nie ma oferty aktywnego spędzania czasu. Nie ma również oferty dla osób zainteresowanych realizowaniem swoich pasji.
- Zaplecze sportowe powinno rozwijać się w kierunku umożliwiającym stworzenie ponadregionalnej oferty turystycznej, kreującej wizerunek Regionu Przyjaznego Młodemu Sportowcowi.

## 6 DOMINUJĄCE FORMY TURYSTYKI

Gminy objęte projektem, z racji swojego położenia, charakteru terenu oraz prowadzonej gospodarki nie stanowiły dotychczas znaczącego centrum turystycznego w regionie i Polsce. Brak zainteresowania rozwojem turystyki widać również w bieżącej działalności poszczególnych gmin, które nie przykładają większego znaczenia do tej dziedziny gospodarki jako istotnego czynnika rozwoju regionu.

Brak znaczących atrakcji kulturowych, monotonia krajobrazu, brak istotnych w kreowaniu ruchu turystycznego elementów środowiskowych (takich jak rzeki, jeziora, góry oraz niedobór w infrastrukturze turystycznej (głównie w bazie noclegowej) nie sprzyjały rozwojowi tej gałęzi gospodarki w gminach powiatu kutnowskiego. Turystyka nie stanowiła tym samym istotnego czynnika stymulowania rozwoju regionu i nie była traktowana jako priorytet w działaniach samorządów lokalnych.

Mając na względzie powyższe podejście do turystyki w minionym okresie trudno jest wskazywać na konkretne formy turystyki występujące w regionie, choć można wskazać walory, które w przyszłości mogą być podstawą kreowania oferty turystycznej obszaru objętego projektem.

Obecna ocena form turystyki funkcjonujących w gminach powiatu kutnowskiego pozwala wyodrębnić istnienie pewnych elementów charakterystycznych dla poszczególnych form turystyki, które mogą być wykorzystane do budowania oferty turystycznej.

### **Turystyka weekendowa**

Jest to krótkotrwały wypoczynek realizowany w pobliżu miejsca zamieszkania. Jej dynamiczny rozwój w ostatnich latach wynika ze wzrostu czasu wolnego w krótkich odcinkach czasowych – szczególnie pod koniec tygodnia. Potrzeba regeneracji sił fizycznych i psychicznych, odreagowanie stresującego trybu życia oraz brak czasu uniemożliwiający dłuższe wyjazdy urlopowe to kolejne czynniki sprzyjające wzrostowi zainteresowania turystyką weekendową.

Największą grupę turystów weekendowych w powiecie kutnowskim mogą stanowić mieszkańcy Łodzi, Poznania, Warszawy i okolic, którzy poszukają spokoju, ciszy i możliwości relaksu. Taki krótki, zazwyczaj kilkudniowy pobyt realizowany najczęściej przez rodziny z dziećmi, może być – przy zapewnieniu odpowiedniej infrastruktury – jedną z form skutecznie rozwijanych na terenie gmin powiatu kutnowskiego. Oprócz chęci regeneracji sił i wypoczynku po całym tygodniu pracy, osoby takie często uprawiają turystykę aktywną i kulturowo - poznawczą, która może z być powodem – właśnie dla krótkich wyjazdów – rozwijana na omawianym terenie.

Z punktu widzenia miejscowości przyjmującej turystów weekendowych istotne są duże zmiany wielkości popytu w okresie tygodnia na różnego typu usługi – duży wzrost popytu w końcu tygodnia i brak popytu w pozostałe dni – co jest zjawiskiem niestety niekorzystnym i wymaga podjęcia działań zmierzających do jego zrównoważenia (np. organizowanie zielonych szkół w tygodniu).

W oparciu o istniejące na terenie powiatu kutnowskiego muzea oraz – główną atrakcję z zakresu turystyki kulturowej – Zamek w Oporowie, rozwinęła się w niewielkim stopniu turystyka kulturowa, głównie w grupie turystów weekendowych. Nie generuje ona jednak obecnie znaczącego ruchu turystycznego i odbywa się zazwyczaj „przy okazji”, jako przystanek na trasie.

### **Turystyka biznesowa**

Każda osoba podróżująca w celach służbowych staje się turystą tzw. biznesowym. Rozwój tej formy obserwuje się najczęściej w dużych ośrodkach gospodarczych oraz w miejscach koncentracji podmiotów gospodarczych (np. strefy ekonomiczne).

Ta forma podróżowania sporadycznie wiąże się z poznawaniem odwiedzanego regionu. Takie nastawienie związane jest ze stricte zawodowym stosunkiem do podróży. Przygotowując ciekawą ofertę turystyczną możemy jednak skłonić – szczególnie osoby przyjeżdżające w celach służbowych na dłuższy czas – do skorzystania z przygotowanych propozycji programowych.

### **Turystyka kwalifikowana**

Turystyka kwalifikowana – często nazywana turystyką aktywną – jest specyficzną formą uprawiania turystyki wymagającą przygotowania kondycyjnego i zawodowo – turystycznego. Jej cechą charakterystyczną jest czasowa i dobrowolna zmiana miejsca pobytu turysty, połączoną ze zmianą codziennego trybu życia, zaspokojeniem potrzeby ruchu i wysiłku fizycznego.

Turystykę kwalifikowaną dzielimy na:

- Pieszą (niziną i górską);
- Wodną (kajakową, motorowodną, żeglarską, podwodną);
- Narciarską;
- Rowerową;
- Motorową;
- Speleologiczną itp.

Na terenie powiatu kutnowskiego obecnie nie występuje żadna z postaci turystyki kwalifikowanej. Analiza walorów turystycznych regionu pozwala jednak stwierdzić, że istnieją podstawy do rozwijania w regionie przede wszystkim turystyki rowerowej, narciarskiej (narciarstwo biegowe), konnej, czy w wybranych miejscach turystyki wodnej – kajakowej. Wymaga to jednak przygotowania podstawowej infrastruktury – jak np. ścieżki rowerowe; wyznaczenia i oznakowania szlaków turystycznych; nawiązania współpracy z sąsiadującymi gminami w celu integrowania produktów rozwijanych na poszczególnych obszarach. Wyznaczanie szlaków dla celów poszczególnych form turystyki kwalifikowanej powinno opierać się na występujących w regionie atrakcjach i walorach turystycznych – w ten sposób można pokazać rozproszone po regionie np. zabytki architektury dworskiej w atrakcyjnej, przemyślanej formie.

Turystyka rowerowa, która cieszy się w ostatnich latach bardzo dużą popularnością wśród turystów, zawdzięcza swój rozwój następującym czynnikom:

- możliwość rozwoju turystyki rowerowej bez konieczności ponoszenia dużych nakładów finansowych na przygotowanie infrastruktury, w odróżnieniu od innych form turystyki,
- moda na rower, jako alternatywny środek lokomocji wobec postępującego zanieczyszczenia środowiska (szczególnie wśród osób młodych),
- rosnąca popularność turystyki rowerowej, jako narzędzia pedagogicznego (rowerowe ścieżki edukacyjne, rowerowe wycieczki szkolne w ramach lekcji krajoznawczych, itp.),
- atrakcyjna forma upowszechniania aktywnego wypoczynku.

Zapewnienie turystom odpowiedniej infrastruktury do uprawiania specjalistycznej formy turystyki, jaką jest turystyka rowerowa, stanowi podstawowy warunek jej rozwoju w regionie.

Turystyka konna to kolejny przykład popularnej formy turystyki aktywnej, wymagający z jednej strony konkretnych nakładów inwestycyjnych i wspierania indywidualnych inicjatyw, z drugiej strony może być z powodzeniem realizowana na terenach powiatu kutnowskiego.

Rozwój wybranych form turystyki aktywnej powinien się jednak odbywać w Regionie z mocnym powiązaniem turystyki kulturowej w ramach przyjazdów weekendowych.

### **Turystyka dzieci i młodzieży**

Uczestnicy tego segmentu turystyki to przede wszystkim dzieci i młodzież szkolna. Podróżują do określonego miejsca (zazwyczaj w niewielkiej odległości od miejscowości macierzystej) w celach poznawczych, edukacyjnych, krajoznawczych najczęściej poza sezonem. Czynnikiem decydującym o zorganizowaniu wyjazdu do danej miejscowości jest głównie atrakcyjność otoczenia pod względem kulturoznawczym oraz cena usług noclegowo-żywnieniowych.

Szansą na stworzenie ciekawego programu dla najmłodszych są walory antropogeniczne – ciekawe zabytki architektury dworskiej oraz lokalizacja w Kutnie centrum Małej Ligi Baseballowej – ciekawej i jeszcze mało znanej w Polsce dyscypliny sportowej.

Niewielka odległość od Łodzi, Poznania czy Warszawy, gdzie istnieje szereg różnych szkół, może być szansą na rozwój tego rodzaju turystyki.

### **Turystyka sportowa**

Inną formą turystyki dzieci i młodzieży w Regionie Kutnowskim jest sport i rekreacja. Głównym elementem kształtującym ruch sportowy jest Mała Liga Baseballowa.

Rozgrywki Regionu Europejskiego oraz system szkoleń i treningów na terenie ośrodka MLB sprawiają, że segment dzieci i młodzieży jest jednym z głównych odbiorców oferty turystycznej regionu. Idąc tym tropem należy tak zaplanować rozwój turystyki w Regionie, aby wykorzystać budowany od jakiegoś czasu wizerunek a dodatkowo wzmocnić go nowymi inwestycjami w infrastrukturę sportową.

### **Turystyka specjalistyczna**

W Regionie Kutnowskim można obecnie zaobserwować szczątkowe formy turystyki specjalistycznej. Myślistwo, podróżowanie kolejką wąskotorową to oferta o pewnym potencjale rozwojowym, ale tylko w wybranych i mocno ograniczonych segmentach docelowych.

## 7 ANALIZA SWOT<sup>4</sup>

Jedną z popularniejszych technik analizy strategicznej jest analiza SWOT. Jest ona punktem wyjścia do stworzenia produktów turystycznych dla analizowanego obszaru. Analiza jest badaniem silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń Regionu.

### 7.1. Analiza silnych i słabych stron analizowanego obszaru w zakresie rozwoju turystyki

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mały udział przemysłu szczególnie uciążliwego dla środowiska</li> <li>• Położenie w samym środku Polski – bliskość dużych aglomeracji, takich jak Warszawa, Łódź, Poznań</li> <li>• Dobra sieć drogowa pomiędzy gminami</li> <li>• Dobra dostępność komunikacyjna (kolejowa, autobusowa, drogowa)</li> <li>• Dogodne położenie komunikacyjne na trasie Wschód – Zachód</li> <li>• Siedziba Europejskiego Centrum Szkolenia Małej Ligi Baseballowej</li> <li>• Bogata historia Regionu, liczne zabytki</li> <li>• Pojedyncze, atrakcyjne w skali kraju, zabytki np. zamek w Oporowie, Kolegiata w Tumie</li> <li>• Liczne zespoły dworsko-parkowe dokumentujące szlachecką i ziemiańską historię regionu</li> <li>• Miejsca bitew - Bitwy nad Bzurą</li> <li>• Działalność Związku Gmin Regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zły stan nawierzchni dróg w Regionie</li> <li>• Rolniczy charakter Regionu ogranicza możliwość rozwoju turystyki na analizowanym terenie</li> <li>• Niska lesistość Regionu</li> <li>• Brak naturalnych zbiorników wodnych w Regionie, nadających się do zagospodarowania turystycznego</li> <li>• Bardzo ograniczona baza noclegowa</li> <li>• Niewystarczająca baza gastronomiczna</li> <li>• Brak obiektów z kuchnią regionalną</li> <li>• Brak wspólnej promocja regionu</li> <li>• Mała liczba punktów informacji turystycznej</li> <li>• Brak odpowiedniego oznaczenia obiektów turystycznych</li> <li>• Brak materiałów informacyjno-promocyjnych dostępne w gminach</li> <li>• Wąska oferta atrakcji turystycznych</li> <li>• Brak szlaków pieszych i rowerowych w</li> </ul>

<sup>4</sup> Nazwa pochodzi od pierwszych liter angielskich słów: strengths, weaknesses, opportunities, threats.

Kutnowskiego wpływająca na integrację działań i rozwój całego Regionu

gminach

- Właściwie brak imprez poza sezonem letnim
- Niewystarczająca ilość imprez
- Brak jednej dużej imprezy promującej Region
- Zbyt silne postrzeganie regionu jako typowo rolniczego
- Zaniedbane, niezagospodarowane obiekty o potencjalnej wartości turystycznej
- Brak pieniędzy w budżetach gmin na zadania z zakresu turystyki

## 7.2. Analiza szans i zagrożeń obszaru objętego projektem w zakresie turystyki

Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szansa rozwoju turystyki pieszej i rowerowej – projekt budowy ścieżek i tras turystycznych</li> <li>• Rosnąca popularność turystyki kulturowej</li> <li>• Wzrost popularności turystyki weekendowej</li> <li>• Programy funduszy pomocowych</li> <li>• Konsekwentna realizacja strategii rozwoju analizowanego Regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosnące wymagania i konkurencja na rynku ofert turystycznych</li> <li>• Silna konkurencja ze strony sąsiednich regionów w zakresie rozwoju turystyki,</li> <li>• Postrzeganie Ziemi Kutnowskiej jako obszaru tranzytowego</li> <li>• Wysokie bezrobocie strukturalne w Regionie</li> <li>• Niedostateczna świadomość turystów o turystycznych walorach i istnieniu ciekawych zabytków na analizowanym obszarze</li> </ul>

## 8 ZAŁOŻENIA ROZWOJU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

Prace analityczne przeprowadzone w trakcie audytu turystycznego wskazały na wiele zagadnień istotnych z punktu widzenia turystyki w gminach regionu kutnowskiego. Do najważniejszych problemów zidentyfikowanych w Regionie zaliczyć należy:

- Ograniczoną ofertę atrakcji turystycznych
- Mocno ograniczoną infrastrukturę turystyczną, szczególnie najważniejszą z pkt. widzenia turystyki bazę noclegową,
- Brak proturystycznego myślenia w Regionie – pomijanie turystyki jako dziedziny rozwoju gospodarczego,
- Brak koordynacji działań w kluczowych dla rozwoju turystyki obszarach: rozwój oferty turystycznej, wspieranie prywatnych inicjatyw proturystycznych, budowanie bogatego kalendarza imprez, kreacji jednolitego wizerunku Regionu.

Rozwój turystyki w regionie uzależniony będzie w głównej mierze od integracji działań w zakresie rozwiązywania powyższych problemów.



Powyżej zdefiniowane problemy przekładają się bezpośrednio na obszary koncentracji strategicznych kierunków działań w zakresie rozwoju turystyki.

Program rozwoju turystyki dla gmin Regionu Kutnowskiego oparto zarówno na założeniach istotnych z punktu widzenia samorządów lokalnych jak również wzięto pod uwagę interesy istotne dla branży turystycznej (przedsiębiorców działających na rzecz turystyki) oraz oczekiwania docelowych segmentów rynku.

Główne założenia opracowywanej strategii rozwoju turystyki w Regionie Kutnowskim obejmują następujące zagadnienia:

- Stworzenie podstaw do budowy produktów turystycznych regionu.
- Wypracowanie podstaw współpracy pomiędzy gminami regionu w zakresie wspólnego działania na rzecz rozwoju turystyki i tworzenia jednolitego wizerunku regionu – wykorzystanie inicjatywy Związku Gmin Regionu Kutnowskiego i powiatu kutnowskiego.
- Wykorzystanie istniejącego potencjału do opracowania oferty turystycznej regionu – dostosowanie istniejących atrakcji i budowa nowych elementów niezbędnych dla rozwoju turystyki.
- Integracja działań w zakresie rozwoju turystyki poszczególnych gmin oraz podmiotów i osób prywatnych deklarujących chęć działania na rzecz turystyki w regionie – poprzez stworzenie odpowiednich mechanizmów, narzędzi i rozwiązań przyczyniających się do współpracy.
- Określenie czynników krytycznych dla rozwoju sektora w Regionie.
- Wykorzystanie potencjału regionu w zakresie rozwoju turystyki dla zwiększenia jego konkurencyjności m.in. w zakresie rozwoju proekologicznych i zrównoważonych form turystyki (turystyka aktywna, turystyka edukacyjna, turystyka krajoznawcza).
- Uwzględnienie i wykorzystanie walorów położenia Regionu na skrzyżowaniu głównych tras wschód – zachód i północ – południe; bliskość aglomeracji łódzkiej i warszawskiej.
- Wykorzystanie aspektów kulturowych i historycznych Regionu w budowaniu oferty turystycznej.
- Zaplanowanie działań dla aktywizacji rynku pracy w Regionie poprzez stworzenie możliwości oraz mechanizmów tworzenia nowych miejsc pracy w branżach turystycznych i okołoturystycznych (w tym samozatrudnienie).
- Pracowanie zasad wdrożenia programu rozwoju markowych produktów turystycznych Regionu.
- Określenie skutecznych i efektywnych narzędzi promocyjnych, pozwalających na budowę turystycznego wizerunku regionu kutnowskiego.
- Zwiększenie efektu sprzężenia zwrotnego z pozostałymi sferami gospodarki regionu – wskazanie mechanizmów rozwoju obszaru usług okołoturystycznych.
- Określenie podstaw i możliwości skutecznego pozyskiwania i absorpcji środków na rozwój turystyki oraz obszarów komplementarnych w perspektywie integracji z Unią Europejską.
- Zapewnienie podstaw do skutecznego wykorzystywania ruchu tranzytowego w obszarze objętym projektem.

Program „**Ziemiańskie tradycje, sportowe ambicje**” zakłada stworzenie produktu turystycznego dla gmin regionu kutnowskiego opartego na formach

turystyki kulturowej i aktywnej uzupełnionych turystyką edukacyjną dzieci i młodzieży oraz turystyką weekendową. Oferta turystyczna budowana będzie w oparciu o dziedzictwo i zabytki materialne ziemiaństwa Regionu Kutnowskiego oraz o potencjał rozwoju atrakcyjnych form sportowo – rekreacyjnych.

## 8.1. Wizja i misja

### Wizja

Turystyka stanie się jedną z istotnych gałęzi gospodarki Regionu Kutnowskiego, wykorzystując drzemiący w powiecie potencjał rozwoju turystycznego. Turystyka przyczyni się tym samym do podniesienia poziomu jakości życia lokalnej społeczności dzięki powstaniu nowych miejsc pracy, promowaniu inicjatyw proturystycznych i dywersyfikowaniu prowadzonej działalności. Poprzez efekt mnożnikowy turystyka wpłynie na dynamikę rozwoju pozostałych branż lokalnej gospodarki.

### Misja

Podjmujemy inicjatywy w zakresie rozwoju turystyki w Regionie Kutnowskim i tym samym przyczyniamy się do podnoszenia atrakcyjności społeczno – gospodarczej: dla społeczności lokalnej i turystów z Polski. Wykorzystując potencjał kulturowy i sportowy regionu kreujemy i dostarczamy turystom ciekawą ofertę spędzania czasu wolnego oraz stwarzamy możliwość zapoznania się z historią tutejszych ziem. Pracujemy nad ciągłym podnoszeniem jakości oferty turystycznej. Dbamy o tworzenie lepszych warunków życia dla naszych mieszkańców oraz aktywnie włączamy ich w budowanie nowego, turystycznego wizerunku regionu.

## 8.2. Priorytety rozwojowe

Strategia rozwoju turystyki Regionu Kutnowskiego ma pozwolić, przy ograniczonych zasobach pozostających w gestii inicjatorów projektu oraz jego uczestników, na skuteczne osiągnięcie określonych celów, dzięki racjonalnemu zarządzaniu i dysponowaniu tymi zasobami. W szczególności dotyczy to środków finansowych na realizację przedsięwzięć i podejmowanie różnego rodzaju inicjatyw na rzecz rozwoju turystyki oraz angażowania zasobów ludzkich do realizacji tych zadań.

Obszary koncentracji strategicznych kierunków działań pozwoliły na zdefiniowanie następujących priorytetów programu:

1.	WYZNACZENIE I ROZWÓJ WIODĄCYCH FORM TURYSTYKI ORAZ WYKREOWANIE MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH REGIONU
	ROZWÓJ I MODERNIZACJA INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ
3.	STWORZENIE ZINTEGROWANEGO SYSTEMU WSPARCIA TURYSTYKI ORAZ ROZWOJU RYNKU PRACY
4.	INTEGROWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ PODNOSZENIA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ ORAZ BDOZY WIZERUNKU REGIONU

Zakładane efekty realizacji strategii obejmują:

- Wzrost atrakcyjności turystycznej Regionu Kutnowskiego
- Stworzenie oferty generującej ruch turystyczny przez cały rok
- Wzrost dochodów z turystyki: zarówno u osób i podmiotów prywatnych jak i w budżetach samorządów terytorialnych
- Efektywne wykorzystanie posiadanych środków na tworzenie oferty turystycznej oraz promocję walorów regionu
- Stworzenie nowych miejsc pracy w turystyce – podnoszenie jakości życia społeczności lokalne
- Skuteczne docieranie do zdefiniowanych segmentów docelowych
- Podniesienie konkurencyjności turystyki jako dziedziny gospodarki wpływającej na rozwój społeczno – gospodarczy regionu
- Tworzenie podstaw do profesjonalnej obsługi turystów – poprzez intensyfikację działań w podnoszeniu liczby i jakości oferowanych produktów

## **WYZNACZENIE I ROZWÓJ WIODĄCYCH FORM TURYSTYKI ORAZ WYKREOWANIE MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH REGIONU**

**1.**

Analiza walorów turystycznych Regionu Kutnowskiego wskazuje na istnienie w gminach objętych projektem potencjału do rozwoju turystyki. Dziedzictwo kulturowe i materialne regionu daje podstawy do wypracowania atrakcyjnej oferty, służącej zarówno lokalnej społeczności, jak i wskazanym w trakcie prac nad strategią segmentom docelowym.

Określenie wiodących form turystyki jest podstawą do koncentrowania działań na rozwijaniu wybranych atrakcji turystycznych oraz opracowywaniu planów rozwoju infrastruktury turystycznej niezbędnej do czerpania pełnych korzyści z rozwoju turystyki w regionie.

## **ROZWÓJ I MODERNIZACJA INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ**

**2.**

Region kutnowski w chwili obecnej nie dysponuje wystarczająco rozbudowaną, podstawową infrastrukturą turystyczną. Braki, szczególnie widoczne w bazie noclegowej, stają się jednym z najbardziej istotnych elementów w zakresie kreowania klimatu dla przedsięwzięć kreujących ofertę turystyczną regionu.

Bez odpowiedniej infrastruktury turystycznej staje się największą barierą rozwoju, ograniczającą szansę sektora na stabilny, konkurencyjny rynkowo wzrost.

### **STWORZENIE ZINTEGROWANEGO SYSTEMU WSPARCIA TURYSTYKI ORAZ ROZWOJU RYNKU PRACY W TYM SEKTORZE**

**3.**

Budowanie potencjału turystycznego wymaga współpracy wielu podmiotów i organizacji w regionie. Bez współpracy oraz odpowiedniego wsparcia sektora turystyki trudno o realność i efektywność wdrażanych rozwiązań.

Samorządy lokalne deklarując chęć rozwijania turystyki, muszą zarówno poprzez własne inicjatywy jak i stworzenie zachęt dla sektora prywatnego, tworzyć przyjazny klimat rozwoju. Jasne określenie priorytetów i kierunków rozwoju gospodarczego oraz konsekwencja w realizacji zamierzonych celów tworzą podstawy do skutecznego i trwałego wzrostu sektora turystycznego. Tylko tak rozwijająca się turystyka będzie miała szansę kreowania nowych miejsc pracy, a tym samym podnoszenie jakości życia lokalnej społeczności.

### **INTEGROWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ PODNOSZENIA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ I BUDOWY WIZERUNKU REGIONU**

**4.**

Podnoszenie atrakcyjności turystycznej regionu wymaga koordynacji działań na wielu płaszczyznach. Rozwój, modernizacja czy dostosowanie posiadanych zasobów to jeden aspekt rozwoju turystyki. Z drugiej strony pozostaje do rozwiązania całe spektrum tzw. zadań miękkich, decydujących niejednokrotnie o końcowym sukcesie projektu. Chodzi tu m.in. o odpowiednio przygotowany kalendarz imprez, promocję itp.

Integracja działań w zakresie promocji – w świetle rozwoju nowych technologii i społeczeństwa informacyjnego – tworzy nowe warunki skutecznego dotarcia z informacją do klienta. Informacja stanowi podstawę nowoczesnych procesów rynkowej wymiany i komunikacji. Produkty turystyczne bez odpowiedniej promocji i odpowiedniego „opakowania” (branding) nie mają szans rozpoczęcia egzystencji rynkowej. Jedynie integracja działań różnych podmiotów na różnych etapach wdrażania oferty turystycznej daje szansę stworzenia atrakcyjnej, dostrzeganej na rynku oferty turystycznej.

Skuteczne wdrażanie zadań wynikających ze strategii rozwoju turystyki Regionu jest uzależnione od zbieżności określonych priorytetów z innymi działaniami zapisanymi w kluczowych dokumentach rozwojowych na szczeblu regionalnym, wojewódzkim i krajowym. Tylko w takiej sytuacji można liczyć na wsparcie zadań oraz skorzystać z środków finansowych przeznaczonych na ich realizację. Dokumenty, do których odniesiono się w niniejszym dokumencie to:

- Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego
- Kontrakt Wojewódzki
- Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego
- Strategia Rozwoju Powiatu Kutnowskiego

Priorytety oraz obszary koncentracji strategicznej określone w poszczególnych dokumentach, z którymi zbieżne są cele Strategii Rozwoju Turystyki gmin Związku Gmin Regionu Kutnowskiego i powiatu kutnowskiego, obejmują:

#### **Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego (SRWŁ)**

#### **Priorytet 1 Wzrost ogólnego poziomu cywilizacyjnego województwa**

1.1 Podniesienie poziomu wykształcenia i rozwój kulturowy mieszkańców (Kontrakt Wojewódzki – Priorytet 1)

1.2 Podniesienie jakości życia i stanu zdrowotności mieszkańców (Kontrakt Wojewódzki – Priorytet 2)

1.3 Uporządkowanie gospodarki przestrzennej

## **Priorytet 2 Poprawa pozycji konkurencyjnej gospodarki województwa**

2.1 Zwiększenie dostępności regionu poprzez rozwój infrastruktury transportowej i informacyjnej (Kontrakt Wojewódzki – Priorytet 3)

2.2 Tworzenie nowoczesnej bazy gospodarczej (Kontrakt Wojewódzki Priorytet 4)

2.3 Stymulowanie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich regionu (Kontrakt Wojewódzki – Priorytet 5)

2.4 Tworzenie – w kraju i zagranicą – wizerunku regionu przyjaznego i atrakcyjnego do zamieszkania, inwestowania i współpracy

## **Priorytet 3 stworzenie rzeczywistego regionu społeczno – ekonomicznego posiadającego własną podmiotowość kulturową i gospodarczą**

3.1 wspomaganie różnych form edukacji regionalnej dzieci, młodzieży i dorosłych

3.2 inicjowanie i wspomaganie rozwoju różnych form i przejawów kultury regionalnej oraz ruchów regionalistycznych

3.3 stymulowanie przemian w sieci osadniczej województwa polegających na wzroście roli miast w organizacji funkcjonalno – przestrzennej regionu

## **Strategia Rozwoju Powiatu Kutnowskiego (SRPK)**

Obszary koncentracji strategicznych działań:

1. Rozwój lokalnej gospodarki
2. Promocja walorów powiatu
3. Ożywienie gospodarki rolnej
4. Bezpieczeństwo i środowisko

## **Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR)**

### **Priorytet 1 Rozbudowa i modernizacja infrastruktury służącej wzmacnianiu konkurencyjności regionów**

Działanie 1.1 Modernizacja i rozbudowa regionalnego układu transportowego

1.1 infrastruktura drogowa

1.2 infrastruktura transportu publicznego

Działanie 1.2 infrastruktura ochrony środowiska

Działanie 1.3 Regionalna infrastruktura społeczna

3.1 Regionalna infrastruktura edukacyjna

3.2 regionalna infrastruktura ochrony zdrowia

Działanie 1.4 Rozwój turystyki i kultury

Działanie 1.5 infrastruktura społeczeństwa informacyjnego

Działanie 1.6 rozwój transportu publicznego w aglomeracjach

### **Priorytet 2 wzmocnienie rozwoju zasobów ludzkich**

Działanie 2.1 rozwój umiejętności powiązanych z potrzebami regionalnego rynku pracy i możliwości kształcenia ustawicznego w regionie

Działanie 2.2 wyrównanie szans edukacyjnych poprzez programy stypendialne

Działanie 2.3 reorientacja zawodowa osób odchodzących z rolnictwa

Działanie 2.4 reorientacja zawodowa osób zagrożonych procesami restrukturyzacyjnymi

Działanie 2.5 promocja przedsiębiorczości

Działanie 2.6 regionalne strategie innowacyjne i transfer wiedzy

### **Priorytet 3 rozwój lokalny**

Działanie 3.1 obszary wiejskie

Działanie 3.2 obszary podlegające restrukturyzacji

Działanie 3.3 zdegradowane obszary miejskie, przemysłowe i powojaskowe

3.3.1 rewitalizacja obszarów miejskich

3.3.2 rewitalizacja obszarów po-przemysłowych i po-wojskowych

Działanie 3.4 mikroprzedsiębiorstwa

Działanie 3.5 lokalna infrastruktura społeczna

## **8.3. Segmentacja rynku nabywców**

Segmentacją rynku nazywamy podział danego rynku na względnie jednorodne grupy odbiorców, różniące się między sobą reakcjami na dany produkt. Zmiennymi segmentacji są cechy, według których możemy podzielić uczestników danego rynku. Wybór tych zmiennych zależy od rodzaju rynku, cech produktu.

W turystyce podstawowymi zmiennymi są:

- geograficzne – region, wielkość miasta, typ obszaru, gęstość zaludnienia, klimat,
- demograficzne: wiek, płeć, dochód, zawód, wykształcenie,
- psychograficzne: styl życia, osobowość, klasa społeczna.

Identyfikacja obecnych i potencjalnych segmentów rynku dla gmin Związku Gmin Regionu Kutnowskiego i powiatu kutnowskiego, oparta została na następujących pracach:

- wizję lokalną przeprowadzoną przez konsultantów PART S.A.,
- warsztaty turystyczne (opinie osób uczestniczących w warsztatach, bezpośrednio lub pośrednio związanych z turystyką),
- analizę źródeł wtórnych: folderów, ulotek, przewodników, dokumentów,
- analizę ankiet,
- treść stron internetowych.

W trakcie analiz i prac nad Programem, zostały określone następujące segmenty:

**Turyści kwalifikowani** – osoby spędzające czas w formie aktywnej. Lubiące wyprawy piesze i rowerowe.

Segment: turyści kwalifikowani	
Kryteria demograficzne	<p><u>Wiek:</u> 25 – 50 lat</p> <p><u>Płeć:</u> kobiety i mężczyźni</p> <p><u>Dochód miesięczny:</u> średnia krajowa, powyżej średniej krajowej</p> <p><u>Wykształcenie:</u> średnie, niepełne wyższe, wyższe</p>
Styl życia, osobowość	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poszukują wypoczynku, w tym przede wszystkim aktywnego,</li> <li>- zainteresowani ofertą pobytu także poza sezonem,</li> <li>- dbają o kondycję fizyczną, stąd chęć do korzystania z oferowanych aktywnych form wypoczynku,</li> <li>- miłośnicy turystyki pieszej i rowerowej,</li> <li>- poszukują ciekawych miejsc na krótki pobyt,</li> <li>- lubią kontakt z przyrodą.</li> </ul>
Motywy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rozwijanie sprawności fizycznej,</li> <li>- motywy poznawcze: historia, kultura,</li> <li>- miłe spędzanie czasu ze znajomymi,</li> <li>- odwiedzanie miejsc polecanych w przewodnikach,</li> <li>- odpoczynek psychiczny.</li> </ul>

**Młodzi ekolodzy** – dzieci, młodzież, studenci zainteresowani problemami ekologii, zrównoważonego rozwoju itp.

Segment: młodzi ekolodzy	
Kryteria demograficzne	<p><u>Wiek:</u> 10 – 60 lat</p> <p><u>Płeć:</u> wszyscy</p> <p><u>Dochód miesięczny:</u> średnia krajowa</p> <p><u>Wykształcenie:</u> wyższe, niepełne wyższe, średnie, podstawowe</p>
Styl życia, osobowość	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zainteresowani wyjazdami w okresie wiosny i jesieni</li> <li>- poszukują ciekawych programów obejmujących ich specjalistyczne zainteresowania</li> </ul>
Motywy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- realizacja indywidualnych zainteresowań</li> <li>- motywy poznawcze; natura, ekologia</li> <li>- poszukują dodatkowych atrakcji, najczęściej w plenerze, na świeżym powietrzu</li> <li>- oczekują możliwości odbycia zajęć w terenie, przy udziale specjalistów z zakresu ekologii i środowiska</li> <li>- przystępna cena noclegu i żywienia</li> </ul>

**Turyści kulturowi** – osoby w różnym wieku przyjeżdżające w celu poznania kultury, historii danego miejsca. Oczekujące ciekawej oferty kulturalnej, chcący poznawać nowe miejsca i mieć styczność z historią, uczestniczą w interesujących imprezach kulturalnych.

Segment: kulturowi poszukiwacze	
Kryteria demograficzne	<p><u>Wiek:</u> 25-65 lat</p> <p><u>Płeć:</u> kobiety i mężczyźni</p>

	<p><u>Dochód miesięczny:</u> powyżej średniej krajowej</p> <p><u>Wykształcenie:</u> co najmniej średnie, wyższe</p>
<b>Styl życia, osobowość</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- oczekują ciekawej oferty kulturalnej (festiwale, koncerty, imprezy),</li> <li>- zainteresowani ofertą pobytu, również poza sezonem,</li> <li>- poszukują ciekawych miejsc na krótki pobyt,</li> <li>- zainteresowani kulturą, zabytkami, muzeami,</li> <li>- poszukujący ciekawych miejsc w celu poszerzenia swojej wiedzy.</li> </ul>
<b>Motywy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kulturowe i poznawcze (motywy poznawcze: kultura, historia Regionu, zabytki),</li> <li>- wyjazd w gronie znajomych,</li> <li>- poszukiwanie nowych, ciekawych miejsc,</li> <li>- ciekawa impreza stanowi często motyw przyjazdu.</li> </ul>

**Dzieci i młodzież** – przeważnie dzieci i młodzież w grupach zorganizowanych – możliwość prowadzenia lekcji bezpośrednio w terenie.

Segment: zielone szkoły	
<b>Kryteria demograficzne</b>	<p><u>Wiek:</u> 7 - 18 lat</p> <p><u>Płeć:</u> wszyscy</p> <p><u>Dochód miesięczny:</u></p> <p><u>Wykształcenie:</u> uczniowie szkół</p>
<b>Styl życia, osobowość</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wybierają tanią bazą noclegową i gastronomiczną,</li> <li>- zainteresowani wyjazdem w czasie wiosny i jesieni,</li> <li>- preferują aktywny wypoczynek na łonie natury,</li> <li>- oczekują przygotowanych programów i ofert do wykorzystania w trakcie „zielonych szkół”.</li> </ul>
<b>Motywy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- motywy poznawcze: kultura, etnografia, historia, kultura,</li> <li>- oszukiwanie dodatkowych atrakcji na świeżym powietrzu, np. ognisko, grill,</li> <li>- przystępna cena noclegu i żywienia,</li> <li>- ciekawe zabytki i historia Regionu.</li> </ul>

**Dzieci i młodzież „sportowcy i odkrywcy”** – zainteresowani amatorskim uprawianiem sportów, poszukujący możliwości konfrontacji – szczególnie w ramach systemu rozgrywek.

Segment: sportowcy i odkrywcy	
<b>Kryteria demograficzne</b>	<p><u>Wiek:</u> 7 – 20 lat</p> <p><u>Płeć:</u> wszyscy</p> <p><u>Dochód miesięczny:</u></p> <p><u>Wykształcenie:</u> uczący się</p>
<b>Styl życia, osobowość</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spontaniczni,</li> <li>- posiadający szerokie zainteresowania,</li> <li>- spędzający czas w grupach zainteresowań</li> </ul>
<b>Motywy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- podnoszenie umiejętności sportowych</li> <li>- chęć współzawodnictwa</li> <li>- chcący wyróżniać się, poszukujący wąskich grup zainteresowań</li> </ul>

**Turyści weekendowi** – zainteresowani turystyką poznawczą kulturową i aktywnym wypoczynkiem oraz rekreacją, rozrywką i zabawą. Konieczna ciekawa oferta imprez, tania baza gastronomiczna i noclegowa. Turyści głównie z terenów województwa mazowieckiego i łódzkiego, z Warszawy i Łodzi. Najczęściej zmotoryzowani. Poszukujący możliwości ciekawego spędzenia czasu i wypoczynku poza miastem.

Segment: turyści weekendowi	
<b>Kryteria demograficzne</b>	<p><u>Wiek</u>: 25-60 lat</p> <p><u>Płeć</u>: wszyscy</p> <p><u>Dochód miesięczny</u>: powyżej średniej, średnia krajowa</p> <p><u>Wykształcenie</u>: wyższe, niepełne wyższe, średnie</p>
<b>Styl życia, osobowość</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spontaniczni,</li> <li>- posiadający szerokie zainteresowania,</li> <li>- zapracowani,</li> <li>- spędzający czas najczęściej z gronem znajomych,</li> <li>- poszukujący ciszy, spokoju i możliwości relaksu.</li> </ul>
<b>Motywy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- odpoczynek na świeżym powietrzu,</li> <li>- odreagowanie stresu,</li> <li>- wypoczynek po tygodniu pracy,</li> <li>- poznanie kultury, historii, obyczajów ludności,</li> <li>- regeneracja sił psychicznych i fizycznych w krótkim okresie czasu,</li> <li>- bliskość Łodzi, Warszawy.</li> </ul>

**Turyści biznesowi** – osoby w różnym wieku przyjeżdżające w celach zawodowych i szkoleniowych. Konieczna jest odpowiednia infrastruktura.

Segment: turyści motywacyjno-szkoleniowi	
<b>Kryteria demograficzne</b>	<p><u>Wiek</u>: nieistotny</p> <p><u>Płeć</u>: wszyscy</p> <p><u>Dochód miesięczny</u>:</p> <p><u>Wykształcenie</u>: średnie, wyższe</p>
<b>Styl życia, osobowość</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poszukują wypoczynku i rekreacji, chętnie wykorzystują dostępne atrakcje,</li> <li>- poszukują miejsc i obiektów odpowiednich do przeprowadzenia szkoleń,</li> <li>- zainteresowani wyjazdami także poza sezonem,</li> <li>- wysokie wymagania co do standardu usług,</li> <li>- stres, zapracowanie, brak czasu na wypoczynek.</li> </ul>
<b>Motywy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wyjazdy integracyjne, podtrzymywanie więzi,</li> <li>- uczestniczenie w warsztatach twórczych,</li> <li>- wypoczynek w gronie znajomych,</li> <li>- integracja pracowników.</li> </ul>

## 8.4. Identyfikacja docelowych grup odbiorców produktu

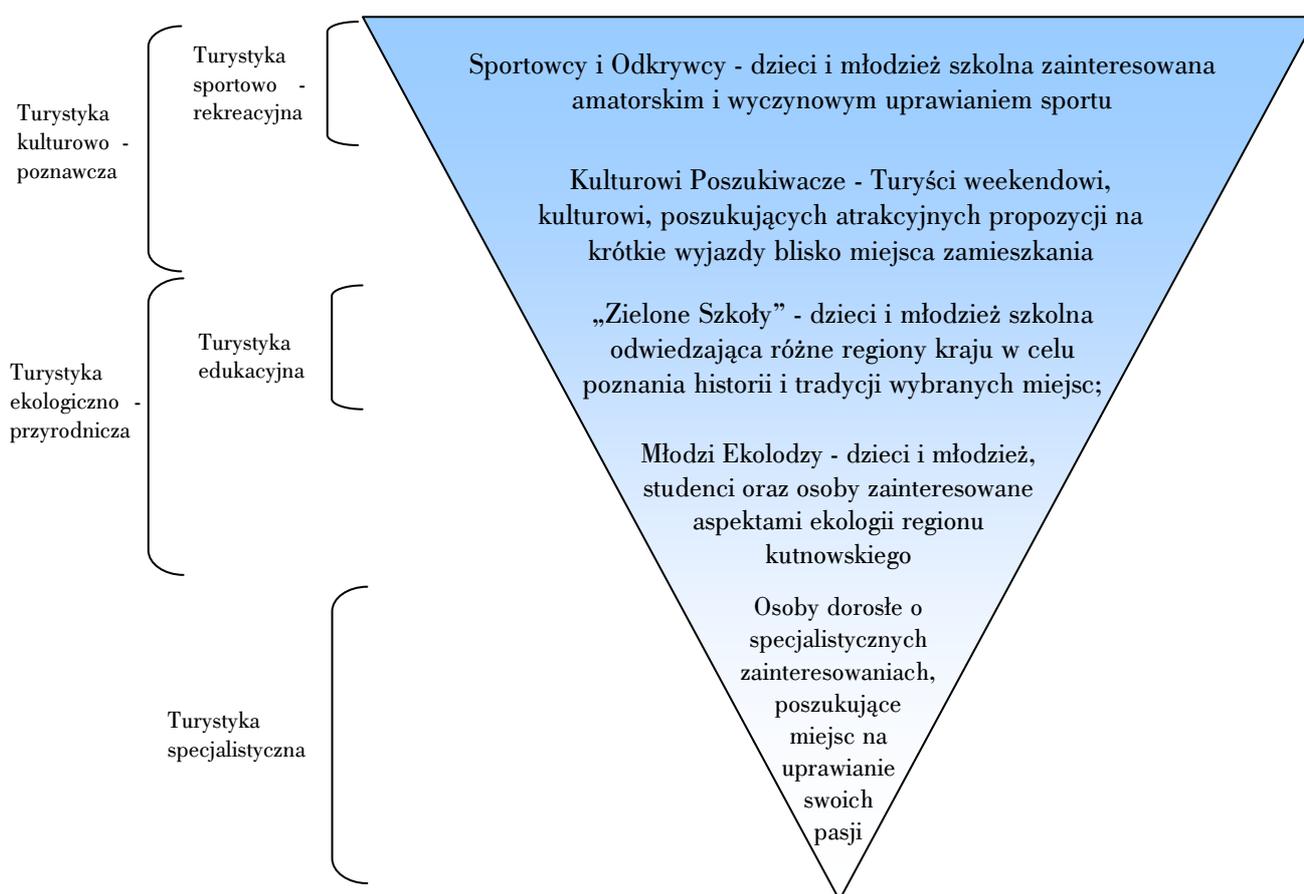
Analiza obecnych segmentów oraz stan zagospodarowania turystycznego regionu, oczekiwań gestorów turystyki (w tym organizatorów turystyki aktywnej) doprowadziły do wyboru docelowych segmentów rynku, które naszym zdaniem najlepiej odpowiadają obecnej i planowanej atrakcyjności turystycznej ziemi kutnowskiej.

W wyniku rozmów z gestorami bazy turystycznej regionu i ich oceny sytuacji rynkowej oraz przy uwzględnieniu potencjału turystycznego Regionu, ustalono hierarchię segmentów według ich znaczenia gospodarczego, możliwości rozwoju oferty oraz wykorzystaniu walorów turystycznych regionu.

Hierarchia segmentów została przedstawiona na poniższym schemacie, poszczególne części trójkąta odpowiadają naszym oczekiwaniom w zakresie przychodów z poszczególnych grup turystów.

Rysunek 3 Schemat hierarchii segmentów programu

Źródło: Opracowanie własne PART S.A.



Analizowany obszar nie posiada w chwili obecnej dominującego segmentu. Opisane segmenty mogą stać się w przyszłości, po uprzednim przystosowaniu infrastruktury turystycznej, podstawą kreowania oferty turystycznej.

Wybór turystyki sportowo – rekreacyjnej dzieci i młodzieży determinuje wskazanie tego segmentu jako docelowej grupy odbiorców oferty regionu.. Coroczne

rozgrywki baseballu odbywające się w Kutnie (Europejskie Centrum Szkolenia Małej Ligi Baseballowej) przyciągają już dziś dzieci z rodzinami z całego świata (Europy, Azji i Afryki). Wykorzystanie tego wizerunku do stworzenia rozbudowanej oferty sportowej dla dzieci to jedno z kluczowych czynników, mogących decydować o sukcesie turystyki w regionie. Ważne jest jednak, aby turystom tym zapewnić atrakcyjną ofertę pobytu oraz dostosować rozwój infrastruktury do ich potrzeb. Dlatego niezbędne jest rozbudowanie infrastruktury sportowo-rekreacyjnej w Regionie, udogodnień dla rodzin (place zabaw), rozbudowanie oferty imprez oraz bazy noclegowej i gastronomicznej.

Segmentem strategicznym dla Regionu ziemi kutnowskiej są **turyści kulturowi** szczególnie grupy **weekendowe**. Jest to segment bardzo atrakcyjny zważywszy na położenie Regionu (centralna część Polski – bliskość aglomeracji warszawskiej oraz łódzkiej) – do tej pory niedostrzegany. Istnieje jednak potrzeba przygotowania oferty produktowej oraz odpowiedniej infrastruktury, by segment ten zachęcić do przyjazdu. Na chwilę obecną nie ma wielu atrakcji oraz odpowiedniej infrastruktury, z której turyści mogliby skorzystać. Szczególnie istotne jest sukcesywne udostępnianie nowych atrakcji turystycznych, wzbogacenie kalendarza imprez oraz przygotowanie zaplecza gastronomicznego (karczmy, puby, kawiarenki) i taniej bazy noclegowej.

Wydzielenie grupy **turystyki edukacyjnej**, to wskazanie na możliwość różnicowania oferty dla dzieci i młodzieży. Liczne zabytki regionu, choć nie stanowiące dziś znaczących atrakcji turystycznych dają podstawę do wdrożenia programu edukacyjnego dla dzieci i młodzieży. Aby skutecznie zachęcać do rozwoju tej formy turystyki regionie należy w pierwszej kolejności zadbać o stworzenie odpowiedniej bazy noclegowej, dostosowanej do specyficznych potrzeb grup dziecięcych.

Mocno rozwinięte w regionie działania na rzecz promocji ekologii i inwestycji ekologicznych pozwalają na wyodrębnienie grupy odbiorców, zainteresowanej tym tematem. Specyfika warunków naturalnych regionu (najmniejsza lesistość w kraju, znaczny udział gleb o wysokim stopniu bonitacji) wpływają na podejmowanie działań w zakresie ochrony środowiska i ekologii nietypowych dla innych obszarów. Może to być bardzo interesujący temat badawczy i edukacyjny jak również promocyjny – pokazanie regionu jako proekologicznego. W kontekście postępującej degradacji środowiska naturalnego kwestia ta będzie stawać się coraz powszechniejszym tematem zainteresowania różnych grup społecznych i zawodowych.

Wyodrębniony **segment turystów specjalistycznych** na dzień dzisiejszy nie istnieje, ponieważ analizowany Region nie jest postrzegany jako atrakcyjny turystycznie. Istnieje jednak możliwość stworzenia ciekawych propozycji dla osób podróżujących w celu realizowania swoich pasji i zainteresowań. Największą grupę turystów podobnie jak turyści weekendowi mogą stanowić turyści z Warszawy i Łodzi.

## 9 STARTEGICZNE KIERUNKI DZIAŁAŃ BUDOWY RYNKU TURYSTYCZNEGO REGIONU KUTNOWSKIEGO

Ocena stanu rozwoju turystyki przedstawiona w części analitycznej oraz określenie priorytetów rozwojowych – przy założeniu, że turystyka ma stać się jedną z istotnych gałęzi gospodarki regionu – stanowią punkt wyjścia do zdefiniowania głównych celów strategicznych oraz zaprojektowania marketingowego produktu turystycznego regionu kutnowskiego.

Kluczowym elementem stanowiącym podłoże do podejmowania kolejnych działań, jest opracowanie koncepcji podstawowego produktu turystycznego oraz obszarów uzupełniających (priorytet 1). Skoncentrowanie się na tym obszarze pozwoli skonstruować szkielet oferty rynku turystycznego, który będzie „obudowywany” zadaniami opisanymi w pozostałych obszarach koncentracji (priorytet 2 – 4). Takie podejście pozwala z jednej strony na określenie długookresowych działań w zakresie rozwijanych form turystyki, z drugiej strony pozwala na uzupełnianie i modyfikowanie działań w pozostałych obszarach w przyszłości – z uwzględnieniem zmian zachodzących na rynku wewnętrznym i otoczeniu. Tym samym nie ograniczamy na obecnym etapie prac liczby projektów, przedsięwzięć, inicjatyw możliwych do realizacji w ramach strategii pozwalających osiągnąć zapisane cele.

### 9.1. Główne cele strategiczne

Priorytet I (marketing atrakcji)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Wytypowanie wiodących i uzupełniających form turystyki jako czynników determinujących działania w zakresie budowy produktów turystycznych.</li><li>• Wypracowanie zasad współpracy przy wdrażaniu sieciowych rozwiązań produktu turystycznego – powierzenie zadań w zakresie koordynowania rozwoju turystyki wybranemu podmiotowi lub powołanie nowego (Lokalnej Organizacji Turystycznej).</li><li>• Opracowanie przez uczestników projektu planów zagospodarowania przestrzennego oraz określenie priorytetów inwestycyjnych w zakresie rozbudowy infrastruktury bazy atrakcji turystycznych – zgodnie z potrzebami rozwijanych form turystyki.</li><li>• Wypracowanie skutecznych metod marketingu wewnętrznego w celu motywowania instytucji i społeczności do podejmowania działań na rzecz rozwoju turystyki.</li></ul>

- Stworzenie zasad integracji oferty turystycznej Regionu Kutnowskiego z ofertą obszarów przyległych – tworzenie sieci powiązań funkcjonalnych
- Wzrost liczby turystów korzystających z oferty turystycznej regionu

Programy:

- 1.1 Program rewitalizacji zabytkowych zespołów dworsko – parkowych.
- 1.2 Program rozwoju tras turystycznych.
- 1.3 Program rozwoju strefy sportu.
- 1.4 Program dostosowania planów zagospodarowania przestrzennego gmin regionu kutnowskiego do potrzeb rozwoju turystyki.
- 1.5 Program wdrażania ofert turystycznych.
- 1.6 Program promocji rozwoju turystyki na rynku wewnętrznym.
- 1.7 Program rozwoju nowych atrakcji turystycznych.

**Priorytet 2 (marketing infrastruktury)**

- Zintegrowanie środowisk samorządów lokalnych w zakresie harmonizowani strategicznych planów rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystyczne.
- Stworzenie zachęt inwestycyjnych dla inwestorów zainteresowanych rozwojem podstawowej bazy turystycznej.
- Uregulowanie własności terenów i obiektów mogących stanowić podstawę rozwoju infrastruktury turystycznej.
- Poszukiwanie alternatywnych możliwości zabezpieczenia podstawowego zaplecza turystycznego – zgodnie z potrzebami zdefiniowanych segmentów docelowych.

Programy:

- 2.1 Program promowania inwestycji turystycznych.
- 2.2 Program rozwoju infrastruktury sportowej.
- 2.3 Program zagospodarowania przestrzeni publicznych małą architekturą.
- 2.4 Program długookresowych inwestycji gminnych i powiatowych wspierających rozwój turystyki.
- 2.5 Program pozyskiwania zewnętrznych środków finansowych na inwestycje turystyczne i paraturystyczne.
- 2.6 Program podnoszenia jakości środowiska kulturowego.

### Priorytet 3 (marketing społeczny)

- Stworzenie systemu wsparcia dla przedsięwzięć turystycznych tworzących nowe miejsca pracy.
- Dostosowanie lub stworzenie nowych programów nauczania dostosowanych do potrzeb rozwijającego się rynku pracy w turystyce i branżach okołoturystycznych.
- Tworzenie podstaw do rozwoju agroturystyki jako alternatywnej formy zarobkowania w rolnictwie.

#### Programy:

- 3.1 Program wspierania inicjatyw turystycznych jako źródła nowych miejsc pracy.
- 3.2 Program promocji agroturystyki na terenie powiatu.
- 3.3 Program promocji drobnego przetwórstwa rolno – spożywczego.

### Priorytet 4 (marketing wizerunku)

- Podnoszenie atrakcyjności regionu – zarówno dla mieszkańców regionu jak i turystów – poprzez organizację imprez o charakterze ponadregionalnym (w tym jednej imprezy tzw. wizerunkowej).
- Opracowanie zasad wspólnej promocji turystycznej regionu (internet, materiały promocyjne, targi, IT).
- Stworzenie systemu badań postrzegania regionu oraz zadowolenia turystów.
- Podnoszenie poziomu bezpieczeństwa w regionie.

#### Programy:

- 4.1 Program budowy oraz kontroli wizerunku turystycznego regionu.
- 4.2 Program wdrożenia jednolitego systemu promocji turystycznej regionu.
- 4.3 Program imprez jako element budowy wizerunku regionu.
- 4.4 Program monitorowania stanu realizacji zadań z zakresu turystyki.
- 4.5 Program kształcenia kadra na potrzeby turystyki w regionie.

## 10 PRIORYTET 1 – WYZNACZENIE I ROZWÓJ WIODĄCYCH FORM TURYSTYKI ORAZ WYKREOWANIE MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH REGIONU

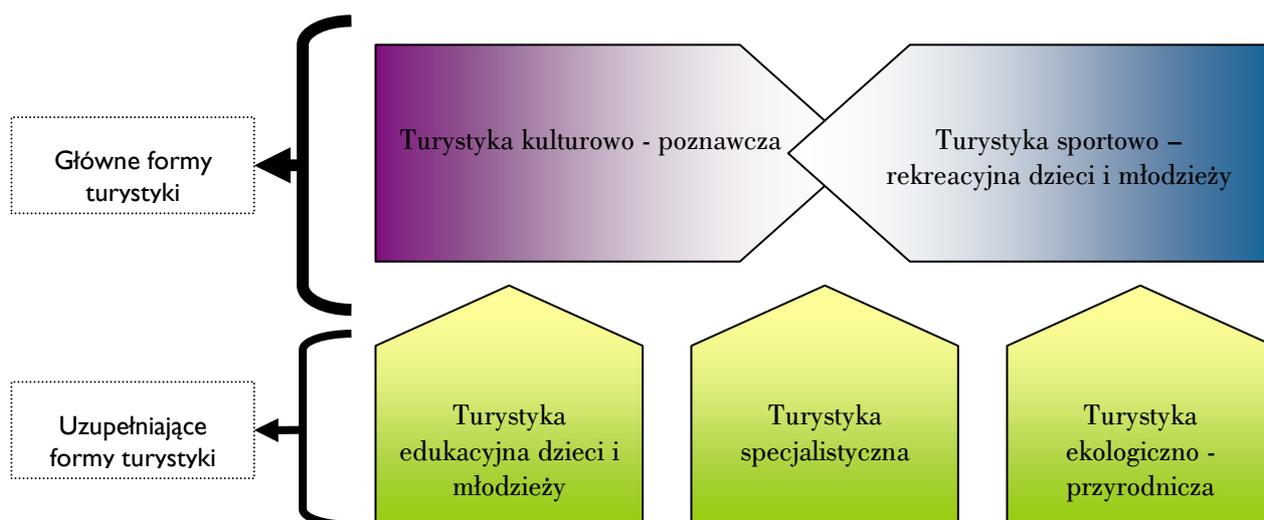
Przeprowadzona w trakcie audytu turystycznego analiza atrakcyjności turystycznej regionu kutnowskiego (w tym walorów przyrodniczych i kulturowych) oraz określenie i ocena głównych motywów przyjazdów turystycznych, pozwoliła na wytyczenie wiodących form turystyki Regionu, czyli tych obszarów turystyki, na których powinny koncentrować się działania rozwojowe i promocyjne.

Obok głównych form turystyki określono również obszary wspierające (formy uzupełniające), których rozwój pozwoli na wykreowanie oferty atrakcyjnej dla węższych grup odbiorców, stanowiąc jednocześnie dodatkową propozycję dla segmentów podstawowych (związanych z głównymi formami turystyki).

### **Koncepcja produktu wiodącego oraz propozycje produktów uzupełniających**

Programowanie rozwoju turystyki w Regionie zostało oparte o **koncepcję specjalizacji**, przygotowywanie oferty turystycznej pod określone potrzeby zdefiniowanych grup odbiorców. Turystyka w Regionie, ze względu na ograniczone zasoby, nie może opierać się na dostarczaniu oferty dla wszystkich, *potencjalnych* odbiorców. Rozwijając określoną formę turystyki pracujemy równocześnie na stworzenie określonego wizerunku miejsca wśród zdefiniowanych grup odbiorców.

Zgodnie z przyjętą zasadą określania kierunku rozwoju turystyki na obszarze objętym projektem, zdefiniowano następujące obszary koncentracji turystycznej:



## 10.1. Turystyka kulturowo – poznawcza

### Uzasadnienie oraz idea produktu

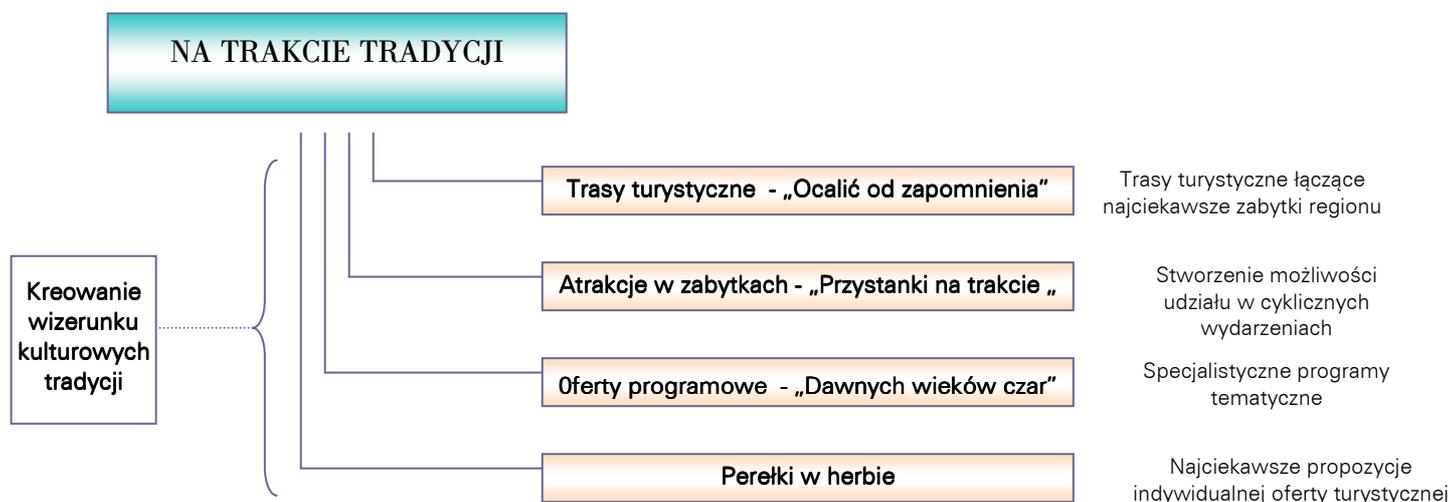
Rozwój tej formy turystyki opiera się na założeniu wykorzystania potencjału zabudowań dworskich i pałacowych wraz z zabytkowymi parkami, zabytków architektury sakralnej, tradycji ziemiańskich regionu kutnowskiego, najnowszej historii związanej z terenami i wydarzeniami bitwy nad Bzurą (znanej również jako Bitwa pod Kutnem).

Tendencje na rynku turystycznym pokazują stopniowy, ale stały wzrost zainteresowania powrotem „do źródeł”. Chęć potwierdzenia swojej narodowej tożsamości, poszukiwanie osobistych korzeni i wpisywanie swoich losów w historię danych ziem czy rodzin, skutkuje coraz bardziej dociekliwym badaniem i poszukiwaniem naszego „ja na ziemi”. W turystyce przekłada się to na wzrost zainteresowania historiami dawnych rodów: szlacheckich czy ziemiańskich, odtwarzaniem ich losów na przestrzeni minionych wieków. Motywem a może pretekstem jest wpisanie swojego istnienia w większą tradycję.

Powrót do korzeni, odtwarzanie historii „zwykłych” ludzi sprzed lat staje się jeszcze bardziej popularne przy powszechnie postępującej globalizacji i unifikacji pewnych zjawisk. Zacieranie się granic wywołuje reakcje „umieszczania” siebie w konkretnym miejscu – nie można być człowiekiem z nikąd.

Przygotowując ofertę turystyki kulturowej i wykorzystując w tym celu tradycje ziemi kutnowskiej możemy dać sygnał – *„Być może twoje korzenie są tutaj – przyjedź, posłuchaj, obejrzyj. Jeśli nie znajdziesz swoich przodków u nas poznasz przynajmniej kawałek historii Polski”*

## Schemat produktów turystycznych budujących ofertę turystyki kulturowo – poznawczej: „Na trakcie tradycji”



### Charakterystyka produktów

#### Trasy turystyczne

***Idea poprowadzenia tras turystycznych zakłada integrację rozproszonych na terenie powiatu kutnowskiego atrakcji. Pozwoli to w atrakcyjny, tematycznie spójny sposób zaprezentować dziedzictwo kulturowe Regionu, oparte przede wszystkim o tradycje ziemiaństwa.***

Trasy turystyczne po regionie mogą mieć różnoraki charakter. Mogą to być trasy piesze, rowerowe lub samochodowe. W pierwszym etapie wdrażania projektu należy wykorzystać istniejące ciągi komunikacyjne – głównie drogi samochodowe. W późniejszym okresie – w miarę rozwoju ruchu turystycznego – dla tras pieszych i rowerowych będzie należało przeprowadzić trasy alternatywne, przebiegające w oddaleniu od dróg samochodowych.

Prowadzenie tras turystycznych w terenie – obok najważniejszej kwestii, łączenia kluczowych atrakcji – musi być związane z odpowiednim oznakowaniem oraz zapewnieniem podstawowej infrastruktury turystycznej.

Proponowany przebieg tras turystycznych opiera się na obiektach, które już dziś mogą stanowić atrakcję turystyczną. W późniejszym okresie, po uregulowaniu kwestii zarządzania obiektami historycznymi oraz podjęciu działań zmierzających do przywrócenia obiektów do stanu dawnej świetności, sugeruje się opracować nowe trasy tematyczne. Objęcie obszaru objętego projektem jak najgęstszą siecią tras turystycznych pozwoli na trwałe budowanie wizerunku turystycznego regionu.

**„Szlakiem Dawnej Poczty”** – propozycją prezentacji zabytków, które w obecnym stanie nie mogą stanowić atrakcyjnej oferty turystycznej, może być opracowanie tras bazujących na dawnych

pocztówkach dworów i pałaców na ziemi kutnowskiej. Dla celów takiego przedsięwzięcia konieczne będzie:

- opracowanie mapy z oznaczeniem wybranych obiektów,
- przygotowanie zestawu kart pocztowych lub broszury z reprodukcją pocztówek prezentujących obiekty na trasie,
- przygotowanie tablic informacyjnych (opisy i historia) wraz ze zdjęciami posiadłości bezpośrednio w miejscach docelowych.

Ten sposób prezentacji dziedzictwa kulturowego Regionu daje możliwość pokazania turystom rozmiaru dziedzictwa szlacheckiego i ziemiańskiego na tym terenie. Przyjęcie takiej formuły prezentacji atrakcji regionu nie zwalnia z podjęcia działań w zakresie zabezpieczenia poszczególnych obiektów przed dalszym niszczeniem i dewastacją. Daje to jednak możliwość szybkiego przygotowania oferty turystycznej, bez konieczności wstrzymywania działań do czasu podniesienia jakości prezentacji posiadanych zasobów.

Proponowane trasy turystyczne po Regionie uwzględniają najciekawsze obiekty kulturowe oraz częściowo atrakcje naturalne terenu objętego projektem.

Do rozwiązania pozostaje kwestia aktywnego włączenia się w realizację zadań związanych z wdrażaniem koncepcji tras turystycznych samorządów gmin, nie będących obecnie podmiotem niniejszej strategii, tym samym nie mających bezpośredniego wpływu na realizowanie zaproponowanych rozwiązań.

Nazwa trasy i jej przebieg	Atrakcje
<b><i>W zaciszu drewnianej tradycji</i></b>	
Plecka Dąbrowa	Kościół drewniany w stylu barkowym z pierwszej połowy XVIII w.
Łęki Kościelne	Dwór drewniany z XVIII w. otoczony fosą; Kościół drewniany w stylu barokowym z 1775 roku; dzwonnica z XIX w.
Kutno	Dwór modrzewiowy z połowy XIX w.
Grochów	Kościół drewniany w stylu barokowym z 1681 roku
Imielno	Kościół drewniany w stylu barokowym z 1685
Nowe	Kościół drewniany w stylu barokowym z 1775 roku; dzwonnica drewniana z końca XVIII w.
Miłonice	Dwór drewniany z XVIII w.
<b><i>W poszukiwaniu straconych wspomnień</i></b>	
Krośniewice	Pałac z 1870 r. położony w zespole pałacowym składającym się z: pałacu, kordegardy, oranżerii, rządówki i oficyny
Leszno	Klasycyistyczny pałac z drugiej połowy XIX w.
Ktery	Pałac w stylu eklektycznym z 1820 roku
Siemienice	
Bedlno	Klasycyistyczny pałac z 1920 roku

	położony w parku krajobrazowym
Śleszyn Wielki	Pałac w stylu klasycystycznym z początku XIX w
Kutno	Pałac barokowo – klasycystyczny z XVIII w Pałac Saski – Królewski Pałac Podróżny z połowy XVIII w.
Malina	
Strzelce	Pałac rodziny von Treskov z 1869 roku
Łanięta	Neogotycki pałac z połowy XIX w.; oficyna pałacowa z drugiej połowy XIX w.
Trasa mieszana <sup>5</sup>	
Krośniewice	Zespół pałacowy z II poł XIX w.; Muzeum im. Jerzego Dunin-Borkowskiego (budynek dawnego zajazdu z wozownią); najstarszy w Polsce pomnik ks. Józefa Poniatowskiego; Andersówka – dom urodzenia generała Andersa
Grodno (Dąbrowa Świetlista)	Rezerwat przyrody
Grochów	Kościół parafialny Suchodębie z drugiej poł. XVII w.
Głogowiec	Kościół gotycki; zabytkowy dworek i park; kwatery żołnierzy kampanii Łanięta 1939 r.
Suchodębie	Zabytkowy park i dworek w stylu klasycystycznym
Łanięta	Zabytkowy dworek i park; kościół z poł. XVII w.
Niedrzew	Zabytkowy pałac; rezerwat przyrody
Strzelce	Zabytkowy pałac i park – pierwsza poł. XIX w.
Sójki	Zabytkowy pałac z parkiem z drugiej poł. XIX w
Kutno	Muzeum Regionalne; Dworek Modrzewiowy; dawny budynek Teatru Miejskiego; zespół pałacowy Gieralt; kościół św. Wawrzyńca
Malina	Zabytkowy pałac wraz z ogrodem
Mnich	Kościół z XIX w.; pałac z początku XIX w.;
Oporów	Zamek gotycki – muzeum wnętrz wraz z parkiem i zabudowaniami gospodarczymi; zabytkowy kościół i klasztor oo. Paulinów
Żychlin	Kościół późnobarokowy z drugiej poł.

<sup>5</sup> Trasa w tym układzie została zaproponowana i jest promowana do wdrożenia przez Polskie Towarzystwo Turystyczno – Krajoznawcze, oddział w Kutnie

	XVIII w.; grób skrzynkowy z okresu kultury łużyckiej
Dobrzelin	Zabudowania cukrowni z poł. XIX w., pałac z pierwszej poł. XIX w (klasycystyczny);
Bedlno	Pałac klasycystyczny z parkiem z drugiej poł. XIX w.;
Szewce	Zabytkowy dwór i park
Łęki Kościelne	Dwór na sztucznej wyspie z drugiej poł. XVII w.; park krajobrazowy z XIX w.; kościół z drugiej poł. XVIII w.
Orłów	Kościół gotycki z poł. XV w.; pałac z drugiej poł. XIX w.; mogiły żołnierzy z 1939 r.
Plecka Dąbrowa	Kościół z dzwonnica z drugiej poł. XVIII w.; gotycka figura M.B. z dzieciątkiem z przełomu XIV – XV w.

Trasa nr 1 <sup>6</sup>	Trasa nr 2	Trasa nr 3
Krośniewice	Kutno	Krośniewice
Perna	Zawady	Perna
Nowe Grodno	Marcinów	Nowe Grodno
Mikształ	Siemienice	Laski
Niechcianów	Młogoszyn	Grochów
Grochów	Łęki Kościelne	Chruścinek
Grochówek	Szewce Owsiane	Głogowiec
Kały- Towarzystwo	Orłów	Suchodębie
Głogowiec	Baranowizna	Łanięta
Nowy Gołębievek	Bedlno	Niedrzew
Stary Gołębievek		Strzelce
Kutno		Raciborów
Sieciechów		Sójki
Żurawieniec		Żurawieniec
Malina		Sieciechów
Komadzyn		Kutno
Mnich		Malina
Gołędzkie		Komadzyn
Oporów		Mnich
		Anin
		Oporów
		Żychlin
		Dobrzelin
		Bedlno
		Szewce Nagórne
		Szewce Owsiane

<sup>6</sup> Trasy rowerowe zgłoszone przez Powiat Kutnowski do Urzędu Marszałkowskiego w ramach projektu opracowania sieci szlaków rowerowych dla województwa Łódzkiego

Łęki
Szewce Nadolne
Konstantynów Czarnów
Czarnów
Orłów Parcel
Jaroszówka
Załużin
Plecka Dąbrowa

### **Infrastruktura uzupełniająca na trasach turystycznych**

Dobrze przygotowana trasa turystyczna wymaga dobrego przygotowania w terenie. Dotyczy to przede wszystkim oznakowania oraz zapewnienia podstawowej infrastruktury dla jej użytkowników. Proponowane trasy turystyczne po gminach Regionu Kutnowskiego mogą być oznakowane zindywidualizowanym systemem identyfikacji (konieczne byłoby opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej dla celów promocji turystycznej Regionu). Innym rozwiązaniem, realizowanym równoległe z własnym oznakowaniem lub jako rozwiązanie alternatywne, jest włączenie tras do systemu szlaków PTTK. W tej sytuacji wymagana będzie ścisła współpraca organizatorów turystyki w regionie z oddziałem PTTK w Kutnie w zakresie oznakowania (zgodnie ze standardami) wyznaczonych tras. System oznakowania tras turystycznych powinien obejmować:

- Oznakowanie w terenie;
- Strzałki kierunkowe wraz z odległościami;
- Mapy orientacyjne w punktach przystankowych;
- Syntetyczne opisy atrakcji na trasie;
- Oznaczenie przebiegu tras na mapach papierowych.

W gestii zarządzających terenami, po których będą przebiegać oznakowane trasy pozostaje natomiast zapewnienie podstawowej infrastruktury dla podróżujących nimi turystów. Elementy, o których mowa to przede wszystkim:

- Parkingi samochodowe z zadaszonymi wiatami, toaletami, drobną gastronomią,
- Parkingi leśne dla rowerzystów i turystów pieszych z zadaszonymi wiatami (stoliki i ławy), miejsca na ognisko, toalety, drobna gastronomia, tablice orientacyjne – tereny ogrodzone, najlepiej w pobliżu zabudowań mieszkalnych (możliwość nadzorowania przez mieszkańców najbliższej posesji).

### **Atrakcje w zabytkach i oferty programowe**

Budowanie oferty turystyki kulturowej regionu kutnowskiego musi opierać się na wdrażaniu atrakcyjnych form spędzania czasu, przygotowanych ze szczególnym uwzględnieniem zainteresowań docelowych grup odbiorców.

Jedną z najistotniejszych cech zdefiniowanych grup docelowych jest dążenie do uprawiania form tzw. turystyki uczestniczącej. Główne założenie takiej turystyki to możliwość aktywnego udziału w organizowanych wydarzeniach, możliwość wpływania na bieg zdarzeń.

Dlatego też proponujemy przygotowanie pakietu atrakcji w najciekawszych miejscach i zabytkach Regionu, dających możliwość takiego właśnie uczestnictwa – nie tylko turystom, ale również lokalnej społeczności.

Program budowy atrakcji w zabytkach musi się opierać na wybranych obiektach, dysponujących już dziś pewnym potencjałem. Będą to przede wszystkim:

- Muzeum Regionalne w Kutnie,
- Muzeum Dunin – Borkowskiego w Krośniewicach,
- Zamek w Oporowie.

Dla celów skutecznego wdrażania oferty kulturowej wskazane jest wybranie co najmniej jednego spośród dworów czy pałaców pozostających w gestii gmin lub powiatu kutnowskiego i przeznaczenie go na cele turystyczne. Najlepszym rozwiązaniem byłoby przygotowanie po jednym obiekcie w każdej gminie i stworzenie tym samym szlaku pomiędzy np. „żyjącymi” dworami. Wybór spośród wszystkich możliwych obiektów powinien uwzględniać:

- możliwość rekonstrukcji obiektu głównego – dworu, pałacu,
- stan zagospodarowania i szansę odtworzenia dawnego stanu parku,
- możliwość rekonstrukcji zabudowań folwarcznych na terenie zespołu dworsko – parkowego.

Klasycznym przykładem obiektu, którego przeznaczenie na cele turystyczne – z uwzględnieniem powyższych założeń – byłoby najodpowiedniejsze, to pałac w Krośniewicach.

Obiektami o dużej atrakcyjności turystycznej i możliwości organizacji wydarzeń o charakterze turystycznym są ponadto:

- Pałac Saski w Kutnie – pałac podróżny Augusta III na trasie Drezno – Warszawa,
- Dawny Teatr Miejski w Kutnie – budynek straży.

Obiekty te – ze względu na swoją wartość historyczną i rolę, jaką pełniły w przeszłości – stanowić mogą znakomitą bazę rozwoju oferty turystycznej miasta.

**Atrakcje turystyczne** to stała oferta wybranych instytucji, niezależna od aktualnie zgłaszanego zapotrzebowania przez zorganizowane grupy. Przykładem atrakcji turystycznej w takim rozumieniu może być przedstawienie „światło i dźwięk” na Zamku w Malborku – udział w wydarzeniu odbywa się po wykupieniu biletu. Atrakcje turystyczne w tym rozumieniu nie muszą funkcjonować w ciągłym układzie. Ważne jest, aby informacja o danej atrakcji była ogólnie dostępna ( np. w materiałach informacyjnych instytucji) i pozwalała potencjalnym odbiorcom na zaplanowanie swojego w niej udziału.

Przykładowe atrakcje wykorzystujące kulturowe walory regionu obejmują następujące propozycje:

Zamek w Oporowie		
Szlacheckie biesiadowanie	Dwa razy w roku	Dla osób indywidualnych lub grup zorganizowanych (w dodatkowych terminach), po wykupieniu karty uczestnictwa.

		<p>Organizowana na dziedzińcu zamkowym i na terenie parku biesiada. Rolę gospodarzy odgrywają zatrudnieni w tym celu aktorzy – w ich imieniu rozsyłane są stylizowane zaproszenia do osób, które opłaciły udział w biesiadzie.</p> <p>W trakcie trwania imprezy należy zapewnić kilka form rozrywki: przede wszystkim ucztę przy stołach ustawionych na dziedzińcu; pokaz pojedynku na pistolety; muzykę dworską oraz naukę tańców z epoki; pokaz walk rycerskich – każde z tych wydarzeń powinno być poprzedzone krótką opowieścią o zwyczajach, obowiązujących regułach itp.</p>
Nocne zwiedzanie z pochodniami	W sezonie turystycznym - raz w tygodniu	Zwiedzanie zamku oraz parku z pochodniami. W trakcie takiego zwiedzania można przywołać legendę Białej Damy Zamku w Oporowie. Prowadząc turystów przez teren parku uczestnicy zabawy mieliby możliwość podglądania schadzki bohaterów legendy odegranej przez zatrudnione w tym celu osoby (nie muszą to być profesjonalni aktorzy – w role te mogą się wcielić mieszkańcy Oporowa)
Wypożyczalnia strojów i plenery zdjęciowe	Bez ograniczeń czasowych	<p>Zakup lub wykonanie na potrzeby zamku damskich, męskich i dziecięcych strojów z epoki. Wypożyczenie przygotowanych strojów do wykonania pamiątkowych fotografii (wypożyczenie strojów jest płatne).</p> <p>Stworzenie na terenie parku niewielkich plenerów zdjęciowych: altana, stylowa huśtawka, uatrakcyjnienie zejścia do fosy itp.</p>
Przejazdy bryczkami po włościach Oporowa	Na indywidualne zamówienie	
<b>Muzeum Regionalne w Kutnie</b>		
Historia dla młodszych i trochę starszych		<p>Przygotowanie sali zabaw opartej na dawnych zabawach dzieci w pałacu, dworze i folwarku.</p> <p>W tym celu niezbędne jest stworzenie bazy informacji o dawnych grach i zabawach, obowiązujących regułach oraz przygotowanie zabawek wzorowanych na tych używanych w przeszłości. Taka propozycja może dotyczyć tylko tradycji Regionu Kutnowskiego (ew. okolicznych ziem łęczyckich czy łowickich), całej Polski, czy Europy. Można również prześledzić gry i zabawy w różnych okresach historycznych: poczynając od czasów starożytnych do współczesności.</p>
Twórcze inspiracje	Raz w miesiącu	Otwarte warsztaty twórczości ludowej organizowane we współpracy z ludowymi twórcami. Możliwość poznania tajników i ćwiczenia pod okiem twórców technik i motywów twórczych typowych dla regionu: rzeźbiarstwo, hafciarstwo, plecionkarstwo, garncarstwo, wycinankę ludową itp. Możliwość udziału w warsztatach

		po uiszczeniu określonej opłaty – organizator zapewnia wówczas materiały niezbędne do wykonania prac daną techniką.
<b>Wybrany dwór przystosowany do potrzeb turystyki</b>		
Sięgając do źródeł – obrzędy i tradycje  (organizatorem jest animator turystyki w regionie – może to być inicjatywa muzeów, domu kultury itp.)	Dożynki	Impreza plenerowa przygotowana we dworze – odtworzenie tradycyjnych dożynek z okresu świetności ziemiaństwa Regionu Kutnowskiego. Wydarzenie organizowane we współpracy z lokalnymi zespołami ludowymi – forma przedstawienia w stylu „ <i>wesela łowickiego</i> ”. Po przedstawieniu, festyn ludowy z pokazami plecienia wieńców dożynkowych, prezentacją lokalnych specjałów i przetworów spożywczych. Możliwość pokazania tradycyjnych obrzędów związanych z zakończeniem zbiorów i włączenia w zabawę turystów.
	Szlacheckie zwyczaje	Odtworzenie wybranych zdarzeń z życia szlachty i ziemiaństwa kutnowskiego, np. wyjazd na polowanie (we współpracy z kołami łowieckimi działającymi na tym terenie), Wigilia we dworze, Wielkanoc i lany poniedziałek w tradycji dworskiej itp.
<b>Propozycje w wybrane obiekty na obszarze objętym projektem</b>		
Z życia mnichów	Zwiedzanie Kolegiaty w Tumie połączone z poznaniem historii świątyni	
Plenery malarskie	W poszukiwaniu klimatu dawnych dworów i pałaców	
Plenery fotograficzne	Poszukiwanie atrakcyjnych form prezentacji zabytków architektury jako świadectwa dawnej świetności ziem kutnowskich	
Koncerty w zabytkach	Cykle koncertów muzyki dawnej	
Koncerty w kościołach	Koncerty muzyki sakralnej lub pieśni obrzędowych	
Plenery filmowe dla dzieci i młodzieży	Wykorzystanie scenerii zabytków wykorzystywanych do filmów czy reklam dla organizacji warsztatów filmowych dla dzieci	
Inscenizacje utworów literackich	Nadanie utworom literackim atrakcyjnej formy prezentacji	

### Atrakcje turystyczne – Perelki w kutnowskim herbie

W kontekst turystyki kulturowej – obok zabytków kultury ziemiańskiej i sakralnej – na uwagę zasługują następujące elementy:

- Krośniewicka Kolej Dojazdowa
- Wydarzenia związane z Bitwą nad Bzurą
- Ośrodek jeździecki „Dreszer” wraz z planowaną budową Osady Słowiańskiej
- Obiekty przemysłowe: cukrownie, gorzelnia, mleczarnia.

Wymienione wyżej elementy powinny zostać włączone do budowania oferty turystycznej już na początku realizowania zadań związanych z wdrożeniem strategii. Ich istotną zaletą jest bowiem obecny stan i rola jaką pełnią już dziś w kreowaniu wizerunku regionu.

Rodzaj atrakcji	Proponowane inicjatywy	Opis inicjatywy i działania do realizacji
Krośniewicka Kolej Dojazdowa – „Koleją do przeszłości”		<p>KKD – kolej wąskotorowa, łącząca ze sobą zachodnie gminy powiatu kutnowskiego z powiatem łęczyckim i dalej Ozorkowem w powiecie zgierskim – oprócz podstawowej funkcji transportu lokalnego, daje możliwość wprowadzenia atrakcyjnej oferty turystycznej.</p> <p>Fragment Sieci Kolei Kujawskich będący w dyspozycji samorządu gminy Krośniewice (obsługiwana przez Stowarzyszenie Kolejowych Przewozów Lokalnych) powinna stać się jedną z głównych atrakcji zachodniej części powiatu kutnowskiego i gmin, przez które przebiega sieć. Oferta turystyczna przygotowana w oparciu o potencjał kolejki wąskotorowej, z główną siedzibą w Krośniewicach, dzięki swojemu ponadregionalnemu charakterowi, może stać się istotnym czynnikiem budowania wizerunku turystycznego regionu.</p> <p>Włączenie kolejki do programu oferty turystycznej wymaga jednak podjęcia szeregu działań mających na celu jej dostosowanie do potrzeb turystyki. Są to zarówno przedsięwzięcia o charakterze inwestycyjnym, programowym oraz promocyjnym.</p>
Zadania o charakterze inwestycyjnym		<p>Etap dostosowywania infrastruktury na trasie KKD do potrzeb turystyki powinien przebiegać jednocześnie w kilku obszarach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernizacja i rekonstrukcja torowiska na trasach przewidzianych do użytkowania (nie tylko turystycznego).</li> <li>• Modernizacja i rekonstrukcja dawnych budynków dworcowych (zastosowanie „odtwórczości historycznej” - rekonstrukcja z zachowaniem stylu, ale bez dokładnej wierności historycznej).</li> <li>• Wyznaczenie i zagospodarowanie podstawową infrastrukturą nowych miejsc przystankowych na trasie kolejki – dla celów stałej komunikacji lub celów turystycznych.</li> <li>• Modernizacja i rozbudowa taboru kolejowego o obiekty o walorach zabytkowo – historycznych.</li> </ul>
Zadania o charakterze programowym		<p>Stworzenie atrakcyjnej oferty wymaga przygotowania programów turystycznych, wykorzystujących unikalne możliwości podróżowania koleją lub związane z tradycjami i historia sieci. Przygotowany pakiet propozycji turystycznych może stanowić ofertę stałą (wpisana do rozkładu jazdy) lub funkcjonować jako usługa realizowana na indywidualne zlecenie.</p> <p>Najlepszym rozwiązaniem jest przygotowanie dwóch – trzech propozycji ogólnie dostępnych dla turystów oraz przygotowanie zestawu programów (min. 5 – do wyboru) realizowanych na zlecenie grup – zarówno dzieci jak i osób dorosłych.</p> <p>Wdrażanie programów turystycznych na trasie kolejki wąskotorowej wymagać będzie jednak wcześniejszego – przynajmniej w stopniu podstawowym – zabezpieczenia infrastruktury na trasie. Chodzi tu przede wszystkim o zadane wiaty z ławami i stołami w miejscach planowanych postojów, infrastruktury sanitarnej, zorganizowania punktów małej</p>

	<p>gastronomii (np. nawiązanie współpracy z kilkoma gospodarstwami położonymi przy trasie kolejki w zakresie obsługi kulinarnej podróżujących grup itp.), zapewnienie drobnych atrakcji na trasie.</p> <p>Propozycje ofert turystycznych dla Krośniewickiej Kolejki Dojazdowej mogą obejmować:</p> <p><b>Piknik z Dróżnikiem</b> – program przeznaczony dla dzieci i młodzieży szkolnej. Niezbędne elementy obejmują: przejazd na wyznaczonej trasie, domek dróżnika, osoba pełniąca rolę dróżnika, zatrzymanie na dworcu kolejowym – otrzymanie pamiątkowego biletu (rolę sprzedawcy mogą pełnić na zmianę uczestnicy imprezy) – z wykorzystaniem biletów starego typu np. kartonowych. W trakcie imprezy dzieci mają możliwość poznania funkcjonowania kolei „od wewnątrz”. W domu dróżnika (zbudowanym specjalnie dla potrzeb programu lub zaadoptowanym istniejącym budynku), dzieci ugoszczone herbatą i ciasteczkami zapoznają się z pracą dróżnika, jaką rolę pełni, jak komunikuje się z pozostałymi punktami itp. Osoba zatrudniona do tego przedsięwzięcia musi również znać historię powstania i funkcjonowania kolejki i w atrakcyjnej opowieści przekazywać ją dzieciom. Dzieci na pamiątkę spotkania otrzymują np. pamiątkową chorągiewkę ze znakiem kolei. Po spotkaniu pociąg jedzie do wyznaczonej stacji/miejsca postojowego, gdzie odbywa się mały piknik przy ognisku (z pieczeniem kiełbasek, zabawami wykorzystującymi motyw pociągu itp.).</p> <p><b>Historia z okien kolejki</b> – program dla wszystkich grup wiekowych. Kolejka a trasie przejazdu zatrzymuje się przy miejscach godnych obejrzenia – zabytkowych kościołach ruinach dworu, zabudowaniach dworskich czy pałacowych. W wybranych obiektach, na potrzeby grupy można we współpracy z właścicielem/gestorem obiektu przygotować krótki program historyczny (pokazy strojów dawnych, pojedynki w wykonaniu działających w powiecie drużyny historyczne itp.).</p>
Zadania o charakterze promocyjnym	<p>Wdrożenie produktu turystycznego „<i>Koleją do przeszłości</i>” wymaga przygotowania planu promocji – z uwzględnieniem zarówno kampanii informacyjno – promocyjnych jak i opracowania zestawu pamiątek, cyklu imprez itp. Podstawowe zadania na tym polu muszą objąć m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej (logo promocyjnego wraz z określeniem podstawowych zasad użytkowania) – logo indywidualne lub wspólne logo turystyczne Regionu Kutnowskiego.</li> <li>• Przygotowanie „<i>rozkładu podróży do przeszłości</i>” – druk materiałów informacyjnych.</li> <li>• Opracowanie systemu dotarcia z informacją o ofercie do zidentyfikowanych grup docelowych.</li> <li>• Przygotowanie i wyprodukowanie zestawu pamiątek związanych z historią kolei wąskotorowych (gadżety dróżnika, pamiątkowe bilety, pocztówki zabytkowych składów kolejowych, modele pociągów – papierowe, plastikowe, do samodzielnego składania itp.).</li> <li>• Opracowanie ankiety badającej zadowolenie uczestników programu oraz badanie ich potrzeb w celu lepszego dostosowywania oferty do wymagań odbiorców itd.</li> </ul>

<p>Obiekty przemysłowe</p>	<p>W regionie objętym projektem występuje grupa tzw. obiektów przemysłowych, głównie związanych z rolniczymi tradycjami regionu. Biorąc pod uwagę rosnące zainteresowanie tzw. turystyką industrialną, należy uwzględnić możliwość wykorzystania i udostępnienia dawnych obiektów przemysłowych dla celów turystyki.</p> <p>W szczególności dotyczy to cukrowni (wraz z zespołem obiektów w przypadku Dobrzelina), gorzelnii oraz mleczarni.</p> <p>Aby obiekty, o których mowa powyżej mogły jednak być włączone do oferty turystycznej regionu, należałoby ocenić stan techniczny nie tylko budynków, ale urządzeń produkcyjnych czy przetwórczych. To właśnie możliwość poznania zakładów „od wewnątrz”, prześledzenie procesów produkcyjnych a przede wszystkim kontakt z maszynami stanowiącymi już zabytek stanowi atrakcję dla turystów. Szczególnie wdzięcznym odbiorcom tego rodzaju oferty są grupy dzieci i młodzieży.</p> <p>Ocena możliwości wprowadzenia tego rodzaju oferty, wymagać będzie zatem ścisłej współpracy z właścicielami (zarządcami) tychże obiektów oraz oceny możliwości dostosowania zasobów ruchomych do potrzeb turystyki.</p>
<p>Podstawowe działania</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przekształcenie funkcji wybranego obiektu na cele turystyczne – przejście z trybu produkcyjnego na ekspozycyjne.</li> <li>• Przygotowanie obiektu: urządzeń oraz terenu – dla celów turystycznych: poprowadzenie trasy turystycznej zgodnej z cyklem produkcyjnym/przetwórczym, uruchamianie wybranych odcinków linii produkcyjnych/przetwórczych, możliwość zakupu produktów o charakterze turystycznym (w cukrowni np. specjalnie paczkowany cukier itp.).</li> <li>• Opracowanie materiałów i broszur informacyjnych oraz zasad promocji oferty turystycznej wśród docelowych odbiorców.</li> </ul>
<p>Historia Bitwy nad Bzurą</p>	<p>Przebiegająca w północnej części powiatu kutnowskiego Bzura była miejscem największej bitwy kampanii wrześniowej 1939 roku. W chwili obecnej świadectwem zdarzeń, jakie rozegrały się w tamtym czasie jest Muzeum Bitwy nad Bzurą w Kutnie. Nie wykorzystuje się tego faktu do zbudowania programu dla turystyki tzw. sentymentalnej oraz dla grona pasjonatów podróżujących śladami wielkich walk. Na terenie powiatu znajdują się ponadto liczne groby poległych w trakcie walk żołnierzy. To również element, który można wykorzystać do zbudowania oferty historyczno – turystycznej.</p> <p>Historia Bitwy nad Bzurą powinna posłużyć jako jedna z płaszczyzn współpracy z pozostałymi gminami/powiatami, na terenie, których rozegrały się walki tej bitwy. Stworzenie ponadregionalnego szlaku oraz przygotowanie programu historyczno – turystycznego (np. rekonstrukcja najważniejszych walk, makiety i mapy z rozstawieniem wojsk itp.) obejmującego cały teren bitwy będzie miało znacznie większy potencjał rozwojowy.</p>
<p>Podstawowe działania</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocena możliwości wykorzystania terenów nad Bzurą dla celów turystyki (obecny stan zagospodarowania, własność gruntów, dostępność dla osób z zewnątrz itp.).</li> <li>• Podjęcie współpracy z sąsiednimi gminami, na terenie których rozgrywały się walki w 1939 r., w zakresie organizacji wspólnego projektu „Bitwa nad Bzurą – prawda o bohaterach” .</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie produktu turystycznego opartego o wydarzenia związane z Bitwą nad Bzurą: rekonstrukcja wybranych starć, odwiedzanie cmentarzy z grobami żołnierzy poległych w trakcie walk, spotkania z uczestnikami walk, lekcje historii w terenie itp.</li> <li>• Opracowanie trasy turystycznej pomiędzy wybranymi miejscami na terenach objętych walkami.</li> <li>• Przygotowanie niezbędnej infrastruktury na trasie (oznakowanie, zagospodarowane miejsca postojowe itp.) oraz dodatkowej infrastruktury dokumentującej wydarzenia Bitwy nad Burą, np. makiety z ustawieniami wojsk polskich i niemieckich.</li> </ul>
<p>Ośrodek jeździecki „Dreszer”</p>	<p>Ponieważ w Regionie objętym projektem właściwie brak jest indywidualnych (prywatnych) ofert aktywnego wypoczynku lub też gotowych produktów turystycznych (ośrodki jeździeckie, skanseny itp.) szczególnie mocno widoczne są pojedyncze inicjatywy o tym charakterze. Należy tym samym szczególną uwagę przywiązywać do ich wspierania i włączać je w program budowy oferty turystycznej regionu.</p> <p>Ośrodek „Dreszer”, obok możliwości jazdy konnej organizuje pokazy życia dawnych Słowian. W tym celu powstało Stowarzyszenie „Rodzina Słowiańska”, które stawia sobie za cel promowanie tradycji i zwyczajów tego ludu. Odtwarzanie scen z życia dawnych Słowian, pokazy własnoręcznie wykonanych strojów, pokazy walk czy odtwarzanie warunków życia codziennego – to działania noszące znamiona dobrze zaprojektowanego produktu turystycznego. Plany rozbudowy ośrodka poprzez wybudowanie Osady Słowiańskiej pozwolą jeszcze bardziej uatrakcyjnić jego ofertę.</p> <p>Inicjatywy podjęte przez właścicieli ośrodka otrzymując wsparcie ze strony władz samorządowych (np. jako wzorcowy ośrodek turystyczny w regionie) mogłyby stać się zachętą dla innych osób poszukujących pomysłu na własną działalność gospodarczą. Promowanie tego typu rozwiązań to również promowanie inicjatyw tworzących nowe miejsca pracy.</p>
<p>Podstawowe (propozycje) działania</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ułatwienie dostępu właścicielom ośrodka do taniego kredytu na planowane inwestycje (lub inne wsparcie finansowe, ułatwiające realizację projektu rozbudowy ośrodka i tym samym podniesienie jego atrakcyjności dla turystów).</li> <li>• Uwzględnianie oferty ośrodka w materiałach promujących Region.</li> <li>• Wykorzystanie dotychczasowego dorobku ośrodka do budowy sieci gospodarstw agroturystycznych (zintegrowane gospodarstwa agroturystyczne) – utworzenie we współpracy z właścicielami ośrodka centrum rozwoju agroturystyki w Regionie.</li> </ul>

## Podsumowanie

Wdrożenie w życie oferty turystyki kulturowej wymagać będzie podjęcia szeregu inicjatyw zmierzających do dostosowania obiektów ujętych w projekcie do funkcji turystycznych.

Najważniejsze zadania dotyczyć będą odpowiedniego przygotowania dworów i parków dworskich do funkcjonowania jako atrakcji turystycznych. Dotyczy to

z jednej strony uregulowania stanu własności wszystkich obiektów, opracowania programu zmian użytkowania (z drugiej strony natomiast określenia zasad sprzedaży i użytkowania obiektów przeznaczonych do prywatyzacji. Zarządzanie nieruchomościami, bez uwzględniania planów rozwoju turystyki, może w istotny sposób utrudnić wdrożenie niektórych elementów proponowanego programu.

Biorąc pod uwagę, że rozwój turystyki w regionie opiera się na zabytkach architektury, kluczowym elementem budowy programu jest:

- renowacja i rekonstrukcja najcenniejszych obiektów, stanowiących podstawę budowy oferty turystycznej,
- powstrzymanie przed dalszą dewastacją i niszczeniem obiektów niezagospodarowanych,
- rekonstrukcja parków dworskich: opracowanie programu odtworzenia najciekawszych z nich.

Wyznaczenie tras turystycznych – zarówno pieszych, rowerowych jak i samochodowych – powinno być poprzedzone wizytą w terenie i oceną rzeczywistej atrakcyjności przygotowanych propozycji. Ostateczne wdrożenie w życie projektu powinno wiązać się z oznakowaniem tras w terenie. W tym celu należy przygotować jednolity dla regionu system znakowania tras, obiektów i atrakcji turystycznych (System Identyfikacji Wizualnej).

Atrakcje i programy turystyczne powinny być ze sobą w istotny sposób skorelowane, tak aby wspierać budowę jednolitego wizerunku turystycznego regionu. Przyjeżdżający tu turysta powinien mieć możliwość uczestniczenia w większości przygotowanych ofert – należy unikać sytuacji, gdy będzie on zmuszony dokonać wyboru. Należy tak zatem przygotowywać ofertę, aby poszczególne propozycje ze sobą nie konkurowały (np. organizacja w tym samym czasie itp.).

## **10.2. Turystyka sportowo-rekreacyjna „Kutnowska strefa sportu”**

### **Uzasadnienie oraz idea produktu**

Propagowanie i rozwój wybranych dyscyplin sportu może stanowić nie tylko o istotnym potencjale promocji i wyróżnienia danego Regionu, czy budowie silnej tożsamości lokalnej, ale także stwarza istotną podstawę dla rozwoju turystyki przyjazdowej.

Obserwacje tendencji rynkowych wskazują, że nie tylko sport wyczynowy stanowi znakomite pole dla rozwoju usług i zaplecza obsługi turystycznej. Oprócz organizowania i obsługi masowych imprez sportowych w znanych dyscyplinach sportu, coraz większą popularnością cieszy się także organizacja zawodów, obozów treningowych i szkoleniowych dla grup młodzieży. Moda na uprawianie sportu to już nie tylko efekt propagowania zdrowego trybu życia wśród młodzieży, ale także sposób na kształtowanie właściwych postaw społecznych, silnego charakteru przyszłych menedżerów, polityków, naukowców. Coraz większe pieniądze inwestowane w sport, także w wyniku działalności sponsorskiej zwiększają w naturalny sposób popyt na profesjonalną ofertę pobytów i obozów treningowych czy usługi z zakresu odnowy biologicznej. Istotnym wyróżnikiem tak kreowanego popytu jest wymagana wysoka jakość oferty oraz wysoki poziom obsługi.

Nie bez znaczenia jest także realizowanie celu zakładającego szeroką dostępność sportu „Sport dla każdego”, czyli także zwiększanie możliwości oraz oferty w zakresie obsługi sportowców niepełnosprawnych.

Analiza potencjału i możliwości Miasta i Gminy Kutno oraz całego powiatu kutnowskiego, wskazują na jeszcze inny istotny, atrakcyjny dla Regionu aspekt – kreowanie turystyki na bazie propagowania i tworzenia udogodnień dla rozwoju „młodych” sportów olimpijskich. W Polsce dominują tradycyjne dyscypliny sportu np. piłka nożna, lekkoatletyka, pływanie, często powiązane z kosztownym systemem szkolenia, czy utrzymaniem ośrodków przygotowań olimpijskich. Tendencje w ruchu olimpijskim zmierzają do ograniczenia wielu dotychczasowych dyscyplin, w zamian zastępowania ich dyscyplinami o coraz większej popularności oraz widowiskowości. Przykładem może być wprowadzenie programu igrzysk taekwondo, kolarstwa górskiego czy plany wprowadzenia np. tańca towarzyskiego<sup>7</sup>.

Kutno mogłoby z jednej strony stanowić bazę dla miłośników młodych sportów olimpijskich, z drugiej strony równoległe rozwijać zaplecze oraz kreować wizerunek krajowego centrum sportów młodzieżowych.

W przypadku Kutna istnieje także istotna szansa wykreowania ciekawych atrakcji turystycznych wokół niektórych dyscyplin sportu (np. baseballa).

Przykładami atrakcji turystycznych wywodzących się ze sportu mogą być np.:

- W Polsce deptak – Aleja Mistrzów we Władysławowie, „Małyszomania” w Wiśle, (w tym dom Adama Małysza), tor kajakowy Malta w Poznaniu, Wielka Krokvia w Zakopanem (skocznia narciarska)
- W innych krajach np. rzeźba i stadion Paavo Nurme w Helsinkach, tory wyścigowe Formuły I, słynne stadiony np. „Camp Nou” w Barcelonie, „Maracana” w Rio de Janeiro

Niektóre istotne przesłanki dla rozwoju produktu turystyki sportowej w powiecie kutnowskim:

- lokalizacja Kutna, bliska odległość Łodzi, Warszawy,
- znakomita dostępność komunikacyjna (węzeł komunikacyjny),
- możliwość współpracy z dużymi aglomeracjami (Warszawa, Łódź) przy organizacji znaczących imprez (np. Uniwersjada, Światowe Igrzyska Młodzieży, Olimpiady Dziecięce itp.),
- rozwój sportu w znaczący sposób przyczynia się do aktywizacji turystyki, w tym budowy bazy turystycznej o rozbudowanym zapleczu i rekreacyjnym, czy rehabilitacyjnym,
- sprzyjająca atmosfera w samym mieście do wspierania sportu,
- przykład powodzenia Małej Ligi Baseball’a wskazuje na istotny potencjał rozwoju sportów młodzieżowych, w tym dyscyplin sportu o małej znanych,
- potencjalni sponsorzy oraz partnerzy przy rozwijaniu i wspieraniu niektórych dyscyplin sportu w Kutnie (np. Polfa Kutno),

---

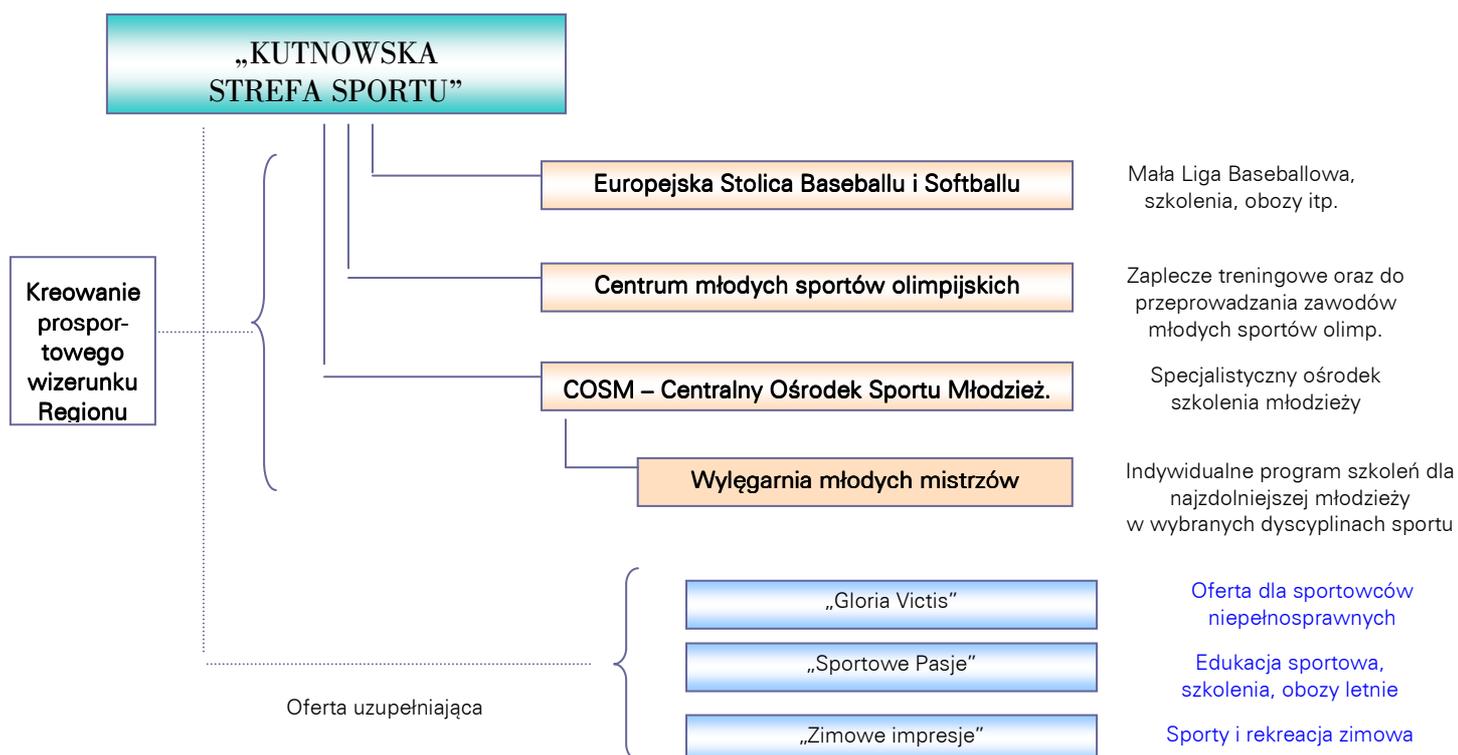
<sup>7</sup> Ograniczenia dotknęły m.in. pięciobój nowoczesny, szermierkę, kajakarstwo, podnoszenie ciężarów, boks, zapasy mniej kategorii wagowych)

- silne umocowanie rozwoju sportu w Strategiach i Programach na poziomie krajowym (sektorowym), regionalnym oraz europejskim,
- rosnące zainteresowanie Polaków, szczególnie młodego pokolenia, sportami dotąd mało popularnymi w kraju (np. bowling, dart, curling, baseball, golf),
- realizowana w Kutnie inwestycja w zakresie budowy nowoczesnej hali widowiskowo – sportowej,
- rozszerzają się możliwości zdobywania zewnętrznych źródeł finansowania inwestycji w infrastrukturę sportową oraz turystyczną (środki unijne),
- rośnie popyt na oferty w zakresie specjalistycznych ośrodków treningowych z zapleczem odnowy biologicznej,
- część infrastruktury sportowej może z powodzeniem być wykorzystana przez turystów aktywnych, specjalistycznych czy zdrowotnej,
- pojawiające się innowacje w treningu sportowym, architekturze sportowej kreują potrzebę budowy nowoczesnie zaprojektowanych i wyposażonych obiektów sportowych.

### Schemat produktu

W koncepcji projektowanego produktu „Kutno – Strefa Sportu”, uwzględniono zarówno już istniejące i wypromowane dyscypliny sportu (np. grę w baseball, Europejskie Centrum MLB), jak i wzięto pod uwagę potencjał miasta i regionu w zakresie szans rozwoju w obszarach; sportu młodzieżowego, popularyzacji nowych dyscyplin olimpijskich oraz obsługi obozów szkoleniowo-edukacyjnych. Uwzględniono rosnącą potrzebę poznawania i uprawiania ciekawych, widowiskowych dyscyplin sportu oraz ideę „**Sport dla wszystkich**”, czyli m.in. stwarzanie udogodnień i ofert dla osób niepełnosprawnych w zakresie uprawiania sportu.

Rysunek 4 Schemat produktu „Kutnowska Strefa Sportu”



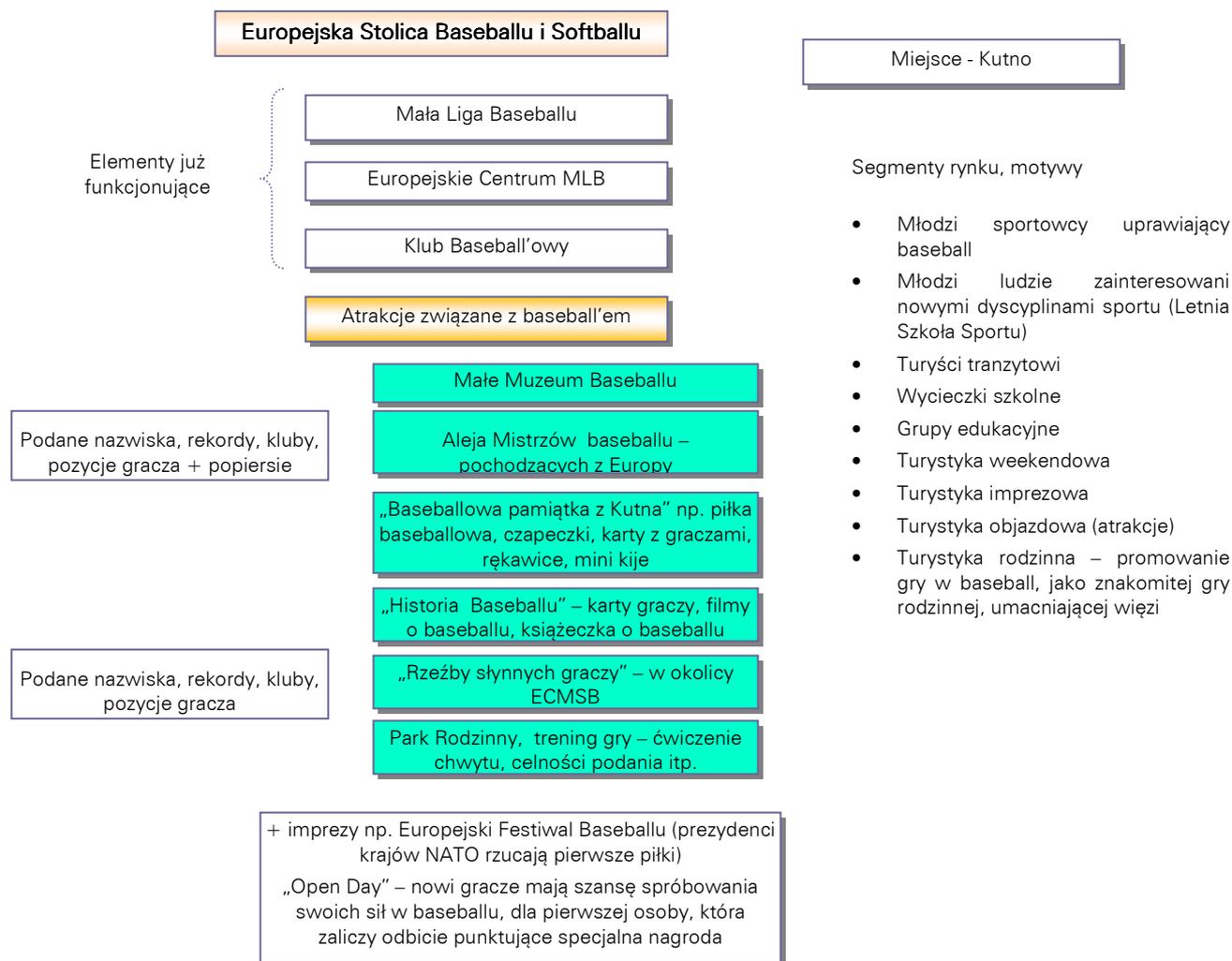
Źródło: opracowanie własne PART S.A.

## Charakterystyka produktu

### „Europejska Stolica Baseballu”

Rozwój produktu już funkcjonującego, opartego na najlepszej w Europie Środkowej bazie do uprawiania gry w baseball i softball w Polsce. Proponowane dodatkowe elementy mają za zadanie ułatwienie poznania gry w baseball, jej zasad, historii oraz stworzenie ciekawych atrakcji, mogących stanowić istotny magnes turystyczny Regionu. W propozycjach został podkreślony potencjał walorów edukacyjnych, poznawczych oraz turystyki rodzinnej w oparciu o Europejskie Centrum MLB. Dla grup młodzieży szkolnej z wielu regionów Polski, Kutno może stanowić pierwszą możliwość zetknięcia się z grą w baseball, poznania jej idei, reguł, historii, czy barwnych opowieści o karierach legendarnych już graczy jednej z najpopularniejszych dyscyplin sportu w Ameryce Płn i Środkowej. Poznanie filozofii baseballu może stanowić temat ciekawej lekcji poświęconej współczesnej kulturze i społeczności kontynentów obu Ameryk, w tym głównie St. Zjednoczonych Ameryki Północnej.

Rysunek 5 Elementy koncepcji „Europejska Stolica Baseballu”



## „Centrum młodych sportów olimpijskich”

Wspieranie sportów olimpijskich jest jednym z priorytetów Strategii Rozwoju Sportu w Polsce. „Młode” sporty olimpijskie mają jednak znacznie trudniejszą pozycję ze względu na częsty brak wyników, osiągnięć<sup>8</sup> na poziomie światowym, głównie z powodu ich niskiej popularności w kraju. Przykłady niektórych „młodych” dyscyplin olimpijskich, czy potencjalnie olimpijskich, wskazują na możliwość szybkiego nadrobienia dystansu do czołówki światowej, w przypadku zorganizowanego systemu szkolenia i zawodniczego uprawiania dyscypliny (ligi, systemu rozgrywek itp.)

Rysunek 6 Elementy koncepcji „Centrum MSO (młodych sportów olimpijskich)”<sup>9</sup>



### Wybrane elementy SKATE Park (parku dla deskorolkowców)



<sup>8</sup> Nie jest to regułą, bowiem niektóre planowane do wprowadzenia w program igrzysk konkurencje są w Polsce uprawiane na poziomie światowym np. żeglarstwo deskowe w formule „Windsurfing”

<sup>9</sup> Wskazano także na konkurencje aspirujące do miana olimpijskich, nie będące w oficjalnym w programie igrzysk,

## COSM - Centralny Ośrodek Sportów Młodzieżowych

Element koncepcji produktu „Kutnowskiej Strefy Sportu” poświęcony sportom oraz turystyce młodzieżowej. Wychowanie oraz kształtowanie postaw młodzieży przez popularyzację sportu to idea świetnie sprawdzająca się w krajach rozwiniętych. Szczególnie w regionach i strefach przestrzennych zagrożonych marginalizacją społeczną czy degradacją gospodarczą. Dla wielu młodych osób sport może stanowić alternatywę w stosunku do popadania w alkoholizm, depresję, sięganie po narkotyki, czy zejścia na ścieżkę przestępczą.

### COSM – Centralny Ośrodek Sportu Młodzież

Ośrodek specjalnie przygotowany do treningów młodzieży

Wylęgarnia młodych mistrzów

Ośrodek Naukowy Sportu Młodzieżowego –  
badanie możliwości zawodników, określanie obciążeń, optymalizacja metod treningowych

Letnia Szkoła Sportu

+ sportowe imprezy młodzieżowe np. :

- Triathlon „Białej Róży”
- Maraton „Młodych Europejczyków”,
- „Tour Środka Europy” (trasy biegnące po powiecie i okolicach)
- Złoty i Biegi Gwiazdziste do Kutna

Lokalizacja Kutno lub okolice, miejsca treningowe np. ścieżki, trasy, boiska uzupełniające – na terenie powiatu

Segmenty rynku, motyw

- Reprezentanci Polski w swoich kategoriach wiekowych – młodzi sportowcy uprawiający popularne dyscypliny sportu np. lekkoatletykę, sporty walki, gry zespołowe
- Grupy młodych sportowców skierowanych na obozy treningowe
- Młodzi indywidualności wybranych dyscyplin
- Kluby i sekcje sportowe (juniorzy, młodzicy itp.)
- Młode osoby, uzdolnione sportowo, przygotowujący się do zdawania na AWF'y lub SMS'ów
- Młodzi pasjonaci sportu – udział w imprezach

## Uzupełniające elementy produktu „Kutnowska Strefa Sportu”

### „Sportowe Pasje – edukacja sportowa”

Obozy sportowo - językowe

Letnia Szkoła Sportu

Rodzinnie i sportowo (wczasy 1+1 lub 2+n)

„Hart Ducha” – obóz sportowo-turystyczne hartuje

Segmenty rynku, motyw

- Młode, wysportowane osoby
- Dyrektorzy, menadżerowie szukający okazji do nauki popularnych dyscyplin sportu w sferach biznesu
- Rodziny (2+n) lub np. ojciec z synem, matka z córką
- Kluby i sekcje sportowe (juniorzy, młodzicy itp.)
- Pracujący, poszukiwacze nowego hobby, formy rekreacji, ruchu
- Osoby z lekką otyłością, chcących spędzić wakacje aktywnie, uprawiając sport
- Młode osoby, uzdolnione sportowo, przygotowujący się do zdawania na AWF'y lub SMS'ów
- Młodzi pasjonaci sportu – udział w imprezach
- Obozy sportowo-turystyczne, poznawanie nowych dyscyplin, równoległe poznawanie Regionu

### „Gloria Victis”

Większa część z ofert opisywanych we wcześniejszych elementach także dostępna dla niepełnosprawnych

„Terapia duchem sportu”

„Droga do sławy” – obozy treningowe i szkoleniowe niepełnosprawnych

### 10.3. Uzupełniająca oferta turystyczna

Rozwijając główne formy turystyki wykorzystujemy zazwyczaj podstawowe walory regionu i na ich podstawie tworzymy ofertę programową dla zdefiniowanych, kluczowych segmentów turystów.

Można jednak wskazać kilka elementów o charakterze atrakcji turystycznych niewchodzących w skład głównego produktu, stwarzających jednak podstawę do przygotowania ciekawej oferty dla mniejszych grup odbiorców. W tym celu rozwija się uzupełniające produkty turystyczne, skierowane albo do innych segmentów odbiorców, albo też stanowiące wspierające formy turystyczne w grupie odbiorców podstawowych.

Uzupełniające formy turystyczne dla Regionu Kutnowskiego obejmują:

- Turystykę edukacyjną dzieci i młodzieży;
- Turystykę specjalistyczną;
- Turystykę ekologiczno – przyrodniczą.

**Turystyka edukacyjna dzieci i młodzieży** to oferta pobytowa, głównie w ramach tzw. „zielonych” lub „białych<sup>10</sup>” szkół. Głównym celem tej formy wyjazdów jest zdobywanie wiedzy w innym środowisku niż szkoła, co czyni naukę bardziej atrakcyjną i mniej uciążliwą. Wybór miejsca wyjazdu jest często powiązany z jego ofertą – możliwością poprowadzenia lekcji w terenie i odniesienia prezentowanych zagadnień do walorów danego miejsca.

Tak rozpatrywana turystyka edukacyjna ma szansę rozwinąć się w Regionie Kutnowskim na bazie przygotowanej oferty kulturowej i z wykorzystaniem infrastruktury sportowej.

Wyprawy trasami turystycznymi po dworach i pałacach regionu, wydarzenia związane z Bitwą nad Bzurą, wizyta w zamku w Oporowie czy w Kolegiacie w Tumie – to elementy mogące zachęcić organizatorów do przyjazdu do Regionu Kutnowskiego. Nie można pominąć tu roli jaką odgrywać będzie również kolejka wąskotorowa czy propozycja „Rodziny Słowiańskiej”.

Jednym z najistotniejszych elementów jest jednak zapewnienie odpowiedniej bazy noclegowej. Wyjazdy edukacyjne dzieci i młodzieży to wyjazdy grupowe. Konieczne jest zatem stworzenie warunków zakwaterowania grup min. 30 osobowych wraz z możliwością organizacji wyżywienia. Najlepszym rozwiązaniem byłoby stworzenie schroniska młodzieżowego, które służyłoby nie tylko tej grupie dzieci, ale również byłoby wykorzystywane przez dzieci i młodzież przyjeżdżającą do regionu w związku z ofertą sportowo – rekreacyjną.

**Turystyka specjalistyczna** – w tej kategorii mieścić się będą wszelkie formy turystyczne związane z realizowaniem pasji, takie jak: myślistwo, fotografowanie, podróżowanie kolejkami wąskotorowymi. Każda z tych form może być atrakcyjna dla głównych grup odbiorców, ale może również stanowić zachętę dla wąski, specjalizowanych segmentów.

Turyści w tej grupie nie wymagają szczegółowo przygotowanego programu turystycznego. Ich przyjazd do regionu jest najczęściej determinowany samą możliwością uprawiania swojej pasji. Należy zadbać o zapewnienie odpowiedniej bazy noclegowej i gastronomicznej (w przypadku turystów indywidualnych). Jeżeli będziemy zabiegać o turystę grupowego, wówczas rolę organizatora oferty turystycznej może na siebie wziąć funkcjonujące w regionie biuro podróży lub bezpośrednio dostawca danej oferty turystycznej (koła łowieckie w regionie, zarządcy kolejki, koła fotograficzne itp.).

Coraz powszechniejsze zainteresowanie ekologią i ochroną środowiska stwarza podstawy do budowy oferty turystycznej wykorzystującej te zagadnienia. Ocena walorów przyrodniczych Regionu Kutnowskiego nie daje podstaw do kreowania typowych produktów turystyki aktywnej czy kwalifikowanej (kajakarstwo, wspinaczka itp.). Nietypowy stan zagospodarowania terenów Regionu (najniższy w Polsce poziom zalesienia, wysoki udział użytków rolnych) oraz wiele działań z zakresu ekologii podejmowanych przez władze samorządowe i lokalne organizacje to znakomity temat dla stworzenia nowej oferty turystycznej. Grupy dzieci i młodzieży a także studenci oraz grupy młodych ekologów mogą w Regionie Kutnowskim poznawać reguły obowiązujące w takim nietypowym środowisku – konsekwencje takiego stanu rzeczy oraz metody i kierunki działania.

---

<sup>10</sup> Wyjazdy organizowane w okresie zimowym

## 10.4. Programy i działania

P.1.1 Program rewitalizacji zabytkowych zespołów dworsko – parkowych		
Cele	Działania	Partnerzy (wybrani)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Wypracowanie podstaw rozwoju turystyki kulturowo – poznawczej jako jednego z głównych kierunków dywersyfikacji rozwoju gospodarczego regionu.</li> <li>Podniesienie rangi turystyki jako gałęzi gospodarki wpływającej na poziom życia ludności w Regionie Kutnowskim.</li> </ul>	<p>Odnowienie substancji zabytkowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zespołu pałacowo – dworskiego w Krośniewicach,</li> <li>Renowacja Dworku Modrzewiowego w Kutnie,</li> <li>Odbudowa Pałacu Saskiego (Pałacu Podróżnego Augusta II) w Kutnie,</li> <li>Rewitalizacja parku w kompleksie zamku w Oporowie,</li> <li>Rozbudowa oraz rekonstrukcja obiektów zespołu zamkowo – parkowego w Oporowie (np. Domek Ogrodnika, Domek Szwajcarski, kuchnia dworska)</li> <li>Zagospodarowanie terenu dawnego sadu zespołu zamkowego w Oporowie dla celów turystycznych (pole namiotowe, kamping)</li> <li>Rozbudowa zaplecza turystycznego w muzeum im. Dunin-Borkowskiego w Krośniewicach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy gmin ujętych w projekcie,</li> <li>władze powiatu w stosunku do zasobów pozostających w jego dyspozycji,</li> <li>Związek Gmin Regionu Kutnowskiego</li> </ul>

P.1.2 Program rozwoju tras turystycznych		
Cele	Działania	Partnerzy (wybrani)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Stworzenie zintegrowanego systemu dostępu do atrakcji turystycznych Regionu Kutnowskiego.</li> <li>Zapewnienie turystom jak i mieszkańcom regionu atrakcyjnej formy poznawania historii ziemi kutnowskiej. Rozbudowa infrastruktury na wyznaczonych trasach.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ostateczny wybór miejsc, pomiędzy którymi zostaną poprowadzone trasy</li> <li>Wyznaczenie przebiegu tras turystycznych w terenie</li> <li>Podjęcie decyzji o rodzaju znakowania tras: trasy PTTK, oznakowanie własne (zgodne z Systemem Identyfikacji Wizualnej)</li> <li>Przygotowanie elementów do znakowania (tabliczki kierunkowe, mapy orientacyjne, opisy atrakcji) i oznakowanie tras w terenie</li> <li>Oznakowanie tras turystycznych</li> <li>Opracowanie map z</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy gmin ujętych w projekcie,</li> <li>władze powiatu w stosunku do zasobów pozostających w jego dyspozycji,</li> <li>Związek Gmin Regionu Kutnowskiego</li> </ul>

	<p>oznaczonymi trasami i opisami miejsc i atrakcji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowanie projektu zagospodarowania przystanków na trasach: ławki, zadane wiaty, parkingi, sanitariaty</li> <li>• Zagospodarowanie wybranych punktów przystankowych na trasach turystycznych (węzłowych – tam gdzie zbiegają się różne trasy)</li> <li>• Zagospodarowanie terenów wokół atrakcji turystycznych na trasie: uporządkowanie, zabezpieczenie przed niszczeniem itp.</li> </ul>	
--	--	--

<b>P.1.3 Program rozwoju strefy sportu</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stworzenie mody oraz popularyzacja nowych dyscyplin sportu</li> <li>• Budowa wizerunku Regionu jako „Strefy SPORTU” miejsca przyjaznego sportowcom, otwartego na nowe dyscypliny</li> <li>• Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Regionu</li> <li>• Zwiększenie popytu na usługi turystyczne poprzez aktywizację sportu</li> <li>• Poprawa wizerunku Regionu</li> <li>• Rozwój infrastruktury sportowej i rekreacyjnej</li> <li>• Aktywizacja sportowa młodzieży w Regionie</li> <li>• Wychowanie grupy olimpijczyków w tzw. „młodych” dyscyplinach olimpijskich pochodzących z regionu powiatu kutnowskiego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacja Letniej Szkoły Sportu w Kutnie</li> <li>• Organizacja klubów i „Małych Lig” curlingu, tańca, darta</li> <li>• Komitet Honorowy Programu – powstanie Fundacji lub Stowarzyszenia „Kutnowska Strefa Sportu”</li> <li>• Przystosowanie budowanej hali do „nowych” sportów (cross rowerowy, rajdy obserwowane, pomieszczenia na curling, dart, salę do treningu golfa – driving range, squash)</li> <li>• Lobbing w MENIS zakresie powstania COSM oraz CMSO</li> <li>• Współpraca z prasą specjalistyczną, ekspertami</li> <li>• Współpraca z Partnerami - podpisanie listów intencyjnych</li> <li>• Ścieżki i trasy sportowe dla narciarzy oraz rolkarzy, biegaczy</li> <li>• Budowa Skate PARK w Kutnie oraz mini Skate Parków w Regionie</li> <li>• Przygotowanie i organizacja znaczących imprez w Regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Związek Gmin Kutnowskich oraz gmina (liderzy programu)</li> <li>• MENIS</li> <li>• COS'y</li> <li>• Kluby sportowe</li> <li>• Duże firmy działające na terenie powiatu (np. Polfa Kutno)</li> <li>• Prasa sportowa</li> <li>• Ambasadory m.in. Amerykańska i Włoska</li> <li>• Sportowe kanały telewizyjne, TVP3, Polsat Sport, Polsat2, TV ExS</li> <li>• Prasa lokalna w powiecie kutnowski</li> <li>• Szkoły podstawowe, gimnazja</li> <li>• Europejskie Centrum MLB</li> <li>• PKOL</li> <li>• PZBall</li> <li>• WFRON, PFRON</li> </ul>

<b>P.1.4 Program dostosowania planów zagospodarowania przestrzennego gmin Regionu Kutnowskiego do potrzeb rozwoju turystyki</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stworzenie podstaw rozwoju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie długookresowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jednostki odpowiedzialne za</li> </ul>

<p>niezbędnej infrastruktury turystycznej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wyznaczenie obszarów pod strategiczne inwestycje turystyczne (ośrodki sportowe, bazę noclegową, trasy turystyczne itp)</li> <li>Zabezpieczenie jakości otoczenia terenów przeznaczonych pod inwestycje turystyczne – drogi dojazdowe, strefy ciszy, inwestycje przemysłowe itp</li> <li>Zintegrowane zarządzanie przestrzenią</li> </ul>	<p>planów inwestycyjnych dla celów turystyki</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zabezpieczenie w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego terenów pod inwestycje turystyczne</li> <li>Stworzenie wydzielonych stref inwestycji turystycznych i przemysłowych</li> </ul>	<p>opracowanie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>wydziały promocji i rozwoju gospodarczego</li> <li>Związek Gmin Regionu Kutnowskiego</li> </ul>
---	--	--

<b>P.1.5 Program wdrażania ofert turystycznych</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu</li> <li>Tworzenie podstaw do budowy nowego wizerunku regionu</li> <li>Lepsze wykorzystanie potencjału turystycznego</li> <li>Lepsze dostosowanie oferty regionu do wymagań turystów</li> <li>Promocja działań pro-ekologicznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opracowanie oferty przez Zamek w Oporowie (uczestniczące oferty turystyczne)</li> <li>Opracowanie oferty przez Muzeum Regionalne w Kutnie oraz muzeum Dunin – Borkowskiego w Krośniewicach,</li> <li>Wybór operatora odpowiedzialnego za realizację programów turystycznych w wybranych zespołach dworsko - parkowych</li> <li>Przygotowanie wspólnego dla regionu materiału informacyjnego o proponowanych atrakcjach</li> <li>Opracowanie programu promocji ekologicznej – oferta wykorzystująca unikalne uwarunkowania środowiskowe regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koordinator wdrażania strategii (ZGRK)</li> <li>Muzea w regionie</li> <li>Punkty informacji turystycznej</li> <li>Wybrane samorządy</li> <li>Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej</li> </ul>

<b>P.1.6 Program promocji rozwoju turystyki na rynku wewnętrznym</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Większa świadomość lokalnej społeczności o planach rozwoju turystyki w regionie</li> <li>Zachęcenie do podejmowania indywidualnych inicjatyw w zakresie tworzenia zaplecza turystycznego</li> <li>Zatrzymanie lub przyciągnięcie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Udostępnienie Strategii Rozwoju Turystyki wszystkim zainteresowanym</li> <li>Cykl otwartych spotkań informacyjnych z udziałem przedstawicieli tzw. Branży turystycznej (prezentacja planów rozwoju turystyki)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ZGRK</li> <li>Władze samorządowe</li> <li>Branża turystyczna</li> <li>Lokalne media (prasa, radio, TV)</li> <li>Grupy zainteresowań – związki, stowarzyszenia, kluby działające na rzecz turystyki</li> </ul>

do regionu młodych, wykształconych osób	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cykl artykułów prezentujących walory turystyczne regionu oraz możliwości ich rozwoju</li> <li>• Organizowanie konkursów: na nowe inicjatywy proturystyczne, wiedzę o regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instytucje gospodarcze</li> </ul>
---	---	--

<b>P.1.7 Program rozwoju nowych atrakcji turystycznych</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozszerzenie wachlarza ofert turystycznych regionu</li> <li>• Lepsze dostosowanie oferty do potrzeb zdefiniowanych grup odbiorców</li> <li>• Stworzenie oferty atrakcyjnej dla nowych segmentów turystów</li> <li>• Wspieranie rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dostosowanie Krośniewickiej Kolej Dojazdowej do potrzeb turystyki (odbudowa torowiska, renowacja i rozbudowa taboru kolejowego, inwestycje na trasie przejazdu itp)</li> <li>• Podjęcie współpracy z gminami na terenie których toczyły się walki tzw. Bitwy nad Bzurą – stworzenie wspólnego programu historyczno – turystycznego</li> <li>• Stworzenie grupy roboczej turystyki industrialnej – ocena możliwości stworzenia oferty turystycznej w oparciu o zabytki poprzemysłowe</li> <li>• Stworzenie Banku Pomysłów Turystycznych – rejestracja propozycji na nowe atrakcje turystyczne w regionie</li> <li>• Organizacja konkursów szkolnych na zagospodarowanie turystyczne wybranych obiektów i miejsc</li> <li>• Przeprowadzanie corocznego konkursu na najciekawszą ofertę turystyczną regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZGRK</li> <li>• Krośniewicka Kolej Dojazdowa</li> <li>• Właściciele lub zarządcy obiektów przemysłowych wskazanych do programu</li> <li>• Władze samorządowe wybranych gmin</li> <li>• Związki, stowarzyszenia działające</li> </ul>

## 10.5. Efekty wdrożenia programów Priorytetu I

- Podniesienie atrakcyjności turystycznej Regionu i jego zasobów kulturowych
- Dostosowanie zasobów do potrzeb współczesnej turystyki
- Opracowanie systemu gospodarowania zasobami o wartości historycznej
- Wypracowanie zasad udostępniania prywatnych posiadłości dla celów turystyki
- Udostępnienie turystom i mieszkańcom nowych atrakcji
- Stworzenie warunków podróżowania po Regionie dla lokalnej społeczności
- Wzrost liczby turystów korzystających z oferty turystycznej Regionu

- Powstawanie nowych miejsc pracy w branżach okołoturystycznych
- Podniesienie poziomu świadomości dziedzictwa kulturowego Regionu
- Przyciągnięcie do regionu turystów zarówno z grupy turystów kulturowych jak i poznawczych – zainteresowanych historią obszaru objętego projektem.
- Dostarczenie turystom profesjonalnie przygotowanego systemu tras turystycznych – odpowiadających pod względem zagospodarowania i oznakowania poziomowi europejskiemu
- Stworzenie warunków atrakcyjnego poznawania Regionu dla mieszkańców
- Wzrost liczby turystów – sportowców (sportowcy przybywający w ośrodkach, na obozach zgrupowaniach)
- Wzrost liczby turystów – kibiców
- Wzrost liczby uczestników imprez sportowych oraz obozów szkoleniowo-edukacyjnych (zdobywanie uprawnień, nauka niektórych sportów)
- Popularyzacja sportu, zdrowego sposobu spędzania czasu
- Wzrost liczby miejsc pracy w turystyce
- Wzrost stopy inwestycji bezpośrednich w Regionie
- Większe dochody do budżetów gmin
- Wzrost udziału przychodów z turystyki w budżetach lokalnych
- Wzrost dochodów własnych jednostek objętych projektem
- Stworzenie sprzyjających warunków dla rozwoju prywatnych inicjatyw na rzecz turystyki
- Większa liczba emisji audycji i reportaży TV i radiowych oraz artykułów prasowych poświęconych Regionowi
- Zwiększenie % młodzieży regularnie uprawiających sport w Regionie

## 11 PRIORYTET 2 – ROZWÓJ I MODERNIZACJA INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ

U podstaw rozwoju turystyki w każdym regionie leży poziom rozwoju podstawowej infrastruktury turystycznej, tj.: bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, gospodarstw agroturystycznych oraz ogólnodostępnych obiektów rekreacyjnych.

W regionie kutnowskim kwestia ta jest szczególnie istotna ze względu na bardzo ograniczoną ofertę podstawowej bazy turystycznej. Związane jest to z dotychczasową marginalizacją turystyki w rozwoju gospodarczym, a co za tym idzie z brakiem proturystycznego myślenia zarówno w zakresie realizacji inwestycji publicznych (drogi, zaplecze sanitarne, ścieżki rowerowe, obiekty sportowe i rekreacyjne itp.) jak i prywatnych (hotele, motele, pola kempingowe i namiotowe, punkty gastronomiczne – restauracje, zajazdy).

### 11.1. Podstawowa infrastruktura turystyczna

Podstawowa infrastruktura turystyczna jest w głównej mierze wynikiem prywatnych inwestycji w bazę noclegową i gastronomiczną. Rolą samorządów lokalnych czy instytucji zajmujących się turystyką w Regionie jest określanie kierunków rozwoju, a tym samym wskazywanie na określone potrzeby inwestycyjne.

W Regionie Kutnowskim określenie segmentów docelowych może być jednym z głównych wskaźników zapotrzebowania na infrastrukturę turystyczną. I tak są to:

- Dla segmentu dzieci i młodzieży:
  - Zbiorcza baza noclegowa: schroniska młodzieżowe, niewielkie ośrodki wypoczynkowe, dostosowane do obsługi 30 – 40 – osobowych grup,
  - Zbiorcza baza gastronomiczna: stołówki, bary szybkiej obsługi
- Dla turysty weekendowego – kulturowego:
  - Niewielkie hotele, pensjonaty, noclegi w gospodarstwach agroturystycznych, pola namiotowe i kempingowe
  - Punkty gastronomiczne w okolicach najciekawszych atrakcji turystycznych, mała gastronomia na terenie Zamku w Oporowie oraz na terenie wybranych zespołów dworsko – parkowych.

## 11.2. Rozwój infrastruktury rekreacyjno – sportowej

Potraktowanie turystyki rekreacyjno – sportowej dzieci młodzieży jako kluczowego kierunku rozwoju w Regionie Kutnowskim wymaga szczegółowego zaplanowania rozbudowy infrastruktury sportowej w Regionie.

Nowe ośrodki czy centra sportowe w swoim zamyśle nie służą jedynie turystom. Przede wszystkim są one wykorzystywane przez lokalną społeczność i dlatego ważne jest, aby plany ich budowy uwzględniały wszelkie potrzeby rekreacji i sportu dzieci i dorosłych z Regionu.

Koordinacja rozwoju infrastruktury sportowej (uwzględnianie potrzeb mieszkańców oraz funkcji niezbędnych do kreowania turystyki) powinna odbywać się na poziomie władz samorządowych oraz organizacji i stowarzyszeń wskazanych jako główni użytkownicy i gospodarze obiektu.

Założony w programie rozwoju turystyki rekreacyjno – sportowej dzieci i młodzieży kierunek kształcenia w młodych dyscyplinach olimpijskich wskazuje na potrzebę budowy ośrodków uwzględniających te funkcje. Tak więc nowe inwestycje sportowe, obok bazy dla podstawowych dyscyplin, powinny umożliwiać uprawianie nowych sportów.

Podstawowe inwestycje proponowane do realizacji (wybór i kolejność powinien nastąpić na bazie porozumień międzygminnych oraz możliwości sfinansowania danej inwestycji) to:

- wielofunkcyjny stadion sportowy wraz z halą widowiskową,
- zamknięte obiekty sportowe: lodowisko (z uwzględnieniem dyscyplin typu curling), basen (wraz z wieżami do skoków), sala taneczna (taniec towarzyski itp.), korty tenisowe,
- otwarte obiekty sportowe: lodowiska, basen, pole golfowe do rozgrywek młodzieżowych.

Wskazanie Kutna jako centrum sportowego determinuje na konieczność rozbudowy infrastruktury w samym mieście lub w jego najbliższym otoczeniu. W pozostałych gminach powinno stworzyć się bazę dla pojedynczych, wybranych dyscyplin. W trakcie różnego rodzaju imprez sportowych, rozgrywki w danej dyscyplinie mogłyby odbywać się w dwóch miejscach.

## 11.3. Zagospodarowanie przestrzeni publicznych

Obok podstawowej infrastruktury turystycznej tworzącej warunki do zatrzymania się turysty, należy przygotować program inwestycji w infrastrukturę uzupełniającą i podnoszącą jakość przestrzeni publicznych.

Do takich przedsięwzięć należą przede wszystkim:

- inwestycje wzdłuż tras turystycznych,
- elementy małej infrastruktury w strefach turystycznych: ławki, oświetlenie, systemy oznakowań atrakcji turystycznych, punkty poboru wody pitnej, zaplecze sanitarne, fontanny itp.,
- estetyzacja traktów spacerowy,
- place zabaw oraz tereny rekreacyjne: nad Ochnią w kutnie, w wybranych miejscach nad Bzurą itp.,

- parkingi dla samochodów osobowych i autokarów,
- zagospodarowanie terenu parków miejskich.

#### 11.4. Programy i działania

<b>P.2.1 Program promowania inwestycji turystycznych</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozbudowa podstawowej infrastruktury turystycznej</li> <li>• Stworzenie zaplecza noclegowego dostosowanego do potrzeb docelowych segmentów turystów</li> <li>• Rozwój rynku pracy w turystyce</li> <li>• Podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej regionu</li> <li>• Racjonalizacja wykorzystania przestrzeni zagospodarowanej i przekształcaniej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Określenie priorytetów inwestycyjnych: zarówno w zakresie inwestycji publicznych jak i prywatnych</li> <li>• Opracowanie projektów do realizacji w ramach Partnerstwa Publiczno – Prywatnego</li> <li>• Określenie zasad wsparcia inwestycji turystycznych – system ulg podatkowych, dzierżawy gruntów itp.</li> <li>• Rozpoczęcie rozmów z inwestorami prywatnymi nt. rozbudowy infrastruktury turystycznej (w oparciu o przygotowane plany zagospodarowania terenów pod inwestycje noclegowe, gastronomiczne i in.)</li> <li>• Wybór obiektów możliwych do wykorzystania dla potrzeb taniej bazy noclegowej (schronisko młodzieżowe)</li> <li>• Uruchomienie co najmniej jednego schroniska młodzieżowego bądź szkolnego w Regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• władze gminne i powiatowe</li> <li>• ZGRK</li> <li>• Prywatni inwestorzy</li> <li>• Władze wojewódzkie w zakresie pozyskiwania środków na inwestycje turystyczne</li> </ul>

<b>P.2.2 Program rozwoju infrastruktury sportowej</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozbudowa bazy turystycznej regionu</li> <li>• Budowa sportowego wizerunku regionu</li> <li>• Tworzenie podstaw do budowania specjalistycznej oferty programowej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowanie projektów budowy obiektów sportowych w gminach objętych projektem, w szczególności: dla gminy Łanięta i Kutno</li> <li>• Promocja planów rozbudowy specjalistycznych obiektów sportowych (pola golfowe, korty tenisowe)</li> <li>• Opracowanie planu rozwoju infrastruktury w celu pozyskiwania środków</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• władze gminne i powiatowe</li> <li>• ZGRK</li> <li>• Prywatni inwestorzy</li> <li>• Władze wojewódzkie w zakresie pozyskiwania środków na inwestycje turystyczne</li> <li>• Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu</li> <li>• Fundacje wspierające rozwój wybranych form sportowych (podobnie jak w przypadku Małej Ligi Baseballowej)</li> </ul>

	zewnątrznych na inwestycje (m.in. Z menis)	
--	---	--

<b>P.2.3 Program zagospodarowania przestrzeni publicznych małą architekturą</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podniesienie estetyki przestrzeni publicznych</li> <li>• Tworzenie sprzyjającego klimatu dla drobnych przedsiębiorców (określenie zasad funkcjonowania w warunkach nowej jakości otoczenia)</li> <li>• Zapobieganie chaosowi architektonicznemu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wyznaczenie miejsc do szybkiego wdrożenia programu estetyzacji (np. Tereny nad Ochnią w Kutnie, rynek w Dąbrowicach)</li> <li>• Wyznaczenie standardów zagospodarowania przestrzeni publicznych: rodzaj zalecanej nawierzchni, wygląd ławek, lamp, określenie zasad spójności architektonicznej dla remontowanych elewacji frontowych oraz nowych inwestycji lokalowych</li> <li>• Opracowanie jednolitego, ale w kilku wariantach projektu drobnej architektury dla celów gastronomicznych, punktów informacji turystycznej, straganów pamiątkarskich itp. (zapewnienie budowy spójnego wizerunku regionu)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Władze samorządowe wybranych gmin</li> <li>• Zespół architektów</li> <li>• Lokalni inwestorzy – osoby i podmioty zarządzające wybranymi terenami</li> </ul>

<b>P.2.4 Program długookresowych inwestycji gminnych i powiatowych wspierających rozwój turystyki</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podniesienie poziomu jakości dróg powiatowych i gminnych a tym samym jakości dostępu komunikacyjnego do Regionu</li> <li>• Poprawa czystości wód płynących – możliwość wykorzystywania rzek dla celów turystycznych</li> <li>• Przemysłana rozbudowa niezbędnej infrastruktury sportowo – rekreacyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowanie planów zagospodarowania przestrzennego z uwzględnieniem funkcji wspierających turystykę</li> <li>• Przygotowanie planu i określenie kolejności modernizacji dróg powiatowych i gminnych</li> <li>• Opracowanie planów rozbudowy oczyszczalni gminnych</li> <li>• Opracowanie dokumentacji finansowych dla przyjętych do realizacji inwestycji w infrastrukturę sportową</li> <li>• Przygotowanie wniosków do funduszy strukturalnych o dofinansowanie inwestycji gminnych</li> <li>• Zgłoszenie projektów w</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZGRK</li> <li>• Władze powiatu kutnowskiego</li> <li>• Władze lokalne</li> </ul>

	inwestycje sportowe do Ministerstwa Edukacji Narodowej i Sportu	
--	---	--

### P.2.5 Program pozyskiwania zewnętrznych środków finansowych na inwestycje turystyczne i paraturystyczne

Cele	Działania	Partnerzy (wybrani)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Wzrost liczby inwestycji turystycznych i paraturystycznych</li> <li>Mobilizacja samorządów lokalnych do efektywnego gospodarowania posiadanymi środkami i zasobami</li> <li>Dostosowanie oferty Regionu do wymogów współczesnego rynku turystycznego</li> <li>Lepsze wykorzystanie dostępnych zewnętrznych środków finansowych, w tym funduszy unijnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Przygotowanie dokumentacji finansowej inwestycji planowanych do zrealizowania: modernizacja i rozbudowa funkcji Zamku w Oporowie, rekonstrukcja parku i rewitalizacja pałacu w Krośniewicach,</li> <li>Stworzenie bazy projektów turystycznych w regionie</li> <li>Zidentyfikowanie źródeł finansowania poszczególnych projektów</li> <li>Wybór projektów do realizacji z uwzględnieniem możliwości finansowych samorządów (wkład własny)</li> <li>Stworzenie zasad funkcjonowania Partnerstwa Publiczno – Prywatnego w Regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wybrane podmioty działające na rynku turystycznym</li> <li>ZGRK</li> <li>Ministerstwo Kultury</li> <li>Władze samorządowe Regionu</li> </ul>

### P.2.6 Program podnoszenia jakości środowiska kulturowego

Cele	Działania	Partnerzy (wybrani)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Wzrost atrakcyjności otoczenia najważniejszych atrakcji turystycznych regionu</li> <li>Budowanie świadomości wartości kulturowych Regionu wśród społeczności lokalnej</li> <li>Promocja wartości kulturowych wśród młodzieży</li> <li>Tworzenie podstaw wdrażania programów turystycznych – podnoszenie estetyki otoczenia</li> <li>Kreowanie wizerunku Regionu przyjaznego turyście</li> <li>Prowadzenie aktywnej polityki w zakresie zagospodarowania terenów wiejskich</li> <li>Zapobieganie niszczeniu wartości otoczenia istotnych dla rozwoju turystyki w Regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Przeprowadzenie prac porządkowy w otoczeniu i na terenach zespołów dworsko – parkowych</li> <li>Zabezpieczenie najbardziej zabytkowych obiektów przed dalszą dewastacją i niszczeniem</li> <li>Zabezpieczenie podstawowej infrastruktury sanitarnej na terenach tras turystycznych, terenach rekreacyjnych</li> <li>Opracowanie programu edukacyjnego dla dzieci i młodzieży szkolnej w zakresie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ZGRK</li> <li>Szkoły w powiecie</li> <li>władz samorządowe</li> </ul>

## 11.5. Efekty wdrożenia programów Priorytetu 2

- Wzrost liczby i/lub wielkości inwestycji w Regionie
- Stworzenie podstaw zagospodarowania turystycznego Regionu – określenie stref koncentracji turystycznej i promowanie działań na tych terenach
- Wzrost liczby miejsc noclegowych dopasowanych do potrzeb docelowych grup odbiorców
- Wzrost liczby zaadaptowanych zabytkowych budynków na cele turystyczne
- Rozwój infrastruktury paraturystycznej
- Możliwość przyjęcia większej liczby turystów w Regionie
- Podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej regionu dzięki jasnemu zdefiniowaniu kierunków rozwoju gospodarczego
- Poprawa stanu dróg w Regionie
- Zwiększenie dostępu dzieci i młodzieży do infrastruktury sportowej i rekreacyjnej
- Wzrost roli Regionu w województwie jako centrum sportowego
- Podniesienie jakości zagospodarowania przestrzeni publicznej
- Wzrost liczby obszarów zagospodarowanych i lepiej przystosowanych do celów rekreacyjno – wypoczynkowych
- Napływ środków inwestycyjnych z europejskich Funduszy Strukturalnych
- Wzrost wpływów z podatków od podmiotów uruchomionych w sferze turystyki (hotele, gastronomia itp.)
- Wzrost liczby miejsc pracy w turystyce
- Wzrost zaufania mieszkańców do władz samorządowych.

## **12 PRIORYTET 3 – STWORZENIE ZINTEGROWANEGO SYSTEMU WSPARCIA TURYSTYKI ORAZ ROZWOJU RYNKU PRACY W TYM SEKTORZE**

Jednym z głównych celów społecznych rozwoju turystyki w regionie jest dążenie do tworzenia nowych miejsc pracy, a tym samym podnoszenie jakości życia lokalnej społeczności czy budowę klimatu proinwestycyjnego. Turystyka nie jest sztuką dla sztuki. Wdrażanie programów turystycznych, rozwój atrakcji mają przyczynić się do wzrostu zainteresowania regionem, napływu nowych grup turystów a w konsekwencji wzrostem zapotrzebowania na usługi i produkty.

Rozwój rynku pracy nastąpi jednak dopiero w momencie, kiedy zostaną stworzone odpowiednie warunki do inwestowania w turystykę.

Dotychczasowe marginalizowanie turystyki sprawiło, że Region nie był postrzegany jako atrakcyjne miejsce lokowania inwestycji turystycznych. Również lokalni, drobni inwestorzy nie widzieli podstaw do rozwijania usług czy produkcji na rzecz rynku turystycznego. Nowe podejście i zmiana nastawienia władz Regionu, danie sygnału i podjęcie pierwszych działań na rzecz rozwoju turystyki, mogą zmienić tę sytuację.

Władze samorządowe, chcąc wpłynąć na rozwój rynku pracy muszą przygotować długofalowy program wspierania zatrudnienia w branżach turystycznych okółoturystycznych.

System wsparcia, o którym mowa powinien objąć:

- kształcenie kadr na rzecz turystyki poprzez programy Powiatowych Urzędów Pracy,
- opracowanie programu zachęt inwestycyjnych (ulg podatkowych, atrakcyjnych warunków użytkowania gruntu itp.) w zakresie rozwoju bazy noclegowej i gastronomicznej,
- promowanie produkcji rolno – spożywczej dla celów turystyki w Regionie (wypromowanie lokalnych przetworów – wykorzystanie rolniczego wizerunku Regionu) - co pozwoli na utrzymanie istniejących i rozwój nowych miejsc pracy,
- przygotowanie programu szkoleń, stworzenie platformy wymiany informacji i promocję rozwoju agroturystyki,
- wspieranie – poprzez systemy konkursów i nagród – najlepszych inicjatyw turystycznych tworzących nowe miejsca pracy (w tym samozatrudnianie).

## 12.1. Programy i działania

<b>P.3.1 Program wspierania inicjatyw turystycznych jako źródła nowych miejsc pracy</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promowanie postaw tworzących nowe miejsca pracy w turystyce</li> <li>• Tworzenie sprzyjającego klimatu do rozwoju indywidualnych ofert turystycznych</li> <li>• Podnoszenie konkurencyjności lokalnej gospodarki</li> <li>• Przeciwdziałanie bezrobociu w regionie</li> <li>• Aktywizacja zawodowa osób pozostających bez pracy wskutek restrukturyzacji gospodarki Regionu</li> <li>• Budowanie przedsiębiorczych postaw wśród młodzieży</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogłoszenie konkursu na najciekawszą, lokalną inicjatywę turystyczną</li> <li>• Przygotowanie programu wsparcia finansowego prywatnych przedsięwzięć budujących ofertę turystyczną Regionu</li> <li>• Przygotowanie wspólnego programu z Powiatowym Urzędem Pracy w zakresie szkolenia „Jak i gdzie zarobić w turystyce”</li> <li>• Organizacja (we współpracy z innymi regionami) forum wymiany pomysłów turystycznych (tworzenie ponadregionalnych związków kooperacyjnych pomiędzy drobnymi przedsiębiorcami)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Władze lokalne – gminne i powiatowe</li> <li>• Powiatowy Urząd Pracy</li> <li>• Gminy ościenne zainteresowane tworzeniem wspólnej oferty turystycznej</li> <li>• Instytucje finansowe w Regionie</li> <li>• Regionalna Organizacja Turystyczna</li> </ul>

<b>P.3.2 Program promocji agroturystyki na terenie powiatu</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich</li> <li>• Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich</li> <li>• Poprawa warunków życia i pracy ludności wiejskiej</li> <li>• Tworzenie alternatywnych źródeł zarobkowania w rolnictwie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szkolenia (we współpracy z Wojewódzkim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego) z zakresu turystyki dla rolników powiatu</li> <li>• Wsparcie organizacyjne (PUP) dla osób zainteresowanych wprowadzeniem agroturystyki w gospodarstwach</li> <li>• Zorganizowanie cyklu spotkań z przedstawicielami stowarzyszeń agroturystycznych z kraju – promocja agroturystyki w Regionie</li> <li>• Opracowanie materiałów informacyjnych nt. wsparcia Unii Europejskiej dla tworzenia alternatywnych źródeł zarobkowania w rolnictwie</li> <li>• Ogłoszenie konkursu na najciekawszą ofertę agroturystyczną w Regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ZGRK</li> <li>• Wojewódzki Ośrodek Doradztwa Rolniczego</li> <li>• Powiatowy Urząd Pracy</li> <li>• Gospodarstwa Gościnne – ogólnopolskie stowarzyszenie gospodarstw agroturystycznych</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Powołanie lokalnego stowarzyszenia agroturystycznego i włączenie go w struktury organizacji „Gospodarstwa Gościnne”</li> </ul>	
--	---	--

<b>P.3.3 Program promocji drobnego przetwórstwa rolno - spożywczego</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stworzenie nowych rynków zbytu produktów przetwórstwa rolno – spożywczego</li> <li>• Rozszerzanie oferty produktów – stworzenie linii “Regionalne Prysmaki”</li> <li>• Promocja lokalnego przetwórstwa wśród nowych grup odbiorców</li> <li>• Promowanie wizerunku turystycznego Regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogłoszenie konkursu na „<i>regionalne przysmaki uwięzione w słoiach</i>” lub inne (np. <i>Kutnowski Cukier w Kostkach itp.</i>)</li> <li>• Opracowanie (w ramach Systemu Identyfikacji Wizualnej) etykiety lokalnych produktów przetwórstwa rolno – spożywczego,</li> <li>• Wybór produktów, które uzyskają prawo do korzystania z etykiety „turystycznej”</li> <li>• Opracowanie planu promocji lokalnych produktów spożywczych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wojewódzki Ośrodek Doradztwa Rolniczego</li> <li>• Rolnicy z Regionu</li> <li>• ZGRK lub Lokalna Organizacja Turystyczna</li> <li>• Zakłady przetwórstwa spożywczego w Regionie</li> </ul>

## 12.2. Efekty wdrożenia programów Priorytetu 3

- Wsparcie budowy wizerunku Regionu turystycznego
- Wzrost aktywności zawodowej mieszkańców Regionu
- Przeciwdziałanie bezrobociu strukturalnemu w Regionie
- Kreowanie postaw przedsiębiorczych
- Powstawanie nowych miejsc pracy w turystyce i branżach okołoturystycznych
- Rozszerzenie oferty turystycznej dzięki wdrażaniu nowych produktów turystycznych
- Rozwój bazy noclegowej w Regionie w oparciu o powstające gospodarstwa agroturystyczne
- Dywersyfikacja działalności w rolnictwie – przeciwdziałanie marginalizacji społeczności wiejskiej
- Promocja zasobów i potencjału rolniczego Regionu na nowych rynkach i w nowych segmentach zbytu
- Napływ zewnętrznych środków finansowych na rozwój alternatywnych źródeł zarobkowania w rolnictwie
- Podniesienie atrakcyjności turystycznej Regionu dzięki nowej ofercie na rynku

- Przyciągnięcie do Regionu grup turystów, którzy dotychczas nie znajdowali tu dla siebie odpowiednich propozycji
- Podniesienie jakości zagospodarowania i estetyki terenów wiejskich w związku z nowymi funkcjami

## **13 PRIORYTET 4 - INTEGROWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ PODNOSZENIA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ I BUDOWY WIZERUNKU REGIONU**

Przygotowując się do wdrażania strategii rozwoju turystyki należy już od samego początku budować klimat sprzyjający jej realizacji. W przypadku strategii dla wielu podmiotów czy jednostek administracyjnych jednym z najistotniejszych problemów jest integracja działań i wspólne dążenie do osiągnięcia przyjętych celów.

Współpraca samorządów terytorialnych oraz podmiotów działających na rzecz turystyki w Regionie pozwala przede wszystkim na bardziej racjonalne gospodarowanie posiadanymi środkami finansowymi oraz osiąganie lepszych wyników z ich inwestowania. Współpraca w turystyce wymaga niejednokrotnie koncentracji działań na wybranym obszarze tak, aby skutecznie promować szerszy Region. Z taką sytuacją spotykamy się w przypadku organizacji imprez o charakterze masowym, mających wspomóc kreowanie określonego wizerunku Regionu. Współdziałanie w budowaniu kalendarza imprez oraz wspólna promocja to obszary szczególnej współpracy – dającej podstawy do skutecznego wdrażania przygotowanych produktów turystycznych.

### **13.1. Opracowanie programu imprez**

Imprezy stanowią istotny element wzbogacający charakter oferty turystycznej kreowanej wokół największych atrakcji Regionu. Odpowiednio zaprojektowana i wypromowana impreza czy wydarzenie może w istotny sposób wpływać na podniesienie atrakcyjności turystycznej obszaru oraz na tworzenie pożądanego wizerunku turystycznego.

Dzisiejszy kalendarz imprez organizowanych w regionie ogranicza się do zaledwie kilku przedsięwzięć o charakterze regionalnym i kilkunastu imprez lokalnych.

Obrany kierunek rozwoju turystyki określa charakter imprez, których organizacja weszła w plan kreowania wizerunku Regionu w przyszłości.

Podstawowe parametry, pomagające stworzyć kalendarz imprez spójnych charakterem z rozwijanym produktem turystycznym, to:

- stworzenie kilku imprez wiodących, tzw. hitów – oddziałujących na tworzenie pożądanego wizerunku Regionu,
- planowanie imprez wpływających na integrowanie obszarów lokalnych,
- dopasowanie imprez do oczekiwań strategicznych segmentów rynku,

- cykliczność imprez – planowanie imprez cyklicznych, czyli zapewnienie ich powtarzalności,
- propozycje pozwalające tematyką i pomysłem na pozyskanie partnerów medialnych i sponsorów komercyjnych,
- możliwe do realizacji ze względu na posiadane środki i zasoby Regionu,
- zgodne z tożsamością Regionu oraz strategią pozycjonowania,
- posiadające potencjał do wyróżnienia na rynku,
- pozwalające na przyciągnięcie licznego audytorium, w tym turystów (z segmentów docelowych).

Myślą przewodnią imprez organizowanych w regionie powinny być kierunki określone przez główne formy turystyki, tj:

- imprezy kulturowe – wspierające budowę wizerunku ziemi kutnowskiej jako miejsca o walorach kulturowo-poznawczych;
- imprezy sportowe – promujące ofertę turystyki sportowo-rekreacyjnej w Regionie.

Spośród organizowanych w Regionie Kutnowskim imprez na szczególną uwagę zasługują:

- cykl rozgrywek Małej Ligi Baseballowej,
- Święto Róży,
- Targi Kolekcjonerskie „Na Skrzyżowaniu”.

Imprezy te mają znaczny potencjał rozwojowy i należy wykorzystać ich dotychczasowe osiągnięcia do rozbudowy kalendarza imprez uzupełniających.

Proponowany cykl imprez prezentuje poniższa tabela.

Tabela 1 Rekomendowane dla wdrożenia w Regionie imprezy i wydarzenia wizerunkowe

Nazwa imprezy	Partnerzy	Opis
Święto Róży (zgodnie z aktualnym kalendarzem)	Plantatorzy róż z województwa łódzkiego ZGRK ROT w Łodzi	Impreza promująca tradycję plantacji róż w Regionie. W ostatnich latach zauważa się pewnego rodzaju spadek splendoru tej imprezy. Nośny temat święta powinien jednak skłonić do podjęcia działań zmierzających do przywrócenia dawnej świetności imprezy. Święto róż powinno ewaluować w kierunku święta kwiatów – imprezy promującej hodowlę wszelkich gatunków kwiatów. Róża może stać się gospodarzem imprezy i zapraszać inne kwiaty na spotkania. Równocześnie z wystawami kompozycji kwiatowych w Domu Kultury powinno odbywać się szereg imprez „w plenerze”, np.: układanie dywanów kwiatowych (z płatków kwiatów), plenery malarskie „W kwiatowych barwach”, parada kwiaciarek, konkurs na najbardziej ukwiecony balkon itp
Targi Kolekcjonerskie „Na Skrzyżowaniu”	Muzeum Dunin – Borkowskiego w Krośniewicach ZGRK	Targi kolekcjonerskie oraz targi staroci organizowane przez Muzeum Dunin – Borkowskiego w Krośniewicach. Do organizacji imprezy w przyszłości można zaprosić operatora Krośniewickiej Kolei Dojazdowej - wprowadzenie

	SKPL Samorząd Miasta i Gminy Krośniewice	tematu kolekcjonerów modeli pociągów, kolejek wąskotorowych, konkursy na najlepiej wykonane modele itp. Ciekawym rozwiązaniem może być zmiana tematu/przedmiotu, który stałby się elementem przewodnim imprezy w danym roku (np. rok porcelany, broni palnej, broni białej, malarstwa itp.)
Dożynki we Dworze	Lokalne Zespoły Ludowe Samorząd – zarządca wybranego obiektu dworskiego Twórcy ludowi Sponsorzy lokalni	Uroczyste dożynki organizowane w jednym z dostosowanych do potrzeb turystycznych dworów. Inscenizacja tradycyjnych dożynek zaprezentowana przez zespoły ludowe w Regionie (patrz Wesele Łowickie). Organizacja festynu z zabawami dworskimi i ludowymi. Możliwość poznania tradycji życia we dworze i w folwarku.
„Cukrobranie”	Cukrownie w regionie Wybrane cukrownie z Polski Samorządy lokalne Sponsorzy prywatni	Impreza nawiązująca do tradycji rolniczych Regionu oraz przetwórstwa buraków cukrowych w lokalnych cukrowniach. Zorganizowane we współpracy z cukrownią w Dobrzelinie święto cukru – prezentacja procesów przetwórczych, starych maszyn, zawody „badania zawartości cukru w cukrze”, targ wyrobów cukrowych i cukrowniczych (zaproszenie największych cukrowni w Polsce), festiwal „cukry świata” - prezentacja różnego rodzaju gatunków cukru, konkurs na najśłodszą dziewczynę, przejazd kolejki „cukrowniczej” itp.
Rozgrywki Małej Ligi Baseballowej		Potraktowanie rozgrywek MLB jako punktu kulminacyjnego cyklu imprez „Spotkania ze sportem”. Zorganizowanie w miesiącach poprzedzających rozgrywki Ligi kilku dużych imprez sportowych dla dzieci i młodzieży, np. Młodzieżowe Mistrzostwa Polski w Jeździe na Deskorolce

Źródło: opracowanie własne PART S.A.

Kalendarz imprez dla Regionu Kutnowskiego powinien również uwzględniać przedsięwzięcia realizowane w okresie zimowym. W całej Polsce obserwuje się brak atrakcyjnych propozycji dla turystów w okresie jesienno – zimowym. Jest to bezpośrednio związane z nastawieniem na maksymalne urozmaicenie okresu tzw. sezonu turystycznego, który przypada na miesiące letnie (czerwiec – wrzesień). Budując od podstaw ofertę turystyczną w Regionie należy od początku przygotować propozycje ciekawych imprez poza sezonem, mogących przyciągnąć turystów z rynków docelowych.

Okres zimowy to przede wszystkim czas organizacji kuligów – w kontekście promowanej turystyki kulturowej, połączenie tych dwóch aspektów daje podstawę do przygotowania bardzo ciekawych imprez. „Kulig w Pańskim Dworze”, „Podróż po włościach w świetle pochodni” to przykładowe hasła wywoławcze dla imprez, które mogłyby na stałe znaleźć się w kalendarzu Regionu i dzięki temu wspomóc promocję oferty kulturalnej.

### 13.2. System promocji regionu

Zintegrowany system promocji turystycznej regionu powinien być jednym z najistotniejszych, ale wprowadzonych w późniejszym okresie, elementów wdrażania oferty turystycznej na rynek. Najlepiej przygotowany produkt turystyczny nie

znajdzie odbiorców, jeśli informacja o nim nie będzie odpowiednio przekazana rynkowi.

W przypadku ograniczonej liczby atrakcji turystycznych lub ich znacznemu rozproszeniu w terenie, niezwykle istotną rolę odgrywa konsolidacja działań promocyjnych. Pozwala to z jednej strony na stworzenie w miarę kompleksowej propozycji programowej, z drugiej strony koncentracja środków finansowych pozwala na osiągnięcie lepszych efektów.

Rozpoczęcie promocji oferty turystycznej Regionu Kutnowskiego musi być skorelowane z rozwojem oferty turystycznej. Promować można bowiem ofertę już istniejącą, funkcjonującą na rynku jako wydzielona propozycja turystyczna. Przygotowanie przekazów promocyjnych wymaga sprawdzenia wiarygodności informacji, które mają być przekazane. Największym błędem źle przygotowanego komunikowania się z rynkiem może być wzbudzanie zainteresowania turystów nieistniejącymi atrakcjami bądź znacznie odbiegającymi od opisów promocyjnych. W ten sposób możemy skutecznie zniechęcić potencjalnych turystów do odwiedzenia regionu w czasie, gdy atrakcje te zaczną już funkcjonować w zaplanowanym wymiarze.

Rozpoczęcie promocji Regionu Kutnowskiego powinno być poprzedzone stworzeniem Systemu Identyfikacji Wizualnej. Opracowanie promocyjnego znaku turystycznego jest podstawą do przygotowania systemu oznakowania atrakcji turystycznych, systemu znakowania szlaków i tras, opracowania spójnych materiałów promocyjnych itp. Stworzenie SIW dla Regionu jest ponadto podstawą do budowy marki regionu – turystyka, jak każdy produkt na rynku, musi mieć swoje logo – znak identyfikacyjny, pozwalający odróżnić go od innych regionów turystycznych na rynku.

### **Wybór kanałów procesu komunikacji marketingowej**

Mając skonstruowany przekaz, z którym chcemy dotrzeć do zdefiniowanej grupy odbiorców, należy zastanowić się nad wyborem odpowiedniego kanału do przekazania komunikatu na zewnątrz. Wyróżnia się dwa podstawowe kanały komunikacji: **osobowe i nieosobowe**.

Osobowe kanały to te, w których występuje bezpośredni kontakt co najmniej dwóch osób, gdy jedna przekazuje określoną informację nt. produktu czy usługi. Jeżeli przekaz komunikatu następuje przy wykorzystaniu różnych środków przekazu w sposób bezosobowy, mamy do czynienia z kanałami nieosobowymi.

#### **Kanały osobowe**

W ramach tej grupy kanałów można dokonać podziału na trzy podgrupy według następujących kryteriów:

- kanały zwolenników, czyli tych, którzy promują dany produkt czy usługę przez kontakt z klientem docelowym,
- kanały ekspertów, do których zaliczyć możemy niezależnych ekspertów w danej dziedzinie, wygłaszających opinie bezpośrednio do klientów,
- kanały społeczne, składające się z sąsiadów, przyjaciół, rodziny i znajomych docelowego odbiorcy.

#### **Kanały nieosobowe**

W tej grupie można wskazać następujące szczegółowe kanały przekazu informacji, tj.:

- środki masowego przekazu, czyli media obejmujące wszelkie drukowane środki przekazu informacji, transmitowane środki przekazu, takie jak radio i telewizja oraz środki o charakterze ekspozycyjnym tzn. tablice reklamowe, plakaty, napisy, szyldy itp.,
- wydarzenia, czyli wszelkiego rodzaju imprezy, w trakcie których przekazać można docelowemu odbiorcy określony komunikat, tj. konferencje, uroczyste otwarcia, sponsorowane imprezy sportowe itd.

Proces komunikacji w ramach wdrażania Strategii Rozwoju turystyki regionu Kutnowskiego będzie odbywał się w dwóch etapach. Pierwszy z nich to komunikacja wewnętrzna, czyli promocja projektu wśród lokalnej społeczności. W tym przypadku najbardziej skuteczne będą osobowe kanały przekazu. W trakcie bezpośrednich spotkań władz samorządowych z przedstawicielami branży turystycznej i społecznością zainteresowaną rozwojem gospodarczym regionu (szczególnie kierunkami) najskuteczniej można przekonać do proponowanych idei.

W szerszym aspekcie promocji kierunków rozwoju turystyki w Regionie konieczna będzie współpraca z lokalnymi mediami, które na bazie otrzymywanych informacji o przebiegu prac w projekcie, będą sprzyjać lub pełnić rolę „sędziego” dla podejmowanych działań.

W późniejszym etapie, kiedy będzie można przejść do promowania oferty turystycznej na rynkach odbiorców, głównym źródłem informacji będą właśnie media lokalne: prasa i telewizja oraz prowadzone kampanie promocyjne i informacyjne.

### **Cechy i założenia do procesu formułowania komunikatów marketingowych ze względu na charakter grup odbiorców**

Podstawowy podział grup odbiorców determinują zasady i kryteria formułowania komunikatu. W ujęciu podstawowym grupy odbiorców możemy podzielić na **grupy potencjalnych turystów** (laików) oraz **grupy profesjonalistów**.

Ogólny podział audytorium na dwie grupy wiąże się z **rodzajem apelu**, jaki będzie kierowany do każdej z nich. Niezależnie jednak od specyficznych danych przekazywanych każdej z grup, trzeba zadbać, aby informacja była spójna w czasie. Biorąc powyższe pod uwagę, treść komunikatu kierowanego do każdej z grup powinna charakteryzować się następującymi elementami:

**Grupa potencjalnych turystów** – przekaz do tej grupy musi w głównej mierze odwoływać się do czynników natury emocjonalnej. Należy prezentować ofertę produktów turystycznych, podkreślając korzyści, jakie może ona przynieść jej odbiorcy.

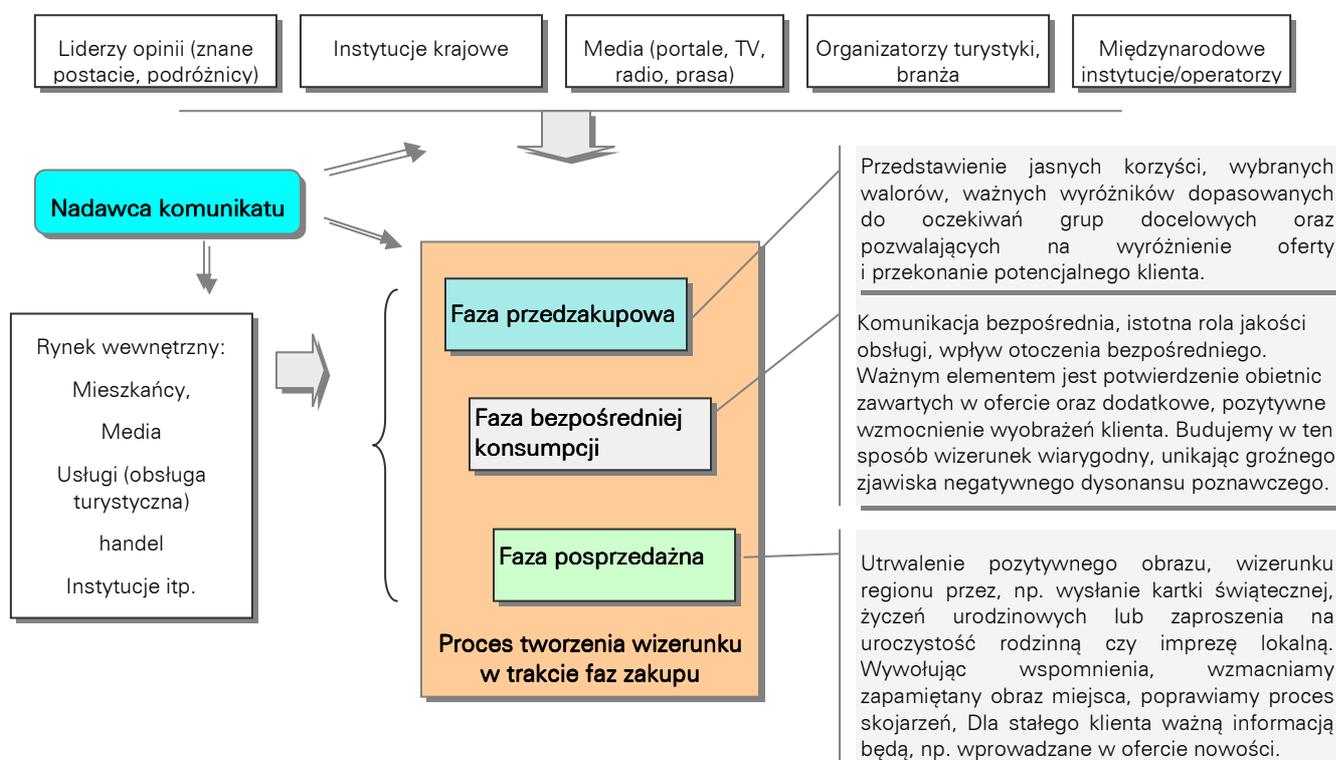
**Druga grupa – „profesjoniści”** – treść przekazu kierowanego do tej grupy musi być skonstruowana głównie na podstawie czynników ekonomicznych (racjonalnych) oraz moralnych.

Komunikat do tej grupy powinien zawierać następujące informacje:

- Profesjonalnie opracowane propozycje inwestycyjne.
- Uwypuklenie specjalnych zachęt oraz preferencyjnych warunków dla inwestorów rozwijających bazę turystyczną.
- Analizy wskazujące na najbardziej atrakcyjne segmenty rynku oraz obszary geograficzne zbytu ofert turystycznych,

- Uwpuklanie korzystnych trendów turystyki przyjazdowej w Regionie (jeśli aktualnie będą takie występować),
- Wskazywanie pozytywnych rozwiązań modelowych już wdrożonych i funkcjonujących.
- Podpieranie się komentarzami i ocenami obiektywnych konsultantów i ekspertów w zakresie atrakcyjności inwestycji turystycznych w Regionie
- Wskazywanie na możliwości współpracy pomiędzy sferą publiczną, a prywatną (inwestorzy) w zakresie realizacji projektów turystycznych przez PPP.
- Informacje nt. prowadzonych przez samorządy, gminy, starostwa działań promocyjnych, szkoleniowych (aktywizacja rynku pracy) oraz inwestycyjnych.

Rysunek 6. Proces dystrybucji komunikatu w zakresie pożądanego wizerunku rynkowego Regionu



Źródło: Opracowanie PART S.A.

### 13.3. Programy i działania

<b>P.4.1 Program budowy oraz kontroli wizerunku turystycznego Regionu</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zaplanowanie i opracowanie niezbędnych podstaw dla budowy pożądanego wizerunku turystycznego</li> <li>• Osiągnięcie atrakcyjnego, konkurencyjnego rynkowo wizerunku turystycznego Regionu Powiatu Kutnowskiego</li> <li>• Stworzenie i opracowanie metod badania oraz kontroli wizerunku turystycznego Regionu (systemu badań postrzegania Regionu) wśród grup docelowych turystów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie logo turystycznego Regionu (znaku promocyjnego) oraz założeń budowy marki</li> <li>• Opracowanie planu komunikacji Regionu z otoczeniem</li> <li>• Opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej Regionu</li> <li>• Dystrybucja i wdrożenie Systemu</li> <li>• Opracowanie planu działań typu PR</li> <li>• Określenie zakresu obowiązków oraz zatrudnienie menadżera marki</li> <li>• Przygotowanie i organizacja study tourów po powiecie kutnowskim</li> <li>• Wdrożenie pożądaných i określonych w strategii narzędzi promocji i komunikacji</li> <li>• Przygotowanie systemu badań, pomiaru i kontroli wizerunku Regionu</li> <li>• Kontrola cykliczna i monitoring wizerunku (w tym analiza prasy, komunikatów medialnych, analiza percepcji)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalna Organizacja Turystyczna lub ZGRK<sup>11</sup></li> <li>• Wybrana do współpracy Agencja PR</li> <li>• Punkty Informacji Turystycznej</li> <li>• Wydziały promocji (lub podobne) urzędów miejskich i gminnych w Regionie</li> </ul>

<b>P.4.2 Program wdrożenia jednolitego systemu promocji turystycznej Regionu</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie i wdrożenie wspólnego systemu promocji Regionu</li> <li>• Poprawa jakości materiałów promocyjnych oraz skuteczności promocji (dotarcie do strategicznych segmentów)</li> <li>• “Mówienie jednym głosem” emisja spójnego przekazu promocyjnego przez Region</li> <li>• Poprawa postrzegania Regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie layoutu materiałów promocyjnych Regionu</li> <li>• Opracowanie zakresu, stylu przekazu, rodzajów oraz propozycji zawartości materiałów promocyjnych</li> <li>• Opracowanie planu komunikacji marketingowej Regionu, w tym założeń formułowania komunikatów promocyjnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalna Organizacja Turystyczna lub ZGRK</li> <li>• Podmioty branży turystycznej</li> <li>• Współpracująca Agencja PR</li> <li>• Wydziały promocji (lub podobne) poszczególnych miast i gmin</li> </ul>

<sup>11</sup> Rola Lokalnej Organizacji turystycznej została szerzej zaprezentowana w części dotyczącej modelu funkcjonowania

<p>jako potencjalnego obszaru turystycznego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obniżeniu kosztu jednostkowego dotarcia do turysty</li> <li>• Uzyskanie efektu synergii dzięki koncentracji środków na promocję oraz ujednoczonej strategii promocji i komunikacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Określenie założeń do sposobu dystrybucji materiałów promocyjnych</li> <li>• Określenie imprez i wydarzeń zewnętrznych dla wspólnej promocji Regionu</li> <li>• Nawiązanie współpracy z profesjonalną Agencją Reklamową lub Firmą od PR</li> <li>• Utworzenie profesjonalnych punktów Informacji Turystycznej (dobór osób obsługujących IT)</li> <li>• Określenie zasad promocji prywatnych podmiotów działających na rynku turystycznym Regionu</li> </ul>	
--	--	--

<b>P.4.3 Program imprez jako element budowy wizerunku Regionu</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowanie oferty imprez turystycznych mogących wpłynąć na atrakcyjność turystyczną Regionu oraz kreowanie pożądanego wizerunku</li> <li>• Doprowadzenie do cyklicznej wspólnej organizacji w Regionie jednej lub kilku imprez wizerunkowych tzw. hitów (w tym imprezy o charakterze sportowym)</li> <li>• Powiązanie planowanych imprez z kreowaną ofertą turystyczną Regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utworzenie komitetu organizacyjnego imprez wiodących Regionu</li> <li>• Pozyskanie sponsorów medialnych na planowane imprezy wiodące</li> <li>• Koncentracja rozproszonych środków gmin na organizację imprezy lub imprez wiodących</li> <li>• Pozyskanie sponsorów, prywatnych podmiotów, na główną imprezę lub imprezy wiodące określone w planie jako hity</li> <li>• Opracowanie jednolitego kalendarza imprez dla Regionu</li> <li>• Prowadzenie działań typu PR w zakresie propagowania imprez wiodących</li> <li>• Współpraca z Agencją Reklamową specjalizującą się w promocji typu ATL przy organizacji imprez wiodących</li> <li>• Poszukiwanie zewnętrznych źródeł finansowania wybranych imprez w tym np. z MENIS, INTERREG III C Leader itp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalna Organizacja Turystyczna lub ZRGK</li> <li>• Największe podmioty gospodarcze z Regionu</li> <li>• Władze samorządowe wszystkich gmin uczestniczących w projekcie</li> <li>• Lokalne zespoły artystyczne</li> <li>• Domy kultury</li> <li>• Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej</li> <li>• Gminy partnerskie z Europy</li> </ul>

<b>P.4.4 Program monitorowania stanu realizacji zadań z zakresu turystyki</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weryfikacja planów rozwoju turystyki</li> <li>• Dostosowywanie projektów przeznaczonych do realizacji do zmieniających się warunków na rynku</li> <li>• Ocena stopnia akceptacji społecznej dla realizowanej strategii</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Powołanie zespołu odpowiedzialnego za realizację strategii (zespół w ramach ZGRK lub powołanie Lokalnej Organizacji Turystycznej)</li> <li>• Opracowywanie zasad sprawozdawczości z realizacji strategii</li> <li>• Przygotowywanie raportów z zakresu osiągnięcia celów strategii</li> <li>• Określenie trybu wprowadzania zmian w strategii</li> <li>• Bieżące monitorowanie strategii i raportowanie do organu nadrzędnego o sytuacjach kryzysowych</li> <li>• Przeprowadzanie badań (ankietowych, na stronach internetowych, udostępniając numer telefonu dla mieszkańców) stosunku mieszkańców regionu do podejmowanych działań w zakresie turystyki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalna Organizacja Turystyczna lub ZGRK</li> <li>• Grupa społeczna zainteresowana rozwojem turystyki w Regionie</li> <li>• Samorządy lokalne</li> </ul>
--	---	---

<b>P.4.5 Program kształcenia kadr na potrzeby turystyki w Regionie</b>		
<b>Cele</b>	<b>Działania</b>	<b>Partnerzy (wybrani)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapobieganie utrwalaniu się bezrobocia strukturalnego w Regionie</li> <li>• Wykształcenie profesjonalnej kadry obsługi ruchu turystycznego i zarządzania turystyką</li> <li>• Podnoszenie kwalifikacji osób zatrudnionych w turystyce i branżach okołoturystycznych</li> <li>• Zwiększenie dostępności usług z zakresu doradztwa biznesowego i wspierania przedsiębiorczości w turystyce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie i wprowadzenie przez Powiatowy Urząd Pracy programów szkoleniowych z zakresu turystyki</li> <li>• Wprowadzanie w wybranych szkołach autorskich programów z zakresu turystyki: dziedzictwa kulturowego regionu, roli turystyki w rozwoju gospodarczym itp.,</li> <li>• Przygotowanie, za pośrednictwem ZGRK lub LOT, cyklu szkoleń dla osób zainteresowanych rozwojem indywidualnych projektów turystycznych (w tym organizacja gospodarstw agroturystycznych)</li> <li>• Uruchomienie centrum doradztwa gospodarczego z zakresu turystyki (prawo i finanse w turystyce, systemy promocji w turystyce itp.)</li> <li>• Program kształcenia przewodników (we współpracy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalna Organizacja Turystyczna lub ZROT</li> <li>• Powiatowy Urząd Pracy</li> <li>• Polskie Towarzystwo Turystyczno – Krajoznawcze</li> <li>• Wybrane szkoły podstawowe, gimnazja oraz szkoły średnie</li> </ul>

#### **13.4. Efekty wdrożenia programów Priorytetu 4**

- Wykreowanie nowego, turystycznego wizerunku Regionu Kutnowskiego
- Efektywniejsze wykorzystywanie własnych środków finansowych na promocję turystyczną Regionu
- Wzrost liczby profesjonalnych punktów Informacji Turystycznej
- Wzrost świadomości oferty kulturowej i turystycznej Regionu wśród zdefiniowanych grup odbiorców
- Wzrost atrakcyjności organizowanych imprez dla osób spoza Regionu (turystów i odwiedzających)
- Napływ turystów do Regionu
- Ujednolicenie zasad opracowywania materiałów promocyjnych (dzięki Systemowi Identyfikacji Wizualnej) i informacyjnych o Regionie
- Wzrost liczby emitowanych informacji o ofercie i walorach turystycznych Regionu Kutnowskiego
- Wzrost liczby osób wykształconych w zakresie turystyki
- Wzrost liczby osób zainteresowanych rozwojem turystyki w Regionie
- Zapewnienie profesjonalnych kadr do pracy w branży turystycznej
- Poprawa skuteczności działań promocyjnych
- Zwiększenie konkurencyjności sektora turystycznego w gospodarce Regionu Kutnowskiego

## 14 SYSTEM ZARZĄDZANIA PRODUKTEM I HARMONOGRAM WDROŻENIA

### 14.1. Model funkcjonowania

Skuteczne realizowanie zadań w zakresie rozwoju produktu turystycznego zapisanych w Strategii Rozwoju Turystyki Regionu Kutnowskiego, wymaga wyodrębnienia zespołu lub podmiotu, który będzie odpowiedzialny za wdrażanie produktu oraz monitorowanie postępu prac.

Zespół lub podmiot, o których mowa powyżej powinien w szczególności koncentrować się na działaniach obejmujących:

- konsolidowanie działań podmiotów rynku turystycznego, w szczególności samorządów i instytucji będących uczestnikami projektu,
- współpracę w zakresie przygotowywania projektów inwestycyjnych,
- opracowywanie wniosków na pozyskanie zewnętrznych środków finansowych na realizację inwestycji turystycznych,
- tworzenie warunków do włączania się nowych podmiotów mogących wpływać na podnoszenie atrakcyjności rozwijanego produktu turystycznego,
- tworzenie warunków do współpracy z tzw. branżą turystyczną (hotele, restauracje, centra konferencyjne itp.),
- współpracę z instytucjami i osobami prywatnymi, gotowymi działać na rzecz realizacji nowego przedsięwzięcia,
- stymulowanie tworzenia, wdrażania i monitorowania funkcjonowania produktu turystycznego,
- prowadzenie badań i analiz marketingowych w dziedzinie turystyki umożliwiających podejmowanie trafnych decyzji w zakresie rozwoju produktu turystycznego,
- koordynowanie działań promocyjnych,
- tworzenie systemu informacji turystycznej,
- promocję walorów turystycznych,
- inicjowanie i koordynowanie działań w zakresie tworzenia kalendarza imprez i przygotowanie nowych propozycji wydarzeń kulturalnych o charakterze turystycznym – w tym masowej imprezy „wizerunkowej”,
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- doskonalenie kadr dla potrzeb turystyki.

Produkt turystyczny, z racji wielości poruszanych aspektów i interdyscyplinarności – łączenia wielu sfer działalności gospodarczej – powinien być zarządzany z uwzględnieniem wkładu jaki wnieść będą w jego realizację poszczególni uczestnicy projektu.

Jak wynika z zapisów przygotowanej koncepcji produktu turystycznego, głównymi dostawcami składników projektowanego produktu będą samorządy lokalne oraz instytucje – partnerzy projektu zależni od władz Regionu. Szukając formuły organizacyjnej dla projektu należy zatem pamiętać, aby wszystkie instytucje działające na rzecz turystyki miały swoją reprezentację i w ten sposób mogły aktywnie uczestniczyć w budowaniu produktu i wpływać na sposób jego funkcjonowania na rynku.

Różnorodność podmiotów uczestniczących w projekcie wymaga znalezienia formuły prawnej, która umożliwi współdziałanie różnych instytucji i osób prywatnych oraz pozwoli na realizowanie zadań zmierzających do osiągnięcia efektów w wymiarze rynkowym.

W praktyce rynkowej produkty turystyczne powstają z inicjatywy prywatnych osób lub też – w szerszym wymiarze – są efektem realizacji strategii rozwoju turystyki realizowanej przez władze samorządowe. Określenie podmiotu odpowiedzialnego za wdrażanie produktu turystycznego jest wtedy jednoznaczne.

Realizacja Strategii Rozwoju Turystyki Regionu Kutnowskiego wymagać będzie powiązania podmiotów o różnej podstawie funkcjonowania (lokalne związki i stowarzyszenia, muzea) oraz włączenia władz samorządowych, w gestii których pozostaje kwestia zarządzania przestrzenią publiczną. Ponadto należy uwzględnić chęć włączenia się do realizacji projektu innych podmiotów turystycznych i paraturystycznych w późniejszym okresie, po uruchomieniu działalności operatora produktu turystycznego.

W Strategii Rozwoju Krajowego Produktu Turystycznego Polski przygotowanej na zlecenie Urzędu Kultury Fizycznej i Turystyki w 1997 roku, stworzono podstawy organizacyjne wdrażania na rynek markowych produktów turystycznych oraz zasady współpracy uczestników rynku turystycznego.

Wykorzystując doświadczenia innych krajów europejskich w zakresie zarządzania turystyką na szczeblu regionalnym oraz uwzględniających zarządzanie obszarami produktowymi, zaproponowano dwa rozwiązania:

1. Przeprowadzenie rekrutacji menadżerów marek, dla pięciu wyodrębnionych obszarów rozwoju produktu turystycznego (w tym turystyki w miastach i kulturowej – city and culture tourism), których zadaniem było stymulowanie rozwoju marek. Do roli menadżerów marek mieli być powoływani eksperci ds. turystyki będący równocześnie liderami biznesu. Ich zadaniem było doprowadzić do współpracy pomiędzy sektorem prywatnym i państwowym, a działanie miało charakter sektorowy. W ramach realizacji tego zadania powołano – w ramach projektu PHARE TOURIN III – pięciu menadżerów marek, działających w latach 1997 – 1999.
2. Stworzenie grup marek, mających wspierać pracę menadżera marki. Grupy te, mając za zadanie wspierać rozwój produktów markowych, miały tworzyć forum współpracy dla organów państwa, prywatnych instytucji (branży turystycznej), przedstawicieli regionów i gmin zaangażowanych w kreowanie marek.

Ponadto ze środków finansowych programów unijnych realizowano projekty mające na celu wdrożenie na rynek polski rozwiązań stosowanych w innych krajach. Przykładem może być tutaj – zbudowane na bazie irlandzkich ośrodków Heritage Center (Centrum Dziedzictwa i Turystyki) – Tarnowskie Regionalne Centrum Koordynacji i Obsługi Ruchu Turystycznego (TRCKiORT).

W klasycznym wydaniu Centrum Dziedzictwa i Turystyki pełni rolę lokalnych i regionalnych centrów obsługi organizacji ruchu turystycznego, w tym posiadając takie funkcje jak: informacja turystyczna, muzeum regionalne, audiowizualne sale demonstracyjne, sklepy turystyczne i lokalnych wyrobów rzemiosła, w tym gadżetów i pamiątek. Siedziba centrum powinna mieścić się w miejscu szczególnej koncentracji turystycznej. Do głównych zadań centrum może należeć:

- Budowa i monitorowanie sieci produkt turystycznego,
- Opracowanie systemu identyfikacji wizualnej dla produktu turystycznego,
- Prowadzenie informacji turystycznej,
- Prowadzenie szkoleń w zakresie turystyki,
- Doradztwo i współpraca w budowaniu i komercjalizacji indywidualnych ofert kierowanych na rynek,
- Standaryzowanie zasad obsługi i organizacji oferty turystycznej,
- Projektowanie imprez,
- Opracowywanie polityki marketingowej itp.

Przeniesienie zasad funkcjonowania Heritage Center w polskie realia zaowocowało utworzeniem wspomnianego wyżej TRCKiORT. Centrum to działa jako zakład budżetowy miasta Tarnów i realizuje zadania związane z obsługą ruchu turystycznego oraz promocji oferty turystycznej regionu. Forma zakładu budżetowego pozwala – oprócz uzyskiwania finansowania z budżetu miejskiego – na prowadzenie działalności gospodarczej i pokrywania części wydatków podmiotów z uzyskanych przychodów oraz zatrzymywania nadwyżek finansowych na kolejne okresy działalności. Funkcjonowanie Centrum jako jednostki budżetowej gminy, nie jest platformą równorzędnego współdziałania uczestników rynku turystycznego choć pełni wobec nich rolę służebną – działając na rzecz rozwoju turystyki w regionie a więc i na rzecz poszczególnych podmiotów i osób działających w turystyce.

Ostatecznym rezultatem wdrożenia Strategii Rozwoju Krajowego Produktu Turystycznego Polski było przygotowanie podstaw organizacyjnych i prawnych dla funkcjonowania organizacji turystycznych, które działając na rzecz rozwoju turystyki w regionie dają szansę współpracy wszystkim zainteresowanym.

Wykorzystując doświadczenia menadżerów marek, zasady wypracowane przez grupy marek oraz inne informacje nt. funkcjonowania turystyki w regionie, przygotowano projekt utworzenia Polskiej Organizacji Turystycznej a potem Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych.

Są to w chwili obecnej jedyne rozwiązania prawne porządkujące rozwój rynku turystycznego, a w szczególności dające platformę współpracy różnego rodzaju uczestnikom rynku turystycznego.

Lokalna Organizacja Turystyczna działająca na podstawie Prawa o stowarzyszeniach dostała – z mocy ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej – szczególne uprawnienia, które pozwalają na równoprawne współdziałanie władz

samorządowych, branży turystycznej, osób prawnych i fizycznych w zakresie rozwoju lokalnego rynku turystycznego. Tym samym LOT stała się w zakresie turystyki pierwszą platformą Partnerstwa Publiczno – Prywatnego (PPP).

LOT – w kontekście rozwoju turystyki na rynku Regionu Kutnowskiego – daje znakomitą szansę współpracy podmiotów włączonych do projektu.

Taka forma organizacyjna podmiotu wdrażającego Strategię daje ponadto – w przeciwieństwie do ogólnych zasad tworzenia stowarzyszeń – możliwość prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie określonym w statucie stowarzyszenia. Zadania Lokalnej Organizacji Turystycznej, znakomicie wyczerpują funkcje jakie powinien realizować podmiot zarządzający produktem turystycznym regionu objętego projektem.

Innym rozwiązaniem może być powołanie w ramach Związku Gmin Regionu Kutnowskiego – instytucji inicjującej działania na rzecz rozwoju turystyki – **zespołu do spraw realizacji Strategii Rozwoju Turystyki**.

Zespół taki powinien pełnić rolę grupy roboczej, odpowiedzialnej za bieżące działania w zakresie realizacji zapisów Strategii. Rolę organu nadzorczego powinien pełnić np. Komitet nadzorujący, w skład którego wchodziłoby przedstawiciele wszystkich gmin objętych projektem oraz wybranych animatorów turystyki w Regionie.

Wybór ostatecznej formy organizacyjnej pozostaje w gestii podmiotu niniejszej strategii i uzależniony będzie od bieżących potrzeb i możliwości realizacyjnych. Należy jednak pamiętać, że proces rozwoju turystyki będzie długotrwały i od samego początku należy tworzyć strukturę organizacyjną, która zagwarantuje konsekwentne realizowanie przyjętych zapisów.

## 14.2. Harmonogram wdrożenia

Strategia Rozwoju Turystyki dla gmin Regionu Kutnowskiego zawiera priorytety i propozycje działań mających na celu podniesienie atrakcyjności oferty turystycznej, a w konsekwencji zwiększenie ilości turystów odwiedzających Region oraz wskazanie potencjalnych źródeł finansowania.

Przedstawione propozycje działań mają różne ramy czasowe. Część z nich przeznaczona jest do realizacji w latach 2004 – 2006, tj. w trakcie obowiązywania Narodowego Planu Rozwoju przewidzianego na lata 2004 – 2006 i z wykorzystaniem określonych w nich funduszy strukturalnych. Pozostałe zaś działania będą sukcesywnie wdrażane po 2006 r. Jednakże obecnie trwają prace na Narodowym Planem Rozwoju na lata 2007 – 2013, który będzie określał kryteria wyboru projektów. W związku z tym w przypadku niektórych projektów i działań konieczna może się okazać korekta Strategii Rozwoju Turystyki.

Pierwszy etap wdrażania Strategii powinien skupić się na działaniach informacyjno – organizacyjnych, tworzących podstawę wdrażania rozwiązań produktowych na rynek. Równocześnie powinny postępować prace zmierzające do odpowiedniego przygotowania wybranych projektów inwestycyjnych. Pozwoli to na ubieganie się o finansowanie inwestycji środkami zewnętrznymi.

Rozpoczęcie procesów inwestycyjnych w turystyce nie powinno być jednak uzależnione od pozyskania zewnętrznych źródeł finansowych. Na bieżąco powinny być realizowane mniejsze projekty finansowane ze środków własnych gmin czy sponsorów prywatnych.

Kolejny etap to prace inwestycyjne, zgodnie z przyjętym przez podmiot wdrażający harmonogramem realizacji poszczególnych zadań. Duże projekty inwestycyjne, takie jak modernizacja zabytkowych dworów, rozbudowa bazy noclegowej czy infrastruktury sportowej, będą realizowane przez kilka najbliższych lat. Nie można jednak odsuwać w czasie wdrażania oferty turystycznej i należy poszukiwać alternatywnych form zabezpieczenia podstawowego zaplecza turystycznego.

Kończącym etapem powinno być opracowanie wniosków dotyczących stopnia wdrożenia Strategii jako analiza ex post, a następnie opracowanie aktualizacji Strategii na lata 2007-2013 ze wskazaniem możliwości dopasowania jej celów do nowych programów i dokumentów o charakterze nadrzędnym.



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Wybór formy organizacyjnej podmiotu odpowiedzialnego za realizację Strategii	■									
<b>Priorytet 1</b>										
1.1 Program rewitalizacji zabytkowych zespołów dworsko parkowych			■	■	■	■	■	■	■	■
1.2 Program rozwoju tras turystycznych	■	■	■							
1.3 Program rozwoju strefy sportu			■	■	■	■	■			
1.4 program dostosowania planów zagospodarowania przestrzennego	■	■	■							
1.5 Program wdrażania ofert turystycznych			■	■	■	■	■			
1.6 Program promocji rozwoju turystyki na rynku wewnętrznym			■	■	■	■	■	■		
1.7 Program rozwoju nowych atrakcji turystycznych		■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>Priorytet 2</b>										
2.1 Program promowania inwestycji turystycznych			■	■	■	■	■			
2.2 Program rozwoju infrastruktury strefy sportu			■	■	■	■	■	■	■	■
2.3 Program zagospodarowania przestrzeni publicznych małą architekturą			■	■	■	■	■	■	■	■
2.4 Program długookresowych inwestycji gminnych i powiatowych			■	■	■	■	■	■	■	■
2.5 Program pozyskiwania zewnętrznych środków finansowych na inwestycje turystyczne			■	■	■	■	■	■	■	■
2.6 Program podnoszenia jakości środowiska kulturowego			■	■	■	■	■			
<b>Priorytet 3</b>										
3.1 Program wspierania inicjatyw turystycznych		■	■	■	■	■	■			
3.2 Program promocji agroturystyki na terenie powiatu		■	■	■	■	■	■			
3.3 program promocji drobnego przetwórstwa rolno - spożywczego		■	■	■	■	■	■			
<b>Priorytet 4</b>										
4.1 Program budowy oraz kontroli wizerunku turystycznego Regionu	■	■	■	■	■	■	■			
4.2 Program wdrożenia jednolitego systemu promocji turystycznej Regionu		■	■	■	■	■	■	■		
4.3 Program imprez jako element budowy wizerunku Regionu		■	■	■	■	■	■	■		
4.4 Program monitorowania stanu realizacji zadań z zakresu turystyki			■	■		■	■		■	■
4.5 Program kształcenia kadr na potrzeby turystyki w Regionie		■	■	■	■	■	■	■	■	■

## 15 SYSTEM MONITORINGU WDRAŻANIA STRATEGII

Kompleksowe, a przy tym efektywne kontrolowanie procesu wdrażania strategii rozwoju turystyki w regionie jest zadaniem ważnym i odpowiedzialnym. Wprowadzanie zapisów strategii w życie ma pozwolić na racjonalne gospodarowanie ograniczonymi zasobami tak, aby przynosić maksymalne korzyści zarówno w wymiarze ekonomicznym jak i społecznym. Bieżące monitorowanie realizacji projektów pozwala ocenić, czy podejmowane działania zbliżają Region do osiągnięcia sprecyzowanych celów, czy przynoszą korzyści, jakich się spodziewano itp. Monitoring pozwala na wychwycenie nieprawidłowości i korygowanie działań zgodnie z wymaganiami zmieniającego się otoczenia. Z racji roli, jaką przypisuje się monitoringowi w procesie wdrażania strategii, wymagane jest niezwykle staranne jego przygotowanie metodyczne.

Propozycją w tym zakresie dla Regionu Kutnowskiego jest systematyczny monitoring jako metoda ciągłej oceny procesu wdrażania Strategii poprzez stałą obserwację, prezentację i prowadzenie analiz uzyskiwanych wyników.

Monitoring powinien być prowadzony przez podmiot, któremu powierzono realizację Strategii w oparciu o informacje przekazywane przez uczestników projektu (lokalne władze samorządowe, instytucje kultury, współpracujące stowarzyszenia, lokalny oddział PTTK itp.), danych statystycznych GUS oraz informacje pozyskiwane w procesie badań lokalnej społeczności i grup turystów.

Monitoringowe funkcje będą również realizowane przez władze lokalne gmin ujętych w projekcie. Wydatkowanie środków publicznych na cele związane z turystyką będzie z pewnością przedmiotem kontroli i w tym zakresie ocena efektów będzie bardzo ważna dla dalszego wsparcia tych działań. Na bieżąco prowadzona będzie zatem weryfikacja zbieżności ustaleń Strategii z osiąganymi wynikami, a w razie potrzeby aktualizacja i weryfikacja zaplanowanych zadań.

Monitorowanie wdrażania Strategii ma również służyć informowaniu lokalnej społeczności o przebiegu jej realizacji. W tym celu można wykorzystywać wszelkie dostępne środki komunikacji społecznej (w tym spotkania z mieszkańcami, publikacje w lokalnej prasie, audycje w lokalnych rozgłośniach radiowych i telewizyjnych).

Efekty realizacji poszczególnych celów i zadań strategicznych nie zawsze mogą się w pełni ujawnić w krótkim okresie. Do pomiaru skuteczności i efektywności projektu przyjmuje się zatem zespół mierników, których poziom i korzystne tendencje uznawane będą za bezpośrednie czy też pośrednie skutki realizacji Strategii.

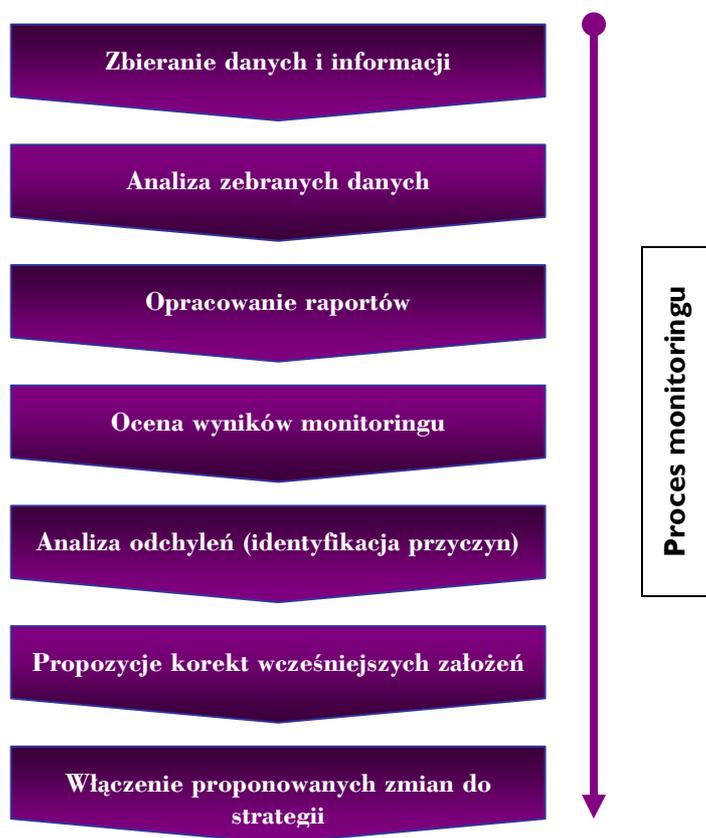
W poniższym zestawieniu przedstawiono propozycje grup wskaźników, które powinny być wykorzystywane w monitorowaniu i ocenie stopnia realizacji strategii.

Wielkość wskaźnika nie jest w chwili obecnej określona, ponieważ turystyka nie była traktowana jako samodzielna gałąź gospodarki i nie ma danych mogących stanowić punkt wyjścia do badań porównawczych.

Cele	Wskaźniki
<b>Priorytet 1 - Wyznaczenie i rozwój wiodących form turystyki oraz wykreowanie markowych produktów turystycznych Regionu</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wytypowanie wiodących i uzupełniających form turystyki jako czynników determinujących działania w zakresie budowy produktów turystycznych</li> <li>• wypracowanie zasad współpracy przy wdrażaniu sieciowych rozwiązań produktu turystycznego – powierzenie zadań w zakresie koordynowania rozwoju turystyki wybranemu podmiotowi lub powołanie nowego (Lokalnej Organizacji Turystycznej)</li> <li>• opracowanie przez uczestników projektu planów zagospodarowania przestrzennego oraz określenie priorytetów inwestycyjnych w zakresie rozbudowy infrastruktury bazy atrakcji turystycznych – zgodnie z potrzebami rozwijanych form turystyki</li> <li>• wypracowanie skutecznych metod marketingu wewnętrznego w celu motywowania instytucji i społeczności do podejmowania działań na rzecz rozwoju turystyki</li> <li>• stworzenie zasad integracji oferty turystycznej regionu kutnowskiego z oferta obszarów przyległych – tworzenie sieci powiązań funkcjonalnych</li> <li>• wzrost liczby turystów korzystających z oferty turystycznej regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba turystów w Regionie</li> <li>• liczba uczestników imprez sportowych</li> <li>• udział turystów z regionu łódzkiego w ogólnej liczbie turystów</li> <li>• struktura wiekowa turystów przyjeżdżających do Regionu</li> <li>• liczba dzieci spoza Regionu uczestniczących w imprezach sportowych</li> <li>• liczba nowych atrakcji turystycznych udostępnionych w Regionie</li> <li>• liczba atrakcji na stałe wprowadzonych do oferty podmiotów turystycznych</li> <li>• liczba przedsięwzięć turystycznych realizowanych przy współpracy co najmniej dwóch podmiotów</li> <li>• powierzchnia uporządkowanych i zagospodarowanych parków dworskich</li> <li>• liczba opracowań zagospodarowania zespołów dworskich i pałacowych</li> <li>• liczba zabezpieczonych przed dewastacją i dalszym niszczeniem obiektów zabytkowych</li> <li>• liczba oznakowanych i opisanych obiektów zabytkowych</li> <li>• liczba zabytków należących do osób prywatnych udostępnionych turystom</li> <li>• liczba atrakcji turystycznych dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych</li> <li>• procent obiektów poddanych renowacji</li> <li>• liczba turystów korzystających z poszczególnych atrakcji</li> <li>• długość wyznaczonych i oznakowanych tras turystycznych</li> <li>• długość linii kolejki wąskotorowej przeznaczonej do użytkowania turystycznego</li> <li>• liczba wagonów zabytkowych kolejki wąskotorowej dostosowana do potrzeb turystyki</li> <li>• liczba imprez turystycznych obsługiwanych przez KKD</li> <li>• liczba nowych obiektów sportowych i rekreacyjnych powstałych w Regionie</li> <li>• liczba nowych dyscyplin sportowych uprawianych w Regionie</li> <li>• wielkość terenów przeznaczona w planach zagospodarowania przestrzennego dla celów turystycznych</li> <li>• liczba spotkań, prezentacji, konsultacji społecznych poświęconych promowaniu turystyki wśród mieszkańców Regionu</li> <li>• zmiana wielkości wpływów ze sprzedaży oferty turystycznej w instytucjach kultury</li> <li>• liczba pomysłów turystycznych zarejestrowanych w Banku Produktów</li> <li>• liczba ofert turystycznych przygotowanych dla turystów na okres zimowy</li> </ul>
<b>Priorytet 2 - Rozwój i modernizacja infrastruktury turystycznej</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zintegrowanie środowisk samorządów lokalnych w</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba nowych miejsc noclegowych oddanych do użytku</li> </ul>

<p>zakresie harmonizowania strategicznych planów rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stworzenie zachęt inwestycyjnych dla inwestorów zainteresowanych rozwojem podstawowej bazy turystycznej</li> <li>• uregulowanie własności terenów i obiektów mogących stanowić podstawę rozwoju infrastruktury turystycznej</li> <li>• poszukiwanie alternatywnych możliwości zabezpieczenia podstawowego zaplecza turystycznego – zgodnie z potrzebami zdefiniowanych segmentów docelowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba miejsc noclegowych w schroniskach młodzieżowych</li> <li>• procentowy udział tanich miejsc noclegowych (do 20 zł) w ogólnej liczbie miejsc noclegowych w Regionie</li> <li>• liczba nowych inwestycji hotelowych</li> <li>• wzrost dochodu budżetów gmin z tytułu podatków lokalnych (ze szczególnym uwzględnieniem branży turystycznej)</li> <li>• liczba zagospodarowanych punktów postojowych na trasach turystycznych</li> <li>• liczba nowych punktów gastronomicznych w obszarach koncentracji turystycznej</li> <li>• liczba pól kempingowych i namiotowych powstałych na terenie powiatu</li> <li>• ilość inwestycji turystycznych zaplanowanych na kolejne okresy</li> <li>• długość zmodernizowanych dróg powiatowych</li> <li>• długość zmodernizowanych dróg gminnych</li> <li>• liczba miejsca parkingowych dla samochodów osobowych</li> <li>• liczba miejsc parkingowych dla autokarów turystycznych</li> <li>• wielkość środków zewnętrznych pozyskanych na inwestycje turystyczne</li> <li>• wielkość środków przeznaczona przez poszczególnych partnerów (samorządy) na realizację zadań z zakresu turystyki</li> <li>• ilość wniosków złożonych o dofinansowanie inwestycji turystycznej</li> <li>• ilość wniosków o finansowanie zewnętrzne pozytywnie rozpatrzonych</li> <li>• liczba dofinansowanych przedsięwzięć turystycznych</li> <li>• wielkość terenów wokół atrakcji turystycznych, uporządkowanych i zagospodarowanych</li> <li>• liczba kilometrów ścieżek rowerowych w miastach Regionu Kutnowskiego</li> </ul>
<p><b>Priorytet 3 - Stworzenie zintegrowanego systemu wsparcia turystyki oraz rozwoju rynku pracy</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• stworzenie systemu wsparcia dla przedsięwzięć turystycznych tworzących nowe miejsca pracy</li> <li>• dostosowanie lub stworzenie nowych programów nauczania dostosowanych do potrzeb rozwijającego się rynku pracy w turystyce i branżach okoturystycznych</li> <li>• tworzenie podstaw do rozwoju agroturystyki jako alternatywnej formy zarobkowania w rolnictwie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba gospodarstw agroturystycznych</li> <li>• liczba nowych miejsc pracy w gospodarstwach agroturystycznych</li> <li>• liczba nowych prywatnych podmiotów działających na rzecz turystyki</li> <li>• liczba produktów przetwórstwa rolnego przygotowana jako element oferty turystycznej</li> <li>• wielkość sprzedaży „turystycznych” produktów przetwórstwa rolnego</li> <li>• liczba szkoleń i kursów z zakresu turystyki, przeprowadzonych w Regionie</li> <li>• liczba osób bezrobotnych przeszkolonych przez Powiatowy Urząd Pracy w zakresie obsługi rynku turystycznego</li> <li>• liczba turystycznych programów edukacyjnych wprowadzonych do szkół (rola turystyki w rozwoju gospodarczym, walory turystyczne Regionu itp.)</li> <li>• liczba nowych miejsc pracy w hotelarstwie</li> <li>• liczba nowych miejsc pracy w gastronomii</li> <li>• liczba miejsc pracy w sektorze usług transportowych</li> <li>• liczba zachęt wprowadzona dla tworzących rynek pracy w turystyce</li> </ul>
<p><b>Priorytet 4 - Integrowanie działań na rzecz podnoszenia atrakcyjności turystycznej oraz budowy wizerunku Regionu</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• podnoszenie atrakcyjności Regionu – zarówno dla mieszkańców regionu jak i turystów – poprzez</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wielkość środków finansowych przeznaczonych przez poszczególne gminy na promocję turystyczną Regionu</li> <li>• liczba imprez ponadregionalnych</li> </ul>

<p>organizację imprez o charakterze ponadregionalnym (w tym jednej imprezy tzw. wizerunkowej)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowanie zasad wspólnej promocji turystycznej Regionu (internet, materiały promocyjne, targi, IT,</li> <li>• Stworzenie systemu badań postrzegania Regionu oraz zadowolenia turystów</li> <li>• Podnoszenie poziomu bezpieczeństwa w Regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• liczba osób uczestniczących w imprezach</li> <li>• liczba przeprowadzonych badań w zakresie postrzegania Regionu</li> <li>• liczba wypełnionych ankiet</li> <li>• % osób zadowolonych z oferty turystycznej Regionu</li> <li>• liczba podmiotów korzystających ze wspólnego systemu internetowego poświęconego, promocji turystycznej Regionu</li> <li>• liczba punktów informacji turystycznej w Regionie</li> <li>• liczba prywatnych firm, z którymi nawiązano współpracę przy promocji turystycznej</li> <li>• liczba ogólnie dostępnych wydawnictw promocyjnych o Regionie</li> <li>• liczba imprez o charakterze promocyjnym (targów itp.), na których była prezentowana oferta Regionu</li> <li>• liczba podmiotów prawnie korzystających z logo turystycznego Regionu</li> <li>• liczba artykułów promujących turystyczne walory Regionu</li> </ul>
--	--



## 16 IDENTYFIKACJA ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA

### 16.1. Fundusze strukturalne

#### 16.1.1 Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR)

##### **Priorytet I**

##### **Działanie 1.1** Modernizacja i rozbudowa regionalnego układu transportowego

Głównym celem działania jest poprawa dostępności regionów poprzez rozbudowę i modernizację sieci drogowej. Działanie to powinno być traktowane jako początkowy etap dłuższego procesu poprawy dostępności do regionu i służący rozwojowi innych elementów lokalnego środowiska.

##### *Poddziałanie 1.1.1 – infrastruktura drogowa*

Preferowane typy projektów to poprawa dostępu do:

- sieci dróg krajowych, międzynarodowych,
- centrów gospodarczych ważnych z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego regionu,
- istniejących lub planowanych obiektów przemysłowych i usługowych,
- różnego rodzaju portów, lotnisk, stacji kolejowych itp.,
- projekty odcciążające układy komunikacyjne miast, w szczególności ich centra gospodarcze i zabytkowe,
- budowa, przebudowa, remonty, modernizacje ulic w granicach administracyjnych miast pow. 20 tys. mieszkańców.

##### **Działanie 1.4** Rozwój turystyki i kultury

Działanie zostało zaprogramowane w celu uzyskania wzrostu znaczenia kultury i dziedzictwa kulturowego jako czynnika wpływającego na rozwój społeczno-gospodarczy, w tym szczególnie na dywersyfikację i zwiększenie zatrudnienia oraz poziom życia mieszkańców.

Preferowane typy projektów:

- rewitalizacja (konserwacja, modernizacja, zachowanie, adaptacja, tworzenie systemów ochrony przed zagrożeniami) historycznych i poprzemysłowych

budynków i ich otoczenia oraz ich przystosowanie na cele kulturalne i turystyczne,

- rozwój i modernizacja infrastruktury kulturalnej przyczyniającej się do aktywnego udziału społeczeństwa w kulturze oraz zwiększającej atrakcyjność regionu dla turystów, inwestorów i mieszkańców,
- adaptacja zabytków techniki i architektury na cele związane z promocją turystyczną regionu,
- opracowanie i tworzenie systemów informacji kulturalnej i turystycznej, w tym nowoczesnej, interaktywnej sieci informacji internetowej,
- rozwój i modernizacja publicznej infrastruktury noclegowej, gastronomicznej i innej infrastruktury turystycznej,
- rozwój i modernizacja infrastruktury informacyjnej i recepcyjnej (np. punkty informacji turystycznej i kulturalnej),
- rozwój i modernizacja publicznej infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki, w tym budowa i modernizacja obiektów sportowych i rekreacyjnych.

Działanie 1.4 umożliwia również uzyskanie dofinansowania na projekty o kompleksowym charakterze promocyjnym, pod warunkiem konstrukcji budżetu projektu na poziomie minimum 500 tys. Euro:

- organizacja imprez i wydarzeń turystycznych przyciągających turystów z innych regionów Polski i zagranicy, udział w specjalistycznych targach,
- opracowywanie i wdrażanie programów rozwoju i promocji lokalnych i regionalnych produktów turystycznych i kulturowych.

### **Priorytet 3    Rozwój Lokalny**

#### **Działanie 3.1    Obszary wiejskie**

Preferowane typy projektów z zakresu budowy, rozbudowy i modernizacji infrastruktury technicznej oraz bazy kulturalnej i turystycznej w obszarach:

- dróg gminnych, powiatowych (w tym obiekty mostowe i wiaduktowe),
- urządzeń do odprowadzania i oczyszczania ścieków (sieci kanalizacyjne, oczyszczalnie ścieków),
- urządzeń zaopatrzenia w wodę (sieci wodociągowe, ujęcia wody, urządzenia służące do gromadzenia, przechowywania i uzdatniania wody oraz regulujące ciśnienie wody),
- urządzeń zaopatrzenia w alternatywne źródła energii (lokalne systemy pozyskiwania energii z alternatywnych źródeł),
- przeciwdziałania powodziom,
- urządzeń i miejsc składowania odpadów stałych (budowa, modernizacja i rekultywacja składowisk odpadów stałych, likwidacja dzikich wysypisk, kompleksowe systemy zagospodarowania odpadów na poziomie lokalnym),

- kompleksowego uzbrojenia terenów pod inwestycje (kompleksowe uzbrojenie terenu przeznaczonego w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego pod inwestycje),
- lokalnych obiektów kulturalnych i turystycznych (infrastruktura służąca rozwojowi aktywnych form wypoczynku, infrastruktura noclegowa, gastronomiczna, informacyjno-recepcyjna i inna, systemy informacji kulturalnej i turystycznej, zaplecze kulturalne i rozrywkowe, sale koncertowe i wystawowe, amfiteatry, restauracja i rewitalizacja obiektów dziedzictwa kulturowego, systemy zabezpieczeń obiektów dziedzictwa kulturowego na wypadek zagrożeń).

**Ważne: Działanie 3.2 Obszary podlegające restrukturyzacji oraz Działanie 3.3 Zdegradowane obszary miejskie, poprzemysłowe i powojkowe** charakteryzują się niemalże identycznym zakresem wsparcia jak Działanie 3.1. Istnieje jednak szereg wymagań ograniczających kategorie beneficjentów kwalifikujących się do składania wniosków. Zatem przed ewentualną kwalifikacją projektów do tych działań, koniecznie należy dokonać oceny stopnia kwalifikowania się do złożenia wniosku w Priorytecie wsparcie.

**W Priorytecie 3. Rozwój lokalny, Działanie 3.4 Mikroprzedsiębiorstwa i start-upy** o środki aplikować mogą również przedsiębiorstwa z branży turystycznej. Możliwe jest ubieganie się o **wsparcie doradcze** dla osób zamierzających rozpocząć/ rozpoczynających działalność gospodarczą w sektorach nie opartych na zaawansowanych technologiach oraz o **wsparcie inwestycyjne** dla dokonania pierwszych inwestycji materialnych w mikroprzedsiębiorstwach

### **Działanie 3.5 Lokalna Infrastruktura Społeczna**

#### **Poddziałanie 3.5.1 Lokalna infrastruktura edukacyjna i sportowa**

Głównym celem tego działania jest wyrównanie szans w dostępie do edukacji pomiędzy uczniami z obszarów wiejskich i miejskich oraz poprawa dostępu społeczności lokalnych do infrastruktury sportowej. Priorytetowo traktowane będą placówki o zasięgu ponadgminnym. Preferowane typy projektów obejmują:

- budowę nowych i przebudowę, rozbudowę istniejących obiektów dydaktycznych (w szczególności budynków szkolnych, przedszkolnych, laboratoriów dydaktycznych, sal do praktycznej nauki zawodu w szkołach ponadgimnazjalnych),
- budowę nowych i przebudowę, rozbudowę istniejących bibliotek,
- budowę nowych i przebudowę, rozbudowę istniejących obiektów sportowych (w szczególności sal gimnastycznych, basenów, boisk sportowych, stadionów, hal sportowych),
- budowę nowych i przebudowę, rozbudowę istniejących obiektów infrastruktury społeczno – edukacyjnej ( w szczególności burs, internatów, stołówek),
- budowę, rozbudowę i przebudowę infrastruktury technicznej i sanitarnej,
- wyposażenie obiektów sportowych, dydaktycznych i społeczno-edukacyjnych,
- zagospodarowanie otoczenia obiektów wyłącznie w przypadku realizacji ww. projektów realizowanych w ramach poddziałania.

## 16.1.2 Sektorowy Program Operacyjny Restrukturyzacja i Modernizacja Sektora Żywnościowego oraz Rozwój Obszarów Wiejskich

W tym programie zaprogramowano dwa działania stwarzające szerokie możliwości finansowania przedsięwzięć z sektora turystyki i kultury: Działanie 2.1 – Odnowa wsi oraz zachowanie i odnowa dziedzictwa kulturowego oraz Działanie 2.2 - Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów.

### **Działanie 2.1** Odnowa wsi oraz zachowanie i odnowa dziedzictwa kulturowego<sup>12</sup>

Kwalifikujące się kategorie projektów:

- remont, budowa lub adaptacja oraz wyposażenie obiektów komunalnych pełniących funkcje kulturalne (świetlice, domy kultury),
- remont, budowa, urządzenie placów zabaw, boisk sportowych, ścieżek rowerowych, szlaków pieszych służących do użytku publicznego,
- projekty związane z kultywowaniem tradycji społeczności lokalnych oraz tradycyjnych zawodów,
- kształtowanie centrów wsi przez remont lub budowę placów, parkingów, itp.,
- urządzenie terenów zielonych, parków i innych miejsc wypoczynku,
- remont lub budowa elementów małej infrastruktury turystycznej oraz rekreacyjnej, w tym systemów informacji wizualnej,
- zagospodarowanie zbiorników i cieków wodnych w obrębie miejscowości,
- remont obiektów zabytkowych użytkowanych na cele publiczne oraz miejscowych pomników historycznych,
- zakup i remont nie użytkowanych obiektów zabytkowych charakterystycznych dla tradycji budownictwa wiejskiego regionu i ich adaptacji na cele publiczne,
- wyburzenia i rozbiórki zdewastowanych budynków i budowli publicznych, jeżeli niemożliwy jest ich remont i dalsze użytkowanie.

### **Działanie 2.2** Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów.

W ramach tego działania podejmowane będą inwestycje realizowane w związku z uruchomieniem lub rozwojem działalności dodatkowej w zakresie:

- agroturystyki,
- usług związanych z agroturystyką i wypoczynkiem,
- edukacji przyrodniczej oraz promocji tradycji i dziedzictwa kulturowego wsi,
- usług na rzecz rolnictwa i gospodarki leśnej,
- wstępnego przetwórstwa i przygotowania produktów rolnych do sprzedaży
- sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzących z własnego gospodarstwa,

---

<sup>12</sup> Geograficzny obszar kwalifikujący się do wsparcia to miejscowości (wsie z wyłączeniem miast) liczące do 5 tysięcy mieszkańców na terytorium całego kraju.

- rzemiosła i rękodzielnictwa,
- drobnych usług na rzecz mieszkańców wsi,
- usług świadczonych za pośrednictwem Internetu.

**UWAGA:** Projekty składane w ramach SOP-u „rolniczego” będą mogły ubiegać się o pozyskanie środków na wkład własny z budżetu Ministerstwa Kultury<sup>13</sup>. Warunkiem ubiegania się o te środki jest jednak uczestniczenie w programie *Polskie regiony w europejskiej przestrzeni kulturowej*.

### 16.1.3 Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw

SPO – WKP to program skierowany bezpośrednio do przedsiębiorstw, a zwłaszcza do sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

Największe możliwości dla przedsiębiorstw z branży turystycznej stwarzają działania zgodnie z priorytetem drugim SPO – WKP „Bezpośrednie wsparcie przedsiębiorstw” (Działanie 2.2 Wsparcie konkurencyjności produktowej i technologicznej przedsiębiorstw oraz Działanie 2.3 Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez inwestycje).

**Działanie 2.2** w ramach priorytetu 2 – Wsparcie konkurencyjności produktowej i technologicznej przedsiębiorstw, podzielono na dwa poddziałania.

Pierwsze poddziałanie to wsparcie dla przedsiębiorstw dokonujących nowych inwestycji. Drugie natomiast zdefiniowano jako wsparcie w zakresie internacjonalizacji przedsiębiorstw.

W pierwszym poddziałaniu dofinansowanie może obejmować przedsięwzięcia polegające na: udzielaniu dotacji przedsiębiorstwom dokonującym nowych inwestycji, polegających na utworzeniu, rozbudowie lub nabyciu przedsiębiorstwa, zarówno ze sfery produkcyjnej, jak i usługowej, również na rozpoczęciu w przedsiębiorstwie działalności obejmującej dokonywanie zasadniczych zmian produktu, produkcji lub procesu produkcyjnego. Mogą to być inwestycje w środki trwałe, wartości niematerialne i prawne polegające na uzyskaniu patentu, nabyciu licencji lub nieopatentowanej wiedzy technicznej.

**Działanie 2.3** w ramach priorytetu 2 – Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez inwestycje, również zostało rozbite na poddziałania: 1 Inwestycje w technologie – dostosowania technologii i produktów do wymagań dyrektyw unijnych, wdrażania i komercjalizacji technologii i produktów innowacyjnych, wykorzystania technologii gospodarki elektronicznej w przedsiębiorstwach, zastosowania i wykorzystania technologii informatycznych w procesach zarządzania przedsiębiorstwem, 2 Wspólne projekty inwestycyjne przedsiębiorstw, 3 Projekty modernizacyjne w małych i średnich przedsiębiorstwach, 4 Zakup wyników prac badawczo-rozwojowych i/lub praw własności przemysłowej przez przedsiębiorstwa, 5 Projekty promocyjne – obejmujące projekty przedsiębiorstw w zakresie promocji.

---

<sup>13</sup> Na podstawie materiału *Fundusze strukturalne na rzecz kultury*, Zespół zadaniowy ds. Funduszy Strukturalnych Strategii Rozwoju Kultury w Regionach – Narodowego Centrum Kultury.

#### 16.1.4 Inicjatywy wspólnotowe

Inicjatywy wspólnotowe (Community Initiatives, Initiatives communautaires) są formą pomocy, w ramach której finansowane są obecnie 2 programy – INTERREG i EQUAL. Inicjatywy wspólnotowe opracowywane są na podstawie wytycznych Komisji Europejskiej. Powinny one dotyczyć zagadnień o charakterze ponadnarodowym, nie dotyczących żadnego z państw członkowskich w sposób szczególny.

##### **INTERREG**

Wspiera projekty współpracy transgranicznej i międzynarodowej. Jest programem szczególnie istotnym ze względu na jego bezpośrednie i pośrednie skutki dla zacieśnienia więzi międzyregionalnych w UE. Koncentruje on swoje działania w trzech obszarach:

- Promocji zintegrowanego rozwoju sąsiadujących regionów granicznych,
- Wsparciu harmonijnej integracji terytorialnej Unii,
- Usprawnieniu polityki, techniki rozwoju regionalnego i spójności poprzez współpracę międzynarodową i międzyregionalną.

Projekty w ramach programu INTERREG są finansowane ze źródeł Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Na edycję 2000-2006 przeznaczono środki finansowe w wysokości 4 875 mln euro.

Wielkość dofinansowania w ramach INTERREG III C może sięgać 50% a przy realizacji pierwszego celu EFRR nawet 75%.

##### **EQUAL**

Jest programem ukierunkowanym na udzielanie pomocy grupom społecznym szczególnie narażonym na bezrobocie i wykluczenie z rynku pracy. Dotyczy to szczególnie kobiet i młodzieży. Na działania objęte tym programem zarezerwowano kwotę 2 847 mln euro.

Wszystkie Inicjatywy Wspólnotowe zarządzane są bezpośrednio przez Komisję Europejską, po uzgodnieniu z krajami członkowskimi. Finansowanie poszczególnych programów odbywa się ze środków funduszy strukturalnych. Całkowite nakłady na Inicjatywy Wspólnotowe w latach 2000-2006 wynoszą 10 442 mld euro co stanowi 5,35% ogółu środków funduszy strukturalnych.

#### **16.2. Krajowe i zagraniczne fundusze wspomagające programy ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego**

##### **Program Wspólnotowy — Kultura 2000**

Program Wspólnotowy Kultura 2000 uruchomiony został decyzją Komisji Europejskiej w roku 2000. Ustalono jednocześnie termin jego zakończenia na 31.12.2004 r. Z uwagi na przedłużenie trwania programu o kolejne dwa lata, operatorzy kulturalni będą mogli wziąć udział w kolejnych dwóch edycjach programu, na rok 2005 i 2006.

„Wyodrębnienie wspólnej przestrzeni kulturowej dla narodów Europy” — to naczelną cel stawiany przez program, który biorąc pod uwagę pojemność merytoryczną celu, realizowany jest przez wspieranie projektów współpracy

kulturalnej pomiędzy podmiotami kulturalnymi z krajów członkowskich Unii Europejskiej oraz innych krajów uczestniczących w programie.

Priorytety programu na lata 2000-2004, nakreślające kategorie możliwych do sfinansowania projektów (z zapowiedzi wynika, że będą one również utrzymane na lata 2005-2006), zostały szczegółowo określone przez Komisję Europejską:

- akcentowanie różnorodności kultur jako znaczącego czynnika tożsamości europejskiej,
- promocja twórczości, ponadnarodowego propagowania kultury i mobilności artystów, twórców, innych podmiotów i osób profesjonalnie związanych z kulturą oraz ich dzieł,
- promocja dialogu kulturalnego i wzajemnego poznawania kultur i historii narodów Europy,
- wspieranie różnorodności kulturowej oraz rozwój nowych form ekspresji kulturowej,
- otwarcie na kultury spoza obszaru Unii Europejskiej,
- umożliwienie najbardziej licznym i różnorodnym grupom społecznym i jednostkom pełnego korzystania z istniejących form aktywności kulturalnej,
- zwiększenie mobilności ludzi i dzieł oraz partnerskiej wymiany w dziedzinie kultury,
- wspieranie wspólnego dziedzictwa narodowego o znaczeniu europejskim; upowszechnianie nowatorskich koncepcji, metod i technik konserwatorskich,
- wykorzystanie nowych technologii w dobie „społeczeństwa informacyjnego” dla celów komunikacji, globalnego porozumienia i twórczej aktywności zawodowej w dziedzinie kultury,
- uznanie kultury jako czynnika ekonomicznego oraz czynnika integracji społecznej i obywatelskiej.

W szczególności zaś wspierane będą przedsięwzięcia z czterech, zdefiniowanych na podstawie priorytetów programu, obszarach kultury: — sztuki wizualne (m.in. malarstwo, rzeźba, wzornictwo przemysłowe, fotografia, rzemiosło), — sztuki performatywne (m.in. taniec, muzyka, teatr uliczny), — dziedzictwo kulturowe (dziedzictwo archeologiczne, krajobrazy kulturowe, dziedzictwo ruchome i nieruchome). Ostatni z obszarów wsparcia dotyczy promowania czytelnictwa przez zwiększanie umiejętności tłumaczenia dzieł z zakresu beletrystyki powstałej w Europie po roku 1950.

Projekty w ramach Kultury 2000 składane mogą być przez jednostki samorządu terytorialnego, publiczne instytucje działające w obszarze kultury oraz organizacje pozarządowe podejmujące działalność w dziedzinie kultury. Określone dla programu priorytety wskazują, iż wymagane jest realizowanie projektów charakteryzujących się wysokim stopniem partnerstwa. Dla projektów wieloletnich (2-3 lata) obowiązuje wymóg pozyskania przynajmniej 5 partnerów z pięciu różnych krajów (co najmniej 1 partner z kraju UE), natomiast dla projektów jednorocznych wprowadzono wymóg współpracy z 3 partnerami zagranicznymi. Szczegółowe warunki realizacyjne ustalone są corocznie dla każdej edycji. Należy się spodziewać, iż dla edycji roku 2005 konkretne procedury ogłoszone zostaną w drugim półroczu 2004 roku. Niezmiennie natomiast utrzymują się limity dofinansowania projektów z budżetu programu – dla projektów wieloletnich

maksymalnie 300 000 Euro, dla jednorocznych 50 000 Euro. Dla obydwu kategorii obowiązuje zasada, iż poziom dofinansowania nie może przekroczyć 50% całkowitych kosztów zadania.

### **Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej<sup>14</sup>**

Podstawowym krajowym źródłem finansowania projektów z dziedziny ochrony środowiska jest Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, wspierający przedsięwzięcia ekologiczne o znaczeniu krajowym, ponadregionalnym i lokalnym. Fundusz angażuje się finansowo w realizację m.in. działań z zakresu ochrony powietrza, ochrony wód i gospodarki wodnej, ochrony powierzchni ziemi, ochrony przyrody i krajobrazu oraz edukacji ekologicznej.

Projektodawcami i jednocześnie wnioskodawcami o środki finansowe mogą być jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorstwa, organizacje pozarządowe oraz jednostki administracji rządowej, po spełnieniu obowiązujących w procedurach udzielania wsparcia kryteriów formalnych i merytorycznych. Środki Funduszu przekazywane są do dyspozycji wnioskodawców w formie pożyczek udzielanych bezpośrednio przez Fundusz lub kooperujące z nim banki lub w systemie dotacyjnym. W przypadku udzielenia pożyczki projektodawca ma prawo zwrócić się do Funduszu z wnioskiem o częściowe umorzenie pożyczki, po spełnieniu jednak kilku, znanych w momencie podpisywania umowy pożyczki, warunków. Istnieje również możliwość zaangażowania kapitałowego przez objęcie akcji lub udziałów w przedsiębiorstwach działających w obszarze interwencji Funduszu.

Udzielone przez Narodowy Fundusz dofinansowanie nie może przekroczyć 90% kosztów realizacji przedsięwzięcia, a w razie finansowania tego samego przedsięwzięcia z pozabudżetowych źródeł finansowania (zagraniczne środki pomocowe), 50% różnicy pomiędzy kosztem przedsięwzięcia a przyznanym dofinansowaniem.

Z ekonomicznego punktu widzenia najbardziej dogodną dla wnioskodawcy formą wykorzystania środków Funduszu jest dotacja, czyli bezzwrotne przekazanie określonej kwoty na realizację konkretnego projektu. Dotacyjny system wspierania przedsięwzięć z zakresu ochrony środowiska ma jednak preferencje, wskazując tym samym, jakiego typu projekty mogą uzyskać dotację.

### **Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej**

jest organizacją pozarządową dysponującą kilkoma programami pomocowymi, adresowanymi do mieszkańców i jednostek samorządu terytorialnego na obszarach wiejskich, a więc terenów z gruntu rzeczy o sporym potencjale turystycznym. Instrumenty pozostające w posiadaniu Funduszu są zbieżne z zakresami interwencji programu SAPARD oraz PAOW, dlatego jego środki często wykorzystywane są przez samorządy lokalne do uzupełnienia wkładu własnego, niezbędnego do ubiegania się o środki pomocowe. Obszary wspierane przez Fundusz to inwestycje w infrastrukturę wiejską, wsparcie pozarolniczej działalności gospodarczej oraz tworzenie miejsc pracy na obszarach wiejskich. Angażowanie się EFRWP w rozwój infrastruktury technicznej opiera się między innymi na projektach z zakresu remontów dróg gminnych i powiatowych, zaopatrzenia w wodę oraz zbiorowego odprowadzania i oczyszczania ścieków. Wsparcie finansowe takich projektów

---

<sup>14</sup> Pomoc finansową o podobnym charakterze świadczą również wojewódzkie oddziały NFOŚ.

odbywa się tylko i wyłącznie w formie kredytu inwestycyjnego. Fundusz udziela także pomocy – w formie subwencji – na realizowane przez jednostki publiczne zadania dotyczące gospodarki odpadami stałymi. Trzecie pole aktywności Funduszu pokrywane jest przez działania na rzecz rozwoju przedsiębiorczości i pozarolniczej – w tym agroturystycznej – działalności gospodarczej na terenach wiejskich. Projekty o charakterze agroturystycznym mogą dotyczyć inwestycji:

- w bazę noclegową, polegających na zakupie, budowie, rozbudowie, modernizacji i adaptacji budynków mieszkalnych, budynków towarzyszących i gospodarskich na agroturystyczną bazę noclegową dla turystów, a także budowie lub modernizacji instalacji kanalizacyjnej, wodnej oraz całej instalacji mieszkaniowej (systemu grzewczego, instalacji gazowej i elektrycznej) w agroturystycznej bazie noclegowej,
- w bazę „pierwszego wyposażenia inwestycyjnego”, polegających na zakupie niezbędnego wyposażenia inwestycyjnego budowanych obiektów agroturystycznych, obejmującego zarówno środki trwałe, jak i inne rzeczowe składniki majątku obrotowego wielokrotnego użytku, – ściśle i jednoznacznie związanego z wyposażeniem i funkcjonowaniem wymienionych obiektów,
- bazę gastronomiczną, polegających na zakupie, budowie, rozbudowie, modernizacji i adaptacji obiektów przeznaczonych do świadczenia usług gastronomicznych dla turystów wraz z całą infrastrukturą sanitarno-gazowo-elektryczną,
- w bazę rekreacyjno-sportową i kulturową, polegających na zakupie, budowie, rozbudowie, modernizacji i adaptacji obiektów stanowiących lokalną atrakcję turystyczną, związanych z bezpośrednim świadczeniem usług rekreacyjno-sportowych i kulturowych dla turystów.

O środki finansowe na opisane działania inwestycyjne aplikować mogą głównie rolnicy i ich rodziny, organizacje pozarządowe, gminy i związki międzygminne.

### **Program Banku Światowego Aktywizacja Obszarów Wiejskich – PAOW**

Naczelnym celem programu współfinansowanego środkami z Międzynarodowego Banku Odbudowy i Rozwoju (Bank Światowy) – jak nazwa wskazuje – jest aktywizacja obszarów wiejskich, stymulowana wielowątkowo przez finansowe i doradcze wspieranie rozwoju przedsiębiorczości (Komponent A), rozwój zasobów ludzkich (Komponent B) oraz inwestycje w infrastrukturę wiejską (Komponent C – zakończony).

Program realizowany jest na terenach wiejskich Województwa Małopolskiego, jego beneficjentami natomiast są gminy wiejskie, miejsko-wiejskie oraz miasta do 20 000 mieszkańców.

Realizacja komponentu mikropożyczkowego, ukierunkowana jest na tworzenie nowych, pozarolniczych miejsc pracy, w tym również w **sektorze agroturystycznym**. Zainteresowani i zakwalifikowani do programu mieszkańcy obszarów wiejskich przechodzą merytoryczną „ścieżkę przedsiębiorcy” w procesie szkoleniowo-doradczym, sporządzając biznesplan wybranego przedsięwzięcia. Po procesie przygotowawczym uzyskują prawo do złożenia wniosku o mikropożyczkę na uruchomienie projektowanej działalności gospodarczej w maksymalnej wysokości 5 000 USD (kwota wypłacana jest w zł). Dodatkowo, wskazana w programie kategoria pożyczkobiorcy może również ubiegać się o bezzwrotną dotację na cele inwestycyjne w nowo powstałym przedsiębiorstwie, w wysokości 3

600 zł. Komponent ten wdrażany będzie do końca czerwca 2004 r. lub wyczerpania budżetu pożyczkowego. Zarządzanie komponentem mikropożyczkowym powierzone zostało Fundacji na Rzecz Rozwoju Polskiego Rolnictwa.

Środowisko odpowiedzialne za programowanie PAOW wskazuje na możliwość uruchomienia II edycji programu na lata 2005-2007. Aktualne projekcje dotyczące zawartości merytorycznej ewentualnej II edycji programu jednoznacznie wskazują na ponowienie możliwości ubiegania się samorządów lokalnych o dofinansowanie inwestycji z zakresu infrastruktury wiejskiej (wodociągi, kanalizacja, drogi, gospodarka odpadami). Dzisiaj jednak trudno jednoznacznie ocenić wiarygodność tych zamierzeń.

### **Środki Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych - PFRON**

Zgodnie z ustawą z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz. U. Nr 123 z 1997 r. poz. 776) PFRON dysponuje środkami finansowymi przeznaczonymi na likwidację barier urbanistyczno-architektonicznych.

Na jej bazie we wrześniu 2003 r. przyjęto „Program wyrównywania różnic między regionami”. Celem strategicznym programu jest wyrównanie szans osób niepełnosprawnych, zamieszkujących regiony słabo rozwinięte gospodarczo i społecznie w dostępie do rehabilitacji zawodowej i społecznej.

Ze środków przeznaczonych na realizację programu udzielona może być pomoc regionalna w ramach:

- obszaru A - na wyposażenie obiektów służących rehabilitacji osób niepełnosprawnych w sprzęt rehabilitacyjny,
- obszaru B - na likwidację barier w zakładach opieki zdrowotnej i placówkach edukacyjnych w zakresie umożliwienia osobom niepełnosprawnym poruszania się i komunikowania,
- obszaru C - dla pracodawców, w tym przedsiębiorców z chronionego i otwartego rynku pracy, na wyposażenie nowych miejsc pracy dla osób niepełnosprawnych, odpowiednio do ich potrzeb i możliwości,
- obszaru D - na likwidację barier transportowych,
- obszaru E - na wsparcie działań zapobiegających powstawaniu lub pogłębianiu niepełnosprawności.

### **Środki Fundacji Wieku Pary**

Misją Fundacji Wieku Pary jest ochrona dziedzictwa kulturowego kolei oraz promocja i rozwój transportu szynowego. Fundacja realizuje swoje cele między innymi poprzez:

- inspirowanie i wspieranie finansowe, organizacyjne i prawne działań ochronnych i konserwatorskich wobec historycznych obiektów kolejowych (także tych nie znajdujących się w urzędowym rejestrze zabytków), poszukiwanie takiego wykorzystania historycznych obiektów, które nie powodowałoby istotnych zmian w ich zabytkowym charakterze, wspólnie z właścicielami, użytkownikami obiektów oraz z konserwatorami zabytków oraz ochronę kolejowego krajobrazu kulturowego,

- wspieranie dokumentowania i opracowywania historii zabytków kolejnictwa, prac naukowych z dziedziny historii kolei, wydawnictw specjalistycznych, wspieranie ośrodków muzealnych i skansenów,
- wspieranie i organizowanie działań promujących transport szynowy, w tym wydarzeń kulturalnych związanych z koleją, imprez masowych, itp.

### 16.3. Dotacje rządowe

#### 16.3.1 Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej

Podstawowym, krajowym źródłem finansowania przedsięwzięć turystycznych i okołoturystycznych są środki budżetu państwa pozostające w dyspozycji Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej oraz środki przekazywane w ramach mecenatu Ministerstwa Kultury. Środki te jednak przeznaczone są na dofinansowanie projektów składanych przez jednostki spoza sektora finansów publicznych, w tym również stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego.

Priorytety wskazane w zasadach ubiegania się o środki z dotacji celowej budżetu państwa obejmują realizację:

- **Działań edukacyjnych i upowszechniających wiedzę z zakresu** prawidłowego przygotowania wniosków dla pozyskania funduszy strukturalnych, zasad prowadzenia działalności gospodarczej po akcesji do Unii Europejskiej, z uwzględnieniem ochrony praw konsumenta usług turystycznych), potrzeby rozwoju turystyki z zachowaniem zasad rozwoju zrównoważonego.
- **Działań programowo-planistycznych obejmujących możliwość tworzenia regionalnych i ponadregionalnych strategii i programów rozwoju turystyki.**
- **Działań inwestycyjnych w obszarze zasobów ludzkich i infrastruktury turystycznej obejmujących** — upowszechnianie aktywnych form turystyki kształcenie, szkolenie i doskonalenie kadr zawodowych i społecznych dla turystyki, poprawę jakości usług w turystyce, podniesienie atrakcyjności turystycznej gmin uzdrowiskowych.
- **Działań w zakresie wytyczania i znakowania na terenie Polski szlaków turystycznych, kulturowych, tematycznych o zasięgu międzynarodowym lub ponadregionalnym.**

Projekty zakwalifikowane do dofinansowania uzyskują wsparcie na zasadzie refundacji, co oznacza, iż wnioskodawca musi posiadać środki zapewniające pełne wykonanie projektu. Istnieje wszakże jeden wyjątek od tej reguły – wszystkie projekty realizowane powyżej 3 miesięcy, posiadające przyznaną dotację w wysokości powyżej 30 000 zł mogą skorzystać z prawa wypłaty dotacji w dwóch transzach. Na etapie planowania projektu konieczne należy uwzględnić wymagany przez Ministerstwo Gospodarki czas realizacji zadań – na rok 2004 ustalono, iż wykonanie projektu musi się odbyć w okresie od kwietnia do 15 listopada, co narzuca projektodawcom rzeczywistość budżetowa. Teoretycznie kwota przyznanej dotacji nie powinna przekraczać 50% całkowitego budżetu zadania. Komisja

oceniająca może jednak podnieść próg dofinansowania do 70% całkowitych kosztów, głównie w przypadku działań dotyczących wytyczania i znakowania szlaków oraz działań edukacyjnych, polegających na poprawie jakości kształcenia kadr dla turystyki. W ramach dotacji z budżetu państwa istnieje również możliwość uzyskania dofinansowania na organizację obchodów Światowego Dnia Turystyki, przypadającego w połowie 2004 roku – jak wynika z dostępnych informacji, maksymalny poziom dofinansowania tego przedsięwzięcia może wynosić także 70% całkowitego budżetu projektu.

### 16.3.2 Ministerstwa Kultury

Środków z dotacji celowych na zadania z zakresu kultury i jej turystycznych aspektów można poszukiwać również w Ministerstwie Kultury. Podobnie jak w przypadku MGPIPS, corocznie określane są priorytety projektów, które mogą uzyskać wsparcie z tych środków.

#### **Priorytety na rok 2004 obejmowały:**

- Promowanie wartościowych międzynarodowych przedsięwzięć artystycznych.
- Promowanie kultury polskiej za granicą i wspieranie programów przeznaczonych dla Polonii.
- Działania na rzecz podtrzymania tożsamości kulturowej, ochrony i propagowania kultur mniejszości narodowych.
- Promowanie osiągnięć w zakresie ochrony i konserwacji zabytków. Opracowywanie programów ochrony zabytków oraz materiałów pomocniczych w jej sprawowaniu.
- Wspieranie przedsięwzięć dotyczących bezpieczeństwa zabytków.
- Wspieranie działań na rzecz dostępu do dóbr kultury dla osób niewidomych

a wdrażane powinny być przez:

- organizowanie festiwali, przeglądów, tournée zespołów artystycznych, konkursów, konferencji, seminariów, szkoleń, spotkań, plenerów, warsztatów, kursów, wystaw i innych imprez,
- wydawanie niskonakładowych, niekomercyjnych publikacji, periodyków, książek, w tym przekładów literatury także z wykorzystaniem innych technik zapisu niż druk, katalogów, druków ulotnych, nut, nagrań fonograficznych i audiowizualnych,
- zakup książek i czasopism dla niewidomych,
- zakup dóbr służących podtrzymaniu tożsamości kulturowej mniejszości narodowych,
- prowadzenie badań naukowych, prac studialnych i krytycznych, opracowywanie ekspertyz, recenzji, tworzenie systemów informacyjnych, inwentaryzację, renowację i konserwację zbiorów bibliotecznych i innych obiektów kultury materialnej.

Minister Kultury dysponuje ponadto - na mocy ustawy z dnia 29 lipca 1992 roku o grach i zakładach wzajemnych (Dz. U. Z 1998 roku Nr 102, poz. 650 ze zmianami) na podstawie art. 47b - środkami specjalnymi pochodzącymi z dopłat do

stawek w grach stanowiących monopol państwa. Środki te są przeznaczone wyłącznie na promowanie i wspieranie:

- ogólnopolskich i międzynarodowych przedsięwzięć artystycznych, w tym o charakterze edukacyjnym,
- twórczości literackiej i czasopiśmiennictwa oraz działań na rzecz kultury języka polskiego i rozwoju czytelnictwa, wspieranie czasopism kulturalnych i literatury niskonakładowej,
- działań na rzecz ochrony polskiego dziedzictwa narodowego,
- młodych twórców i artystów,
- działań na rzecz dostępu do dóbr kultury osób niepełnosprawnych.

### 16.3.3 Ministerstwo Edukacji Narodowej i Sportu

MENiS, podobnie jak wyżej wskazane ministerstwa, corocznie dysponuje pulą pieniędzy przeznaczoną na realizację zadań zleconych jednostkom spoza sektora finansów publicznych. W roku 2004 ustalono następujące priorytety:

- Opracowywanie i wydawanie publikacji wykorzystywanych do realizacji celów wychowawczych i profilaktycznych przez nauczycieli i wychowawców.
- Realizacja programów wychowawczych, profilaktycznych, wyrównywania szans edukacyjnych dzieci i młodzieży, porządku i bezpieczeństwa publicznego, ochrony i promocji zdrowia dzieci, młodzieży i studentów.
- Wspieranie organizacji ogólnopolskich i ponadwojewódzkich imprez, festiwali, przeglądów, konkursów, pomoc młodzieży zdolnej i utalentowanej. Promocja twórczych osiągnięć dzieci i młodzieży oraz studentów, organizacja ogólnopolskich olimpiad przedmiotowych.
- Wspieranie nowatorskich działań związanych z reformą oświaty i zmianami w systemie szkolnictwa wyższego. Badania nad systemem edukacji narodowej.
- Doskonalenie zawodowe kadry pedagogicznej przedszkoli, szkół i innych placówek oświatowych, organizowanie seminariów, warsztatów, konferencji dla nauczycieli.
- Działania na rzecz mniejszości narodowych i etnicznych.
- Działania wspomagające rozwój przedsiębiorczości wśród młodzieży oraz studentów.
- Działania na rzecz dzieci, młodzieży i studentów niepełnosprawnych. Ochrona praw ucznia/wychowanka.
- Upowszechnianie krajoznawstwa i turystyki, kultury fizycznej oraz sportu.
- Wspieranie działań na rzecz wiedzy o Unii Europejskiej.
- Opracowywanie i wydawanie publikacji wspomagających nauczanie historii, geografii i języka wśród Polonii oraz publikacji o Polonii.
- Organizowanie wypoczynku dla dzieci i młodzieży polonijnej.
- Organizowanie ogólnopolskich i ponadwojewódzkich akcji letniego wypoczynku dla dzieci, młodzieży oraz studentów.

- Wspieranie działań w zakresie przygotowania młodzieży do życia w społeczeństwie obywatelskim.

MENiS dysponuje ponadto środkami z dopłat do stawek w grach liczbowych. Ze środków tych dofinansowywane są inwestycje w infrastrukturę sportową, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 15 stycznia 2003 r. w sprawie szczegółowych zasad dofinansowywania modernizacji, remontów i inwestycji obiektów sportowych oraz rozwijania sportu wśród dzieci, młodzieży i osób niepełnosprawnych, trybu składania wniosków o dofinansowanie oraz przekazywania środków na realizację zadań i ich rozliczania (Dz.U.Nr 5, poz. 48 z 17 stycznia 2003 r.).

Zgodnie z wyżej wymienionym Rozporządzeniem środkami z dopłat do stawek w grach liczbowych prowadzonych przez „Totalizator Sportowy Sp. z o.o.” mogą być dofinansowywane:

- **„inwestycje określone w planie inwestycji o szczególnym znaczeniu dla sportu”** (§2, pkt.3, poz.1) Objęcie planem tych inwestycji następuje na wniosek akademii wychowania fizycznego, Centralnego Ośrodka Sportu, klubu sportowego, związku sportowego lub stowarzyszenia kultury fizycznej o zasięgu ogólnopolskim składany Prezesowi Polskiej Konfederacji Sportu.
- **„inwestycje określone w wojewódzkich wieloletnich programach rozwoju bazy sportowej, uchwalanych przez sejmiki województw”** (§2, pkt.3, poz.2). Podmioty ubiegające się o dofinansowanie zgłaszają wnioski o wpisanie przedsięwzięć do programów rozwoju bazy sportowej bezpośrednio do Urzędów Marszałkowskich. Na podstawie programów wojewódzkich opracowywany jest w Ministerstwie Edukacji Narodowej i Sportu ogólnokrajowy plan dofinansowań na dany rok kalendarzowy.

## 17 BIBLIOGRAFIA

- Hanna Borne, Andrzej Soliński *Organizacja turystyki*; WSiP, Warszawa 1998
- Middleton Victor T.C. *Marketing w turystyce*; PAPT, Warszawa 1996
- Henryk Lesiak, *Wieś i Dwór w powiecie kutnowskim t. I i II*; FOR PRESS, Kutno 2003
- Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Kutnowskiej *Kutnowskie Zeszyty Regionalne tomy IV – VII*; Kutno 2000-2003
- Starostwo Powiatowe w Kutnie *Powiat Kutnowski – album*; UNITEX
- *Zabytki powiatu kutnowskiego*; Progres, Kutno 2003
- Janusz Ziemacki *Kutnowskie Kościoły*; Printex, Kutno 2001
- Broszury i materiały ulotne z Regionu
- Strony internetowe
- Strategia Rozwoju Powiatu Kutnowskiego
- Strategia Rozwoju Województwa Łódzkiego