



Pętla Żuławska



Zatoka Gdańska

Model zarządzania marką turystyczną

www.petla-zulawska.pl

Spis treści

| | | |
|--------|--|----|
| 1. | Wprowadzenie | 4 |
| 2. | Elementy składowe produktu turystycznego | 5 |
| 2.1. | Elementy składowe produktu turystycznego | 5 |
| 2.1.1. | Podstawowe definicje | 5 |
| 2.1.2. | Rdzeń produktu | 6 |
| 2.1.3. | Produkt rzeczywisty | 6 |
| 2.1.4. | Produkt poszerzony | 7 |
| 2.1.5. | Struktura i tożsamość marki | 8 |
| 2.2. | Charakterystyka produktu turystycznego | 10 |
| 2.2.1. | Zatoka Gdańska | 10 |
| 2.2.2. | Pętla Żuławska | 11 |
| 2.2.3. | Wykaz portów i przystani | 12 |
| 2.2.4. | Firmy czarterujące i przystanie żeglarskie | 41 |
| 2.3. | Podmioty zarządzające – stan wyjściowy | 42 |
| 2.3.1. | Gminy i powiaty terenu Pętli Żuławskiej | 43 |
| 2.3.2. | Pętla Żuławska Sp. z o.o. | 43 |
| 2.3.3. | Gminy i powiaty obszaru Zatoki Gdańskiej | 44 |
| 2.3.4. | Samorząd wojewódzki | 45 |
| 3. | Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym | 46 |
| 3.1. | Model I | 46 |
| 3.1.1. | Wariant 1 | 47 |
| 3.1.2. | Wariant 2 | 48 |
| 3.1.3. | Wariant III | 49 |
| 3.2. | Model II | 49 |
| 3.3. | Model III | 50 |
| 3.4. | Aspekty prawno-funkcjonalne | 52 |
| 4. | Zarządzanie marką – model docelowy | 54 |
| 4.1. | Struktura modelu docelowego | 54 |
| 4.1.1. | Struktura podmiotowa | 54 |
| 4.1.2. | Zasady generalne | 55 |
| 4.1.3. | Program Wspólnych Działań | 55 |
| 4.2. | Struktura funkcjonalna i podmiotowa – opis szczegółowy | 56 |
| 4.2.1. | LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska” | 56 |
| 4.2.2. | Dysponenci infrastruktury | 57 |
| 4.2.3. | Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna | 59 |



| | | |
|--------|---|----|
| 4.2.4. | Samorząd wojewódzki..... | 60 |
| 4.2.5. | Interesariusze..... | 61 |
| 4.3. | Ścieżka dojścia do modelu docelowego | 62 |
| 4.3.1. | Okres 2016-2018..... | 62 |
| 4.3.2. | Okres 2019-2023..... | 62 |
| 4.3.3. | Po 2023 roku | 63 |
| 4.4. | Czynniki wpływające na funkcjonowanie modelu docelowego | 63 |
| 5. | Podsumowanie | 65 |
| | Spis rysunków | 66 |

1. Wprowadzenie

Prezentowany *Model zarządzania marką turystyczną* jest elementem dokumentacji projektu pt. "Strategia kreacji i promocji marki dla oferty turystycznej Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej" i stanowi wynik prac nad zadaniem 5 tego projektu.

Model przygotowano w ramach przedsięwzięcia strategicznego *Rozwój oferty turystyki wodnej w obszarze Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej*, określonego w Regionalnym Programie Strategicznym *Pomorska Podróż*.¹

Główny celem opracowania jest określenie docelowego sposobu zarządzania dwoma markami produktów turystycznych: Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska.

Główne założenie prezentowanego *Modelu zarządzania* dotyczy odrębnego kształtowania każdej z marek produktowych. Przyjęto jednocześnie, że stanowią one składowe portfolio marek produktowych w ramach spajającej całość oferty województwa w dziedzinie turystyki wodnej) marki *!Pomorskie – Tu się pływa*.

Efektom prac jest model sieciowej struktury organizacyjnej służącej kreowaniu i utrzymywaniu tych marek.

Proponowane rozwiązanie nawiązuje do *Strategii komunikacji*, również odnoszącej się do marek i produktów Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska, opisującej cele komunikacji, koncepcję kreatywną oraz kanały i narzędzia komunikacji, jak również ramowy harmonogram działań². *Model zarządzania marką turystyczną* oraz *Strategia komunikacji* stanowią materiały komplementarne, które w istotny sposób określają kierunki potrzeby kreacji i promocji oferty turystycznej Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej.

¹ *Regionalny Program Strategiczny w zakresie atrakcyjności kulturalnej i turystycznej Pomorska Podróż*, Gdańsk 2013, str. 49

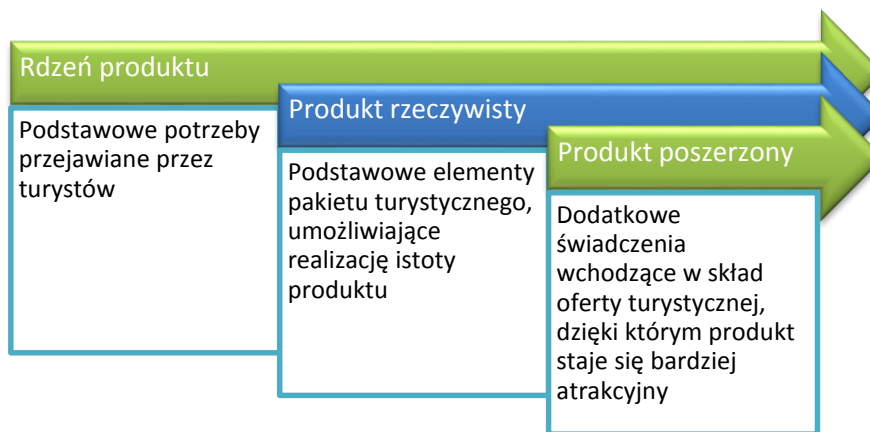
² *Zatoka Gdańska, Pętla Żuławska. Strategia komunikacji*, 2015 (opracowanie w ramach *Strategii kreacji i promocji marki dla oferty turystycznej Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej*)

2. Elementy składowe produktu turystycznego

2.1. Elementy składowe produktu turystycznego

2.1.1. Podstawowe definicje

Produkt turystyczny to komplet przedmiotów materialnych i usług, które turysta w czasie swojej podróży wykorzystuje lub konsumuje³. Struktura produktu turystycznego wskazuje na potrzeby turystów, jako rdzeń tworzący produkt turystyczny, na podstawie którego definiowany jest produkt rzeczywisty, stanowiący usługi i infrastrukturę niezbędną do realizacji podstawowej części oferty. Innymi słowy, jest to część produktu stanowiąca o jego charakterze, zaadresowana do grupy docelowej. Kolejnym elementem struktury produktu turystycznego jest tzw. produkt poszerzony, który składa się z dodatkowych walorów oferty zwiększających jego atrakcyjność. Opisany model produktu turystycznego przedstawia poniższy schemat⁴.



Rysunek 1 Elementy składowe produktu turystycznego

Źródło: Opracowanie własne.

Nawiązując do tego schematu, analogiczny podział zastosować można względem Zatoki Gdańskiej i Pętli Żuławskiej:

Przyjęto następujące założenia definicyjne odnoszące się do struktury produktu turystycznego:

- **Rdzeń produktu:** akwen (szlak wodny), krajobraz, miejsce do zacumowania jednostki.
- **Produkt rzeczywisty** (podstawowy): akwen (szlak wodny), krajobraz, miejsce do zacumowania, oferta przystani.
- **Produkt poszerzony:** akwen (szlak wodny), krajobraz, miejsce do zacumowania, oferta przystani oraz atrakcje w rejonie przystani: miejsca (obiekty i tereny) i wydarzenia.

³ Kaspar C., Kunz B. R., *Unternehmungsführung im Fremdenverkehr*, Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart, 1982

⁴ Ph.Kotler, *Principles of Marketing*, Prentice Hall Inc., New York 1980

2.1.2. Rdzeń produktu

Pomorskie – tu się pływa – docelowo rdzeniem produktu turystycznego (linii produktów turystyki wodnej) dla całego województwa pomorskiego są akweny/szlaki wodne umożliwiające uprawianie rekreacji na wodzie i sportów wodnych wraz z:

- parametrami akwenu / szlaku wodnego (głębokości, przeszkody nawigacyjne, stan sanitarny wody),
- warunkami pogodowymi (wiatr, temperatura powietrza, temperatura wody, nasłonecznienie i in.),
- miejscami umożliwiającymi wejście na ląd / zejście z lądu na jednostkę,
- cechami krajobrazu widocznego z tych akwenów/ szlaków wodnych.

Spędzanie czasu na akwenach Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej stanowi cel użytkowników, którzy są zainteresowani skorzystaniem z warunków panujących na tych wodach. Rdzeń produktu jest kluczowy dla wszystkich grup użytkowników, w tym przede wszystkim żeglarzy⁵ i surferów, jak również motorowodniaków oraz organizatorów sportu, turystyki i rekreacji.

Ze strony potencjalnych grup docelowych występuje jednocześnie zapotrzebowanie na świadczenie usług, które nie tylko umożliwiłyby skorzystanie z tego obszaru, ale i zwiększały atrakcyjność spędzania czasu, także w przerwach pomiędzy pływaniem po akwenu. Są to w pierwszej kolejności usługi świadczone przez porty i przystanie bądź na ich terenie lub w bezpośrednim ich sąsiedztwie.

2.1.3. Produkt rzeczywisty

Odpowiedzią na potrzeby turystów jest produkt rzeczywisty, w którego skład wchodzi w pierwszej kolejności porty i przystanie znajdujące się na analizowanym obszarze, wraz z ich ofertą kierowaną do użytkowników. Elementem produktu rzeczywistego jest też dostęp do systemu zautomatyzowanej obsługi punktów żeglarskich⁶.

W przypadku Pętli Żuławskiej działania podejmowane w ramach projektu „Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I” ukierunkowane na modernizację i rozwój sieci portów, przystani żeglarskich i pomostów, spowodowały znaczną poprawę potencjału produktu rzeczywistego tego obszaru. Z kolei na Zatoce Gdańskiej istnieje potrzeba ujednoczenia oferty oraz modernizacji istniejących obiektów, co jest elementem niezbędnym dla możliwości zintegrowania oferty i powiązania marek Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej.

Zatem: produkt rzeczywisty to przede wszystkim przystanie i porty wraz z istniejącą infrastrukturą, co zostało uwidocznione w badaniach: wodniacy wskazywali głównie na poszczególne elementy infrastruktury jako wyznaczniki własnych potrzeb. Ważne jest także stworzenie produktu sieciowego, a więc takiego, który w różnych

⁵ Zgodnie ze *Strategią Komunikacji wśród żeglarzy* wyodrębnia się: „wędrowców” – miłośników krajobrazu podziwianego i utrwalanego (fotografowanego) od strony wody, osoby ceniące czas spędzony w gronie przyjaciół i rodziny („rodzinno-towarzyscy”) lub aktywny krótki wypoczynek („weekendowi”), a także miłośników wyczynu w określonych warunkach pogodowych (żeglarze - „sportowcy”), czy też osoby uczące się sztuki żeglowania („adepti”).

⁶ Idea systemu sprowadza się do kilku zasadniczych elementów: elektronicznych instrumentów płatniczych i wodoodpornych biletów jednorazowych; czytników i urządzeń odczytujących dane z elektronicznych instrumentów płatniczych i wodoodpornych biletów jednorazowych; dystrybucji elektronicznych instrumentów płatniczych i wodoodpornych biletów jednorazowych; oraz systemu automatów wrzutowych, zastępującego elektroniczne instrumenty płatnicze. Por. *Analiza Wykonalności dla Przedsięwzięcia "Rozwój oferty turystyki wodnej w obszarze Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej"* str. 90-94

lokalizacjach (marinach) obejmować będzie podobne składniki oferty, sposoby obsługi, jak również będzie się cechować jednolitością identyfikacji wizualnej i dostarczanych materiałów informacyjno-promocyjnych. Dzięki temu obszar będzie postrzegany jako bardziej atrakcyjny.

Przyjęto, że w skład produktu rzeczywistego wchodzi w szczególności dostępne usługi i standard obsługi:

- Dostęp do usług przystani – toalety, prysznic, zasilanie,
- Usługi techniczne przystani: slipowanie, przeglądy, drobne remonty i usługi serwisowe, zimowanie, możliwość zakupu drobnych elementów wyposażenia,
- Dostęp do usług dodatkowych na przystani lub w jej bezpośrednim sąsiedztwie – drobne zakupy, gastronomia, miejsce dla dzieci, budynek zaplecza z wyposażeniem dodatkowym, darmowe wi-fi,
- Godziny otwarcia portów i przystani,
- Kultura obsługi (szkolenie umiejętności i produktowe).

Ważnym atutem portów i przystani jest ich wyposażenie w mapy, przewodniki, informatory turystyczne służące zarówno żegludze, jak i spędzaniu czasu na brzegu.

Walorem mogącym wpływać na postrzeganie portów i marin jako bardziej atrakcyjnych jest możliwość uzyskania świadczeń nieodpłatnych i otrzymywanych nieodpłatnie gadżetów pamiątkarskich (jak chorągiewki / przywieszki do umieszczenia na wantach, relingach, pamiątkowe pieczętki czy inne elementy budujące wizerunek przystani i podtrzymujących zainteresowanie produktem, również po zakończeniu jego bezpośredniego użytkowania).

Skuteczne wykreowanie marki jest w dużym stopniu zależne od **dysponentów infrastruktury** portów, przystani i marin – czyli właścicieli bądź zatrudnionych przez nich operatorów.

2.1.4. Produkt poszerzony

Produkt poszerzony to oferta spędzania czasu w rejonie łatwo bądź względnie łatwo dostępnym z portu lub przystani drogą lądową. Obejmuje miejsca (obiekty i tereny) oraz wydarzenia, wraz z możliwością dotarcia do nich drogą lądową.

Propozycją jest kreowanie pakietów turystycznych dla wodniaków łączących pobyt na Pętlі Żuławskiej i/lub Zatoce Gdańskiej z lokalnymi wydarzeniami i ofertą kulturalną. Ważne jest także wyznaczenie kolejnych szlaków wraz z informacją o ich przebiegu oraz atrakcyjnych miejscach i wydarzeniach na trasie, dzięki czemu możliwe będzie pokazanie turystom-wodniakom możliwych aktywności na lądzie. Oferta szlaków może być definiowana w sposób trwały, bądź na konkretny sezon, zależnie od aktualnego kalendarza imprez na lądzie, ale też od zaawansowania procesów inwestycyjnych i technicznej dostępności obiektów.

Produkt poszerzony powinien zostać rozbudowany o świadomą współpracę z firmami czarterującymi poprzez m.in. udostępnianie im materiałów promocyjnych i map, informowanie o wytyczonych szlakach (należy zauważyć, że jedna z firm czarterujących na swojej stronie internetowej wykorzystuje Pętlę Żuławską jako dźwignię promocji pokazując klientom trasy, którymi można pływać wynajętymi łodziami), ale także poprzez odpowiednią politykę cenową. W działania warto włączyć także kluby jachtowe i szkoły pływania, ponieważ w sposób naturalny docierają one do niektórych grup docelowych (osób zajmujących się żeglarstwem amatorsko i/lub zawodowo). Współpraca taka powinna się opierać m.in. o zapraszanie członków klubów do udziału w regatach, ewentualnie stworzenia wydarzenia dedykowanego adeptom sztuki żeglarstwa, a także na dystrybuowaniu materiałów promocyjnych wśród żeglarzy.

Jednocześnie, w ramach tej kategorii można także wskazać dodatkowo na atrakcje związane z otoczeniem akwenów np. dotyczące dziedzictwa kulturowego Żuław Wiślanych, czy też historyczne miasta zlokalizowane na wybrzeżu Zatoki Gdańskiej, jak również wydarzenia o charakterze turystycznym bądź pokrewnym, potencjalnie przyciągających turystów (tych elementów produktu rozszerzonego w niniejszym opracowaniu nie wyszczególniano ani charakteryzowano). Niezbędne do tego jest zaangażowanie w promocję marki Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej lokalnej społeczności i organizacji, w tym przede wszystkim Lokalnych Grup Działania, Lokalnych Grup Rybackich, klastrow związanych z turystyką, stowarzyszeń turystycznych itd.

2.1.5. Struktura i tożsamość marki

Pętla Żuławska oraz **Zatoka Gdańska** – to dwie marki, odzwierciedlające produkty turystyki wodnej istotne dla Województwa Pomorskiego. Ważne jest, że produkt Pętla Żuławska jest marką wspólną dla Województwa Pomorskiego i Województwa Warmińsko-Mazurskiego.

Produktem rzeczywistym Zatoka Gdańska jest akwen Zatoki wraz z portami, przystaniami i marinami położonymi na brzegu Zatoki bądź służących żegludze na Zatoce. Produktem rzeczywistym Pętla Żuławska są szlaki wodne rzek i kanałów Żuław Wiślanych, Wisły i akwen Zalewu Wiślanego wraz z portami, przystaniami i marinami położonymi na brzegu na brzegach tych wód.

Pod względem tożsamości i osobowości marek:

- dla Pętli Żuławskiej adekwatny jest przekaz zawarty w takich sformułowaniach, jak natura, spokój, zabytki, wypoczynek rodzinny,
- dla Zatoki Gdańskiej właściwsze określenia to: wyzwanie, energia, aktywność, sport, umiejętności.

Strategia komunikacji jest budowana dla nich odrębnie i stanowi przedmiot odrębnego opracowania.⁷

Należy również uwzględnić, że ścisłe rozgraniczenie terytorialne obu produktów nie jest możliwe jeśli chodzi o obiekty zlokalizowane na wodach Gdańska, na Wiśle Śmiałej i Martwej Wiśle – z uwagi na to, że są one wykorzystywane zarówno przez osoby uprawiające żeglugę w ramach Pętli, jak i na Zatoce. Podobnie Gdańsk jako atrakcja turystyczna jest ważna dla produktu rozszerzonego Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej. Specyficznymi atutami tych akwenów są:

- dla Pętli Żuławskiej: duże zróżnicowanie szlaków pod względem przyrodniczym i krajobrazowym, wielokulturowość oraz lokalna, unikatowa zabudowa historyczna (od budowli hydrotechnicznych i architektury Żuław po zamek w Malborku),
- dla Zatoki Gdańskiej: wymagające warunki żeglowania oraz liczne wydarzenia sportowe (w tym żeglarstwo) i kulturalne.

Pętla Żuławska oraz **Zatoka Gdańska** to marki stanowiące w przyszłości dwie z większej liczby marek produktów turystycznych, w tym wodnej, kreowanych przez Województwo Pomorskie.

!Pomorskie – tu się pływa to marka parasolowa, spajająca wszystkie marki produktowe, wodne regionu, łącząca wielką ilość atrakcyjnych atrybutów: krajobrazowych, przyrodniczych, historycznych, kulturowych, społecznych, jak i związanych z samymi cechami akwenów. Z marką tą należy wiązać stwierdzenie, iż Pomorze to „najbardziej

⁷ por. *Zatoka Gdańska, Pętla Żuławska. Strategia komunikacji*, 2015 (opracowanie w ramach *Strategii kreacji i promocji marki dla oferty turystycznej Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej*)



atrakcyjny region w Polsce do aktywnego wypoczynku w kontakcie z przyrodą i wodą, gdzie można cieszyć życiem i poznać pomorską tradycję.”⁸

Zgodnie ze *Strategią komunikacji* marki produktowe będą promowane odrębnie i wspólnie z marką *!Pomorskie – tu się pływa* w zależności od celu, grupy docelowej i wybranego kanału komunikacji.

⁸ Dokument *Tożsamość marki Pomorskie – akweny i szlaki wodne*, UMWP, 2015

2.2.2. Pętla Żuławska

Rdzeń produktu Pętla Żuławska to sieć dróg wodnych obejmująca rzeki: Wisłę, Martwą Wisłę, Motławę, Nogat, Szarpawę, Wisłę Królewiecką, Wisłę Śmiałą, Wielką Świętą – Tugę, Pasłękę, Kanał Jagielloński, Elbląg i akwen Zalewu Wiślanego.



Rysunek 3 Schemat Pętli Żuławskiej

Źródło: <http://zalewwislany.pl>

Na rzekach rozwija się turystyka motorowodna oraz pływanie barkami motorowymi (houseboating). Z Pętli mogą korzystać także wodniacy pływający jachtami, motorówkami, kajakami, a także statki wycieczkowe i barki. Na Zalewie Wiślanym występuje przede wszystkim żeglarstwo, a także żegluga pasażerska, windsurfing i kitesurfing, a zimą bojery.

2.2.3. Wykaz portów i przystani

Wyszczególniono obiekty żeglarskie wchodzące w skład produktu rzeczywistego w obszarze Zatoki Gdańskiej i Pętli Żuławskiej.

1. Hel

Basen Żeglarski Portu Rybackiego w Helu posiada łącznie 35 miejsc postojowych w Y-boomach oraz na nabrzeżu do cumowania longside w całym basenie. Jeśli basen jest przepelniony, można cumować po południowej stronie pirsu Wewnętrznego. Na infrastrukturę składają się: prąd i woda na kei, WC, prysznice.

PORT MORSKI HEL

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 4,5 m. |
| LICZBA MIEJSC | 35 |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • gastronomia • możliwość drobnych napraw • sklepy |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • prysznic + WC • pralka • prąd i woda na kei • monitoring |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa; port rybacki, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | 84-150 Hel, ul. Kuracyjna 1 http://www.porthel.home.pl/ Administracja portu: (58) 675 08 08 E-mail: porthel@home.pl |

2. Jastarnia

Port pełni szereg funkcji stanowi bazę rybołówstwa, pomost pasażerski oraz marinę jachtową. Zaletą portu jest możliwość przyjęcia nawet dużych łodzi (maksymalna długość 60 m oraz zanurzenie 4m). Portowy basen jest chroniony przez 2 falochrony, zachodni ma długość 200 m, a wschodni 80 m. Ponadto, w przystani dostępne są następujące usługi: prąd i woda na pomostach, toalety i prysznice, odbiór śmieci, odbiór olejów i ścieków. Bezpieczeństwo gości zapewnia monitoring.

JASTARNIA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 5 m |
| LICZBA MIEJSC | 60 |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • Sklepy • gastronomia • odbiór śmieci, olejów i ścieków |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • prysznic + WC • prąd i woda na kei • slip w stoczni rybackiej • monitoring |
| PRZEZNACZENIE | Port rybacki; przystań jachtowa, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | 84-140 Jastarnia, ul. Rybacka 33, ul. Mickiewicza 74 http://www.rejsuj.pl/przystanie/profil/4/ tel./faks: (+48) 58 6752013 |

3. Kuźnica – port rybacki i przystań

Kuźnica to port rybacki, charakterystycznie położony w jednym z największych miejsc Mierzei Helskiej. Nabrzeże Postojowo-Wyładunkowe ma długość 92,4 metra i zostało w całości wyremontowane. Falochrony i nabrzeża są oświetlone przez rząd latarni. Na nabrzeżach zostały zlokalizowane przyłącza energetyczne. Na brzegu powstały budynki zaplecza przystani bosmanat, budynek socjalno-administracyjny dla rybaków, budynki sanitarne z WC i prysznicami.

W 2012 roku zmodernizowano także małą przystań rybacką i stworzono port chroniony dwoma falochronami, które jednocześnie stanowią nabrzeża umożliwiające cumowanie jednostek (274m). Infrastruktura portu uzupełniona została o sanitariaty, oraz budynki socjalno-administracyjne.

KUŹNICA – PORT I PRYZSTAŃ RYBACKA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2,5 m. |
| LICZBA MIEJSC | Zależy od liczby kutrów rybackich (6-15 miejsc); 10 miejsc dla jachtów |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • punkt gastronomiczny • wypożyczalnia sprzętu wodnego • wypożyczalnia rowerów • organizacja imprez turystycznych • parking – ok. 30 stanowisk |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • prysznic + WC • prąd na kei • slip/dźwig • monitoring |
| PRZEZNACZENIE | Port rybacki, przystań jachtowa, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | http://www.kuznica.info.pl/atrakcje/2/przystan_i_port_w_kuznicy tel./faks: (+48) 58 675 36 98 |

4. Chałupy – port Celarków

Port istnieje od 1997 roku. Jego atrakcyjne położenie przy miejscowości turystycznej Chałupy sprawia, iż jest on chętnie odwiedzany punktem tras żeglarskich. Drewniane pomosty pozwalają na cumowanie jednostek o zanurzeniu do 1,2 metra. W ramach portu działa restauracja i bar oraz wypożyczalnia sprzętu (łódzie drewniane żaglowe, motorowe i wiosłowe).

CHAŁUPY – PORT CELARKÓW

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1,2 m. |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • punkt gastronomiczny • wypożyczalnia sprzętu wodnego • wypożyczalnia rowerów • organizacja imprez turystycznych • parking – ok. 30 stanowisk • sklepy |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | http://www.portchalupy.wpt.pl m.celarek@hotmail.com |

5. Swarzewo

W Swarzewie działa przystań z pływającym pomostem, bosmanatem i sanitariatami z prysznicami.

PRZYSTAŃ W SWARZEWIE

| | |
|--------------------------------------|--|
| ZANURZENIE USŁUGI | Max. 0,8 m <ul style="list-style-type: none"> • gastronomia • możliwość drobnych napraw • sklepy |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • prysznic • toaleta |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Przystań jachtowa 84-100 Swarzewo, ul. Rybacka http://www.rejsuj.pl/przystanie/profil/324/ |

6. Puck

Port w Pucku jest portem z przystanią rybacką i niezależną mariną jachtową. Stanowi bazę dla floty rybackiej i rozwijającej się żeglugi turystycznej, jest także ośrodkiem sportów wodnych. W skład Portu Morskiego Puck wchodzi: basen rybacki oraz basen jachtowy. Marina jachtowa (żeglarska) w Pucku przyjmuje jednostki o długości kadłuba do 20 m i zanurzeniu nie przekraczającym 2,5 m⁹. Harcerski Ośrodek Morski (port zachodni, rybacki) prowadzony jest przez ZHP, prowadzi aktywną działalność szkoleniową i organizatorską skierowaną głównie do młodzieży, w tym regaty i mistrzostwa Polski w klasie „Puck”.

PORT MORSKI W PUCKU

| | |
|--------------------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2,5 m. (Przed wejściem jest możliwość sprawdzenia aktualnego stanu głębokości u Bosmana Portu Puck lub Władysławowo) |
| LICZBA MIEJSC USŁUGI | 115 <ul style="list-style-type: none"> • gastronomia • możliwość drobnych napraw • wodna stacja benzynowa • parking • sklepy |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • prysznic • toaleta • pralki • slip • wi-fi • prąd i woda na kei • hangary • sala konferencyjna z wyposażeniem audiowizualnym |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Port rybacki; przystań jachtowa Puck, ul. Lipowa 1, ul. Żeglarzy 1 http://moksir.puck.pl/PL/zeglarstwo.html http://www.zalewwislany.pl/zatoka-gdanska/porty-zatoki-gdanskiej/puck-port-jachtowy |

⁹ <http://www.rejsuj.pl/przystanie/profil/24/>



<http://www.rejsuj.pl/przystanie/profil/24/>
moksir-puck@home.pl

HARCERSKI OŚRODEK MORSKI (HOM) W PUCKU

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 0,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 15 longside przy nabrzeżu i falochronie |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • wypożyczalnia – czartery jachtów (żaglowych i motorowych) • organizacja imprez / regat • możliwość napraw • możliwość zimowania • noclegi • gastronomia • parking • sklepy |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • prysznic + WC • toaleta • pralki • baza noclegowa • slip • prąd i woda na kei • hala szkutnicza – możliwość napraw • wi-fi • sale konferencyjne z wyposażeniem audiowizualnym |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | http://www.hompuck.org/ hom@hompuck.org http://www.klasapuck.org/ regaty@klasapuck.org tel. 58 673 21 50, tel. całodobowy: 502-674-698 |

7. Rzucewo

W Rzucewie funkcjonuje żelbetowy pomost stały o dł. 26 m i pomosty pływający (36 m) – powstały w ramach projektu „Pierścień Zatoki Puckiej”. Obiekt nie posiada rozbudowanej infrastruktury.

POMOST W RZUCEWIE

| | |
|-----------------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1 m |
| LICZBA MIEJSC | B.d. |
| USŁUGI (W POBLIŻU POMOSTU) | <ul style="list-style-type: none"> • hotel • gastronomia • parking • sklepy • Park Kulturowy Osada Łowców Fok |
| PRZEZNACZENIE | Żelbetowy pomost stały o dł. 26 m; pomost pływający o dł. 36 m |

8. Osłonino

W Osłoninie funkcjonuje żelbetowy pomost stały o dł. 26 m i pomosty pływający (32 m) – powstały w ramach projektu „Pierścień Zatoki Puckiej”. Obiekt posiada pochylnię do wciągania segmentów pływających.

POMOST W OSŁONINIE

| | |
|-----------------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1 m |
| LICZBA MIEJSC | B.d. |
| USŁUGI (W POBLIŻU POMOSTU) | <ul style="list-style-type: none"> • slip (pochylnia) • hotel/agroturystyka • parking • sklep |
| PRZEZNACZENIE | Żelbetowy pomost stały o dł. 26 m; pomost pływający o dł. 32 m, żelbetowy przyczółek lądowy w odległości ok. 10 m od linii wodnej |

9. Rewa

W Rewie funkcjonuje żelbetowy pomost stały dł. 30 m i pomost pływający (30 m). Powstał w ramach projektu „Pierścień Zatoki Puckiej”. Nie posiada rozbudowanej infrastruktury, lecz na miejscu jest zaplecze turystyczne w postaci miejsc noclegowych oraz punktów gastronomicznych, a także informacji turystycznej.

POMOST W REWIE

| | |
|-----------------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1 m |
| LICZBA MIEJSC | B.d. |
| USŁUGI (W POBLIŻU POMOSTU) | <ul style="list-style-type: none"> • hotel • gastronomia • parking • sklepy • wypożyczalnia sprzętu wodnego • informacja turystyczna |
| PRZEZNACZENIE | Pomost cumowniczo-spacerowy z przyczółkiem o całkowitej długości 60 m (pomost stały o dł. 30 m oraz pomost pływający o dł. 30 m) |

10. Mechelinki

Przystań w Mechelinkach została zbudowana w latach 2013-14 jako przystań rybacka przy wsparciu Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa w ramach Programu Operacyjnego „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007–2013”. Konstrukcja obejmuje m.in. pomost żelbetowy o długości 175 metrów oraz stalowy pomost pomocniczy o długości 55 m. W pobliżu przystani zlokalizowany jest parking i ścieżka pieszo-rowerowa. Z uwagi na źródło finansowania i przeznaczenie obiekt nie jest traktowany jako turystyczny, jakkolwiek bywa przygodnie wykorzystywany przez jednostki pływające na zasadzie „kei gościnnej”.

PRZYSTAŃ RYBACKA W MECHELINKACH

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Pow. 3 m |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • wędzarnia • parking • sklepy |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • warsztat • zaplecze socjalne • slip • prąd na moło |
| PRZEZNACZENIE | Port rybacki |
| DANE KONTAKTOWE | http://www.kosakowo.pl/strona/?q=node/1633 http://www.kosakowo.pl/strona/?q=node/1557 |

11. Gdynia – Marina

Przystań jachtowa „Marina Gdynia” posiada 260 miejsc cumowniczych z dostępem do wody i prądu, a profesjonalnie przygotowana infrastruktura sprzyja zainteresowaniu żeglarzy. Gdyńska marina spełnia wysokie standardy ekologiczne, można korzystać z punktów odbioru ścieków sanitarnych, toalet chemicznych, punktu segregacji śmieci, slipów i żurawia stacjonarnego o maksymalnym obciążeniu do 2,5 tony.

GDYNIA – MARINA GDYNIA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max 3,2 m |
| LICZBA MIEJSC | 260 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • usługi dźwigowe • usługi serwisowe • usługi portowe: pobór wody, prądu, Internet, odbiór śmieci • możliwość drobnych napraw • usługi pralnicze |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • wodna stacja paliw • slip i żuraw obrotowy 2,7t • sanitariaty • pompa do ścieków • prąd i woda na kei • parking przy porcie • zbiornik na zużyte oleje |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Al. Jana Pawła II 13A 81-345 Gdynia Tel: 785 174 719 email: marina@gdyniasport.pl |

12. Sopot – Marina

Marina Sopot zlokalizowana jest na końcu sopockiego Mola. Znajdują się tam trzy baseny, w których przewidziano 103 miejsca postojowe: 63 miejsca dla łodzi o długości do 10 metrów i 40 miejsc dla łodzi o długości do 24 metrów. To także budynek bosmanatu wraz z zapleczem oraz restauracja.

SOPOT – MARINA SOPOT

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 4 m |
| LICZBA MIEJSC | 103 miejsca cumownicze |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • usługi dźwigowe • usługi serwisowe • wynajem elektronarzędzi • możliwość drobnych napraw • usługi pralnicze • usługi portowe: pobór wody, prądu, Internet, odbiór śmieci • szkółka żeglarska • czartery jachtów • usługi biurowe |
| DOSTĘPNOŚĆ | Marina prowadzi działalność od 1 kwietnia do 31 października. |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • sanitariaty • slip • prąd i woda na kei |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | Bosmanat tel. +48 500 696 588 tel. +48 58 342 46 96 marina@sopot-marina.pl |

13. Gdańsk – Brzeźno Molo

Molo na plaży w Gdańsku-Brzeźnie położone jest pomiędzy wejściem do Portu Gdańskiego a Molem w Sopocie. Ma długość 130 metrów i istnieje możliwość cumowania od wschodniej strony, lecz jedynie dla wybranych jednostek (tj. SAR, policja). Wykorzystywane głównie przez policję wodną i służby ratownicze.

14. Gdańsk – Śródmieście

Dwie relatywnie nowe mariny zlokalizowane są w atrakcyjnych miejscach w bezpośrednim pobliżu zabytkowego Głównego Miasta w Gdańsku.

Marina na Motławie. Przystań jachtowa Marina Gdańsk została wybudowana w 1997 roku. Przystań długości 290 m usytuowana jest wzdłuż Nabrzeża Szafarnia na Nowej Motławie. Infrastruktura to nowoczesne zaplecze bosmanatu oraz pomieszczenia sanitarne. Ponadto nabrzeża przystani wyposażone są w przyłącza energii oraz wody. Obiektem zarządza MOSiR Gdańsk.

Gdańsk – Marina Sienna Grobla II (znana również jako marina Na Stępce). Została oddana do użytku w roku 2012. Głębokości umożliwiają zawijanie tu zarówno jachtom balastowo-mieczowym jak i kilowym. Większe jachty mają do dyspozycji fragment nabrzeża. Na pomoście zainstalowane są skrzynki do poboru prądu i krany z wodą. W budynku bosmanatu znajduje się WC i prysznice, a obok parking. Całość jest częściowo ogrodzona i strzeżona całą dobę.

Ponadto na terenie historycznego Śródmieścia Gdańska zlokalizowano:

- Gdańsk – Żabi Kruk – mała przystań żeglarska, wykorzystywana jako przystanek tramwaju wodnego i baza klubu kajakowego; cechuje się ograniczoną dostępnością (konieczność położenia masztu) z uwagi na niskie mosty na Motławie,
- stanowiska cumownicze (dziennego pobytu) na Wyspie Spichrzów.

MARINA GDAŃSK NA MOTŁAWIE

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max 3,2 m |
| LICZBA MIEJSC | 67 - 75 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór zużytych olejów i ścieków zaolejonych • odbiór nieczystości stałych • ochrona 24h • korzystanie z pralko – suszarki • sklepy żeglarskie • sklepy spożywcze • banki i bankomaty • poczta, skrzynka pocztowa • restauracje i kawiarnie |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • sanitariaty, WC i prysznic • zaplecze gastronomiczne • pływająca stacja Lotos 300 m. od przystani na nabrzeżu ul. Wartkiej • bezprzewodowy dostęp do Internetu • energia elektryczna • dostęp do wody pitnej |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | ul. Szafarnia 6/U4 80-755 Gdańsk tel./fax: 58 301 33 78 tel. kom.: 695 564 848 www.marinagdansk.pl email: marina.gdansk@mosir.gda.pl |

GDAŃSK – MARINA SIENNA GROBLA (MARINA NA STĘPCIE)

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 4 m |
| LICZBA MIEJSC | 15 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • usługi serwisowe • usługi portowe: pobór wody, prądu Internet, odbiór śmieci |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • sanitariaty • slip |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska przy ul. Sienna Grobla II 80-752 Gdańsk, ul. Na Stępce 6 tel. +48 506 056 264 e-mail: sienna.grobla@mosir.gda.pl |

PRZYSTAŃ PRZY UL. ŻABI KRUK

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2,8 m |
| LICZBA MIEJSC | 25 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> informacja turystyczna zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic energia elektryczna slip |
| PRZEZNACZENIE | Stacja żeglarska |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań przy ul. Żabi Kruk dla jednostek pływających 80-822 Gdańsk, ul. Żabki Kruk 15 tel. +48 501 710 010 www.zabikruk.pl e-mail:biuro@zabikruk.pl |

15. Gdańsk – Martwa Wisła

Na Martwej Wiśle – odcinek pomiędzy Wisłą Śmiałą, ujściem Motławy a ujściem rzeki do Zatoki Gdańskiej, znajdują się:

- na lewym (południowym) brzegu Martwej Wisły - Stewa, będąca prywatnym ośrodkiem szkoleń motorowodnych z własną przystanią jachtową,
- trzy obiekty zgrupowane przy Tamce na Wyspie Portowej na krótkim odcinku północnego (prawego) brzegu Martwej Wisły:
 - Yacht Klub Północny, zrzeszający żeglarzy i motorowodniaków, wywodzący się z klubu Stoczni Północnej – Tamka 5
 - Przystań żeglarska i tramwaju wodnego w gestii MOSiR – Tamka 17
 - Gdański Klub Morski LOK im. Gen. M. Żaruskiego (stowarzyszenie) – Tamka 19
- Polski Klub Morski w Twierdzy Wisłoujście
- Przystań WOPR

GDAŃSK – STEWA

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 3,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 20 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> zimowanie jachtów drobne naprawy i konserwacje jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> slip plac miejsca postojowe dla jachtów żaglowych i motorowych, łodzi wędkarskich oraz skuterów wodnych |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Gdański Ośrodek Szkoleń Motorowodnych "STEWA" 80-718 Gdańsk-Rudniki, ul. ul.Tarcice 15 Lokalizacja (GoogleMaps): http://bit.ly/1YhrjD7 tel. +48 58 320 00 62, 518 458 791 http://www.gkm.gda.pl/ jan.marzec@wp.pl |



GDAŃSK – YACHT KLUB PÓLNOCNY

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 3,5 m |
| LICZBA MIEJSC | Ok. 50 – 60 |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • czarter jachtów • zimowanie jachtów • drobne naprawy i konserwacje jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • slip • hangar |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | <p>Yacht Klub Północny 80-609 Gdańsk Stogi, Tamka 5 Lokalizacja (GoogleMaps): http://bit.ly/1MU57v9 tel. +48 58 30 50 507 http://www.ykpolnocny.pl/ yk_polnocny@wp.pl</p> |

GDAŃSK – TAMKA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 3,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 17 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • informacja turystyczna • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • pralnia • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • slip • hangar • WC • prysznice • dostęp do wody pitnej • dostęp do energii elektrycznej |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | <p>80-627 Gdansk Stogi, ul. Tamka 17 Lokalizacja (GoogleMaps): http://bit.ly/1NEtpp3 tel. +48 506 056 097 http://petla-zulawska.pl/aplikacja/index.php?id=przewodnik&str=58&lang=pol http://mosirgdansk.pl/program-ozywienia-drog-wodnych-w-gdanskul e-mail: tamka@mosir.gda.pl</p> |

GDAŃSK – PRYZSTAŃ ŻEGLARSKA GDAŃSKIEGO KLUBU MORSKIEGO

| | |
|----------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 3,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 30 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • informacja turystyczna • ładowanie butli gazowych • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • zimowanie jachtów • żaglomistrz |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna • energia elektryczna • gaz w butlach |



| | |
|------------------------|---|
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Gdański Klub Morski LOK im. Gen. M. Żaruskiego 80-627 Gdańsk-Stogi, ul. Tamka 19 Lokalizacja (GoogleMaps): http://bit.ly/1MVSECF tel. +48 58 305-04-50, 512-183-804 http://www.gkm.gda.pl klub@gkm.gda.pl |

GDĄŃSK – POLSKI KLUB MORSKI W TWIERDZY WISŁOUJŚCIE

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max 3,6 m |
| LICZBA MIEJSC | 70 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • usługi żaglomistrza • usługi serwisowe • sanitariaty • usługi portowe: pobór wody, prądu, Internet, odbiór śmieci |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • hangar jachtowy • slip boczny • dźwig do stawiania masztów • budynek osprzętu żeglarskiego • budynek żaglowni • budynek bosmanatu |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | 80-561 Gdańsk, ul. Stara Twierdza 9/12 |

PRZYSTAŃ WOPR GDĄŃSK

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Ok. 1,2 – 1,5 m |
| LICZBA MIEJSC | Ok. 18 miejsc cumowniczych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna • energia elektryczna • slip |
| PRZEZNACZENIE | Przystań należąca do Wodnego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego w Gdańsku |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań WOPR Gdańsk, 80-719 Gdańsk, ul. Litewska 2 www.gdanskiewopr.pl e-mail: wopr@gdanskiewopr.pl |

16. Gdańsk – Górk Zachodnie

W Górkach Zachodnich znajdują się następujące obiekty:

- Narodowe Centrum Żeglarstwa AWFIS
- Akademicki Klub Morski
- AZS Centralny Ośrodek Sportu Akademickiego
- Jacht Klub Morski Neptun
- Jacht Klub im. Conrada
- Delphia Yachts
- Jachtklub Stoczni Gdańskiej



GÓRKI ZACHODNIE – NARODOWE CENTRUM ŻEGLARSTWA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 4,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 111 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> informacja turystyczna restauracja/bar kawiarnia hotel/pensjonat odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych naprawa silników naprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych żaglomistrz zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> energia elektryczna WC, prysznice woda pitna slip, stocznia, dźwig stacjonarny |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa, pasażerska, |
| DANE KONTAKTOWE | Narodowe Centrum Żeglarstwa Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku 80-642 Gdańsk, ul. Stogi 20a tel. 058 322 26 01 www.ncz.awf.gda.pl email:ncz@awf.gda.pl |

GÓRKI ZACHODNIE – AKADEMICKI KLUB MORSKI

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 3 m |
| LICZBA MIEJSC | Ok. 100 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> pralnia zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC + prysznice woda pitna energia elektryczna odbiór ścieków slip |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Akademicki Klub Morski – Górkki Zachodnie 80-642 Górkki Zachodnie, ul. Stogi 18 tel. +48 698 44 22 18 www.akm.gda.pl e-mail: akm@akm.gda.pl |

GÓRKKI ZACHODNIE – AZS CENTRALNY OŚRODEK SPORTU AKADEMICKIEGO

| | |
|----------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 4,1 m |
| LICZBA MIEJSC | 90 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> hotel/pensjonat odbiór ścieków zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznice |



| | |
|------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • woda pitna • prąd elektryczny • rampa |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | AZS COSA – Górki Zachodnie 80-642 Górki Zachodnie, ul. Stogi 20 tel. 58 324 81 00, +48 501 36 53 90 www.hotelgalion.pl e-mail: marina@hotelgalion.pl |

GÓRKI ZACHODNIE – MARINA DELPHIA YACHTS

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 3 m |
| LICZBA MIEJSC | 25 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna • energia elektryczna • slip • dźwig stacjonarny • wysięgnik do masztów |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Marina Delphia Yachts – Górki Zachodnie 80-643 Gdańsk ul. Przełom 24 tel. 58 350 55 00, +48 663 993 973 www.pl.delphiayachts.eu/marina |

GÓRKI ZACHODNIE – JACHT KLUB MORSKI NEPTUN

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 3 m |
| LICZBA MIEJSC | 90 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • ładowanie butli gazowych • hotel/pensjonat • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • naprawa silników • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • telefon • WC + prysznice • woda pitna • energia elektryczna, gaz w butlach • rampa, slip • warsztat szkutniczy, warsztat mechaniczny, żaglownia • pralnia |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Jacht Klub Morski Neptun – Górki Zachodnie 80-643 Gdańsk, ul. Przełom 10 tel. 58 307 09 27 www.jkm-neptun.com.pl e-mail: info@jkm-neptun.com.pl |



GÓRKI ZACHODNIE – JACHT KLUB IM. CONRADA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 5 m |
| LICZBA MIEJSC | 33 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • hotel/pensjonat • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • naprawa silników • naprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych • żaglomistrz • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna, energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Jacht Klub im. Conrada 80-643 Gdańsk, ul. Przełom 26 tel. 58 307 39 12, +48 603 662 177 www.jkic.pl e-mail: kontakt@jkic.pl |

GÓRKI ZACHODNIE – JACHTKLUB STOCZNI GDAŃSKIEJ

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 4 m. |
| LICZBA MIEJSC | 120 miejsc cumowniczych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • baza lokalowo – techniczna • baza szkoleniowo – sportowa • 400 mb nabrzeży betonowych i drewnianych • 90 pali cumowniczych • 1400 m² powierzchni w hangarach • dźwig stacjonarny 12t • stacja paliw i gazu,¹⁰ • bar klubowy |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Jachtklub Stoczni Gdańskiej 80-643 Gdańsk - Górki Zachodnie ul. Przełom 9 tel. +48 58 3073115 fax +48 58 3050658 http://www.jachtklub.nsm.pl/ e-mail: jsg@nsm.pl |

¹⁰ Zob. <http://www.jachtklub.nsm.pl/marina.php>



17. Martwa Wisła (poza granicami Gdańska)

PRZYSTAŃ TĘCZA W WIŚLINCE

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 5 m |
| LICZBA MIEJSC | 25 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> informacja turystyczna naprawa silników naprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych zimowanie jachtów ładowanie butli gazowych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> gaz w butlach wyposażenie żeglarskie WC prysznic woda pitna energia elektryczna slip |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań Tęcza w Wiślince 83-011 Wiślinka, ul. Piaskowa 7 tel. +48 501 953 536 www.przystan-serwis-tecza.za.pl e-mail: bartekzyho@wp.pl |

STANICA WODNA W WIŚLINCE

| | |
|---------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 15 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> naprawa silników naprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych zimowanie jachtów ładowanie butli gazowych wypożyczalnia rowerów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC energia elektryczna slip |
| PRZEZNACZENIE | Stacja żeglarska |
| DANE KONTAKTOWE | Stacja Wodna w Wiślince 83-011 Wiślinka, ul. Brzegowa 3 |

PRZYSTAŃ W BŁOTNIKU

| | |
|----------------------|--|
| ZANURZENIE | Max 4 m |
| LICZBA MIEJSC | 66 miejsc cumowniczych, w tym 3 dla dużych jednostek |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic |



| | |
|------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • woda pitna • energia elektryczna • slip • rampa • dźwig stacjonarny • wysięgnik do masztów |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań w Błotniku 80-680 Cedry Wielkie, Błotnik tel. 697 557 306 e-mail: gkmcedrus@wp.pl |

18. Szkarpawa

POMOSTY CUMOWNICZE W DREWNICY

| | |
|--------------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 5 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • bankomat, poczta • apteka, szpital • hotel/pensjonat • restauracja • ładowanie butli gazowych • naprawa silników |
| WYPOSAŻENIE (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • WC • gaz w butlach |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | Pomosty cumownicze w Drewnicy 82-103 Stegna, Drewnica |

PRZYSTAŃ W ŻUŁAWKACH

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 15 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • naprawa silników • odbiór ścieków • zimowanie jachtów • usługi spawalnicze • usługi tokarskie |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • energia elektryczna • slip • wędzarnia |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | 82-103 Stegna, Żuławki tel. +48 601 617 069 |



IZBISKA – ZABI BRZEG

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 15 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • naprawa silników • odbiór ścieków • zimowanie jachtów • usługi spawalnicze, tokarskie |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice • energia elektryczna • slip • wędzarnia |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | 82-103 Stegna tel. +48 601 617 069 |

CHORAŻÓWKA

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Bd. |
| LICZBA MIEJSC | Bd. |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | http://www.zalewwislany.pl/rzeki-delta-wisly-petla-zulaw/przystanie-i-miejsca-schronienia/chorazowka-przystan-zeglarska |

POMOST CUMOWNICZY W RYBINIE

| | |
|---------------------------|--|
| LICZBA MIEJSC | 5 miejsc cumowniczych |
| ZANURZENIE | Max. 1,5 m |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • apteka • restauracja • ładowanie butli gazowych • hotel/pensjonat • naprawa silników |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • woda pitna |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | Pomost cumowniczy w Rybinie 82-103 Stegna, Rybina |

PRYZYTAŃ ŻEGLARSKA W RYBINIE

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 16 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa; statki pasażerskie białej floty |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska w Rybinie 82-103 Stegna, Rybina |



PRZYSTAŃ ŻEGLARSKA W OSŁONCE

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,8 m |
| LICZBA MIEJSC | 6 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> informacja turystyczna wypożyczalnia rowerów odbiór ścieków |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic wodna pitna energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska w Osłonce 82-103 Osłonka tel. 667 866 178, 605 206 835 |

19. Wisła Królewiecka

PRZYSTAŃ HAUSEBOATÓW W RYBINIE

| | |
|---------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 10 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> apteka restauracja ładowanie butli gazowych odbiór ścieków naprawa silników |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Baza Żeglugi Wiślanej, czyli tzw. hausbotów |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań hauseboatów w Rybinie 82-103 Stegna, Rybina tel. +48 606 361 704 www.zeglugawislana.pl e-mail: biuro@zeglugawislana.pl |

MARINA BALTICA W SZTUTOWIE

| | |
|----------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 10 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych naprawa silników zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic energia elektryczna woda pitna slip restauracja kawiarnia |



| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • monitoring • pralnia |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Przystań jachtowa Marina Baltica w Sztutowie 82-110 Sztutowo tel. 502 11 11 88, 607 797 927 e-mail: biuro@marinabaltica.pl www.marinabaltica.pl |
| GMINNA PRYZYSTAŃ TURYSTYCZNA W SZTUTOWIE | |
| ZANURZENIE | 1,0-1,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 5 miejsc cumowniczych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • pomost pływający • nabrzeże stałe • slip |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Pomost cumowniczy 82-103 Sztutowo, ul. Gdańska Tel. 55 274 24 85 http://www.zalewwislany.pl/rzeki-delta-wisly-petla-zulaw/wisla-krolewiecka |

20. Nogat

PRYZYSTAŃ ŻELGARSKA PARK PÓLNOCNY W MALBORKU

| | |
|--|--|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 24-30 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • informacja turystyczna • odbiór ścieków • wypożyczalnia rowerów • pralnia |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna • energia elektryczna • slip |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Przystań jachtowa Przystań żeglarska Park Północny w Malborku 82-200 Malbork, ul. Parkowa tel. 55 272 24 13 www.caw.malbork.pl |

PRYZYSTAŃ ŻELGARSKA ZAMEK W MALBORKU

| | |
|---------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 3 miejsca cumownicze, stanowisko dla żeglugi pasażerskiej |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • apteka • wypożyczalnia rowerów |



| | |
|--------------------------------|--|
| WYPOSAŻENIE (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> informacja turystyczna ładowanie butli gazowych wypożyczalnia samochodów odbiór ścieków naprawa silników naprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych |
| PRZEZNACZENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic woda pitna energia elektryczna butle gazowe wyposażenie żeglarskie |
| DANE KONTAKTOWE | <p>Miejsce gościnne dla jachtów Przystań żeglarska Zamek w Malborku 82-200 Malbork, ul. Parkowa tel. 55 272 63 49 www.caw.malbork.pl</p> |

KAPIELSKO MIEJSKIE Z FUNKCJĄ PRYZYSTANI W MALBORKU

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 10 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> wypożyczalnia rowerów apteka |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic woda pitna energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | <p>82-200 Malbork, ul. Wileńska 1 tel. 52 272 24 96 www.osir.malbork.pl</p> |

PRYZYSTAŃ JACHTOWA W BIAŁEJ GÓRZE

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2,2 m |
| LICZBA MIEJSC | 17 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> odbiór ścieków zimowanie jachtów czartery jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> WC prysznic woda pitna energia elektryczna slip |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | <p>82-400 Sztum, Biała Góra tel. 601 056 167 e-mail: biuro@pebamper.pl</p> |



21. Wisła

PORT RYBACKI GDAŃSK – ŚWIBNO

| | |
|---------------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 13 miejsc cumowniczych (zależna od zajętości przez kutry rybackie) |
| USŁUGI I WYPOSAŻENIE | nd. Port oferuje wyłącznie możliwość zacumowania |
| DOSTĘPNOŚĆ | Marina prowadzi działalność od 1 kwietnia do 31 października. |
| PRZEZNACZENIE | Port rybacki, z gościnnymi miejscami dla przystani |
| DANE KONTAKTOWE | 80-690 Gdańsk Świbno, ul. Świbnieńska 9 tel: : (058) 343 05 10 fax: 58 343 01 44 |

PRZYSTAŃ ŻEGLARSKO-PASAŻERSKA W TCZEWIE

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 4 (do cumowania statków) i 10 (dla łodzi motorowych i jachtów) |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna • energia elektryczna • slip • restauracja • kawiarnia |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | 83-110 Tczew, ul. Nad Wisłą tel. 513 068 895 e-mail: info@tsir.pl www.tcsir.pl |

POMOSTY CUMOWNICZE W TCZEWIE

| | |
|------------------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2,4 m |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • informacja turystyczna, • restauracja • kawiarnia • telefon • hotel |
| WYPOSAŻENIE (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • woda pitna • energia elektryczna • slip • rampa |
| PRZEZNACZENIE | Małe jachty, łodzie motorowe, kajaki |
| DANE KONTAKTOWE | 83-110 Tczew, ul. Nadbrzeżna tel. 58 531 46 26 e-mail: info@tcsir.pl www.tcsir.pl |

ZAMEK W GNIEWIE

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Bd. |
| LICZBA MIEJSC | Bd. |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • hotele z oferta gastronomiczną i konferencyjną • wypożyczalnia rowerów • plac zabaw • spa |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • stanowisko cumownicze bez dodatkowej infrastruktury |
| PRZEZNACZENIE | Stanowisko dla gondoli świadczącej usługi w ramach oferty hotelu |
| DANE KONTAKTOWE | Zamek Gniew Sp. z o.o. 83-140 Gniew, ul. Zamkowa 3 +48 58 350 19 56 http://www.zamek-gniew.pl/hotel/atrakcje-hotelu |

22. Wielka Święta – Tuga

Nowy Dwór Gdański - nabrzeże cumownicze (zdemastowane)

W Nowym Dworze znajdują się pozostałości przystani żeglarskiej, tj. wysokie nabrzeże cumownicze, zrujnowany budynek, gęsta roślinność, co stanowić może niebezpieczeństwo dla żeglarzy.

Nowy Staw - przystań kajakowa

Niewielka przystań należąca do Ośrodka Sportu i Rekreacji w Nowym Stawie, gdzie możliwe jest wynajęcie sprzętu sportowego.

23. Zalew Wiślany

Zalew Wiślany to akwen morskich wód wewnętrznych. Znajdują się tam następujące porty i przystanie:

PORT MORSKI W KĄTACH RYBACKICH

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2,2 m |
| LICZBA MIEJSC | 27 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • pralnia • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice • woda pitna • energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Port rybacki, pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | Kąty Rybackie, ul. Rybacka 66, 82-110 Sztutowo tel. 55 247 87 19 |



PRZYSTAŃ JACHTOWA W KĄTACH RYBACKICH

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 2,2 m |
| LICZBA MIEJSC | 16 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • pralnia • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice • woda pitna • energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań Jachtowa w Kątach Rybackich 82-110 Sztutowo Kąty Rybackie, ul. Rybacka 66 |

PRZYSTAŃ JACHTOWA NEPTUN W KĄTACH RYBACKICH

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 6 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych • informacja turystyczna |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice • woda pitna • energia elektryczna • kawiarnia, smażalnia ryb • wypożyczalnia sprzętu pływającego |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | 82-110 Sztutowo Kąty Rybackie, ul. Rybacka 58 tel. +48 724 209 289 e-mail: neptunprzystan@mierzeja.pl www.neptunprzystan.mierzeja.pl |

PORT JACHTOWY W KRYNICY MORSKIEJ

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 82 miejsca cumownicze |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • wypożyczalnia rowerów • odbiór ścieków |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice • slip • energia elektryczna • woda pitna • restauracja • kawiarnia |
| PRZEZNACZENIE | Port jachtowy, pasażerski |
| DANE KONTAKTOWE | 82-120 Krynica Morska, ul. Bojerowców 4 tel. 55 247 61 12 |



PORT W PIASKACH

| | |
|---------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,7 m |
| LICZBA MIEJSC | 30 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none"> • informacja turystyczna • WC • prysznice |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • woda pitna • energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Port rybacki, miejsca gościnne dla żeglarzy |
| DANE KONTAKTOWE | Port w Piaskach 82-120 Krynica Morska Piaski tel. 55 247 60 76 |

PRZYSTAŃ ŻEGLARSKA DOM RYBAKA W NOWEJ PASŁĘCE

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1,6 m |
| LICZBA MIEJSC | 30 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • zimowanie jachtów • odbiór ścieków • restauracja • kawiarnia |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC • prysznice • slip • woda pitna • energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska Dom Rybaka w Nowej Pasłęce 14-500 Braniewo, Stara Pasłęka 9 tel. 55 241 90 88, +48 510 19 19 35 www.domrybaka.com e-mail: domrybaka@op.pl |

PRZYSTAŃ ŻEGLARSKA W STAREJ PASŁĘCE

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 22 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • WC, prysznice • woda pitna • energia elektryczna • slip |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska w Starej Pasłęce |



PRZYSTAŃ ŻEGLARSKA W BRANIEWIE

| | |
|---------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2 m |
| LICZBA MIEJSC | 10 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI (W POBLIŻU) | <ul style="list-style-type: none">informacja turystycznarestauracjakawiarnianaprawa silnikównaprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">WC, prysznicewoda pitnaenergia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | małe jednostki i kajaki |
| DANE KONTAKTOWE | 14-500 Braniewo ul. Portowa tel. 55 644 01 02 |

PORT WE FROMBORKU

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2,2 m |
| LICZBA MIEJSC | 6 longside lub 15 dziobem do nabrzeża |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none">restauracjakawiarniahotel/pensjonatodbiór ścieków zaolejonych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">WCprysznicewoda pitnaenergia elektrycznaslip |
| PRZEZNACZENIE | Port z przystanią rybacką i miejscami dla żeglarzy, przystań pasażerska |
| DANE KONTAKTOWE | 14-530 Frombork, ul. Portowa 2 tel. 55 243 72 19 |

PORT W TOLKMICKU

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2,7 m |
| LICZBA MIEJSC | 22 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none">informacja turystycznaodbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonychpralnia |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">WC, pryszniceenergia elektrycznawoda pitnaslip, rampa |
| PRZEZNACZENIE | Port jachtowy, rybacki, pasażerski |
| DANE KONTAKTOWE | 82-340 Tolkmicko, ul. Parkowa 1 tel. 510 191 935 e-mail: umgtolk@portel.pl |



PRYZYSTAŃ W KADYNACH

| | |
|---|---|
| ZANURZENIE | Max. 0,8 m |
| LICZBA MIEJSC USŁUGI (W POBLIŻU) | 5 miejsc gościnnych <ul style="list-style-type: none">• restauracja• kawiarnia• ładowanie butli gazowych• informacja turystyczna |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">• WC |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Przystań jachtowa 82-340 Tolkmicko Kadyny tel. 55 231 66 14 |

KLUB ENTUZJASTÓW ŻEGLARSTWA W SUCHACZU

| | |
|---|--|
| ZANURZENIE | Max. 1,2 m |
| LICZBA MIEJSC USŁUGI (W POBLIŻU) | 35 (dziobem lub rufą) <ul style="list-style-type: none">• restauracja• kawiarnia |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">• WC• prysznice• woda pitna• energia elektryczna• slip |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska w porcie w sąsiedztwie portu rybackiego 82-340 Tolkmicko ul. Portowa 7c, Suchacz tel. +48 605 685 071, +48 609 623 228 http://porty24.pl/256,klub-entuzjastow-zeglarstwa-na-zalewie-wislanym.html http://petla-zulawska.pl/aplikacja/index.php?id=przewodnik&str=82 |

PRYZYSTAŃ MARITA W SUCHACZU

| | |
|---|---|
| ZANURZENIE | 1 m |
| LICZBA MIEJSC USŁUGI (W POBLIŻU) | 20 miejsc cumowniczych (na kotwicy lub longside) <ul style="list-style-type: none">• restauracja• kawiarnia |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | Przystań żeglarska w porcie powstała w przystani rybackiej 82-340 Tolkmicko Al. Radości 9 tel. 504 025 194 http://porty24.pl/257,marita.html http://petla-zulawska.pl/aplikacja/index.php?id=przewodnik&str=82 |



PRZYSTAŃ W NADBRZEŻU

| | |
|---------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 3,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 30 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI (W POBLIZU) | <ul style="list-style-type: none">• ładowanie butli gazowych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">• WC• woda pitna• energia elektryczna• slip |
| PRZEZNACZENIE | Miejsca gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | 82-300 Elbląg Nadbrzeże tel. 55 232 67 20, +48 517 752 216 www.jachtklub.elblag.pl |

NADBRZEŻE – STANICA WODNA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1,1 m |
| LICZBA MIEJSC | bd. |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none">• wypożyczalnia sprzętu wodnego• wypożyczalnia jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">• cztery domki wyposażone w sanitariaty, zaplecze kuchenne, wiaty z grillami• plac zabaw dla dzieci |
| PRZEZNACZENIE | Przystań jachtowa |
| DANE KONTAKTOWE | Stacja Wodna Nadbrzeże, Obręb Suchacz 82-340 Tolkmicko tel.: 519 865 607, 667 227 141 stanicanadbrzeze@gmail.com http://stanicanadbrzeze.blogspot.com/ |

KAMIENICA ELBLĄSKA

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,4 m |
| LICZBA MIEJSC | 10 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none">• odbiór ścieków, w tym ścieków zaolejonych |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none">• woda pitna• energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań w Kamienicy Elbląskiej 82-340 Tolkmicko Kamienica Elbląska tel. 55 231 66 14, +48 509 520 258 |



PRYZYSTAŃ JAGODNO / JAGODNA

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 0,8 m |
| LICZBA MIEJSC | bd. |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • brak |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • Nabrzeże od strony zachodniej – umocnione, pojedyncze uchwyty cumownicze |
| PRZEZNACZENIE | Częściowo – rezerwat przyrody |
| DANE KONTAKTOWE | Przystań nie ma administratora http://www.zalewwislany.pl/zalew-wislany/jagodna-port-ktory-jest-ale-ktorego-nie-ma |

24. Elbląg

NABRZEŻE JACHTOWE PRZY BULWARZE ZYGMUNTA AUGUSTA W ELBLĄGU

| | |
|------------------------|---|
| ZANURZENIE | Max. 1,4 m |
| LICZBA MIEJSC | 10 miejsc cumowniczych, statki żeglugi pasażerskiej |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • woda pitna • energia elektryczna |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | 82-300 Elbląg ul. Bulwar Zygmunta Augusta |

OGNIKO SPORTÓW WODNYCH FALA

| | |
|------------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 1 m |
| LICZBA MIEJSC | 30 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • wypożyczalnia sprzętu wodnego • naprawa silników i urządzeń elektrycznych • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • Internet bezprzewodowy • prysznice + WC • woda pitna • energia elektryczna • slip |
| PRZEZNACZENIE | Miejsce gościnne dla jachtów |
| DANE KONTAKTOWE | 82-300 Elbląg, ul. Wybrzeże Gdańskie 1 www.oswfala.pl e-mail: oswfalaelblag@gmail.com |

HARCERSKI OŚRODEK WODNY BRYZA

| | |
|----------------------|--|
| ZANURZENIE | Max. 2,5 m |
| LICZBA MIEJSC | 100 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków zaolejonych • naprawa silników • naprawa urządzeń elektrycznych i elektronicznych |



| | |
|--|---|
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • zimowanie jachtów • woda pitna • energia elektryczna • prysznice + WC • slip, dźwig stacjonarny |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | <p>Miejsce gościnne dla jachtów 82-300 Elbląg, ul. Portowa 2 e-mail: a.sledzinska@elblag.zhp.pl tel: +48 794 382 827</p> |

JACHTKLUB ELBLĄG

| | |
|--|---|
| ZANURZENIE | Max. 3 m |
| LICZBA MIEJSC | 71 miejsc cumowniczych |
| USŁUGI | <ul style="list-style-type: none"> • odbiór ścieków • zimowanie jachtów |
| WYPOSAŻENIE | <ul style="list-style-type: none"> • woda pitna • energia elektryczna • WC • slip • dźwig stacjonarny • wysięgnik do masztów • prysznice |
| PRZEZNACZENIE DANE KONTAKTOWE | <p>Przystań jachtowa Jachtklub Elbląg 82-300 Elbląg, ul. Radomska 29 tel. 55 232 67 20 e-mail: biuro@jachtklub.elblag.pl</p> |

2.2.4. Firmy czarterujące i przystanie żeglarskie

W produkcji rozszerzonym Zatoki Gdańskiej wyodrębnić należy firmy czarterowe i kluby żeglarskie:

| FIRMY CZARTERUJĄCE: | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - EUROYACHTS - IRS Capital - JUNA yacht charter - WANDRUS. Biuro turystyki aktywnej - Marina - ośrodek AZS - Sunreef Yachts - Charter Baltic - ENIGMA. Rusajczyk - Akademicki Klub Morski AZS Gdańsk - DELPHIA yachts - Princess Yachts Poland - Jachtklub "Portowiec" - Premium Boats Poland - JACHT.NET – Gdańsk | <ul style="list-style-type: none"> - Akademia Żeglarstwa Topsail Paweł Bucior - KLIMAWENT jacht - BALTICA Yachts&charter - SKIPPER - Yacht. Klub Stal - Yacht Klub Polski Gdynia - ATSEA Yachts & Charter - Dobre jachty Sp. z o.o - Centrum Sportów Motorowodnych Easy Boat - Yachts&Yachting Sp. z o. o. - Ellite Yachts Poland - Aqualineservice - VANILIA – CZARTER ŁODZI - SEAVENTI |

| KLUBY ŻEGLARSKIE: | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Jacht Klub im. Conrada - Jachtklub Morski Neptun - Jachtklub „Portowiec” - Yacht Klub Północny - Akademicki Klub Morski - Gdański Klub Morski LOK im. M. Zaruskiego - Gdański Klub Żeglarski - Morski Klub Żeglarski AZS - Jachtklub Stoczni Gdańskiej - Klub wodny Żabi Kruk - Klub Motorowodno-Żeglarski BLIZA - Harcerski Jacht Klub "WODNIK" - Klub Turystyki Żeglarskiej ELEMIR - Stowarzyszenie Gdański Klub Morski CEDRUS | <ul style="list-style-type: none"> - Polski Klub Morski - KS AZS AWFIS - Gdynska Akademia Żeglarstwa - Jacht Klub Morski Gryf - Jach Klub Marynarki Wojennej „Kotwica” - Yacht Klub Stal - Yacht Klub Polski - Klub Sportowy "ISKRA" AMW - Miejski Klub Żeglarski Arka - UKS Gdynska Akademia Żeglarstwa - Sopotcki Klub Żeglarski Ergo Hestia - Harcerski Krąg Morski BRYZG - Klub Sportowy Zatoka - Yacht Club Rewa |

Do najważniejszych podmiotów produktu rozszerzonego, znajdującego się w obszarze Pętli Żuławskiej, należą:

| FIRMY CZARTERUJĄCE: | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Żegluga Wiślana - Barkami.pl czarter - Ludek czarter - lczarter - Elbląski Okręgowy Związek Żeglarski | <ul style="list-style-type: none"> - Tratwy Robinsona - RIF Czarter Jachtów - Kuhnle Tours - Marina Baltica (Sztutowo) |

| KLUBY ŻEGLARSKIE : | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Jachtklub Elbląg - Klub Entuzjastów Żeglarstwa na Zalewie Wiślanym - Klub Sportowy „Nogat” - Jacht Klub Eol - Jacht Klub LIWA - Yacht Club Zalew Wiślany Nowa Pasłęka - Morski Klub Żeglarski "DAL" | <ul style="list-style-type: none"> - Gdański Klub Morski LOK - Yacht Klub Północny - Ognisko Sportów Wodnych Fala w Elblągu - Jacht Klub Morski Neptun - Górki Zachodnie - Jacht Klub im. Conrada - Akademicki Klub Morski - Górki Zachodnie - Narodowe Centrum Żeglarstwa Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku |

2.3. Podmioty zarządzające – stan wyjściowy

Zarządzanie obiektami (portami, przystaniami, marinami) wchodzącymi w skład produktów Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska ma – szczególnie w przypadku Zatoki – charakter silnie rozproszony.

Porty, przystanie, mariny, jak również podmioty czarterujące i wypożyczalnie sprzętu cechują się odmiennymi sposobami zarządzania i zróżnicowanymi formami własności – występują wśród nich jednostki należące do podmiotów państwowych (w tym akademickich), komunalnych (w tym bezpośrednio do gmin), jak i prywatnych. Niektóre z obiektów prowadzone są bezpośrednio przez właścicieli, dla niektórych zatrudniono operatorów w formie odrębnych podmiotów gospodarczych.

W systemie zarządzania marką turystyczną i produktami „Pętla Żuławska” i „Zatoka Gdańska” obecny udział podmiotów sektora prywatnego nie jednak jest znaczący. Nie występują w nim też organizacje turystyczne o zasięgu regionalnym i profilu produktowym.

Na obecny system zarządzania składają się w efekcie głównie jednostki samorządowe.

2.3.1. Gminy i powiaty terenu Pętli Żuławskiej

Gminy z obszaru Pętli Żuławskiej były aktywnie zaangażowane w partycypację w pierwszej części projektu pt. „Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I”. Poza sprawowaniem pieczy nad inwestycjami infrastrukturalnymi w porty i przystanie, przedstawiciele partnerów brali także udział w spotkaniach konsultacyjnych oraz wspólnie wypracowali formułę zarządzania majątkiem w postaci utworzenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością na czas trwałości projektu. Partnerami lokalnymi były następujące jednostki samorządu terytorialnego:

- Gmina Braniewo
- Gmina Miasto Braniewo
- Gmina Cedry Wielkie
- Gmina Miasto Elbląg
- Gmina Miasta Gdańska
- Gmina Miasta Krynica Morska
- Gmina Miejska Malbork
- Gmina Nowy Dwór Gdański
- Gmina Stegna
- Gmina Sztutowo
- Gmina Tolkmicko
- Powiat Sztumski

Partnerzy, w ramach projektu „Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I”, zrealizowali następujące zadania:

- przystań żeglarską w Nowej Pasłęce i most zwodzony nad Kanałem Pasłęki (Gmina Braniewo)
- przystań żeglarską w Braniewie (Gmina Miasto Braniewo)
- przystań żeglarską w Błotniku (Gmina Cedry Wielkie)
- port żeglarski w Elblągu (Gmina Miasto Elbląg)
- most zwodzony nad śluzą w Przegalinie (Gmina Miasta Gdańska)
- port jachtowy w Krynicy Morskiej (Gmina Miasta Krynica Morska)
- przystań żeglarską „Port Północny” w Malborku (Gmina Miejska Malbork)
- przystań żeglarską w Osłoncu (Gmina Nowy Dwór Gdański)
- pomosty cumownicze w Drewnicy (Gmina Stegna)
- przystań żeglarską w Białej Górze (Powiat Sztumski)
- pomosty cumownicze w Tczewie (Gmina Miejska Tczew)
- zagospodarowanie terenu nabrzeża zachodniego portu w Tolkmicku (Gmina Tolkmicko)
- przystań żeglarską w Rybinie (Gmina Stegna)
- port żeglarski w Kątach Rybackich (Gmina Sztutowo)

2.3.2. Pętla Żuławska Sp. z o.o.

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Pętla Żuławska została zarejestrowana w KRS w lutym 2014 r., jednak podpisanie aktu założycielskiego przez udziałowców miało miejsce w połowie 2013 r.. Zakładany czas jej funkcjonowania wynosi 6 lat. Podmiot powołały wspólnie: Gmina Cedry Wielkie (20 udziałów), Gmina Tolkmicko (30 udziałów), Gmina Miasto Braniewo (24 udziały), Gmina Miasto Elbląg (24 udziały), Gmina Miejska Malbork (20 udziałów), Powiat Sztumski (20 udziałów), Gmina Nowy Dwór Gdański (20 udziałów), Gmina Miasto Krynica

Morska (50 udziałów), Gmina Braniewo (27 udziałów) oraz Gmina Sztutowo (20 udziałów). Łączna wysokość kapitału zakładowego to 251 tys. zł¹¹. W 2015 do spółki przystąpiła Gmina Stegna (20 udziałów), udział w zwiększonym kapitale spółki objęły też gminy Braniewo, Nowy Dwór Gdański i Krynica Morska. Kapitał spółki wg stanu na listopad 2015 roku wynosi 350 tys. zł.¹²

Przedmiotem działalności Spółki Pętla Żuławska jest realizacja zadań związanych z utrzymaniem portów i przystani zlokalizowanych na obszarze Pętli Żuławskiej i stanowiących własność Wspólników. Działania podejmowane przez podmiot zostały zdefiniowane następująco¹³:

- zarządzanie gruntami i infrastrukturą,
- udostępnianie portów i przystani turystom i pobieranie opłat,
- prognozowanie, programowanie i planowanie rozwoju portów i przystani,
- budowa, rozbudowa, utrzymywanie i modernizacja infrastruktury,
- monitorowanie i podejmowanie działań w celu zapewnienia osiągnięcia wskaźników Projektu „Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I” – realizowanego na podstawie Umowy o dofinansowanie Nr POIG.06.04.00-00-009/10,
- wyłonienie (w drodze postępowań konkurencyjnych) Operatorów poszczególnych portów i przystani, odpowiedzialnych za bieżące zarządzanie,
- nadzór i kontrola nad działalnością Operatorów,
- zapewnienie niezakłóconego funkcjonowania portów i przystani, w tym zapewnienie bezpieczeństwa,
- ustalanie regulaminów obowiązujących na terenie portów i przystani i monitorowanie ich przestrzegania,
- reklama i promocja portów i przystani,
- utrzymywanie należytego porządku i czystości na terenie portów i przystani.

Wyłonienie Operatorów poszczególnych portów i przystani odbywało się na drodze przetargu nieograniczonego zakładającego obsługę przez 36 miesięcy od daty podpisania umowy. Ponadto spółka komunikuje się z zainteresowanymi poprzez comiesięczny newsletter, który zawiera informacje dotyczące projektu, a także szlaku i akwenu Pętli Żuławskiej, możliwościach czarteru oraz bieżących wydarzeń.

2.3.3. Gminy i powiaty obszaru Zatoki Gdańskiej

Samorządy z obszaru Zatoki Gdańskiej podjęły współpracę dotyczącą modernizacji infrastruktury w ramach współpracy Gdyni z miejscowościami Zatoki Puckiej i Półwyspu Helskiego. Praktycznym przejawem był projekt „Pierścień Zatoki Gdańskiej – sieć przystani i pomostów cumowniczych”. Był to projekt o wartości 5,19 mln EUR, sfinansowany w ramach działań na rzecz spójności społecznej i gospodarczej ze środków Phare 2002.

Projekt był realizowany przez pięć samorządów miejskich:

- Gdynia – koordynator projektu
- Hel
- Jastarnia
- Władysławowo
- Puck

oraz dwa gminne:

¹¹ Centralna Informacja Krajowego Rejestru Sądowego, nr KRS: 0000482001, stan na dzień 21.10.2015 r.

¹² Centralna Informacja Krajowego Rejestru Sądowego, nr KRS: 0000482001, stan na dzień 4.11.2015 r.

¹³ Strona internetowa spółki: <http://www.petlazulawska.info/index.html?p=19.html>

- Gmina Puck
- Gmina Kosakowo

Wynikiem projektu było:

- zwiększenie ilości miejsc postojowych w dla jachtów w portach morskich w Helu i Jastarni,
- modernizacja Basenu Jachtowego w Gdyni,
- budowa pomostu cumowniczo-spacerowego w Jastarni,
- budowa siedmiu pomostów pływających w gminie Kosakowo oraz mieście i gminie Puck (miejscowości:
 - Rewa,
 - Osłonino,
 - Rzucewo,
 - Swarzewo,
 - Chałupy,
 - Kuźnica – Przystań wodna,
 - Puck,
- budowa ośmiu stacji turystycznych z punktami informacji turystycznej,
- udostępnienie do zwiedzania fortyfikacji na Półwyspie Helskim.

Ponadto na obszarze Zatoki Gdańskiej realizowane były projekty prywatne i państwowe oraz samodzielne projekty poszczególnych gmin: Gdańska i Sopotu.

2.3.4. Samorząd wojewódzki

Województwo Pomorskie przyjęło rolę lidera – inspiratora rozwoju pomorskiej turystyki wodnej.

Województwo Pomorskie było liderem projektu „Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej. Etap I” (opis w pkt 2.3.1. powyżej).

Województwo Pomorskie sprawuje nadzór nad powadzonymi działaniami, w tym m.in. odpowiada za tworzenie dokumentów strategicznych związanych z inwestycjami i promocją, a także realizuje główne działania promocyjne (System Informacji i Promocji Pętli Żuławskiej), w tym:

- przygotowanie materiałów promocyjnych: wielojęzyczne mapy, przewodniki, ulotki, spoty i filmy (wraz z emisją w Internecie i TV),
- tablice informacyjno-promocyjne tzw. „żagle”,
- study tour dla dziennikarzy po Pętli Żuławskiej i artykuły promocyjne,
- prezentację oferty na międzynarodowych i krajowych targach żeglarskich i turystycznych (Kaliningrad, Berlin, Warszawa, Gdańsk),
- eventy żeglarskie – Regaty o Puchar Trzech Marszałków,
- materiały elektroniczne: e-przewodnik, prezentacje 3D, wirtualne spacerzy,
- aplikację mobilną wspomagającą nawigację po Pętli Żuławskiej.

Rolę partnera ww. działań dla Pętli Żuławskiej przyjęło na siebie również Województwo Warmińsko-Mazurskie.

Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego jest inspiratorem przedsięwzięcia strategicznego *Rozwój oferty turystyki wodnej w obszarze Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej*, określonego Regionalnym Programem Strategicznym Województwa Pomorskiego Pomorska Podróż.¹⁴

3. Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym

W wyniku badania rynku i analizy Pętli Żuławskiej oraz Zatoki Gdańskiej, przygotowano trzy modele zarządzania produktem turystycznym, różniące się strukturą podmiotową. Przedmiotem zarządzania ma być (w każdym z modeli) produkt turystyczny wraz z marką dotyczącą zarówno oferty jednostek publicznych, jak i innych podmiotów, w tym istniejących już podmiotów sektora prywatnego.

Pierwszy model zakłada wykorzystanie istniejących struktur, co w znacznym stopniu ogranicza problemy administracyjno-formalne, ale jednocześnie wiąże się z pewnymi ograniczeniami związanymi ze zróżnicowaniem akwenów, które byłyby zarządzane przez jedną spółkę. Wyodrębniono jego trzy warianty (istniejąca spółka, dwie spółki dedykowane każdemu z produktów: Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska oraz konsorcjum dwóch spółek). W wariacie drugim pierwszego modelu proponuje się stworzenie drugiej – nowej – spółki, która wykorzystując wcześniejsze doświadczenia związane z realizacją projektu odnoszącego się do Pętli Żuławskiej stworzy odrębną markę Zatoki Gdańskiej. Trzeci wariant przewiduje stworzenie konsorcjum, w ramach którego obie spółki mogłyby prowadzić wspólne działania promocyjne i inwestycyjne zwiększając tym samym ich skuteczność. Ponadto stworzenie konsorcjum także umożliwi starania o środki unijne.

Drugi model zakłada zdefiniowanie odrębnie realizowanych funkcji zarządzania produktem, tj. nadzoru strategicznego, nadzoru operacyjnego i podmiotów wykonujących działania operacyjne. Struktury je realizujące osadzone są na różnych poziomach: regionalnym, subregionalnym (gdzie istotną rolę odgrywają partnerzy projektu) i lokalnym (gdzie wyodrębnione jednostki prowadzą działania operacyjne związane z promocją produktu Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej).

Trzeci model również zakłada wskazany powyżej podział według funkcji z uwzględnieniem podziału geograficznego, jednakże proponuje inną strukturę. Organ na poziomie regionalnym nadal pełni funkcję nadzoru strategicznego, występuje też jedna lub dwie organizacje turystyczne odpowiedzialne za produkt turystyczny. Na szczeblu lokalnym związanym z działaniami operacyjnymi umieszczeni są operatorzy marin oraz inne podmioty związane z turystyką w regionie. Odrębnie definiuje się ponadto funkcje promocji o zasięgu regionalnym i ponadregionalnym.

We wszystkich modelach istotną rolę spełnia Samorząd Województwa Pomorskiego. Jego rola polegać będzie na kreowaniu długookresowej polityki w odniesieniu do produktów turystycznych oraz określaniu standardów wynikających z przyjętej strategii działania, w tym określaniu standardów zagospodarowania infrastruktury żeglarskiej, identyfikacji wizualnej i promocji (nadzór strategiczny).

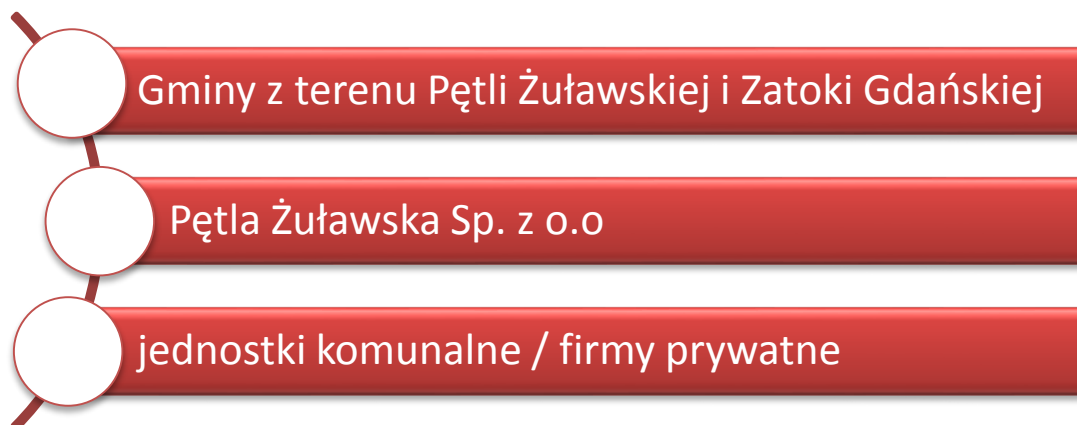
3.1. Model I

Pierwsza wersja modelu zakłada różne warianty wykorzystania dotychczasowych doświadczeń związanych z powołaniem przez Partnerów spółki celowej Pętla Żuławska oraz wyłanianiem operatorów marin. Zakłada się utrzymanie dotychczasowego modelu zarządzania z wiodącą rolą Samorządu Województwa Pomorskiego.

¹⁴ *Regionalny Program Strategiczny w zakresie atrakcyjności kulturalnej i turystycznej Pomorska Podróż*, Gdańsk 2013, str. 49

3.1.1. Wariant 1

W wariantcie pierwszym produktem turystycznym (zdefiniowanym jako Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska), podmiotami, które powinny zająć się zarządzaniem analizowanym produktem turystycznym są: Pętla Żuławska Sp. z o.o., MOSiR i firmy prywatne (jako operatorzy przystani) oraz gminy z terenu Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej.



Rysunek 4 Podmioty zarządzające produktem turystycznym – Model I (wariant 1)

Źródło: Opracowanie własne

Zgodnie z powyższym podziałem, gminy z terenu Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej powinny wykorzystać w zarządzaniu istniejącą spółkę celową Pętla Żuławska sp. z o.o. – za zgodą Zgromadzenia Wspólników istnieje możliwość rozszerzenia spółki oraz charakteru jej działań. Kompetencją gmin jest kontrola operacyjna nad wdrażaniem strategii Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej zgodnie z przyjętymi wytycznymi. Jednakże zauważyć należy, że możliwe jest także samodzielne (bez udziału gmin) zarządzanie marką przez spółkę Pętla Żuławska – nie ma przeszkód formalno-prawnych, lecz trudności może budzić utrzymanie efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa. Z kolei spółka Pętla Żuławska nadzorować będzie mariny, z których każda z nich (marin) posiadać będzie swojego operatora. Do roli operatora rekomendowane są przede wszystkim lokalne ośrodki sportu i rekreacji (ze względu na posiadanie odpowiednich kompetencji) lub firmy prywatne.

Ze względu na fakt, iż rozszerzenie obszaru funkcjonowania produktu turystycznego o obszar Zatoki Gdańskiej wiąże się ze znacznym zwiększeniem liczby obiektów oraz z faktem, iż w wyniku analizy rynku zdecydowano, że ramach oferty Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej powinny funkcjonować dwie marki, które będą promowane wspólnie. Nadzór nad obszarem Zatoki Gdańskiej powinien być dodatkowo sprawowany przez przedstawicieli operatorów Zatoki Gdańskiej.

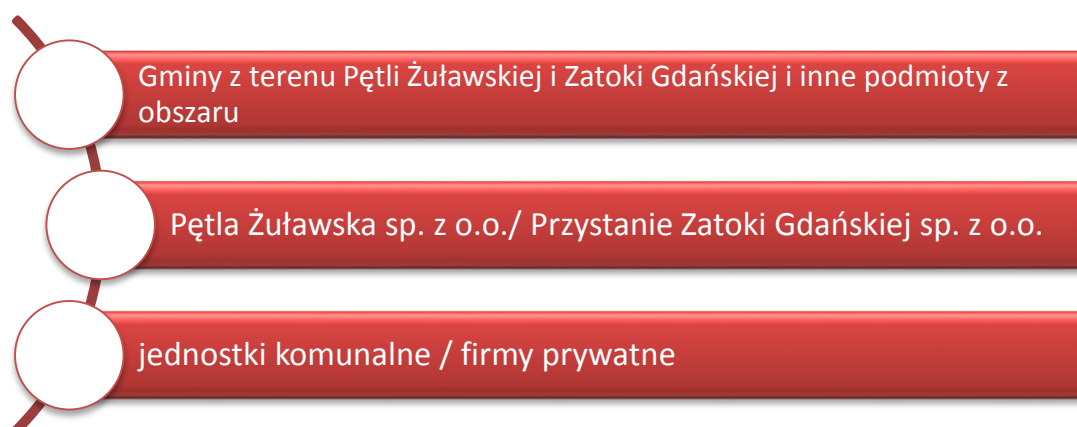


Rysunek 5 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym

Źródło: Opracowanie własne

3.1.2. Wariant 2

W drugim wariantcie modelu pierwszego występuje dodatkowa spółka dedykowana Zatoce Gdańskiej (roboczo nazwana Przystanie Zatoki Gdańskiej Sp. z o.o.). Zakłada się, że będzie ona odzwierciedlała rolę Pętli Żuławskiej Sp. z o.o. dla obszaru Zatoki Gdańskiej, stąd postuluje się analogiczną formę prawną i organizacyjną. Poniżej przedstawione zostały podmioty, które powinny zająć się zarządzaniem analizowanym produktem turystycznym



Rysunek 6 Podmioty zarządzające produktem turystycznym – Model I (wariant 2)

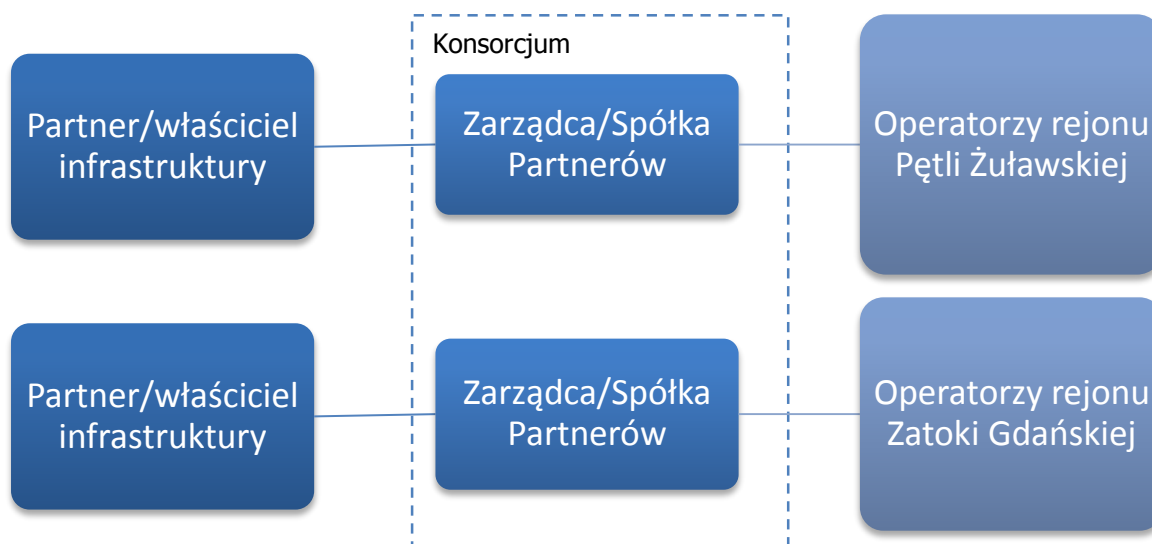
Źródło: Opracowanie własne

Zgodnie z powyższym podziałem, gminy z terenu Pętli Żuławskiej powinny nadal być zarządzane przez istniejącą spółkę Pętla Żuławska Sp. z o.o. Ze względu na fakt, iż rozszerzenie obszaru funkcjonowania produktu turystycznego o obszar Zatoki Gdańskiej wiąże się ze znacznym zwiększeniem liczby obiektów oraz z faktem, iż w wyniku analizy rynku zdecydowano, że w ramach oferty Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej powinny

funkcjonować dwie marki, które będą promowane wspólnie, w celu zarządzania obiektami z rejonu Zatoki Gdańskiej proponowane jest założenie nowej spółki, która w analogiczny, jak w przypadku Pętli Żuławskiej sposób będzie zarządzać obszarem Zatoki Gdańskiej. W tym wariantcie firmy sprawują pieczę nad powierzonymi im obszarami niezależnie od siebie, jednak wymagane jest by utrzymywały kontakt roboczy celem zachowania spójności przekazu promocyjnego. Analogicznie jak w pierwszym przypadku, podlegają im lokalne ośrodki sportu i rekreacji (lub inne jednostki komunalne) i firmy prywatne.

3.1.3. Wariant 3

Zaangażowanie, zgodnie z wariantem drugim, dwóch spółek (w tym jednej nowopowołanej) umożliwia także utworzenie ich konsorcjum. Dzięki takiemu rozwiązaniu można prowadzić wspólną komplementarną promocję dwóch marek oraz aplikować o środki unijne na inwestycje (łącznie ze środkami na informowanie społeczeństwa o tych inwestycjach). Spółki te nadzorowałyby mariny, lecz każda z nich (marin) posiadałaby swojego operatora. W tej roli najlepiej sprawdziłyby się lokalne ośrodki sportu i rekreacji (lub inne jednostki komunalne) lub firmy prywatne.



Rysunek 7 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym – Model I (wariant 3)

Źródło: Opracowanie własne

3.2. Model II

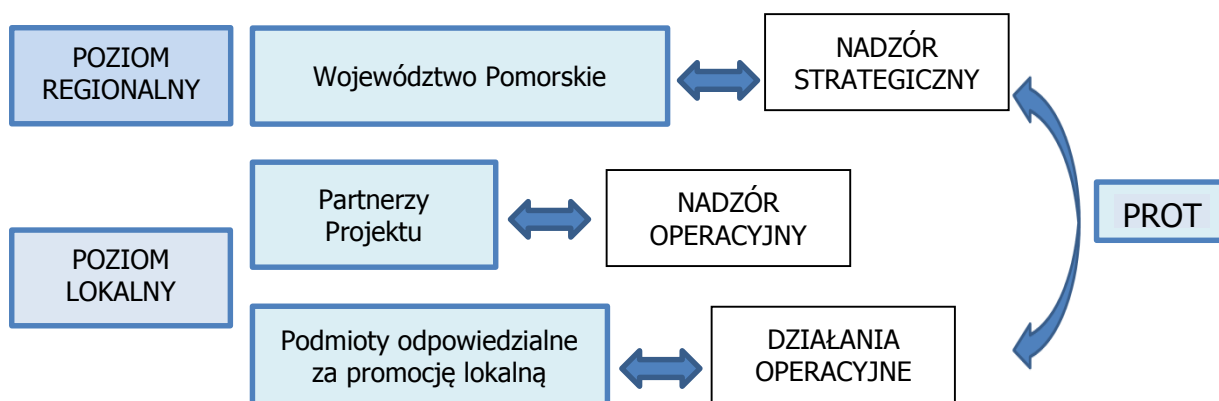
Drugi model zakłada utworzenie dwóch szczebli zarządzania produktem, tj. nadzoru strategicznego i nadzoru operacyjnego nad działalnością wszystkich podmiotów. Szczeble te osadzone są na różnych poziomach: regionalnym, subregionalnym (gdzie istotną rolę odgrywają partnerzy projektu) i lokalnym (gdzie wyodrębnione jednostki prowadzą działania operacyjne związane z bieżącą obsługą użytkowników oraz, niejako „przy okazji”, promocją produktu Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej).

Nadzór strategiczny polegać ma na kreowaniu długookresowej polityki oraz wyznaczaniu i kontroli przestrzegania standardów wynikających z przyjętej strategii działania, w tym określaniu standardów zagospodarowania

infrastruktury żeglarskiej, identyfikacji wizualnej, promocji, jak również na podejmowaniu działań dot. likwidacji barier nawigacyjnych i bezpieczeństwa, itp. Realizatorem nadzoru strategicznego, który umiejscowiony został na poziomie województwa ze względu na konieczność zastosowania jednolitej polityki dla całego Pomorza, powinien być Samorząd Województwa Pomorskiego.

Na poziomie subregionalnym działać powinni partnerzy projektu, którzy sprawować będą kontrolę nad realizacją Strategii na poziomie operacyjnym. Nadzór strategiczny będzie przekazywał wyniki kontroli bezpośrednio podmiotom z nadzoru operacyjnego i to im będą przekazywane kolejne instrukcje i procedury, które będą egzekwowane od najniższego szczebla, tj. poziomu odpowiedzialnego za działania operacyjne. De facto, na ostateczny kształt produktu wpływ będą miały podmioty odpowiedzialne za promocję na szczeblu lokalnym, czyli np. Pętla Żuławska Sp. z o.o., Lokalne Grupy Działania, Lokalne Grupy Rybackie, lokalne stowarzyszenia i klastry turystyczne. Ze względu na wagę problemu zachowania spójności przy komunikacji z tak wieloma jednostkami, rekomendowane jest rozważenie wsparcia ich przez Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną (bądź inną jednostkę koordynacyjną).

Dzięki zastosowaniu takiego rozwiązania, problem koordynacji działań operacyjnych i rozwiązywania bieżących spraw zlokalizować będzie można w dwóch ściśle ze sobą współpracujących punktach. Znacząco zmniejszone zostanie ryzyko rozbieżności w komunikacji i promocji marki. PROT jako jednostka odpowiedzialna za wizerunek województwa pomorskiego, będzie realizowała politykę promocji województwa i koordynowała ją z promocją realizowaną przez partnerów projektu i jednostki lokalne.



Rysunek 8 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym – Model II

Źródło: Opracowanie własne

3.3. Model III

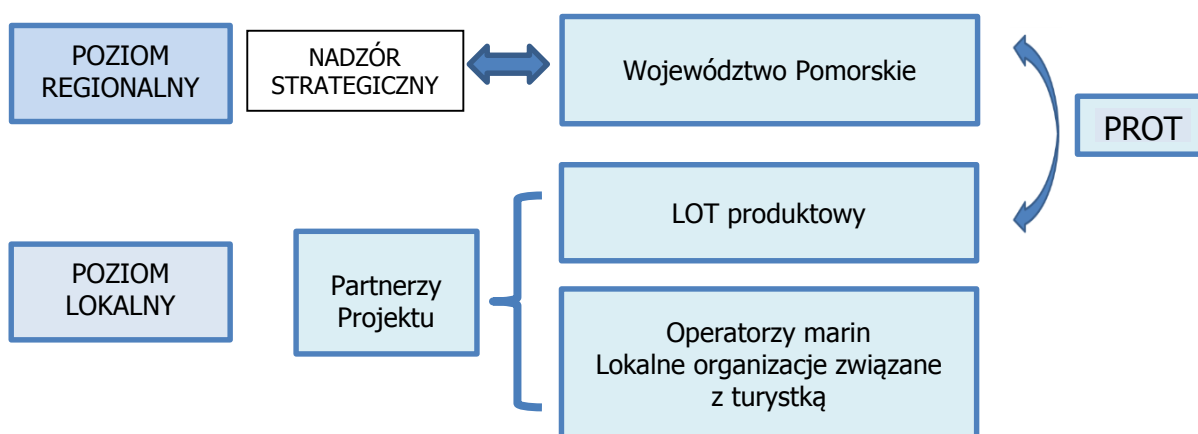
Trzeci model w swoim założeniu jest zbliżony do modelu drugiego, zawiera jednak istotne modyfikacje na szczeblu lokalnym. Nadzór strategiczny nadal sprawowany jest na szczeblu regionalnym przez Województwo Pomorskie, które wytyczać będzie politykę długookresową w rozwoju turystyki wodnej, tym określać standardy zagospodarowania infrastruktury żeglarskiej, identyfikacji wizualnej, promocji, podejmować działania dot. likwidacji barier nawigacyjnych i bezpieczeństwa, itp.

Działania operacyjne na poziomie lokalnym będą nadzorować specjalnie do tego stworzone Lokalne Organizacje Turystyczne produktowe (LOT „Pętla Żuławska” i LOT „Zatoka Gdańska”). Będą one odpowiedzialne za spójny

przekaz promocyjny i komunikację marek Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej. Będą także sprawować kontrolę na szczeblu operacyjnym związaną z działaniami podejmowanymi przez podmioty mające najbliższy kontakt z klientem, czyli przede wszystkim przez operatorów marin, a ponadto innych zainteresowanych (np. lokalne stowarzyszenia turystyczne, firmy czarterujące, Lokalne Grupy Działania, Lokalne Grupy Rybackie itp.). W takim przypadku Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego komunikuje się z PROT w celu wspólnego wyznaczenia standardów działania (przy czym w dalszej kolejności z LOT produktowym komunikuje się PROT). Partnerzy projektu powinni ściśle współpracować z LOT produktowymi przy realizacji założeń polityki i wspierać działania organizacyjne związane np. z wyborem operatorów poszczególnych marin oraz działania związane z kreowaniem elementów produktu rozszerzonego.

W modelu tym ważną rolę pełni PROT jako podmiot koordynujący marki turystyczne województwa pomorskiego. PROT miałby zapewnić spójność strategii komunikacji na szczeblu strategicznym i operacyjnym z działaniami ogólnowojejewódzkimi, jak również prowadzić i koordynować działania wykraczające poza szczebel regionalny. Przedstawiciel PROT również powinien zasiadać ze władzach LOT produktowych by mieć wpływ na kształtowanie działań produktowych zgodnie ze standardami wojewódzkimi. Z kolei LOTy te powinny być członkami Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

Istotną zaletą modelu jest możliwość łatwego rozszerzania go (o ile zajdzie taka potrzeba) o kolejne produkty turystyczne poprzez tworzenie dedykowanych im LOT (np. „Pomorskie Szlaki Kajakowe”, czy też Zatoka Pucka).



Rysunek 9 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym – Model III

Źródło: Opracowanie własne

Ze względu na zakładany rozwój linii produktów rekomenduje się model III.

3.4. Aspekty prawno-funkcjonalne

Model pierwszy zarządzania produktem turystycznym łączy się z koniecznością utworzenia spółki celowej w postaci spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Powstały w ten sposób podmiot gospodarczy od samego początku ukierunkowany jest na osiągnięcie określonego celu gospodarczego. Rozwiązanie to umożliwia m.in. ubieganie się o pozyskanie dodatkowych środków finansowych poprzez dokapitalizowanie zewnętrzne spółki w postaci kredytu komercyjnego. Powołana spółka ułatwia bankowi udzielającemu kredytu na inwestycję celową (ale również działania statutowe czy operacyjne) wgląd w przejrzystą strukturę osobową (Właściciele / Udziałowców) i kapitałową Spółki. Tym samym, ograniczeniu ulega ryzyko transakcji finansowej wynikające z inwestycji. Dla porównania, powołanie spółki celowej w formie spółki cywilnej utrudniałoby dokapitalizowanie ze strony banków i instytucji finansowych.

Ponadto istotnym aspektem funkcjonowania spółki celowej w postaci spółki z o.o. jest odpowiadanie materialne przez wspólników tylko do wysokości wniesionego kapitału.

W przypadku wariantu 1 zarządzania produktem turystycznym ze względu na obecne funkcjonowanie spółki Pętla Żuławska (podpisanie aktu notarialnego nastąpiło dnia 28 maja 2013 r.) możliwe byłoby rozszerzenie listy wspólników zarejestrowanego już podmiotu o nowe gminy (wspólników), położonych nad Zatoką Gdańską. Wraz ze wzrostem liczby członków zwiększy się łączna wartość udziałów spółki. Do objęcia nowych udziałów niezbędna jest zgoda wszystkich dotychczasowych wspólników (niezależnie od ich położenia na terenie województwa pomorskiego bądź poza nim – w województwie warmińsko-mazurskim).

W zakresie finansowym należy przesądzić, że koszty i przychody wszystkich przystani byłby rozliczane łącznie (nie jak dotychczas każda z przystani oddzielnie) a wszyscy wspólnicy solidarnie pokrywają ewentualne straty wynikające z nierentowności części przystani i portów (w spółkach z o.o. nie istnieje pojęcie składki).

W przypadku wariantu 2 proponuje się utworzenie nowej spółki, która swoim działaniem objęłaby obszar Zatoki Gdańskiej. Współpraca w ramach rozwoju produktu turystycznego miałyby wtedy charakter konsorcjum dwóch spółek. Konsorcjum nie jest podmiotem gospodarczym, nie musi więc być rejestrowane, nie musi mieć odrębnej nazwy ani też siedziby. Podmioty tworzące konsorcjum są niezależne w swoich dotychczasowych działaniach (w działaniach niezwiązanych z konsorcjum), a w działaniach związanych z konsorcjum realizują wspólną politykę finansową objętą porozumieniem. Tego rodzaju forma prawna zapewniłaby większą odrębność Zatoki Gdańskiej i Pętli Żuławskiej. Wybór tego rozwiązania byłby uzasadniony przede wszystkim zróżnicowaniem oferty wodnej, żeglarskiej obu obszarów.

Należy podkreślić, iż od strony administracyjno-prawnej wykorzystanie istniejącej spółki i rozszerzenie jej działalności jest rozwiązaniem prostszym (z uwagi brak potrzeby zwiększania liczby podmiotów). Problem od strony marketingowej takiego rozwiązania może stanowić fakt, iż na skutek zarządzania produktem turystycznym składającym się z dwóch różnych ofert, przez jedną spółkę, może nastąpić rozproszenie istniejącej marki Pętli Żuławskiej i zdominowanie przez ofertę Zatokę Gdańską. W tym wypadku ważne jest, aby marketing ukierunkowany był jednak dla dwóch komplementarnych marek dla podobnych (żeglarze) i odmiennych grup docelowych (houseboatowcy).

Finansowanie działalności w ramach modelu pierwszego odbywać się będzie w drodze podnoszenia kapitału udziałowego spółki / spółek i obejmowania nowych udziałów przez jednostki samorządu terytorialnego.

W przypadku **modelu drugiego** wymagane jest usankcjonowane podejście do relacji na linii partnerzy projektu (gminy) a podmioty odpowiedzialne za promocję lokalną. Z formalnego punktu widzenia jest to o tyle trudne, że nośnikiem informacji promocyjnej będzie wiele podmiotów. Na część z nich partnerzy projektu nie będą mieli realnego wpływu (np. na klastry i inne stowarzyszenia turystyczne). Dlatego też warto przygotować jednolite standardy promocji, do których przestrzegania zostaną zobowiązani wszyscy zainteresowani. Również przy zawieraniu partnerstw należy pamiętać o aspekcie przyszłej promocji, ponieważ koordynacja tak rozległego geograficznie obszaru jest trudna. Funkcję wspomagającą wobec Województwa Pomorskiego pełnić tu może Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, a także Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna, które ponadto będą wypełniać zadania związane z promocją w wymiarze ponadregionalnym.

Finansowanie działalności w ramach modelu drugiego odbywać się będzie w sposób całkowicie zdecentralizowany – w oparciu o inwencję i przedsiębiorczość partnerów projektu.

Trzeci model to możliwość utworzenia specjalnie dedykowanych dla Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej produktowych Lokalnych Organizacji Turystycznych. LOT podlegają Ustawie z dnia 7 kwietnia 1989 r. Prawo o stowarzyszeniach oraz Ustawie z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (POT). Według art. 4.3. Ustawy o POT oraz wymogów POT i założeń tworzenia trójstopniowego systemu promocji turystycznej w Polsce do najważniejszych zadań lokalnych organizacji turystycznych należą¹⁵:

- integracja społeczności lokalnej (w tym jednostek samorządu lokalnego i branży turystycznej),
- kreowanie produktu turystycznego wokół lokalnych atrakcji turystycznych,
- gromadzenie i aktualizacja informacji o atrakcjach i produktach turystycznych,
- utrzymanie i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej.

Tak określony zakres działania LOT uzasadnia branie ich pod uwagę zarówno przy kreowaniu, jak i operacyjnym prowadzeniu spraw promocji na szczeblu lokalnym. W szczególności LOT jest dogodną formą organizacyjno-prawną dla prowadzenia działań ambientowych, jak i zapewnienia bieżącego przepływu informacji między dysponentami obiektów a społecznością lokalną.

Również w tym modelu istotną rolę mogą pełnić Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna i Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna, które będą koordynować działania promocyjne w swoich regionach oraz wypełniać zadania związane z promocją w wymiarze ponadregionalnym, rozwijać i koordynować działania w zakresie wspólnej marki turystycznej *Pętla Żuławska*.

Finansowanie działalności w ramach modelu trzeciego będzie opierać się na mechanizmach wypracowanych w ramach LOT „Pętla Żuławska” i LOT „Zatoka Gdańska”, z uwzględnieniem składek członkowskich, jak też skoordynowanego pozyskiwania sponsoringu, jak również wspólnego ubiegania się o środki zewnętrzne. Zakłada się ponadto finansowanie budżetowe (ze środków JST, jednak bez konieczności każdorazowego podejmowania uchwał w sprawie podnoszenia kapitału spółek).

We wszystkich modelach istotną rolę spełnia Samorząd Województwa Pomorskiego. Jego rola polegać będzie na kreowaniu długookresowej polityki w odniesieniu do produktów turystycznych oraz określaniu standardów wynikających z przyjętej strategii działania, w tym określaniu standardów zagospodarowania infrastruktury żeglarskiej, identyfikacji wizualnej i promocji (nadzór strategiczny).

¹⁵ <http://www.pot.gov.pl/o-polskiej-organizacji-turystycznej/p/wspolpraca/lokalne-organizacje-turystyczne>

W każdym z modeli ważne jest zachowanie partnerstwa z Województwem Warmińsko-Mazurskim jako partnerem działań podejmowanych szczególnie w odniesieniu bądź w związku z podmiotami zlokalizowanymi na jego terenie, jak również w związku ze współpracą dotyczącą promocji marki Pętli Żuławskiej¹⁶.

We wszystkich modelach przewidziano również, że sieciowe produkty turystyczne będą tworzyć zarówno obiekty zrealizowane ze środków publicznych w ramach projektów prowadzonych i nadzorowanych przez Samorząd Województwa Pomorskiego, jak i inne obiekty, zarządzane przez podmioty publiczne i prywatne.

4. Zarządzanie marką – model docelowy

4.1. Struktura modelu docelowego

4.1.1. Struktura podmiotowa

Celem projektowanej struktury jest m.in. uformowanie i utrwalenie wizerunku marek Pętli Żuławskiej oraz Zatoki Gdańskiej – jako samoistnych, jak i współtworzących markę parasolową *!Pomorskie – tu się pływa*.

Realizacji tego celu służyć będą główne funkcje:

- realizacja *Strategii komunikacji*, w tym realizacja kampanii wizerunkowej, produktowej, wewnętrznej i informacyjnej,
- zapewnienie satysfakcji z produktu w miejscu jego użytkowania (dotrzymanie obietnic zawartych w przekazie wynikającym ze strategii komunikacji),
- zapewnienie trwałego zainteresowania i lojalności użytkowników,
- zapewnienia zaangażowania dysponentów infrastruktury.

W modelu rekomendowanym przewiduje się bezpośredni udział w zarządzaniu marką podmiotów przedstawionych poniżej:

- na szczeblu lokalnym:
 - dysponenci infrastruktury (portów, przystani, marin) jako podmioty bezpośrednio prowadzące obsługę klienta i promocję w miejscach obsługi, mających brać udział w planowaniu przedsięwzięć wpływających na postrzeganie promowanych marek,
 - „LOT produktowe” – LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska” jako stowarzyszenia prowadzące uzgodnienia, budujące plany i nadzorujące ich realizację na poziomie operacyjnym,
- na szczeblu regionalnym:
 - Województwo Pomorskie i wspierające Województwo Warmińsko – Mazurskie, uczestniczące w tworzeniu planów, prowadzący strategiczny nadzór nad realizacją *Strategii komunikacji* i czynnikami wpływającymi na postrzeganie marek,
 - Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna oraz Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna, jako przyszli uczestnicy planowania i organizatorzy przedsięwzięć promocyjnych o zasięgu regionalnym i ponadregionalnym (w tym międzynarodowym).

Szczegółowy wykaz zadań oraz relacje między ww. podmiotami omówiono w dalszej części opracowania.

¹⁶ W przyszłości rola partnerstwa między Województwem Pomorskim a Województwem Warmińsko-Mazurskim może uzyskać dodatkowy impuls w przypadku budowy połączenia wodnego (kanału) między Zatoką Gdańską a Zalewem Wiślanym, co będzie musiało prowadzić do częściowo nowego zdefiniowania oferty produktowej Zalewu, a być może będzie podstawą dla wykreowania odrębnej marki

4.1.2. Zasady generalne

Wspólnota interesów. Uczestnicy LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska” wykażą zainteresowanie budowaniem wspólnej marki po to, by z jednej strony maksymalizować zaciekanie Zatoką Gdańską i Pętlą Żuławską nowych użytkowników, z drugiej natomiast w większym stopniu wpływać na zainteresowanie osób już je użytkujących. Wpłyne to bowiem na wzrost globalnego popytu na usługi na każdym z tych akwenów. Skutkiem będzie wzrost ruchu w każdym z obiektów na akwenie – w szczególności w obiektach reklamowanych w ramach wspólnych działań.

Brak hierarchii. Zakłada się, że generalne zasady współpracy zostaną ustalone statutami stowarzyszeń LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska” w oparciu o przepisy ustawy Prawo o stowarzyszeniach oraz o Polskiej Organizacji Turystycznej, co wyklucza tworzenie struktury hierarchicznej.

Konsorcjalność. Uczestnikami LOT będą m.in. dysponenci infrastruktury działający na rynku równolegle, niekiedy rywalizujący ze sobą o klientów z tych samych grup docelowych lub obsługujący tych samych użytkowników w kolejnych fazach ich podróży. Należy oczekiwać, że komercyjne relacje między uczestnikami struktury będą ograniczone (w większości przypadków członkowie LOT nie będą dla siebie dostawcami / odbiorcami).

Partycypacja. Oczekiwać należy, że uczestnicy wspólnej struktury będą zainteresowani nie tylko korzystaniem z wartości dodanej struktury, ale także wyrażaniem swoich opinii i udziałem w podejmowaniu decyzji. Zasadnicza wartość dodana wynikać będzie ze współpracy niesformalizowanej – wynikającej z uzgodnień opartych na relacjach osobistych.

Dobrowolność. Ważną cechą nowej struktury docelowej będzie dobrowolność uczestnictwa. Jest to czynnik, który może ograniczyć liczbę zainteresowanych (utrudnić uzyskanie dużej skali promocji), ale jednocześnie może sprzyjać wyłonieniu się samorządnych animatorów wydarzeń sygnowanych markami Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej. Do mechanizmów zachęcających do inicjatywy (jak i szerzej – do udziału w promocji marki) będzie m.in. dostęp do kanałów komunikacji¹⁷, jak też do udziału w korzyściach wynikających z prezentowanego poniżej *Programu Wspólnych Działań*.

4.1.3. Program Wspólnych Działań

Przyjmuje się, że ważnym narzędziem zarządzania będzie wypracowywany wspólnie, we współpracy PROT i dwóch LOT *Program Wspólnych Działań*.¹⁸

Program będzie obejmował krótkookresowy plan przedsięwzięć: roczny, zawierający skonkretyzowany wykaz przedsięwzięć na najbliższy sezon turystyczny oraz (kroczący) dwuletni, odnoszący się do założeń na sezon kolejny. Program będzie uszczegółowieniem *Strategii komunikacji*.

Program będzie tworzony poprzez dyskusję i ustalenia podejmowane w trakcie dorocznych narad: przednawigacyjnej i posezonowej, z uwzględnieniem opinii Województw i innych kluczowych interesariuszy. Następnie będzie formalnie zatwierdzany przez statutowe organy stowarzyszeń. W początkowym okresie realizacji

¹⁷ Uczestnicy będą beneficjentami działań promocyjnych; por. *Zatoka Gdańska, Pętla Żuławska. Strategia komunikacji*, 2015 (opracowanie w ramach *Strategii kreacji i promocji marki dla oferty turystycznej Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej*)

¹⁸ Propozycja wykorzystania tego narzędzia wynika z myśli o potrzebie pełnego wykorzystania formuły spotkań - narady przednawigacyjnej i posezonowej - zasygnalizowanych w *Strategii komunikacji* (2015).

Strategii komunikacji (począwszy od 2016) Program będzie współtworzony przez UMWP i PROT. Po powołaniu LOT w kolejnych latach ich rola będzie sukcesywnie wzrastała.

4.2. Struktura funkcjonalna i podmiotowa – opis szczegółowy

Poniżej przedstawiono szczegółowy podział ról pomiędzy podmiotami zarządzającymi markami „Zatoka Gdańska” i „Pętla Żuławska”. Uwzględniono w kolejności następujące podmioty:

- produktowe Lokalne Organizacje Turystyczne „Zatoka Gdańska” i „Pętla Żuławska”,
- Główną grupę członków LOT: dysponentów infrastruktury,
- Województwo Pomorskie, Województwo Warmińsko-Mazurskie,
- Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna.

W poniższych zestawieniach określono relacje między nimi i obszary ich współpracy.

Opisano stan dla modelu docelowego – jego wcześniejszą ewolucję przedstawiono w kolejnym punkcie niniejszego opracowania.

4.2.1. LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska”

Operacyjna współpraca między podmiotami zaangażowanymi w promocję marek Zatoka Gdańska i Pętla Żuławska będzie docelowo skupiona w lokalnych organizacjach turystycznych o profilu produktowym (LOT produktowe). Stowarzyszenia LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska” zostaną powołane i będą działać w oparciu o przepisy ustaw: Prawo o stowarzyszeniach oraz o Polskiej Organizacji Turystycznej. Wyklucza się tym samym tworzenie klasycznej struktury hierarchicznej na rzecz struktury klastrowej.

Celem organizacyjnym jest (docelowo) zgromadzenie w LOT (jako członków zwyczajnych bądź wspierających) wszystkich istotnych dysponentów infrastruktury korzystnie wpływających na postrzeganie marek produktowych współtworzących *!Pomorskie – tu się pływa*. Zakłada się, że członkami LOT będą dysponenci infrastruktury (w pierwszym okresie głównie partnerzy projektu), jak również Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna i Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna¹⁹.

Rozważyć należy taki mechanizm kooptacji członków, w którym uczestnikami zaproszonymi do LOT mogły być także inne podmioty, istotne dla kształtowania nie tylko produktu rzeczywistego, ale również poszerzonego. Do ich grona zaliczyć można: organizatorów sportu, turystyki i rekreacji, jak również organizacje i instytucje sektora kultury i dziedzictwa historycznego i przyrodniczego. Podmioty te mogłyby wnieść znaczący wkład w działalność programową i organizacyjną LOT, w tym w kreowanie oferty (wraz z treścią materiałów promocyjnych) oraz bezpośrednią organizację i realizację wydarzeń.

Przyjmuje się, że LOT „Zatoka Gdańska” i LOT „Pętla Żuławska” będą członkami Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej.

¹⁹ Rozważać można opcję, w której w pierwszym okresie członkami LOT byłyby też Województwo Pomorskie i Województwo Warmińsko-Mazurskie.

Główne zadania LOT:

1. Ustalanie wspólnych standardów dotyczących obsługi użytkowników; współpraca z poszczególnymi dysponentami infrastruktury w dziedzinie doskonalenia obsługi; doradztwo bieżące oraz organizacja instruktażu i szkoleń.
2. Koordynacja, współudział bądź wspieranie organizacji wydarzeń, w tym promocyjnych. Promocja imprez w materiałach promocyjnych LOT i komunikatach prasowych. Współpraca z mediami w tym zakresie.
3. Współpraca z podmiotami czarterującymi, organizatorami sportu, turystyki i rekreacji na wodzie (w tym klubami żeglarskimi) oraz zarządcami obiektów na lądzie i organizatorami imprez przy brzegu potencjalnie istotnych dla produktu rozszerzonego.
4. Współpraca z Lokalnymi Grupami Działania, Lokalnymi Grupami Rybackimi, organizacjami turystycznymi i hobbystycznymi operującymi na promowanym obszarze (akwenie i terenach nadbrzeżnych) i innymi podmiotami wpływającymi na markę i produkt. Kreowanie wydarzeń współadresowanych do społeczności lokalnych. Współpraca z mediami w tym zakresie.
5. Gromadzenie dokumentacji fotograficznej z imprez oraz fotografii odpowiadających aktualnemu stanowi obiektów celem wykorzystania w działalności promocyjnej prowadzonej w ramach LOT i PROT.
6. Prowadzenie profilu / fanpage'a facebook umożliwiającego komunikację z użytkownikami; prowadzenie innych działań internetowych z wykorzystaniem mediów społecznościowych oraz prowadzenie bloga i strony internetowej (w standardzie uzgodnionym z UMWP i PROT).
7. Przygotowanie, zlecenie produkcji oraz zapewnienie dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych w formie drukowanej – map, przewodników, ulotek. Ustalanie zasad ich finansowania i odpłatności przez użytkowników.
8. Projektowanie i zlecenie produkcji ubiorów z logotypem produktu według jednolitego standardu oraz ich dystrybucja wśród dysponentów infrastruktury.

4.2.2. Dysponenci infrastruktury

Właścicielami portów, przystani i marin są gminy oraz inne podmioty o zróżnicowanych formach i strukturach własności. W niektórych przypadkach właściciele zarządzają swoimi obiektami bezpośrednio, w części powierzają swoje obiekty operatorom. Część obiektów powstała w ramach projektów dofinansowanych ze środków UE dotyczących Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej, pozostała część została wybudowana i funkcjonowała przez lata niezależnie. W tym drugim przypadku zakłada się, że właściciele postanowili o przystąpieniu do wspólnej struktury lokalnej organizacji turystycznej (zwanej dalej LOT) i są gotowi przestrzegać warunków określonych w jej ramach. Zastrzec należy, iż nieprzestrzeganie standardów może powodować wykluczenie ze wspólnej struktury bądź czasowe pozbawienie praw do korzystania z przywilejów i wsparcia ze strony LOT.

Główne zadania:

1. Uczestnictwo w przygotowaniach do sezonu, w tym udział w naradzie przednawigacyjnej; zgłaszanie propozycji do *Programu Wspólnych Działań*.
2. Udostępnianie infrastruktury użytkownikom na zasadach ustalonych w porozumieniach zawartych w ramach LOT, tj. z uwzględnieniem ewentualnych ograniczeń, zobowiązań podjętych wspólnie w ramach LOT, w tym zobowiązań dotyczących:
 - a. godzin obsługi bosmańskiej,
 - b. stosowania zniżek w opłatach w ramach wspólnych działań promocyjnych,



3. Zapewnienie odpowiedniej kultury obsługi. Zapewnienie zatrudnionemu personelowi ubioru z logotypem produktu i identyfikatorów personalnych – według standardów przyjętych w LOT.
4. Informowanie użytkowników (w języku polskim oraz w języku obcym) o ofercie wchodzącej w skład marki *!Pomorskie – tu się pływa*, oraz w skład poszczególnych marek produktowych, w tym umożliwienie im dostępu do odpłatnych i nieodpłatnych materiałów informacyjnych i promocyjnych przygotowanych w ramach LOT.
5. Ekspozowanie, oferowanie i prowadzenie sprzedaży materiałów promocyjnych, pamiątek i gadżetów w ramach oferty przygotowanej w ramach *Programu Wspólnych Działań*.
6. Zapewnienie należytego standardu technicznego elementów infrastruktury (wraz z zapleczem) oraz zapewnienie czystości na zarządzanym obiekcie.
7. Oznakowanie obiektu zgodnie z przyjętymi standardami. Dbanie o właściwą ekspozycję i stan tablic informacyjnych i pamiątkowych oraz innych elementów oznakowania, w tym oznakowania pomieszczeń, sprzętu i obiektów towarzyszących, jak również materiałów promocyjnych przygotowywanych we własnym zakresie.
8. Współudział w organizacji wydarzeń (w tym promocyjnych) uzgodnionych w ramach LOT, w tym organizacji działań ambientowych ukierunkowanych na odwiedzenie wielu lokalizacji oraz o zasięgu oddziaływania szerszym, niż obszar pojedynczej gminy.
9. Współpraca przy organizacji imprez, wydarzeń żeglarskich. Wnioskowanie o wprowadzenie imprez do oficjalnego programu działania LOT – przed sezonem lub z należyтым wyprzedzeniem, umożliwiającym umieszczenie imprez w materiałach promocyjnych LOT, komunikatach prasowych i innych formach reklamy.
10. Sporządzanie dokumentacji fotograficznej z imprez oraz dostarczanie fotografii odpowiadających aktualnemu stanowi obiektu celem wykorzystania w działalności promocyjnej prowadzonej wspólnie w ramach LOT.
11. Udział w prowadzeniu badań wśród użytkowników na temat satysfakcji z produktów współtworzących *!Pomorskie – tu się pływa* oraz ofert towarzyszących. Informowanie innych członków LOT o sygnałach wskazujących na niską satysfakcję i jej przyczyny.
12. Udział w naradzie posezonowej celem podsumowania sezonu, opinii użytkowników oraz przygotowania planów działań podnoszących jakość oferty i materiałów informacyjno-promocyjnych.
13. Monitorowanie obiektu celem zabezpieczenia użytkowników i ich majątku przed dewastacją i kradzieżą; zabezpieczenie obiektu przed niepożądaną obecnością osób postronnych.
14. Zapewnienie przestrzegania zasad bezpieczeństwa i wyposażenia w sprzęt ratunkowy zgodnie z obowiązującymi przepisami.
15. Zlecenie wykonywania badania próbek wody i przekazywanie ich wyników LOT.
16. Współpraca z organizatorami zawodów i imprez sportowych oraz operatorami turystyki i rekreacji; współpraca z LOT w zakresie zawodów i imprez o randze ogólnokrajowej i międzynarodowej.

4.2.3. Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna

PROT jest organizacją działającą w oparciu o ustawę o Polskiej Organizacji Turystycznej. Swoją misję PROT określa jako „szeroko rozumianą promocję turystyczną regionu na arenie krajowej i międzynarodowej, rozwój informacji turystycznej, wsparcie rozwoju i komercjalizacji produktów turystycznych ale również szkolenie kadr i szereg innych przedsięwzięć wymagających koordynacji na szczeblu regionalnym”.²⁰ Włączenie PROT w zarządzanie markami „wodnymi” będzie wymagało korekty dokumentów programowych przez tę organizację, jak również uwzględnienia ewentualnych zmian w dokumentach Województwa Pomorskiego; należy brać też pod uwagę, że nie będzie ona zainteresowana udziałem w przedsięwzięciu przedstawianym w niniejszym opracowaniu w takim zakresie, w jakim jest to proponowane. Stąd można rozpatrywać sytuację, w której proponowaną rolę przyjmie na siebie inny podmiot bądź też, że jej kształt będzie podlegał niezbędnym uzgodnieniom UMWP – PROT. Tym niemniej docelowo przewidziano dla PROT rolę kreatora i realizatora kampanii wizerunkowych.

Główne zadania:

1. Stała współpraca z LOT-ami produktowymi.
2. Szkolenia pracowników i wolontariuszy LOT-ów produktowych; współpraca przy planowaniu i realizacji szkoleń dla personelu marin i przystani.
3. Współpraca przy przygotowywaniu ekspozycji i organizowanie oferty poszczególnych marek produktowych turystyki wodnej na targach i wystawach zagranicznych i krajowych.
4. Współpraca przy przygotowaniu produkcji filmowych oraz prowadzenie działań kierowanych do telewizji i Internetu.
5. Utrzymywanie kontaktu z mediami specjalistycznymi i zagranicznymi; przygotowanie artykułów do prasy specjalistycznej i zagranicznej oraz study tour.
6. Koordynowanie organizacji wydarzeń o zasięgu wykraczającym poza jeden akwen (Pętli Żuławskiej lub Zatoki Gdańskiej) oraz o randze potencjalnie znacząco wykraczającej poza jedną akwen (np. Rok Rzeki Wisły 2017 czy imprezy sportowe o statusie mistrzostw Europy i świata), w tym w zakresie działań promocyjnych.
- 7.
8. Uzgadnianie i przyjmowanie *Programu Wspólnych Działań* na okresy roczne i dwuletnie celem formalizacji ustaleń dotyczących planowanych działań promocyjnych.
9. Zbieranie opinii użytkowników i dysponentów infrastruktury, jak też interesariuszy, w sprawach dotyczących funkcjonowania poszczególnych obiektów oraz potrzeb związanych z ich ofertą, stanem technicznym, wyposażeniem i in., jak również podejmowanie inicjatyw inwestycyjnych.
10. Przygotowanie i prowadzenie programu ambasadorów marki (we współpracy z LOT).
11. Uzgadnianie standardów materiałów promocyjnych, pamiątek i gadżetów, oznakowań, ubiorów, grafik i serwisów internetowych z identyfikacją graficzną Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej.
12. Powoływanie kapituły i przeprowadzanie procedury przyznawania Nagród Prezesa Honorowego PROT (lub równorzędnej) w kategoriach spójnych z marką *!Pomorskie – tu się pływa*. Organizowanie „Gali Wodnej” bądź innej uroczystości związanej z wręczeniem nagrody.

²⁰ <http://www.prot.gda.pl/o-nas/>

4.2.4. Samorząd wojewódzki

Województwo Pomorskie obecnie pełni funkcję wszechstronnego kreatora i organizatora działań związanych z marką Pętli Żuławskiej, jak również przygotowuje się do odegrania podobnej roli w odniesieniu do marki Zatoki Gdańskiej. Rola ta będzie w przyszłości podlegać samoograniczeniu (patrz punkt kolejny), stąd docelowy zakres funkcji jest znacząco węższy od realizowanego obecnie. Planowane docelowo funkcje określono wcześniej jako nadzór strategiczny.

Główne zadania (stan docelowy):

1. Kreowanie polityki rozwojowej w zakresie turystyki wodnej w województwie pomorskim.
2. Inspirowanie przedsięwzięć dotyczących turystyki wodnej.
3. Określanie i wyznaczanie standardów zagospodarowania infrastruktury żeglarskiej, identyfikacji wizualnej, promocji; nadzór nad ich wdrażaniem i przestrzeganiem
4. Podejmowanie działań dotyczących likwidacji barier nawigacyjnych, bezpieczeństwa, itp.
5. Współpraca z PROT i LOT „Pętla Żuławska” i LOT „Zatoka Gdańska” celem współdziałania w przyszłym rozwoju koncepcji i produktów turystyki wodnej w regionie.
6. Współpraca z kluczowymi Interesariuszami, w tym Urzędem Morskim, RZGW, innymi instytucjami i organizacjami.
7. Zapewnianie, we współpracy z „LOT produktowymi” zgodności działań lokalnych z zasadami kształtowania marki przyjętymi przez Urząd Marszałkowski, włączając w to zapewnienie przestrzegania standardów jakościowych infrastruktury i wyposażenia obiektów.
8. Ustalanie standardów oznakowania obiektów. Uzgadnianie zasad zamawiania tablic informacyjnych i pamiątkowych oraz innych elementów oznakowania.
9. Uzgadnianie i przyjmowanie *Programu Wspólnych Działań* na okresy roczne i dwuletnie celem formalizacji ustaleń dotyczących planowanych działań promocyjnych.
10. Organizowanie porad przednawigacyjnych i posezonowych.
11. Prowadzenie badań, audytów i bieżącego nadzoru dotyczącego jakości obsługi i oferty oraz przestrzegania standardów w miejscach bezpośredniego świadczenia usług na rzecz użytkowników. Przedstawianie wniosków dysponentom infrastruktury.
12. Zbieranie opinii użytkowników i dysponentów infrastruktury, jak też interesariuszy, w sprawach dotyczących funkcjonowania poszczególnych obiektów oraz potrzeb związanych z ich ofertą, stanem technicznym, wyposażeniem i in., jak również podejmowanie inicjatyw inwestycyjnych.
13. Uwzględnianie promocji produktów i marek spod znaku *!Pomorskie – tu się pływa* w materiałach promocyjnych województwa, prezentacjach, forach krajowych i międzynarodowych oraz innych działaniach podejmowanych przez władze województwa i Urząd Marszałkowski.

Województwo Warmińsko-Mazurskie pełni rolę partnera działań związanych z rozwojem Pętli Żuławskiej. Zakłada się partnerską współpracę województw dotyczącą:

- tworzenia planów, prowadzenia strategicznego nadzoru nad realizacją *Strategii komunikacji* i nad czynnikami wpływającymi na postrzeganie marki Pętli Żuławskiej,
- realizacji działań promocyjnych dotyczących Pętli Żuławskiej,
- współdziałania w kreowaniu i koordynacji planów inwestycyjnych.

Zakłada się, iż Województwo Warmińsko-Mazurskie będzie uczestniczyć m.in. w tworzeniu *Programów Wspólnych Działań*, zaś Warmińsko-Mazurska Organizacja Turystyczna będzie aktywnym członkiem LOT „Pętla Żuławska”.

4.2.5. Interesariusze

Główne grupy interesariuszy wpływające na proces i efekty zarządzania marką to:

- organizatorzy sportu, turystyki i rekreacji,
- organizacje i instytucje sektora kultury i dziedzictwa historycznego i przyrodniczego,
- właściciele jachtów przeznaczonych do czarteru,
- społeczności lokalne,
- media.

Wszystkie z wymienionych grup są ważne dla omawianych marek produktowych w kontekście kreowania zarówno podaży, jak i popytu związanego z produktem poszerzonym:

- organizatorzy sportu, turystyki i rekreacji – dzięki swojej działalności przyciągających użytkowników – uczestników wydarzeń na wodzie bądź nad wodą, w tym imprez sportowych i turystycznych, szkoleń itp.; należy przewidywać ich udział w strukturach LOT na zasadach kooptacji wtedy, gdy zadeklarują prowadzenie aktywnej działalności na rzecz marek turystyki wodnej;
- organizacje i instytucje sektora kultury i dziedzictwa historycznego i przyrodniczego – kreujące ofertę produktu poszerzonego, szczególnie w zakresie ekspozycji i wydarzeń o potencjalnej atrakcyjności turystycznej; również w ich przypadku należy przewidywać możliwość ich udziału w strukturach LOT na zasadach kooptacji wtedy, gdy zadeklarują prowadzenie aktywnej działalności na rzecz marek turystyki wodnej;
- właściciele jachtów przeznaczonych do czarteru – od nich zależy fizyczna możliwość pływania po drogach wodnych / akwenach Pomorza, w tym dostateczna w stosunku do popytu liczba jednostek; właściciele jachtów niejednokrotnie spełniają również rolę aktywnych organizatorów sportu, turystyki i wypoczynku (np. niektóre jachtkluby);
- społeczności lokalne – mieszkańcy okolic, w których zlokalizowane są obiekty infrastruktury: porty, przystanie i mariny; wpływają na postrzeganie poszczególnych obiektów, jak też na powodzenie (bądź brak powodzenia) imprez o wymiarze lokalnym; stowarzyszeniom mieszkańców aktywnie działających na rzecz rozwoju lokalnego również należy stworzyć możliwość członkostwa w LOT;
- media – wpływające na postrzeganie marek produktowych przez użytkowników oraz przez społeczności lokalne; należy mieć tu na uwadze zarówno media opiniotwórcze i o szerokim zasięgu, jak i media ściśle lokalne bądź niszowe – wszystkie one mają wpływ na percepcję marki w grupach docelowych²¹. Media mogą mieć znaczenie także jako współorganizatorzy wybranych wydarzeń.

²¹ por. *Zatoka Gdańska, Pętla Żuławska. Strategia komunikacji*, 2015 (opracowanie w ramach *Strategii kreacji i promocji marki dla oferty turystycznej Pętli Żuławskiej i Zatoki Gdańskiej*)

4.3. Ścieżka dojścia do modelu docelowego

Zakłada się, że prezentowana wyżej struktura współpracy stanowi model docelowy, a jej wdrożenie powinno się rozpocząć już w 2016 roku. Czynnikiem wpływającym na potrzebę podejścia ewolucyjnego są reguły dotyczące wykorzystania środków dotacyjnych, przewidywania dotyczące czasu realizacji inwestycji, a następnie nadzoru nad wywiązaniem się z zapisów umów dofinansowania przedsięwzięć. Należy brać również pod uwagę sygnalizowaną wcześniej rolę Województwa Pomorskiego, wynikającą m.in. z zasady pomocniczości,²². Zakłada się w efekcie, że docelowo nastąpi wyraźne rozdzielenie ról pomiędzy województwo i nowopowstałe podmioty na rzecz wzrostu roli LOT „Zatoka Gdańska” oraz LOT „Pętla Żuławska”, jak również wzrostu roli PROT.

Przy uwzględnieniu tych czynników wyróżniono następujące okresy:

4.3.1. Okres 2016-2018

Województwo Pomorskie będzie w dalszym ciągu pełniło kluczową rolę w promocji marki, przede wszystkim w zakresie kampanii wizerunkowej. Należy dla tego okresu przewidywać budżet w wysokości 0,2 mln zł rocznie (na każdą z dwóch marek).

W okresie tym podejmowane będą działania dotyczące:

- przygotowania i rozpoczęcia realizacji projektów inwestycyjnych poprawiających docelową ofertę projektową,
- prowadzenia kampanii informacyjnej i wewnętrznej związanej z realizacją inwestycji,
- uformowania internetowych kanałów komunikacji,
- tworzenia podstaw organizacyjnych przyszłych „LOT produktowych” i wykreowanie ich liderów na pierwszy okres funkcjonowania (będą to zapewne partnerzy projektów inwestycyjnych),
- budowania klimatu i zwyczajów dotyczących współpracy między przyszłymi członkami „LOT produktowych”,
- skryształizowania roli PROT,
- sukcesywnego wdrażania zasad dotyczących marki i standardów obsługi,
- inne np. ambasadorzy marki, filmy promocyjne, wydawnictwa, targi, współpraca z mediami, itp.

4.3.2. Okres 2019-2023

W tym okresie powinno nastąpić ostateczne uformowanie się struktur „LOT produktowych”, w szczególności wykrystalizowanie się zwyczajów i procedur podejmowania decyzji o działaniach ambientowych, jak też wspólnego planowania innych działań.

Szczególnie po zakończeniu realizacji projektów inwestycyjnych należy planować intensyfikację kampanii o charakterze produktowym. Główny ciężar działań promocyjnych w tej dziedzinie przesunie się z Województwa Pomorskiego na partnerów przedsięwzięć strategicznych w ramach projektów inwestycyjnych. Samorząd Województwa zachowa wpływ spełniając rolę pomocniczą, uczestnikiem tych działań promocyjnych będzie także PROT.

²² Konstytucja RP, Preambuła, Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483

4.3.3. Po 2023 roku

Zakłada się pełne wdrożenie modelu docelowego w 2023 roku. Będzie to moment zakończenia realizacji przez Województwo Pomorskie funkcji decyzyjnych. Tym samym nastąpi finalne rozdzielanie docelowych ról pomiędzy województwo i pozostałe podmioty, na rzecz wzrostu roli PROT oraz LOT „Zatoka Gdańska” oraz LOT „Pętla Żuławska”.

Do tego momentu wykształcą się nie tylko odpowiednie struktury, ale także dobre zwyczaje, praktyki i wzorce postępowania. W pełni uformowane będą też zespoły odpowiedzialne za realizację zadań. Niemniej jednak Województwo Pomorskie będzie nadal obecne, pełniąc rolę kreatora rozwoju turystyki wodnej i poprawy bezpieczeństwa na szlakach i akwenach, czy poprawy jakości i komfortu wypoczynku turystów wodnych itd.

4.4. Czynniki wpływające na funkcjonowanie modelu docelowego

Horyzont czasowy celu

Zgodnie z przedstawioną propozycją model docelowy wynikałby z ewolucji rozwiązań przyjętych wcześniej i zaczęłyby funkcjonować dopiero w roku 2024 – horyzont planowania wydaje się więc dostatecznie długi, by dopracować rozwiązania o wysokiej sprawności. Długi horyzont planistyczny może jednak powodować opóźnianie wdrażania rozwiązań wskutek przyzwyczajenia do tymczasowości.

Brak motywacji materialnej

Część planowanych, przyszłych uczestników „LOT produktowych” nie ma jasno określonego interesu materialnego w szybkim przystępowaniu do działania. Szczególnie wizja wspólnej marki Zatoki Gdańskiej może być postrzegana jako mało atrakcyjna, szczególnie wobec dość wysokiego zadowolenia z obecnej skali popytu i wypracowanych przez lata metod działania.

Procesy inwestycyjne

Szczególnie na obszarze Pętli Żuławskiej spodziewać się można niskiej motywacji do szybkich działań z uwagi na fakt, iż zapowiadane procesy inwestycyjne sugerują brak produktu „finalnego” jeszcze przez okres kilku lat. Wyczekiwanie na zakończenie inwestycji będzie czynnikiem obniżającym motywację do przygotowania się na wdrożenie modelu docelowego.

Przyszła rola PROT

Obecnie, niezależnie od powstania niniejszej propozycji struktury, rola Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej i konkretne zasady jej spełniania nie są precyzyjnie określone. Wskazano już powyżej, że jej kształt powinien podlegać niezbędnym uzgodnieniom UMWP – PROT, co może wpłynąć na akceptowalną formę rozwiązania docelowego i na rytm przygotowań do przyjęcia nowych zadań.

Niski kapitał społeczny

Rozwiązania kooperacyjne oparte na pracy zespołowej i zaufaniu są rozwiązaniami trudnymi do wdrożenia z uwagi na niski poziom odnotowywanego w Polsce kapitału społecznego (niezależnie od wysokich kompetencji indywidualnych). Zjawisko to jest widoczne w różnych sferach aktywności społecznej i gospodarczej, w tym – na przykład – w dość słabo rozwijających się inicjatywach klastrowych. Istnieje ryzyko powielenia się tych doświadczeń.

Rytm wyborczy

Z uwagi na kadencyjny rytm pracy samorządu terytorialnego (planowane wybory w 2018 i 2022 roku) może wystąpić niska motywacja do angażowania się ze strony gmin, szczególnie tych, w których nie będą prowadzone istotne inwestycje. Z uwagi na wysokie zaangażowanie gmin w już istniejącą infrastrukturę należy to zagadnienie czynnik traktować jako poważny czynnik ryzyka.

Moderowanie współpracy

Wobec powyższych uwarunkowań należy rozważyć wybór przedsięwzięć (akcji) o charakterze „miękkim”, które mogłyby stanowić pilotaż przyszłej współpracy. Takimi akcjami mogą być:

- dla obszaru Zatoki Gdańskiej – komunikacja zamiaru wykreowania wspólnej marki i pozyskanie zaangażowania ze strony wybranych, samorządnie wyłonionych podmiotów, szczególnie z grona klubów żeglarskich i organizatorów wydarzeń spoza sektora zależnego od administracji publicznej,
- dla obszaru Pętli Żuławskiej – wydarzenie pn. Rok Rzeki Wisły 2017, który może stać się ciekawym działaniem ambientowym, wymagającym potencjalnie niewielkiego zaangażowania finansowego, lecz prawdopodobnie wymagającym kreatywności oraz będącym działaniem pracochłonnym.

Uformowanie się struktur załączkowych

O ile na obszarze Pętli Żuławskiej już istnieją pewne rozwiązania strukturalne, o tyle na obszarze Zatoki Gdańskiej można liczyć na wykształcenie się liderów zmiany i niesformalizowanych struktur, które mogą dać podstawę dla przyszłego „LOT produktowego”. Działania w tym celu, kierowane do zdefiniowanej osobno (w raporcie *Strategia komunikacji*) grupy docelowej *Organizatorzy sportu, turystyki i rekreacji* można podjąć z początkiem roku 2016, przed rozpoczęciem sezonu żeglarskiego. Ich efektem może być wypracowanie zrębów *Programu Wspólnych Działań* na rok kolejny.

5. Podsumowanie

Zaprezentowany dokument zawiera charakterystykę docelowej struktury zarządzania markami produktów Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska, traktowanymi jako składniki szerszej idei marki parasolowej *!Pomorskie – tu się pływa*. W szczególności zaprezentowano warianty struktury zarządzania marką.

Zarekomendowano propozycję docelowej struktury podmiotowej i funkcjonalnej wraz z określeniem podziału zadań i relacji między elementami nowego rozwiązania organizacyjnego.

W rekomendowanej strukturze przyjęto w szczególności, iż:

- marki Pętla Żuławska i Zatoka Gdańska będą na poziomie lokalnym zarządzane odrębnie, przy wykorzystaniu formuły lokalnej organizacji turystycznej – LOT o profilu produktowym;
- zarządzanie w ramach portfela marek produktowych turystyki wodnej odbywać się będzie na poziomie wojewódzkim z udziałem Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, z wykorzystaniem marki *!Pomorskie – tu się pływa*;
- zarządzanie marką Pętla Żuławska odbywać się będzie w partnerstwie z Województwem Warmińsko-Mazurskim i Warmińsko-Mazurską Regionalną Organizacją Turystyczną.

Określono również ramowy terminarz kształtowania się nowej struktury zarządzania, z uwzględnieniem zaawansowania procesów inwestycyjnych oraz formowania się nowych rozwiązań organizacyjnych. Przyjęto, że rola Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego będzie ulegać stopniowemu samoograniczeniu – do funkcji strategicznego nadzoru nad markami produktowymi.

Spis rysunków

| | |
|---|----|
| Rysunek 1 Elementy składowe produktu turystycznego | 5 |
| Rysunek 2 Odległości pomiędzy portami Zatoki Gdańskiej | 10 |
| Rysunek 3 Schemat Pętli Żuławskiej | 11 |
| Rysunek 4 Podmioty zarządzające produktem turystycznym – Model I (wariant 1) | 47 |
| Rysunek 5 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym | 48 |
| Rysunek 6 Podmioty zarządzające produktem turystycznym – Model I (wariant 2) | 48 |
| Rysunek 7 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym – Model I (wariant 3) | 49 |
| Rysunek 8 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym – Model II | 50 |
| Rysunek 9 Struktura modelu zarządzania produktem turystycznym – Model III | 51 |