

Koncepcja rozwoju Pomorskiego Szlaku Cysterskiego



Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA
Warszawa, wrzesień 2008

Opracowano na zlecenie Departamentu Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego



Copyright by Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA, Warszawa 2008

Koncepcja rozwoju Pomorskiego Szlaku Cysterskiego powstała na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, w miesiącach czerwiec – wrzesień 2008 r.

Twórcą „Koncepcji rozwoju Pomorskiego Szlaku Cysterskiego” jest zespół projektowy PART SA w składzie:

Renata Konewecka – koordynacja projektu

Jacek Debis

Monika Kamińska

Alicja Słyszewska – ekspert zewnętrzny

Marcin Goleman

Autorzy dziękują serdecznie pracownikom Departamentu Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, a w szczególności P. Dyrektor Marcie Chełkowskiej, za zaangażowanie we współpracę na rzecz powstania Koncepcji rozwoju Pomorskiego Szlaku Cysterskiego.

Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA

ul. Stawki 2
00-193 Warszawa
tel. 22/ 860 67 80
fax 22/ 860 67 82
part@part.com.pl

SPIS TREŚCI:

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | ZAŁOŻENIA BUDOWY KONCEPCJI ROZWOJU PSC | 4 |
| 1.1 | WPROWADZENIE – ZAŁOŻENIA..... | 4 |
| 1.1.1 | Analiza obecnego stanu szlaków turystycznych w kontekście PSC..... | 6 |
| 1.1.2 | Dostępność komunikacyjna PSC | 11 |
| 1.1.3 | Atrakcje turystyczne na PSC i możliwości ich rozwoju | 14 |
| 1.2 | IDEA KOOPERACJI W OBSZARZE ROZWOJU PSC – ZAŁOŻENIA WYNIKAJĄCE Z POSIADANEGO POTENCJAŁU ORAZ PRZESŁANEK RYNKOWYCH | 18 |
| 1.2.1 | Formy turystyki uprawiane na PSC oraz segmentacja turystów na szlaku..... | 19 |
| 1.2.2 | Analiza SWOT..... | 21 |
| 2 | OKREŚLENIE ZAŁOŻEŃ MARKETINGU POMORSKIEGO SZLAKU CYSTERSKIEGO..... | 23 |
| 2.1 | IDEA PRODUKTÓW PSC | 23 |
| 2.2 | PODSTAWOWA KONCEPCJA MARKETINGU PSC | 24 |
| 2.2.1 | Koncepcja produktu mix PSC..... | 30 |
| 2.2.2 | Marketing atrakcji PSC..... | 32 |
| 2.2.3 | Marketing infrastruktury turystycznej PSC | 33 |
| 2.2.4 | Marketing wydarzeń PSC | 34 |
| 2.3 | PRODUKTY KLUCZOWE WĘZŁÓW I SUBPRODUKTY PIERŚCIENI..... | 35 |
| 3 | PRZYKŁADOWE OFERTY PAKIETÓW TURYSTYCZNYCH PRODUKTU PSC..... | 36 |
| 3.1 | PRZYKŁADOWE OFERTY PAKIETÓW TURYSTYCZNYCH PRODUKTU TURYSTYCZNEGO PSC..... | 37 |
| 3.2 | MARKETING WIZERUNKU ORAZ PROMOCJA PRODUKTÓW PSC | 38 |
| 3.2.1 | Koncepcja „gorących węzłów” promocyjno-informacyjnych..... | 39 |
| 3.2.2 | Propozycje kampanii promocyjnych..... | 40 |

I Założenia budowy koncepcji rozwoju PSC

I.1 Wprowadzenie – założenia

Pomorski Szlak Cysterski, jako produkt turystyczny, należy do grona najważniejszych produktów turystycznych Pomorza, z punktu widzenia kształtowania asortymentu konkurencyjnej oferty turystyki kulturowej. Ten typ turystyki stanowi coraz częściej alternatywę, przeciwwagę dla wciąż dominującej formy turystyki typu 3S. W przypadku Pomorza proponowany produkt może nie tylko generować bezpośrednio ruch turystyczny, ale także skutecznie wzmacniać konkurencyjność innych, istotnych w Regionie form turystyki, w tym turystyki wypoczynkowej typu 3S, aktywnej, zdrowotnej czy biznesowej. Określenie w „Koncepcji...” m.in. głównych przewag konkurencyjnych, kierunków, metod i narzędzi marketingu produktu, pozwoli na systematyczne wzmacnianie pozycji PSC na rynku.

Dobrą praktyką jest korzystanie z doświadczeń innych projektów, sprawdzonych rozwiązań dopasowanych do potrzeb turystów – odbiorców przygotowanej oferty. Pozwala to na maksymalizację efektów przy równoczesnej minimalizacji kosztów i nakładów pracy związanych z realizacją założonej koncepcji. Spójne działania, prowadzone wg wypracowanej metodologii potęgują pożądane efekty marketingowe. W tym kontekście warto włączyć PSC do grona już istniejących szlaków Pomorza (Szlak Zamków Gotyckich, Amber Router, Szlak Hydrotechniki, Szlak Łatarni Morskich), których wspólnym punktem jest nie tylko ich kulturowy charakter, ale także ponadregionalność. Każdy z nich wybiega bowiem swoim zasięgiem poza obszar województwa pomorskiego. Stąd zasadnym wydaje się przygotowanie koncepcji rozwoju PSC w metodologii użytej do opracowania 4 szlaków kulturowych.

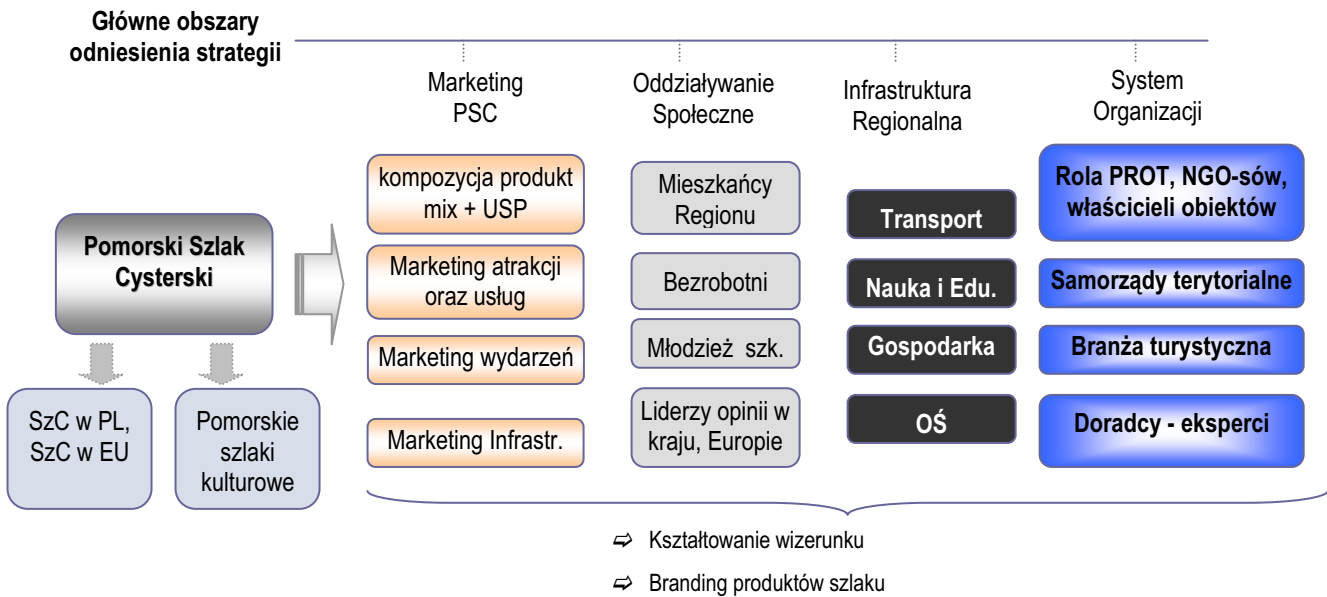
„Koncepcja rozwoju PSC” w największym stopniu akcentuje zagadnienia skutecznego, zintegrowanego marketingu, uwzględniającego zbudowanie silnej, rozpoznawalnej w Europie marki produktu kulturowego.

Mówiąc o skutecznym marketingu w turystyce, budowaniu silnej marki kulturowej, nie można pominąć kwestii wizerunkowych. Produkty, wyróżniki o tak silnej tożsamości, wpisane w pejzaż i charakter Pomorza, jak *pocysterskie klasztory, kościoły i kaplice*, malują w oczach odbiorcy niezwykle silny obraz – historycznego, atrakcyjnego turystycznie Regionu Polski.

Planowanie strategii odbywa się w okresie największego budżetu w dziejach współczesnej Polski (w tym także regionów), przeznaczanego na modernizację i rozwój infrastruktury, w tym drogowej, kolejowej, lotniczej, miejskiej, a także dostosowywaniem gospodarki do wymogów oraz standardów Unii Europejskiej.

Ogromne znaczenie odgrywa również aspekt społeczny otoczenia projektu, w tym ze względu aktualny wciąż problem bezrobocia, znaczenie edukacji proturystycznej, potrzeba wspierania procesów doskonalenia zawodowego, czy zrównywanie szans wybranych grup społecznych i zawodowych.

Wskazany schemat ilustruje strukturę budowania koncepcji strategicznej:



Podstawowe założenia przyjęte dla prac strategicznych nad koncepcją rozwoju PSC:

- PSC ma stanowić swoisty klucz do odczytania przekazu rozproszonego dziedzictwa pocysterskiego
- PSC będzie porządkować, edukować, rozaczać parasol marki, umożliwiać podróż nie tylko w przestrzeni – będzie wpływał na rozwój turystyczny obszarów mniej uprzywilejowanych
- PSC będzie stanowić pomost dla komunikacji marketingowej – świata duchowego, dziedzictwa historycznego z otoczeniem społecznym i rynkowym
- Koncepcja rozwoju produktu PSC zakłada silną jego synergię z jednej strony ze Szlakiem Cysterskim w Polsce i Europie, z drugiej ze szlakami kulturowymi na Pomorzu; w obszarach m.in. kreowania ofert, promocji, badań marketingowych, a także procesów zarządzania wybranymi projektami infrastrukturalnymi
- Produkt PSC będzie powiązany, integrowany ze Szlakiem Cysterskim w Polsce i Europie oraz innymi szlakami kulturowymi i ich ofertami, na Pomorzu i terenie kraju
- Procesy zarządzania, rozwoju i wdrażania będą delegowane w zależności od produktu oraz typu projektów do jednostek najlepiej do tego przygotowanych i predestynowanych – w ramach zadań PROT oraz służb marszałka, procesy te powinny być koordynowane lub/i monitorowane
- Punktem wyjścia silnego marketingu produktów PSC, będzie określenie ich przewag konkurencyjnych (USP) oraz określenie koncepcji polityki produktu mix
- W każdym z produktów PSC zostaną określone i zaprogramowane do wdrożenia takie elementy marketingu miejsc jak system atrakcji, usług oraz imprez budujących silną tożsamość oraz wpływających na konkurencyjność rynkową każdego z produktów
- Założeniem strategii jest włączanie w program rozwoju produktów PSC szerokiej, jakościowej reprezentacji branży turystycznej i właścicieli obiektów pocysterskich oraz stymulowanie rozwoju nowych podmiotów, w tym ukierunkowanych na świadczenie usług turystycznych na PSC
- Realizowane w najbliższych latach programy i projekty dotyczące rozwoju infrastruktury regionalnej, zostaną uwzględnione w „Koncepcji...”, ze wskazaniem korzyści dla rozwoju szlaku płynących z realizacji tych projektów oraz określeniem specyficznych, dodatkowych potrzeb wynikających z charakteru produktów oraz zapisanych w strategii założeń

Tabela 1 Główne kierunki strategiczne rozwoju PSC w podziale na cztery obszary odniesienia

| Obszar | Główny kierunek strategiczny dla PSC |
|--|---|
| I obszar – marketing produktów | Wyeksponowanie dobrze zachowanego dziedzictwa cysterskiego i połączenie go w spójną koncepcję, oznaczoną wspólnym znakiem (logo) i spójnym systemem identyfikacji wizualnej – zbudowanie produktów podstawowych na bazie USP węzłów oraz produktów uzupełniających w pierścieniach |
| II obszar – oddziaływanie społeczne | <p>Ważnym aspektem jest rozwój obszarów mniej uprzywilejowanych, które – połączone do PSC – mają szanse rozwinąć się i zyskać ekonomicznie</p> <p>Edukacja dzieci i młodzieży – świadomość historyczna, rozwój rzemiosła i piśmiennictwa, etos rycerza, style w sztuce (architektura – gł. gotyk, malarstwo, muzyka); społeczeństwo świadome narodowego dziedzictwa kulturowego – budowanie odpowiedzialności za to dziedzictwo</p> <p>Zmiana świadomości społeczności lokalnej – zaangażowanie mieszkańców w działania na rzecz rozwoju elementów produktu, wskazanie aspektów ekonomiczno-społecznych; generowanie nowych miejsc pracy, zakładanie działalności gospodarczej związanej z ofertą na szlaku</p> |
| III obszar – infrastruktura regionalna | <p>Szlaki piesze, rowerowe, wodne wraz z infrastrukturą – wytyczanie nowych szlaków, rozbudowa i modernizacja istniejących; inwestycje często prowadzone we współpracy różnych podmiotów m.in. PTTK, RZGW, NFOŚiGW, samorządów. Zróżnicowana infrastruktura umożliwi włączenie do oferty szlaku korzystania z tzw. transportu kombinowanego (zamiana środków transportu przy przemieszczaniu się w ramach PSC). Stanowi on urozmaicenie i daje spore możliwości komponowania ofert indywidualnych.</p> <p>Rozwój usług noclegowych i gastronomicznych w obszarach o brakach infrastrukturalnych, w tym rozwój obiektów tematycznie powiązanych z PSC (gospodarstwa agroturystyczne w duchu cysterskim – wystrój, proponowane zajęcia, wyżywienie; noclegi w zaadoptowanych obiektach pocysterskich, gospody cysterskie, etc.)</p> <p>Powyższe działania przyczynią się także do rozwoju gospodarczego i poprawy sytuacji ekonomicznej obszarów mniej uprzywilejowanych, które chcąc zaistnieć jako samodzielne produkty zginęłyby przytłoczone markowymi produktami. Pod parasolem marki PSC mają zdecydowanie większą możliwość przebicia się/ wyróżnienia na rynku.</p> |
| IV obszar – system organizacji | <p>Podstawowe ogniwo w systemie organizacji zarządzania na PSC stanowią będą właściciele, zarządzający spuścizną pocysterską, a także NGO-sy zaangażowane we współtworzenie produktów PSC. Dla spójności przedsięwzięć poszczególnych podmiotów niezbędne będzie koordynowanie ich działań ze strony PROT-u oraz Urzędu Marszałkowskiego – Zleceniodawcy niniejszego opracowania.</p> <p>Ważnym aspektem jest również współpraca na szczeblu gminnym, zarówno pomiędzy gminami, jak też na płaszczyźnie samorząd – NGO/ właściciel dziedzictwa/ przedsiębiorca- współtwórca oferty PSC.</p> <p>Ścisła współpraca z doradcami i ekspertami, Radą Koordynacyjną Szlaku Cysterskiego w Polsce oraz Polską Kongregacją Cystersów.</p> |

Źródło: Opracowanie własne PART SA

1.1.1 Analiza obecnego stanu szlaków turystycznych w kontekście PSC

Na terenie województw kujawsko-pomorskiego, pomorskiego i zachodniopomorskiego, przez które prowadzi PSC, przebiega w sumie kilkaset szlaków turystycznych, co przekłada się na tysiące kilometrów tras i stanowi gęstą, aczkolwiek nierównomiernie rozłożoną w terenie, sieć szlaków. Trasy te koncentrują się w regionach o największej atrakcyjności turystycznej i spotykają się w wielu miejscowościach, są bardzo zróżnicowane zarówno pod względem długości, zasięgu

(ranga międzynarodowa, krajowa, regionalna, lokalna) sposobu wykorzystania, jak i atrakcyjności (walory kulturowe, przyrodnicze, historyczne).

Wiele szlaków turystycznych na tym obszarze krzyżuje się z PSC, ale tylko nieliczne przebiegają jego odcinkami. Najwięcej tras spotyka się z PSC w Toruniu i Gdańsku (odpowiednio aż 26 i 21). Ponadto znaczna część szlaków łączy się z PSC w Chełmnie (13), Słupsku (11), Pucku (9), Żarnowcu (9), a nieliczne w Czersku (5), Koronowie (5), Pelplinie (5), Mechowie (3), Cisowo (2), Bukowie Morskim (2), Iwęcinie (2), Rajkowach (2), Starzyńskim Dworze (2) i Wtelnie (2). Ponadto w kilkunastu miejscowościach (Barzowice, Byszewo, Dobiesław, Łąsko Wielkie, Jezyce, Nowa Cerkiew, Pogódki, Słowino, Starzyno, Stary Jarosław, Swarzewo, Wierzychucin Królewski) PSC krzyżuje się tylko z pojedynczymi szlakami. Tylko przez 10 miejscowości na PSC nie biegają inne szlaki.

Tak liczne powiązania z innymi szlakami można uznać z jednej strony za zaletę, bowiem dają one osobie podróżującej po PSC możliwość włączenia się w licznych punktach węzłowych w inne szlaki turystyczne, a tym samym oferują większą możliwość postrzegania przestrzeni. Z drugiej zaś strony taka sytuacja to też wada, gdyż z uwagi na różną rangę i atrakcyjność, szlaki często konkurują ze sobą, co przekłada się na brak harmonijności i współpracy w strukturze sieci szlaków turystycznych, a w efekcie m.in. na brak szlaków łącznikowych umożliwiających połączenie tras lokalnych z trasami międzyregionalnymi i międzynarodowymi.

Międzynarodowe szlaki turystyczne występujące pomiędzy głównymi punktami na PSC:

- ➔ Droga Św. Jakuba - Camino del Norte (Droga Północna) - projektowany
- ➔ Droga Św. Jakuba - Camino Polaco (Droga Polska)
- ➔ Europejski Długodystansowy Szlak Pieszy E-11
- ➔ Europejski Długodystansowy Szlak Pieszy E-9 "Nadmorski"
- ➔ Europejski Szlak Dziedzictwa Przemysłowego
- ➔ Europejski Szlak Gotyku Ceglanego
- ➔ Europejski Szlak Romański
- ➔ Międzynarodowa Trasa Rowerowa EuroRoute R-1
- ➔ Ogónoeuropejska sieć dalekobieżnych tras rowerowych Euro Velo - R-9 „Bursztynowy”
- ➔ Ogónoeuropejska sieć dalekobieżnych tras rowerowych Szlak EuroVelo R-10 „Hanzeatycka Trasa Rowerowa”
- ➔ Szlak Hanzeatyckich Kupców
- ➔ Szlak rowerowy Greenways - Naszyjnik Północy
- ➔ Szlak rowerowy Greenways - Naszyjnik Północy – Szlak Bursztynowy

Krajowe tematyczne szlaki samochodowe występujące pomiędzy głównymi punktami na PSC

- ➔ Czerwony Szlak Kopernikowski
- ➔ Polski Szlak Krzyżowców
- ➔ Szlak Bursztynowy
- ➔ Szlak Dworów i Pałaców Północnych Kaszub
- ➔ Szlak Franciszkański
- ➔ Szlak Kraina w kratę
- ➔ Szlak Latarni Morskich
- ➔ Szlak najstarszych elektrowni wodnych w dolinie Słupi
- ➔ Szlak zabytków hydrotechniki
- ➔ Szlak Zamków Gotyckich

Szlaki samochodowe występujące pomiędzy głównymi punktami na PSC

- ➔ czerwona Droga Kaszubska
- ➔ Pierścień Kociewski
- ➔ Szlak Anny Wazówny
- ➔ Szlak Grunwaldzki
- ➔ Szlak Kopernikowski
- ➔ Szlak Rezerwatów Ziemi Chełmińskiej
- ➔ Szlak Towarzystwa Jaszczurowego
- ➔ Szlak Tysiąclecia
- ➔ Szlak Zamków Ziemi Chełmińskiej
- ➔ Trasa Morska
- ➔ Trasa Nadmorska

SZLAKI PIESZE

PSC łączy się również z pieszymi nizinnymi szlakami PTTK, które na ogół są ze sobą powiązane w długie i różne trasy, co zapewnia turystyce ciągłość drogi i umożliwia odbywanie wycieczek wielodniowych.

Pieszne nizinne szlaki PTTK występujące pomiędzy głównymi punktami na PSC

- Szlak Białego Węgla (czarny)
- Szlak Brdy (niebieski)
- Szlak Dolina Wieprzy i Studnicy (czarny)
- Szlak Doliną Słupi (żółty)
- Szlak forteczny (czarny)
- Szlak Grot Mechowskich (czarny)
- Szlak im. Franciszka Łęgowskiego (fragment E-11) (żółty)
- Szlak im. Leona Wyczółkowskiego (żółty)
- Szlak im. Stanisława Noakowskiego (czerwony)
- Szlak Jezior Kornowskich (zielony)
- Szlak kartuski (niebieski)
- Szlak Krawędzią Kępy Puckiej (zielony)
- Szlak Martyrologii Narodu Polskiego (zielony)
- Szlak mennonitów (niebieski)
- Szlak Motławski (czerwony)
- Szlak nadmorski Bałtycki (fragment E-9) (czerwony)
- Szlak niebieski (niebieski)
- Szlak niebieski (fragment e-11) (niebieski)
- Szlak Przez Puszcze Słupską (czarny)
- Szlak Puszczy Darżlubskiej (zielony)
- Szlak Rzeki Wierzycy, odcinek dolnowierzycy (niebieski)
- Szlak skarszewski (zielony)
- Szlak Starego Chełmna (zielony)
- Szlak Szwarzewski (fragment E-9) (żółty)
- Szlak Trójmiejski (żółty)
- Szlak Wiatraków (zielony)
- Szlak Wzgórz Szymborskich (czarny)
- Szlak Zabytków Średniowiecza (czarny)
- Szlak Zamkowy (niebieski)
- Szlak Zamków i Martyrologii (czerwony)
- Szlak zielony (Słupsk – Osieki)
- Szlak zielony (Starkowo – Słupsk)
- Szlak Ziemi Tczewskiej im. Romana Klima (zielony)
- Szlak Źródła Marii (czarny)

SZLAKI ROWEROWE

Rowerowe szlaki występujące pomiędzy głównymi punktami na PSC

- Regionalny szlak rowerowy Bydgoszcz – Chojnice
- Szlak czerwony Jastrzebia Góra – Mechowo
- Szlak czerwony Dębki – Dębki
- Szlak czerwony Puck – Puck
- Szlak czerwony Toruń – Włocławek
- Szlak czerwony Toruń – Chełmno
- Szlak Grzymisławowa Tczew – Nowe
- szlak Motławski Gdańsk – Tczew

- Szlak niebieski Łazy – Łazy
- Szlak niebieski Lębork – Trójmiasto
- Szlak Opata Wenera Pogódki –Pelplin
- Szlak Pętla Pucka Puck – Puck
- Szlak po Dolinie Dolnej Wisły Cierpice - Zamek Bierzglowski
- Szlak Przyjaźni Bydgoszcz-Toruń
- Szlak Szarych Mnichów Wejherowo – Jastrzębia Góra
- Szlak świecki Świecie – Czersk
- Szlak Tczewski Tczew – Kościerzyna
- Szlak Tucholski Tuchola Bachorze
- Szlak zielony Białogóra – Białogóra
- Szlak zielony Toruń – Radomno
- Szlak zielony Toruń – Inowrocław
- Szlak zielony Czersk – Starogard Gdański
- Szlak żółty Toruń – Młyniec
- Szlak żółty Toruń – Grudziądz

SZLAKI KONNE

PSC nie łączy się z oznakowanymi szlakami konnymi, co jest wadą omawianego obszaru. Turystyka konna bowiem, budzi coraz większe zainteresowanie wśród turystów i może stać się rozszerzeniem możliwości aktywnego spędzania wolnego czasu. Planowane jest utworzenie szlaku konnego „Kociewie na cztery kopyta”.

SZLAKI WODNE

Z PSC krzyżuje się zaledwie z kilkoma szlakami kajakowymi. Są to **Szlak Brdy, Słupi, Strugi, Piaśnicy i Wierzycy**.

Ważnym szlakiem wodnym przebiegającym w pobliżu PSC jest **Pętla Żuław**, która obejmuje Żuławy Wylane oraz tereny przyległe do delty Wisły i Zalewu Wiślanego z częścią Wybrzeża Staropruskiego i Równiny Warmińskiej – 26 miast i gmin m.in. Gdańsk, Pelplin i Pruszcz Gdański.

Ponadto planowane jest utworzenie **Cysterskiego Szlaku Wodnego**, który ma połączyć Jezioro Żarnowieckie z Bałtykiem. Dzięki temu na jezioro będą mogły wpływać jachty pełnomorskie i inne jednostki pływające. Oba zbiorniki wodne oddalone są od siebie zaledwie o kilka kilometrów, a przekop planują poprowadzić władze Gniewna i Krokowej. Według projektu, wykorzystane byłyby już istniejące, tylko przebudowane i dostosowane do potrzeb jednostek pływających kanały, do tej pory pełniące funkcje odwadniające lub nawadniające.

Pozostałe szlaki wodne to: Bydgoszcz – Zatoka Gdańska, Gdańsk – Iława i Gdańsk – Kąty Rybackie

WNIOSKI

- PSC jest częścią Europejskiego Szlaku Cysterskiego, o którego powstaniu zdecydowała w 1990 r. Rada Europy. Należy on do sieci Europejskich Szlaków Kulturowych i nawiązuje do dziedzictwa, historii i kultury europejskiej. PSC powiązany jest więc tematycznie zwłaszcza ze szlakami ilustrującymi drogi pielgrzymkowe (np. Droga Świętego Jakuba) oraz szlakami ukazującymi zabytki architektury (np. Szlak Gotyku Ceglanego, Szlak Kultury Barokowej).
- Sieć szlaków występująca pomiędzy głównymi punktami na PSC
 - PSC ma bogate powiązania z innymi szlakami turystycznymi.
 - Najwięcej szlaków łączy się z PSC w Toruniu i Gdańsku (co związane jest z rozbudowaną siecią szlaków w strefie podmiejskiej tych miast, dającej możliwość weekendowej penetracji okolicy). Wiele szlaków krzyżuje się z PSC również w Chełmnie, Pucku, Słupsku i Żarnowcu. Najczęściej skrzyżowaniami szlaków są miejsca początku lub końca szlaku. Wynika to z faktu, że punkty węzłowe szlaków muszą być dobrze rozpoznawalne i posiadać dobrą dostępność komunikacyjną, dlatego są to najczęściej właśnie duże miejscowości.
 - Spośród 39 miejscowości na PSC, tylko przez 10 nie przebiegają inne szlaki turystyczne.
- Dostępność dla turystyki kwalifikowanej (pieszej, rowerowej, wodnej i konnej)
 - Analizując powiązania PSC ze krajowymi szlakami turystyki aktywnej, można wskazać, że PSC często łączy się z turystycznymi szlakami pieszymi – aż z 34 i rowerowymi – 25. Większość szlaków jest oznakowana w terenie.
 - Wart podkreślenia jest fakt, że z PSC krzyżuje się aż z 7 międzynarodowymi szlakami turystyki aktywnej – 2 pieszymi i 5 rowerowymi. Trasy te należą do różnych sieci szlaków, tj. Europejskie Długodystansowe Szlaki Pieszego Ogólnoeuropejska Sieć Dalekobieżnych Tras Rowerowych, Szlaki Rowerowe Greenways i Międzynarodowe Trasy Rowerowe EuroRoute.
 - Wytyczone są już trasy rowerowe powiązane z Cystersami. Są to Szlak Rowerowy Szarych Mnichów (Wejherowo – Jastrzębia Góra) oraz Szlak Opata Wenera (Pogódki – Pelplin). Planowane jest utworzenie Cysterskiego Szlaku Rowerowego (Pszczółki – Trąbki Wielkie – Skarszewy). Szlaki te mogą być również elementem turystyki pielgrzymkowej.
 - Szlaki wodne na obszarze, przez który prowadzi PSC, są bardzo nieliczne i nie łączą ze sobą miejscowości na PSC. Szlaki kajakowe wiodą przez rzeki Brdę, Piaśnicę, Słupę i Wierzycę. Należy jednak wspomnieć, że planowane jest utworzenie Cysterskiego Szlaku Wodnego, który ma połączyć Jezioro Żarnowieckie z Bałtykiem.
 - Szlak PSC jest niedostępny dla turystyki konnej, ponieważ nie ma wytoczonych szlaków turystycznych, które by go przecinały. Planowane jest wytoczenie szlaku konnego Kociewie na cztery kopyta, który będzie liczył kilka tras, w sumie o długości 400 km.
- Ciekawą inicjatywą jest 3 kilometrowa ścieżka dydaktyczna Cysterski Gaj o charakterze historyczno-przyrodniczym, która prowadzi prawie przez wszystkie zabytki i miejsca historyczne Koronowa m.in. przez kościoły pocysterskie i park Grabina, który był w przeszłości własnością Cystersów koronowskich. Na ścieżce tej jest 20 tablic edukacyjnych z opisem.

1.1.2 Dostępność komunikacyjna PSC

Dostępność komunikacyjna oznacza możliwość dotarcia do obszaru recepcyjnego lądem, wodą lub powietrzem przez podróżnych korzystających z różnych środków komunikacji. Odgrywa ona istotne znaczenie w ocenie atrakcyjności turystycznej, a w efekcie wpływa na wielkość ruchu turystycznego. Dobra dostępność komunikacyjna jest jednym z kluczowych elementów (pozostałe to system informacji turystycznej i działania promocyjne) dla powodzenia każdego produktu turystycznego, w tym szlaku jako liniowego produktu turystycznego.

W związku z tym, iż PSC ma kilkadziesiąt punktów i biegnie aż przez 3 województwa, zanalizowano dostępność szlaku tylko w punktach węzłowych. Wybrano na nie miejsca, które są najcenniejsze, jeśli chodzi o zachowane dobra cysterskie, jak również takie, które cechują się największą ogólną atrakcyjnością, ponieważ dla sukcesu szlaku punkty węzłowe muszą być nie tylko dobrze dostępne, ale również muszą to być miejsca dobrze znane. Do punktów węzłowych na PSC zaliczono: Iwęcino/Bukowo Morskie, Puck, Oliwa, Pelplin i Koronowo. Punkty te pozwalają na realizację pętli lokalnych tj. odnóg biegnących przez miejscowości w obrębie danego pierścienia. Turystom proponuje się dotarcie najpierw do punktu węzłowego za pomocą samochodu lub środków transportu publicznego, a potem poruszanie się po poszczególnej pętli w sposób aktywny (np. pieszo lub rowerem).

Ze względu na fakt, iż punkty węzłowe są miejscowościami różnej wielkości i rangi (wieś sołecka, miasto gminne, powiatowe i wojewódzkie) trudno jest porównywać ich dostępność autobusową i kolejową, gdyż zasadniczo miasta wojewódzkie będą miały zdecydowanie lepszą dostępność niż miasta gminne. Dlatego też rozszerzono analizę dostępności o centralne węzły komunikacyjne, tj. duże miasta (powyżej 100 tys. mieszkańców) położone najbliżej punktów węzłowych, do których zaliczono Gdańsk – 54 km od Pucka, 8 km od Oliwy i 60 km od Peplina, Bydgoszcz 24 km od Koronowa oraz Koszalin – 16 km od Iwęcina i 26 km od Bukowa Morskiego. Będą one obsługiwać komunikacyjne miejscowości w obrębie pierścienia.

Tabela 2 Centralne węzły komunikacyjne w obrębie PSC

| PUNKT WĘZŁOWY | PUCK | OLIWA | PEPLIN | KORONOWO | IWIĘCINO/BUKOWO MORSKIE |
|---|------|-------------|--------|----------------|-------------------------|
| Miasto obsługujące punkt węzłowy i jego pierścień | ↑ | ↑ Gdańsk | ↑ | ↑ Bydgoszcz | ↑ Koszalin |

Źródło: Opracowanie własne PART SA

SIEĆ DROGOWA I TRANSPORT SAMOCHODOWY

Kołowa dostępność komunikacyjna szlaku PSC jest bardzo dobra. Wynika, to z faktu, że zdecydowana większość obiektów cysterskich i pocysterskich rozlokowana jest w pobliżu dróg kołowych krajowych i wojewódzkich.

Trasy komunikacyjne, którymi przebiega główna oś szlaku PSC to:

- droga krajowa nr 80, 25, 56, 5, 1
- droga wojewódzka nr 623, 644, 230, 224, 222, 468, 216 i 213.

Ponadto dojazd na PSC jest łatwy dzięki licznym skrzyżowaniom dróg krajowych i wojewódzkich w punktach węzłowych.

Tabela 3 Drogi przebiegające przez punkty węzłowe na szlaku.

| PUNKT WĘZŁOWY | DROGI |
|-------------------------|--|
| PUCK | droga wojewódzka nr 216 |
| OLIWA (GDAŃSK) | drogi krajowe: nr 1 i 7 drogi wojewódzkie: nr 218, 221, 222, 468, 472, 501 |
| PEPLIN | w pobliżu miasta powstaje węzeł drogowy Pelplin autostrady A1 z DW229 drogi wojewódzkie: nr 229 i 230 |
| KORONOWO | drogi krajowe: nr 25 i 56 droga wojewódzka nr 243 |
| IWIĘCINO/BUKOWO MORSKIE | droga wojewódzka nr 203 |

Źródło: Opracowanie własne PART SA

Dostępność obszaru, przez który biegnie PSC w zakresie autobusowej komunikacji zbiorowej zapewniają państwowe i prywatne firmy przewozowe, obsługujące zarówno połączenia zagraniczne (m.in. do Berlina, Pragi, Wiednia, Bratysławy, Budapesztu, Moskwy, Wilna, Paryża), jak i krajowe.

Najwięcej bezpośrednich połączeń z największymi miastami Polski spoza regionu PSC oferuje Gdańsk, najmniej zaś Bydgoszcz. W sumie codziennie jest kilka połączeń w każdym kierunku, co daje minimum kilkanaście połączeń z każdego z tych miast. Najwięcej połączeń, bo aż 21, jest do Warszawy (szczególnie na trasie Gdańsk-Warszawa – 15). Ponadto dość dobra oferta połączeń jest w kierunku Łodzi (11), Poznania (11) i Olsztyna (9). Mała jest liczba połączeń z Białymstokiem, Krakowem, Wrocławiem i Szczecinem (w sumie po 4-5 połączeń dziennie). Najgorsza sieć połączeń jest między Bydgoszczą, Gdańskiem i Koszalinem a Katowicami i Lublinem (tylko 2 połączenia dziennie).

Ponadto dotarcie do punktów węzłowych poprawiają liczne połączenia z przesiadką, ale niestety takie rozwiązanie nie jest korzystne dla turysty, gdyż wydłuża to czas i sprawia, że podróż staje się męcząca.

Jeśli chodzi o komunikację regionalną na szlaku to bardzo dobrą komunikacją charakteryzuje się trasa Toruń – Bydgoszcz (jest to prawie 50 połączeń), a stosunkowo dobrą Słupsk – Koszalin (11 połączeń).

Ponadto dość bogata jest też sieć połączeń bezpośrednich z mniejszymi miastami i wsiami na terenie województw zachodniopomorskiego, pomorskiego i kujawsko-pomorskiego. Bezpośrednie połączenia autobusowe do Koronowa są m.in. z Bydgoszczy, Chojnic, Czerska, Serocka, Świecia; do Pelplina ze Starogardu, Tczewa, Gniewu, do Pucka – z Gdyni, Krokowej, Lęborka, Wejherowa, Władysławowa, do Żarnowca – z Krokowej i Pucka, zaś do Iwęcina z Koszalina, Darłowa i Słupska.

Warto jednak podkreślić, że dotarcie komunikacją publiczną z punktów węzłowych do niektórych obiektów na szlaku, położonych w małych wsiach, może być utrudnione, a czasami wręcz niemożliwe.

Słabą stroną dostępności autobusowej jest również fakt, iż poza okresem letnim dotarcie komunikacją autobusową na PSC może być utrudnione, bo realizowana jest mniejsza liczba połączeń.

TRANSPORT KOLEJOWY

Sieć bezpośrednich połączeń kolejowych punktów węzłowych na PSC z innymi miastami Polski jest lepiej rozbudowana niż sieć połączeń autobusowych. Dostępność kolejowa 3 punktów węzłowych jest bardzo dobra, bowiem posiadają one bezpośrednio i liczne połączenia z większością miast w Polsce, o czym świadczy bogata lista połączeń PKP.

Najważniejszymi węzłami komunikacyjnymi obsługującymi pasażerski ruch kolejowy są stacje kolejowe w Gdańsku (przy czym warto podkreślić, że jedna ze stacji znajduje się w Oliwie), Bydgoszczy i Koszalinie. Przez miasta te przebiegają linie kolejowe w kilku kierunkach. Najważniejsze z nich to linia kolejowa nr 9, 13, 18, 202, 207, 213, 250, 353 i 356

Stacje w tych 3 miastach oferują połączenia kolejowe ze wszystkimi większymi miastami w Polsce oraz połączenia kolejowe w ruchu międzynarodowym (pociągi pasażerskie do Berlina, Pragi i Kaliningradu). Najwięcej (29) połączeń dziennie realizowanych jest do Warszawy, po kilkanaście połączeń dziennie realizowanych jest do Olsztyna, Poznania i Szczecina, a najmniej (poniżej 10) do Wrocławia, Lublina i Białegostoku. Najbogatszą ofertę połączeń ma Gdańsk, najskromniejszą zaś Koszalin.

Ponadto w komunikacji kolejowej PSC jest dostępny jeszcze w 6 miejscowościach tj.: Pucku, Toruniu, Słupsku, Pelplinie Różanych oraz, co warto podkreślić, w samej Oliwie, która jest jedną z głównych stacji w Gdańsku.

Szlak niedostępny jest kolejowo w punktach węzłowych w Koronowie, Żarnowcu oraz Iwęcinie/Bukowie Morskim.

ŻEGLUGA MORSKA I ŚRÓDLĄDOWA

Dostępność drogą morską zapewnia port w Gdańsku, który realizuje regularne połączenie promowe ze szwedzkim portem Nynashamn. Ponadto również w sezonie letnim połączenia przez Zatokę Gdańską realizują statki białek floty (tramwaje wodne) w Gdańsku, Gdyni i Sopocie realizujące połączenia na Hel i do Pucka.

Natomiast żegluga śródlądowa, która odbywa się głównie poprzez Wisłę i e-22, obecnie ma stosunkowo małe znaczenie i droga wodna spełnia rolę jedynie rekreacyjną. Jednak warto podkreślić, mają one perspektywę rozwoju (szczególnie e-22), bowiem te szlaki wodne są silnie stymulowane i rozbudowywane dzięki przeznaczaniu znaczących środków, zwłaszcza na odcinku województw kujawsko-pomorskiego i pomorskiego.

TRANSPORT LOTNICZY

Dostępność komunikacji lotniczej opiera się na funkcjonowaniu 2 lotnisk, realizujących zarówno połączenia krajowe, jak i międzynarodowe:

- **Portu Lotniczego Gdańsk im. Lecha Wałęsy w Gdańsku-Rębiechowie**, położonego 10 km od Gdańska.
- **Portu Lotniczego im. I. J. Paderwskiego w Bydgoszczy-Szwederowie**, oddalonego od miejscowości na PSC o około 20 km (do Wtelna - około 17 km, do Koronowa – około 25 km).

WNIOSKI

- ➔ PSC obejmuje swoim zasięgiem 3 województwa: kujawsko-pomorskie, pomorskie i zachodniopomorskie. Łączna długość szlaku pomiędzy Toruniem, Koronowem, Pelplinem, Gdańskiem, Puckiem, Żarnowcem i Iwęcinem wynosi około 500 kilometrów. Odległości między kolejnymi punktami węzłowymi Koronowo, Pelplin, Oliwa, Puck i Iwęcino wynoszą odpowiednio około 130, 80, 45, 170 km.
- ➔ Dostępność komunikacyjna PSC można ocenić jako dobrą. Jest to zdecydowanie mocna strona w analizie SWOT szlaku, bowiem o sukcesie każdego produktu turystycznego decyduje m.in. właśnie jego dobra dostępność komunikacyjna.
- ➔ Usytuowanie miejscowości na PSC przy głównych szlakach drogowych (drogi krajowe nr 1, 5, 25, 56 i 80, drogi wojewódzkie nr 213, 216, 22, 224, 230, 468 i 623) zapewnia dobrą komunikację z większymi miastami w kraju, jak i w Europie. Do wszystkich miejscowości na szlaku można dojechać samochodem osobowym bez większych trudności.
- ➔ Najlepszą dostępność autobusową i kolejową mają duże miasta (powyżej 100 tys. mieszkańców) położone najbliżej punktów węzłowych tj. Bydgoszcz, Gdańsk i Koszalin. Do tych 3 miejscowości można dotrzeć ze wszystkich największych miast w Polsce, a nawet zagranicą. Najdogodniejsze połączenia autobusowe i kolejowe miasta te mają z Warszawą, dość dogodne z Łodzią, Olsztynem i Poznaniem, a najmniej dogodne z Białymstokiem, Lublinem i Wrocławiem. Należy jednak podkreślić, że liczba połączeń między Koszalinem, Gdańskiem i Bydgoszczą nie jest zadowalająca, zaś komunikacja między mniejszymi miejscowościami leżącymi na PSC w różnych województwach jest utrudniona w związku z tym, iż dworce w dużych miastach (powyżej 100 tys. mieszkańców) położone najbliżej punktów węzłowych najsprawniej obsługują połączenia regionalne i z największymi miastami Polski. Ponadto do kilku wsi dostępność jest bardzo słaba. Jednak w przyszłości być może rozwinię się np. za pomocą prywatnych busów, które już w tej chwili poprawiają dostępność komunikacyjną na omawianym obszarze, a których nie analizowano (brak jest punktów informacji z nimi związanych).
- ➔ PSC charakteryzuje dość dobra dostępność autobusowa i kolejowa z innymi miejscowościami w Polsce i dość słaba sieć powiązań między samymi miejscowościami należącymi do PSC.
- ➔ Szlak PSC jest dostępny kolejowo w sumie w 8 miejscach, tj. w Toruniu, Bydgoszczy, Pelplinie, Różnach, Gdańsku, Pucku, Słupsku, Koszalinie. Dostępność kolejowa PSC jest dobra, dzięki częstym i bezpośrednim połączeniom kolejowym miast wojewódzkich z większymi miastami Polski, a także dzięki połączeniom międzynarodowym.
- ➔ Połączenia komunikacyjne obszaru w pewien sposób poprawia bliskości 2 lotnisk: Gdańsk-Rębiechowo i Bydgoszcz-Szwederowo.

1.1.3 Atrakcje turystyczne na PSC i możliwości ich rozwoju

PSC obejmuje swym zasięgiem obiekty dawnego opactwa w Oliwie, Pelplinie, Koronowie i Bukowie Morskim oraz niektóre z dóbr klasztoru w Łądzie i Eldenie. O dawnej świetności przypominają nie tylko całe zespoły klasztorne, ale również liczne kościoły oraz kapliczki i zabudowania gospodarcze. Dziedzictwo pocysterskie można podziwiać również w muzeach i innych kościołach.

Tabela 4 Dziedzictwo pocysterskie

| Obiekty | MIEJSCOWOŚĆ | GŁÓWNE ATRAKCJE SZLAKU: |
|-----------------------------|-----------------------|---|
| dawnego opactwa w Oliwie | GDANSK-OLIWA | Bazylika Katedralna pw. Trójcy Św. z 1386 r. <u>Wyposażenie pocysterskie pozostałe – na terenie dawnego opactwa:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Krużganki, wirydarz, lavatorium • Refektarz letni (WSD) • Refektarz zimowy • Młyn i spichlerz • Dom bramny (DCIT) • Ogrody (Pałac Opacki) • Śluza nad Potokiem Oliwskim • Kościół św. Jakuba • Dawna karczma |
| | MECHOWO | kościół parafialny pw. św. Jakuba St. i św. Mikołaja |
| | RAJKOWY | kościół parafialny pw. św. Bartłomieja z 1721 r. |
| | STARZYNO | kościół parafialny pw. św. Michała Archanioła z 1648-49 r. |
| | STARZYŃSKI DWÓR | Zespół dworski wraz z kaplicą |
| dawnego opactwa w Pelplinie | KRÓLÓW LAS I BIELSK | kościół parafialny pw. św. Mikołaja i św. Rocha z 1806 r. |
| | NOWA CERKIEW | kościół parafialny św. Michała Archanioła z 1312 r. |
| | NOWY DWÓR | Folwark cystersów pelplińskich z 2 ćw. XVII w. Kaplica pw. św. Józefa |
| | PEPLIN | Bazylika Katedralna pw. Wniebowzięcia NMP <u>Wyposażenie pocysterskie pozostałe – na terenie dawnego opactwa:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Krużganki, wirydarz, lavatorium • Refektarz letni (WSD) • Refektarz zimowy (Collegium Marianum) • Młyn i spichlerz (Hotel „Nad Wierzycą”) • Dom bramny (DCIT) • Ogrody (Pałac Biskupi) • szpital • Śluza na Wierzycy • Kościół Bożego Ciała • Dawna karczma (część hotelowa) |
| | POGÓDKI | Kościół parafialny pw. świętych Apostołów Piotra i Pawła |
| | ŁĘGOWO I FILIA RÓŻYNY | kościół parafialny św. Mikołaja w Łęgowie z 1748 r. <u>Inne obiekty pocysterskie:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Plebania i budynek gospodarczy z ok. 1750 r |
| Dawnego opactwa w Byszewie | BYSZEWO | Kościół parafialny pw. św. Trójcy i Narodzenia Najświętszej Marii Panny rozbudowany z 1651 r. z wcześniejszego (XV lub XVI w.) <u>Wyposażenie późniejsze – inne budowle:</u> <ul style="list-style-type: none"> • dzwonnica |

| | | |
|-------------------------------------|-----------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • spichlerz plebański |
| | KORONOWO | Kościół parafialny pw. Panny Marii i św. Jana Apostoła <u>Inne obiekty należące do dawnego klasztoru</u> <ul style="list-style-type: none"> • dawny klasztor • Dawny pałac opacki • Mur klasztorny • Kościół fil., dawniej par., pw. św. Andrzeja. |
| | ŁĄSKO WIELKIE | Kościół parafialny pw. św. Anny z 1767 r. |
| | MAKOWARSKO | Kościół parafialny pw. św. Wawrzyńca z 1790-91 r. |
| | WIERZCHUCIN KRÓLEWSKI | Kościół parafialny pw. św. Piotra i Pawła z 1930-1 r. |
| | WTELNO | Kościół parafialny pw. św. Michała Archanioła z 1785-87 r. |
| dawnego opactwa w Bukowie Morskim | BARZOWICE | Kościół Parafialny pw. św. Franciszka z Asyżu z 4 ćw. XVI – 2 poł. XV w. |
| | IWĘCINO | Kościół filialny pw. MB Królowej Polski (Parafii pw. Matki Bożej Częstochowskiej w Dobiesławiu) z XIV w. |
| | STARY JAROSŁAW | Kościół parafialny pw. Podwyższenia Krzyża Świętego z II poł. XV w. |
| | BUKOWO MORSKIE | Kościół - Parafia Polskokatlicka Najświętszego Serca Jezusa z poł. XIV w. (rozbudowany w XV i XIX w.) |
| | JEŻYCE | Kościół pw. Matki Boskiej Ostrobramskiej z XIX w. |
| | CISOWO | Kościół pw. św. Stanisława Kostki (kościół filialny parafii w Barzowicach) z 1321 r. |
| | KARSZNIEWICE | Kościół Karnieszewice (kościół filialny) z 1803 r |
| | DĄBROWA | Kościół Dąbrowa (kościół filialny) z II poł. XIV w. |
| | DOBIEŚLAW | Kościół Parafialny pw. Matki Bożej Częstochowskiej z XV w. |
| | SŁOWINO | Kościół parafialny pw. Podwyższenia Krzyża Świętego |
| po dawnych ośrodkach życia Cysterek | ŻARNOWIEC | → klasztor Cysterek podległy klasztorowi oliwskiemu Kościół parafialny pw. Zwiastowania Pana |
| | PUCK | → parafia pod patronatem Cysterek żarnowieckich XIV-XVI w Kościół parafialny pw. św. Apostołów Piotra i Pawła z XIV i XV w. |
| | CHELMNO | → klasztor Cysterek obediencji biskupiej Kościół pw. św. Jana Chrzyciciela i św. Jan Ewangelisty z połowy XIII w. i klasztor |
| | TORUŃ | → miejsca związane z domami skupienia Cysterek obediencji biskupiej Kościół parafialny pw. św. Jakuba Apostoła z XIV w. |
| dawnego opactwa w Łądzie | GODZISZEWO | Kościół parafialny pw. św. Jana Nepomucena z 1748 r. |
| dawnego opactwa w Łeknie | TRĄBKI WIELKIE | Kościół parafialny pw. Wniebowzięcia NMP z XVIII w |

Źródło: Opracowanie własne PART SA na podstawie „Inwentaryzacja obiektów pocysterskich dawnych opactw”

Tabela 5 Ruchome dziedzictwo pocysterskie

| | | |
|--------------------------------|-------------------------|--|
| W kościołach nie pocysterskich | Dziedzictwo pelplińskie | Kościół pod wezwaniem św. Marii Magdaleny w Czersku |
| | Dziedzictwo oliwskie | Kościół św. Marii Magdaleny w Strzelnie Sanktuarium M.B. Swarzewskiej, Królowej Polskiego Morza w Swarzewie |
| W muzeach | Dziedzictwo pelplińskie | Muzeum Diecezjalne w Pelplinie |

| | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| Dziedzictwo oliwskie | Muzeum Diecezjalne w Oliwie |
| Dziedzictwo bukowskie | Muzeum Pomorza Środkowego w Słupsku |

Źródło: Opracowanie własne PART SA na podstawie „Inwentaryzacja obiektów pocysterskich dawnych opactw”

WNIOSKI

- Obiekty pocysterskie dawnych opactw męskich i ośrodków życia zakonnego Cysterek
 - Mimo nieobecności Cystersów i Cysterek w ich dawnych założeniach, nadal tętni w tych miejscach życie religijne, jak również kulturalne.
 - Ślady Cystersów na PSC można śledzić aż w 39 miejscowościach. Dziedzictwo cysterskie na PSC obejmuje dawne dobra byszewskie, bukowskie, oliwskie, ładzkie i łekneńskie oraz dobra obediencji biskupiej. Spuścizna „szarych mnichów” to imponujące założenia klasztorne oraz liczne kościoły parafialne i filialne, kaplice oraz założenia dworskie. Szczególnie cennymi obiektami są zespoły poklasztorne w Oliwie, Pelplinie, Byszewie i Koronowie (opactwa męskie) oraz jak również w Żarnowcu, Chełmnie i Toruniu (ośrodki dawnego życia zakonnego Cysterek). Dziedzictwo cysterskie jest stosunkowo dobrze zachowane, aczkolwiek część obiektów wymaga pilnej renowacji
 - Ponadto w parafiach niepocysterskich w Czersku, Strzelnie i Swarzewie oraz w muzeach w Oliwie, Pelplinie i Słupsku znajduje się ruchome dziedzictwo cysterskie.
- Edukacja na szlaku i możliwości jej rozwoju
 - Obecnie w zasadzie brak jest stałej oferty edukacyjnej związanej z Cystersami.
 - Warto w przyszłości zadbać o organizację pokazów i warsztatów rzemieślniczych, które będą powiązane z dawnymi zajęciami Cystersów. Takie działania nie tylko utrwalą dziedzictwo kulturowe szarych mnichów, ale również umożliwią odtwarzanie wymierających zawodów i podnoszą świadomość historyczno-kulturową turystów.
 - Ponadto edukację na szlaku powinno się wzbogacić o prelekcje i wykłady upowszechniające wiedzę o cysterskim dziedzictwie duchowym i materialnym oraz jego oddziaływaniu na współczesność. Obecnie jedyne tego typu działania prowadzone są przez Kuźnię w Oliwie.
 - Ofertę edukacyjną można również rozszerzyć o tzw. „Żywe Lekcje Historii”, gdzie uczestnicy mają bezpośredni kontakt z ubiorem, obyczajami, kulturą, bronią oraz uzbrojeniem ochronnym, a także o scenariuszowe gry terenowe, i warsztaty scenariuszowe.
 - Obecnie istnieje tylko jedna ścieżka edukacyjna, tj. „Cysterski Raj” w Koronowie. Warto zadbać o to by powstały też ścieżki nawiązujące do zajęć i gospodarki Cystersów np. piśmiennictwa czy ogrodnictwa.
 - Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Wsi Iwęcino w partnerstwie z Koszalińskim Towarzystwem Społeczno-Kulturalnym, Stowarzyszeniem Hobbiton oraz Sołectwem Dąbrowa planuje stworzyć tematyczną wioskę cysterską (wniosek został złożony w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Szczecinie na konkurs nr 1/7.2.2/08, w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, pn. "Ekonomia Społeczna na Szlaku Cysterskim". Ekonomia Społeczna na Szlaku Cysterskim").
- Imprezy i wydarzenia związane z PSC i możliwości ich rozwoju:
 - W ofercie przeważają koncerty muzyki organowej i jarmarki cysterskie.
 - Poziom integracji produktów turystycznych na PSC jest stosunkowo niski. Spójną ofertę stanowi w tej chwili jedynie cykl kameralnych koncertów muzyki klasycznej w Oliwie, Pelplinie i Koronowie w ramach Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Organowej. Wskazane jest rozszerzenie oferty imprez muzycznych w innych miejscowościach na szlaku, zwłaszcza w województwie zachodniopomorskim.
 - Zdecydowana większość imprez i wydarzeń związanych z PSC odbywa się w lipcu i sierpniu. Należy zadbać o ofertę kulturalną również poza sezonem, tak aby PSC był atrakcyjny przez cały rok.
 - Bardzo ciekawymi atrakcjami na szlaku są pielgrzymki odpustowe – Pielgrzymka z Nadola do Żarnowca na odpust św. Anny i Morska Pielgrzymka Rybaków w Pucku na odpust św. Piotra i Pawła. Są to jedyne w swoim rodzaju wydarzenia na skalę polską.

- ➔ Interesujące inicjatywy organizowane są w Bazylice Katedralnej w Pelplinie przez Wyższe Seminarium Duchowe w Pelplinie, tj. Pokaz Multimedialny Światło i Dźwięk, Klerycy czytają dzieciom oraz Nocą daj się poprowadzić aniołom. Podobne działania należy podjąć również w innych punktach węzłowych.
- ➔ Wartym uwagi wydarzeniem jest też Inscenizacja Wielka Bitwa z Krzyżakami z 1410 r. pod Koronowem, która rozpoczyna się połową mszą świętą rycerską celebrowaną po łacinie.
- ➔ W zakresie Systemu Identyfikacji Wizualnej (SIW) brak jest spójności, dlatego też należy zadbać o postawienie spójnych tablic informacyjnych przy obiektach cysterskich i pocysterskich. Obecnie tablice związane z Cystersami istnieją jedynie w Bukowie Morskim, Dobiesławiu, Jeżycach, Cisowie, Starym Jarosławie i Barzowicach w ramach „Średniowiecznego Szlaku Cysterskiego w Gminie Darłowo” oraz w Iwęcinnie w ramach projektu „Iwęcino – wioska końca świata”.

1.2 Idea kooperacji w obszarze rozwoju PSC – założenia wynikające z posiadanego potencjału oraz przesłanek rynkowych

Pomorski Szlak Cysterski, łącząc w sobie cechy produktu turystyki kulturowej oraz dziedzictwa cysterskiego, posiada szerokie możliwości kooperacji i czerpania korzyści zarówno w ramach produktów dziedzictwa cysterskiego, jak i w ramach innych, bezpośrednio niezwiązanych z Cystersami, produktów turystyki kulturowej. Do głównych pól współpracy będą należały działania na rzecz rozwoju szlaku w ramach:

- ➔ Pętli Pomorskiej Szlaku Cysterskiego
- ➔ Szlaku Cysterskiego w Polsce
- ➔ Szlaku Cysterskiego w Europie
- ➔ w kooperacji z innymi szlakami obszaru projektowego (m.in. Szlakiem Zamków Gotyckich, Szlakiem Latarni, Amber Route, Szlakiem Zabytków Hydrotechniki)

Podstawy kooperacji w zakresie budowania i rozwoju produktów PSC, wynikają z zarówno przesłanek i uwarunkowań wewnętrznych (np. korzystanie z tych samych zasobów kadrowych i materialnych), jak i związanych z czysto rynkowym efektem: budowanie oferty o większej konkurencyjności rynkowej (wspólne pakiety), zwiększanie średnich korzyści z istniejącego ruchu turystycznego, wzrost potencjału promowania ofert. Pomorski Szlak Cysterski może więc zyskać dwójako, współpracując na dwóch płaszczyznach:

1. Tematycznych produktów dziedzictwa cysterskiego (Pętla Pomorska Szlaku Cysterskiego, Szlak Cysterski w Polsce, Szlak Cysterski w Europie):
 - w obszarze *promocji* – możliwości wspólnej promocji, w tym tzw. promocji krzyżowej, wspólnych stoisk na targach, wspólne serie folderów produktowych – zmniejszanie kosztów druku przy dużych zamówieniach, niższe koszty zamawiania tablic na drodze oraz budowania portali informacyjnych
 - *zintegrowanie niektórych działań PR* (public relations) – wspólny lobbying w zakresie pozyskiwania środków na szczeblu centralnym (granty Ministerstwa Kultury, Departamentu Turystyki, Nauki), wzmocniona oferta w zakresie poszukiwania/pozyskiwania Partnerów/Partnera międzynarodowego do np. INTERREGu, wspólne organizowanie tzw. study tourów dla dziennikarzy, telewizji, ekspertów branżowych itp.
 - *wspólny system i kanały dystrybucji ofert* – możliwości budowania wspólnej platformy kreacji, generowania ofert oraz ich dystrybucji i sprzedaży, w tym większa szansa na znalezienie silnego Partnera – touroperatora, o znanej marce i znaczącej pozycji na rynku, posiadającego swoje oddziały sprzedaży i dystrybucji ofert na głównych rynkach europejskich.
 - *połączone doradztwo strategiczne* – obniżenie kosztów usług doradztwa, opracowanie wspólnej metodologii monitoringu i badań na potrzeby rozwoju i modernizacji produktów, wspólne badania dla PSC i Szlaku Cysterskiego w Polsce, m.in. w zakresie wizerunku, profilu klienta (odbiorcy), oceny satysfakcji oraz przyszłych wymagań turystów na szlaku
2. Produktów kulturowych (inne szlaki obszaru projektowego):
 - *kompleksowość oferty turystyki kulturowej* – uzupełnienie, komplementarność w zakresie oferty do głównych segmentów turystów odwiedzających Region oraz grup turystów potencjalnych
 - w obszarze *promocji* – możliwości wspólnej promocji, w tym tzw. promocji krzyżowej, wspólnych stoisk na targach, wspólne serie folderów produktowych – zmniejszanie kosztów druku przy dużych zamówieniach, niższe koszty zamawiania tablic na drodze oraz budowania portali informacyjnych, większe „pole manewru” w przypadku planowania kampanii wizerunkowych Regionu
 - *wzmocnienie ofert innych form turystyki na Pomorzu (nie tylko turystyki kulturowej)* – oferta PSC może wspólnie z innymi szlakami utworzyć znakomity produkt turystyki edukacyjnej, a także stanowić bazę dla przyjazdów integracyjnych czy motywacyjnych
 - *zintegrowanie niektórych działań PR* (public relations) – wspólny lobbying w zakresie pozyskiwania środków na szczeblu centralnym (granty Ministerstwa Kultury, Departamentu Turystyki, Nauki), wzmocniona oferta w zakresie poszukiwania/pozyskiwania Partnerów/Partnera międzynarodowego do np. INTERREGu, zwiększanie szans na pozyskanie znanych osobistości do kapituły szlaków kulturowych Regionu. Wspólne organizowanie tzw. study tourów dla dziennikarzy, telewizji, ekspertów branżowych itp.

- *wspólny system i kanały dystrybucji ofert* – możliwości budowania wspólnej platformy kreacji, generowania ofert oraz ich dystrybucji i sprzedaży, w tym większa szansa na znalezienie silnego Partnera – touroperatora, o znanej marce i znaczącej pozycji na rynku, posiadającego swoje oddziały sprzedaży i dystrybucji ofert na głównych rynkach europejskich
- *połączone doradztwo strategiczne* – obniżenie kosztów usług doradztwa, opracowanie wspólnej metodologii monitoringu i badań na potrzeby rozwoju i modernizacji produktów, wspólne badania dla szlaków m.in. w zakresie wizerunku, profilu klienta (odbiorcy), oceny satysfakcji oraz przyszłych wymagań turystów na szlakach
- *zintegrowany marketing wewnętrzny szlaków*, w tym skierowany do mieszkańców, organizacji non profit, firm prywatnych, instytucji naukowych i kulturalnych. Marketing wewnętrzny mający również na celu uwzględnienie potrzeb i założeń strategii w wybranych „dużych” projektach rozwoju infrastruktury regionalnej (np. transportowej, kulturalnej, edukacyjnej, morskiej)

1.2.1 Formy turystyki uprawiane na PSC oraz segmentacja turystów na szlaku

Na obszarze województw zachodniopomorskiego, pomorskiego i kujawsko-pomorskiego, przez które przebiega PSC uprawianych jest wiele różnorodnych form turystyki. Do głównych form należą:

- ➔ **turystyka wypoczynkowa (3S)**, głównie letnia i weekendowa. Jest to forma turystyki najpowszechniejsza na Pomorzu,
- ➔ **turystyka aktywna** łączy aktywność fizyczną z wszechstronnym poznaniem regionu, m.in. turystyka piesza, rowerowa, jeździecka i kajakowa. Ta forma turystyki powoli będzie wypierać turystykę 3S na Pomorzu, bowiem aktywny wypoczynek staje się koniecznością w dobie „zmechanizowanego życia”, ale również modą, szczególnie wśród osób młodych,
- ➔ **turystyka kulturowa** to zwiedzanie miejsc, w których znajdują się walory materialne i niematerialne ważne ze względów kulturowych, artystycznych i historycznych; ruch turystyczny koncentruje się w miejscach, w których zlokalizowane są zabytki, instytucje i wydarzenia kulturalne. Są to turyści w różnym wieku, osoby indywidualne, jak i grupy zorganizowane,
- ➔ **turystyka edukacyjna** to przyjazdy edukacyjne w oparciu o specyficzną ofertę regionu, uczestniczą w niej głównie dzieci i młodzież w formie zorganizowanych wycieczek (wycieczki szkolne, „białe” i „zielone” szkoły).

Obszar PSC jest atrakcyjny turystycznie, gdyż cechuje go różnorodność przyrodniczo-krajobrazowa (morze, jeziora, rzeki, wzgórza, obszary leśne) oraz dobrze zachowane i cenne dziedzictwo kulturowe. Jest to więc idealne miejsce dla osób, które chcą spędzić czas wolny z dala od dużych miast, mieć ciszę i spokój, ale także dla tych, którzy cenią sobie aktywny wypoczynek. PSC oferuje elementy kultury, edukacji, historii, aktywności sportowej i korzyści zdrowotne, co jest zgodne z najważniejszymi trendami we współczesnej turystyce. Bogata oferta atrakcji powoduje, że na PSC każdy turysta znajdzie coś dla siebie.

Formy turystyki uprawianej na PSC wynikają z dwóch faktów: po pierwsze z charakteru atrakcji, a po drugie z możliwych do uprawiania na Pomorzu rodzajów aktywności turystycznej. Na podstawie przeprowadzonych prac i analiz określono następujące segmenty turystów, do których powinna być kierowana oferta PSC:

- ➔ **Turysta aktywny** – turysta zainteresowany odbywaniem wycieczek krajoznawczych w oparciu o już istniejące szlaki piesze (np. Europejski Szlak Gotyku Ceglanego, Szlak Grot Mechowskich, Szlak Jezior Koronowskich, Szlak Zabytków Średniowiecza), rowerowe (Szlak Opata Wenera, Cysterski Szlak Rowerowy, Międzynarodowa Trasa Rowerowa EuroRoute R-1, Szlak Grzymisława), kajakowe (szlak rzeki Brdy, Piaśnicy, Słupi i Wierzycy) oraz rozwój sieci szlaków (np. szlak konny Kociewie na cztery kopyta, Cysterski Szlak Wodny, Szlakiem Cysterskiego Miodu, Śladami Cystersów Byszewskich, Szlak Opata Prądkońskiego, Śladami Cystersów na Kociewiu, Wokół Jeziora Bukowo, Śladami Cystersów Bukowskich).
- ➔ **Turysta edukacyjny** – głównie dzieci i młodzież w grupach zorganizowanych, dla których proponowana oferta powinna łączyć edukację z rozrywką i zabawą poprzez ścieżki dydaktyczne uwzględniające walory przyrodnicze i kulturowe (np. istniejąca już ścieżka Cysterski Gaj w Koronowie, utworzenie ścieżki dotyczącej piśmiennictwa w Pelplinie, ścieżki na temat gatunków i pielęgnacji róż w Pucku, ścieżki dotyczącej sadownictwa (m.in. jabłoni odmiany „złota reneta”), działania w postaci warsztatów i pokazów (np. pokazy pracy w kuźni w Oliwie, warsztaty rzemieślnicze haftu i krawiectwa w Pucku, warsztat scenariuszowy „Obalona czcionka” w Pelplinie, warsztaty bartnicze w gminie Pszczółki) oraz lekcje szkolne i muzealne nawiązujące do gospodarki Cystersów na tych terenach. Ponadto duży potencjał dla rozwoju turystyki edukacyjnej wniesie utworzenie wiosek tematycznych *Cystersium* (samowystarczalna

osada edukacyjno-turystyczna), w Dąbrowie (Cystersi i woda), Iwęcine (Cystersi i piśmiennictwo) i Sierakowie (Cystersi i rzemiosło).

- ➔ **Turysta-pielgrzym** – turysta podróżujący głównie w grupie, jego celem jest pielgrzymowanie do miejsc kultu religii rzymsko-katolickiej oraz uczestnictwo w obrzędach religijnych (modlitwa, kontemplacja). PSC posiada potencjał religijny w postaci sanktuariów w Byszewie, Łęgowie, Trąbkach Wielkich i Swarzenie, pielgrzymek odpustowych w Pucku i Żarnowcu oraz w samym odwiedzaniu miejsc związanych z dziedzictwem cysterskim.
- ➔ **Turysta duchowy** – turysta poszukujący *Raju dla ducha* (wyciszenia i zadumania), zainteresowany pobytem w skromnie wyposażonych pokojach przyklasztornych, w rytmie codziennego klasztornego życia.
- ➔ **Turysta rodzinny** – turysta zainteresowany zarówno wypoczynkiem, jak i edukacją i zabawą oraz kulturą. Ciekawą ofertą dla tego segmentu turystów będą Jarmarki Cysterskie np. w Koronowie, Pelplinie i Żarnowcu, festyny i inscenizacje np. Bitwa pod Koronowem.
- ➔ **Turysta indywidualny** – turysta, który udaje się do różnych ciekawych miejsc, zwiedza atrakcje zawierające elementy różnych szlaków (produkt mix).

Uzupełniającą ofertę stanowić może:

- ➔ **Turysta sentymentalny** – turysta podróżujący do miejsc urodzenia i pochodzenia, które kiedyś jego rodzina lub on sam musiał opuścić ze względów politycznych lub ekonomicznych. To zazwyczaj turysta zagraniczny, głównie z Niemiec.
- ➔ **Turysta-pasjonat** – pasjonat Cystersów i ich dziedzictwa lub pasjonat sztuki (muzyka klasyczna, malarstwo, rzeźba, architektura), epoki średniowiecza. Zaciekawi go np. Szlak życia i twórczości Hermana Hana.
- ➔ **Turysta konferencyjny** – turysta przyjeżdżający w celach konferencyjnych. PSC ma szansę stworzyć ciekawą ofertę dla turystyki biznesowej (np. dzięki przystosowaniu pomieszczeń młyna cysterskiego w Pelplinie).
- ➔ **Turysta SPA & Wellness** – turysta przyjeżdżający w celach poprawy kondycji fizycznej i psychicznej. Turystyka ta ma perspektywę rozwoju w oparciu o powstanie *Herbularius Spa*, czyli sieci kompleksów SPA i wellness oferujących pobyty prozdrowotne w naturalnym środowisku z terapią opartą tylko na naturalnych produktach.
- ➔ **Turysta przygodowy** – turysta podejmujący podróż w celu przeżycia przygody, zainteresowany jest m.in. terenowymi grami scenariuszowymi (np. z cyklu „Podróże w czasie”) i historycznymi fabułami. Takie produkty oferować może pierścień wokół Pelplina, Koronowa i Iwęcina/Bukowa Morskiego.
- ➔ **Turysta grupowy** – turysta korzystający z wycieczek objazdowych.
- ➔ **Turysta wypoczywający** – turysta preferujący turystykę 3S.

Formy te określają segmenty turystyki, do których powinna być kierowana oferta PSC. Warto jednak podkreślić, że mają one różną hierarchię w zależności od punktu węzłowego i jego pierścienia.

Z przeprowadzonej analizy segmentów wynika, że PSC może liczyć na szeroki wachlarz zainteresowanych nim turystów. Podstawowymi odbiorcami oferty turystycznej szlaku będą przede wszystkim turyści zainteresowani edukacją, aktywnym spędzaniem czasu oraz pielgrzymkami. To oni będą generować największy dochód. Każdy z tych segmentów charakteryzuje się nie tylko odmiennym podejściem do turystyki, różną się one również demograficznie – co ułatwia zrozumienie i dalsze zastosowanie marketingowe takiego podziału.

I.2.2 Analiza SWOT

Tabela 6 Główne elementy Analizy SWOT

| Mocne strony | Słabe strony |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> + Walory kulturowe związane z dziedzictwem pocysterskim – potencjał dla (dalszego) rozwoju turystyki, w tym zarówno w punktach węzłowych jak i w pierścieniach + Uznane marki obiektów w Pelplinie oraz Oliwie + Walory przyrodnicze stanowiące niezwykle istotną wartość podróżowania szlakiem, w tym pozwalające na budowanie ofert kombinowanych turystyki aktywnej i kulturowej + Atrakcyjna kuchnia oraz kulinaria na szlaku – możliwość czerpania z dziedzictwa kociewskiego, kaszubskiego czy Cystersów polskich, europejskich + Dobra dostępność komunikacyjna + Edukacja szkolna – budowanie aktywności dzieci i młodzieży na kanwie dziedzictwa cysterskiego (rekonstrukcje historyczne, zespoły muzyki dawnej, chóry) + Rosnąca aktywność społeczna oraz instytucjonalna w głównych węzłach oraz na obszarach pierścieni Szlaku + Dwa istotne centra turystyki kulturalnej w Polsce, są położone na PCS (Gdańsk i Toruń) + Dokumentacja i waloryzacja dziedzictwa pocysterskiego na PSC + Dziedzictwo sztuki sakralnej, w tym wybitne dzieła malarstwa – m.in. Hermana Hana + Wsparcie działań przez UM oraz PROT + Standaryzacja logo PSC oraz opracowany SIW regionalny i PSC, w tym z przykładami aplikacji + Wydarzenia i imprezy na PSC o rosnącej randze, m.in. koncerty w Żarnowcu, Festyn z odpustem oraz morska pielgrzymka Pucku, Jarmark Cysterski w Pelplinie czy inscenizacja Bitwy pod Koronowem | <ul style="list-style-type: none"> – Braki infrastrukturalne, w tym bazy gastronomicznej i noclegowej w wielu miejscach na Szlaku – Brak strategii rozwoju Szlaku Cysterskiego w Polsce oraz poszczególnych jego Pętli – osłabienie działań – Brak wzorców działania, w tym szkoleń w zakresie know-how, wdrażania dobrych praktyk np. z Hiszpanii, Niemiec, Francji – Brak liderów – biur – operatorów w kreowaniu oferty dla poszczególnych segmentów – Niewystarczająca promocja i informacja turystyczna – Brak aktywnych ośrodków życia Cystersów – Słabe kojarzenie wielu ważnych miejsc na PSC z Cystersami, w tym np. Oliwy, kuźni wodnej, czy Torunia – Słabiej zachowane tradycje w zakresie produktów, receptur, przetworów niż w przypadku innych zgromadzeń zakonnych, np. benedyktynów |
| Szanse | Zagrożenia |
| <ul style="list-style-type: none"> + Coraz większe zainteresowanie rozwojem turystyki, także w przypadku instytucji kościelnych + Rozwój oferty zintegrowanej na terenie Polski wokół tematu Szlaku Cysterskiego, w tym z wykorzystaniem koncepcji PSC + Rosnące zainteresowanie produktami kulturowo-wiedзовymi, w tym z rozwiniętą ofertą edukacyjną + Europejski Szlak Cysterski – PSC: powiązania, współpraca, promocja | <ul style="list-style-type: none"> – Słabe współdziałanie władz na różnych szczeblach 3 woj. (przebieg PSC) – Słaba współpraca pomiędzy właścicielami dziedzictwa, dodatkowych atrakcji, infrastruktury, etc. – Brak/ nieumiejętność pozyskiwania środków na inwestycje – Izolacjonizm kilku województw – pomijanie w projektach Szlaku Cysterskiego m.in. woj. pomorskiego, małopolskiego, czy |

- + Promocja PSC przez region, w tym w ramach promocji turystyki kulturowej (m.in. w ramach promocji 5 szlaków kulturowych)
- + Rozwój połączeń lotniczych w Trójmieście oraz Bydgoszczy, możliwe uruchomienie połączeń w Koszalinie
- + Edukacja potencjalnych interesariuszy w zakresie korzyści z rozwoju produktów na PSC
- + Środki unijne – dofinansowania projektów miękkich i twardych
- + Zdecydowana poprawa krajowej i regionalnej infrastruktury transportowej w najbliższych 3-4 latach (m.in. w perspektywie Euro2012)
- + Rocznicze historyczne oraz duże wydarzenia sportowo-kulturalne na Pomorzu w okresie 2009-2013 (Grunwald oraz Koronowo 1410-2010, ME w koszykówce kobiet, piłce siatkowej kobiet, piłce nożnej)

zachodniopomorskiego

- Różny stopień zaangażowania oraz zainteresowania projektem ze strony proboszczów odpowiadających za obiekty pocysterskie na PSC
- Różna pozycja oraz nierówny potencjał w poszczególnych punktach węzłowych, może utrudniać współpracę oraz wspólne działania promocyjne
- Rosnąca konkurencja oferty turystyki kulturowej oraz edukacyjnej w Polsce oraz regionie PSC

Źródło: Opracowanie własne PART SA

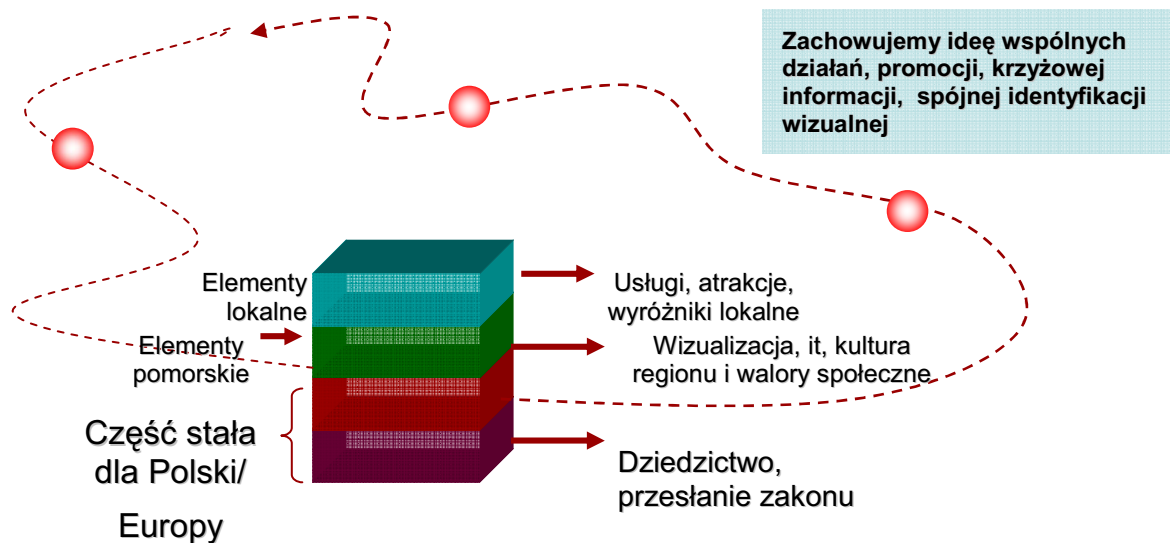
2 Określenie założeń marketingu Pomorskiego Szlaku Cysterskiego

2.1 Idea produktów PSC

PSC terytorialnie nakłada się na Pomorską Pętlę Polskiego Szlaku Cysterskiego. Stanowi ona jeden z pięciu elementów Szlaku Cysterskiego w Polsce, należącego do międzynarodowego programu „Europejskich Dróg Kulturowych”. Koncepcja rozwoju PSC wskazuje modelowe możliwości budowania oferty turystycznej w oparciu o materialne i niematerialne dziedzictwo pocysterskie w powiązaniu z uzupełniającą ofertą kulturalną i turystyczną. Jej metodologia może być przeniesiona na pozostałe Pętle wchodzące w skład Szlaku Cysterskiego w Polsce. Niezależnie od wykorzystania powyższej możliwości, niniejsza koncepcja rozwoju PSC zakłada współpracę PSC ze Szlakiem Cysterskim w Polsce oraz Europejskim Szlakiem Cysterskim, tak, aby tworzona oferta produktowa zachowała ideę wspólnych działań, informacji i promocji krzyżowej oraz spójnej identyfikacji wizualnej, a także cechowała się spójnymi rozwiązaniami sieciowymi, zachowując i promując jednocześnie wyróżniki lokalne i regionalne (usługi, atrakcje, USP, wizualizacja, it, kultura regionu, walory społeczne).

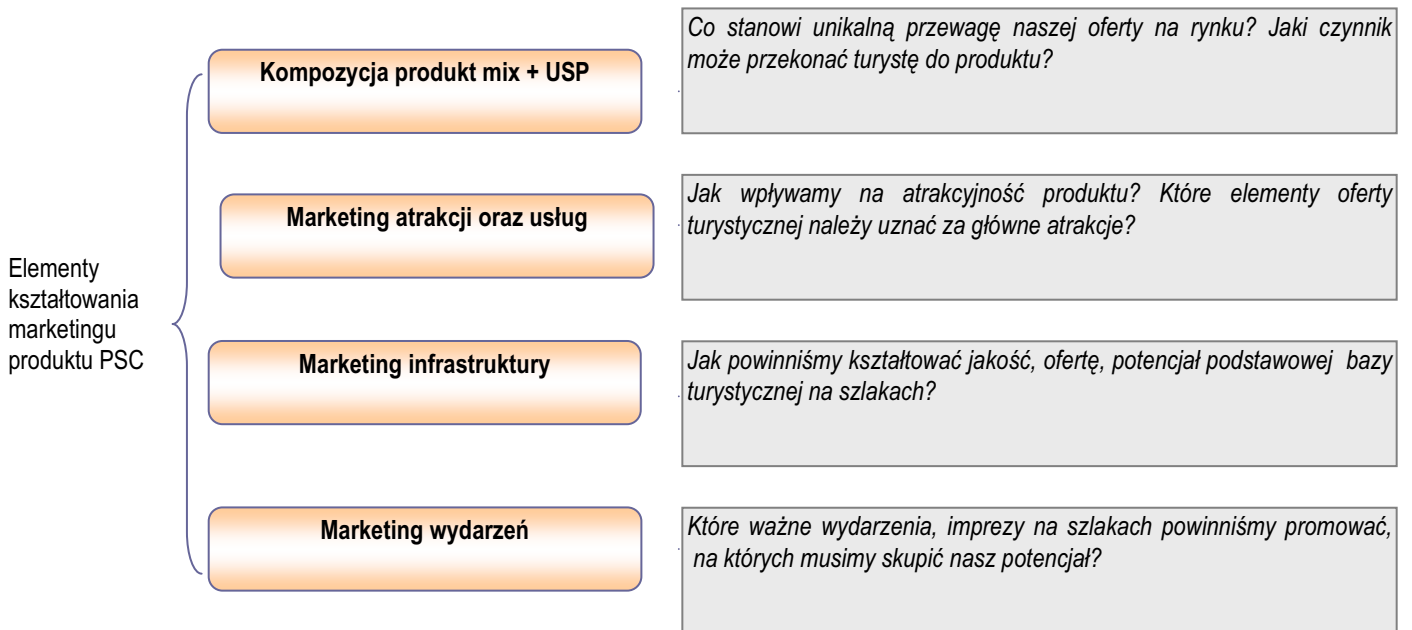
Sieciowość produktu na Szlaku Cysterskim ma na celu łączenie rozproszonego dziedzictwa; zwiększanie wartości oferty oraz pakietu korzyści dla klienta; porządkowanie organizacyjne, w tym marketingowe funkcjonowania szlaku; zwiększa zdolność do elastyczności rynkowej oraz skuteczność koordynacji.

Funkcjonowanie produktu PSC w sieci Szlaku Cysterskiego



Źródło: opracowanie własne PART SA

Ważnym aspektem będą działania polegające na wykorzystywaniu w kreowanej ofercie określonych przewag konkurencyjnych, stanowiących tzw. USP (Unique Selling Proposition) analizowanego produktu PSC. Tematyczne szlaki kulturowe to obecnie jedna z najszybciej przeobrażających się form ofert turystyki kulturowej. Stąd w przypadku analizowanego szlaku kulturowego wymagana jest zdecydowana konsekwencja, spójność i synchronizacja działań w obszarze budowania oferty oraz odważne, innowacyjne podejście do kreowania wyróżników, atrakcji i infrastruktury na trasie szlaku. W produkcie PSC określono koncepcję polityki produktu mix, której kształtowanie będzie zależało nie tylko od samych liderów analizowanych szlaków, ale także od wielu partnerów, m.in. branżowych (operatorzy bazy noclegowej, specjalistycznej, touroperatorzy), społecznych (NGO-sy, szkoły), a także reprezentacji samorządów terytorialnych (punkty it, infrastruktura publiczna).



Źródło: opracowanie własne PART SA

2.2 Podstawowa koncepcja marketingu PSC

Koncepcja marketingu Pomorskiego Szlaku Cysterskiego oparta została na poniższych podstawowych założeniach:

- Wyróżniki przestrzenne oraz system identyfikacji wizualnej PCS – tablice, tabliczki przy drogach itp.
- Promocja krzyżowa na szlaku (punkty węzłowe), w tym także z obiektami prywatnymi oraz w systemie innych wiodących szlaków kulturowych Pomorza
- Marketing bezpośredni – punkty styku z turystą, Centra Obsługi Turystycznej, it
- Duże imprezy, wydarzenia w regionie (stoiska, punkty it)
- Firmy przewozowe (PKP, PKS, tanie linie lotnicze)
- Marketing Wydarzeń – regionalny kalendarz wydarzeń
- Portal promocyjny PSC, zlinkowany z portalem ogólnopolskim
- Promocja przez produkty konsumpcyjne, półkę sklepową – etykiety
- Marketing szeptany
- PR – public relations, w tym zagranica

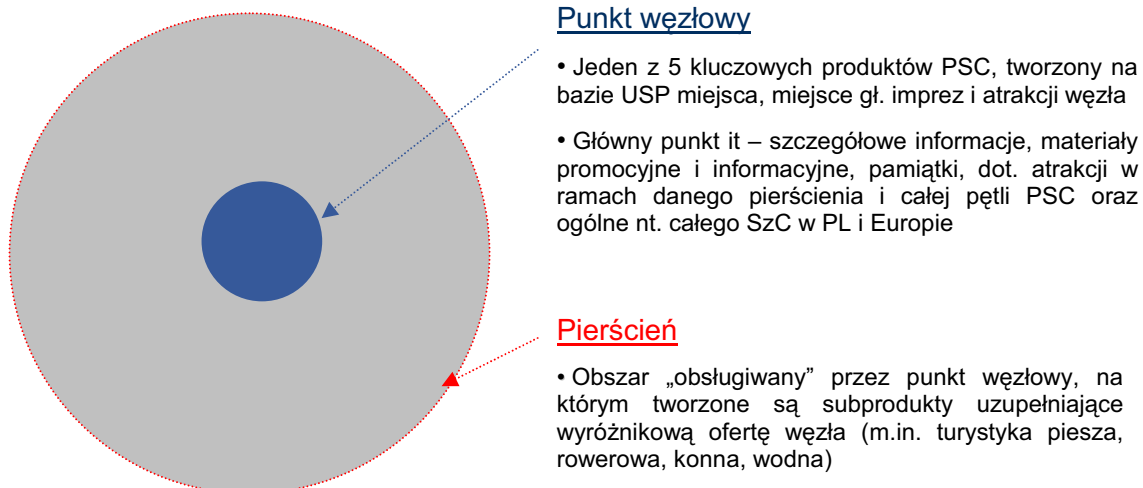
Głównym założeniem przy kreacji produktu PSC jest roztoczenie parasola marki nad produktami powstającymi w punktach węzłowych oraz ich pierścieniach. Daje to szansę rozwoju nie tylko głównym punktom szlaku, ale również obszarom mniej uprzywilejowanym, które samodzielnie nie byłyby w stanie konkurować na szerokim rynku produktów turystycznych. Rozwój atrakcji i szlaków wspomagających (turystyka aktywna, edukacyjna, kulturowa) oraz utworzenie tematycznych platform współpracy wokół subproduktów PSC (angażujących możliwie dużo podmiotów), przekłada się, z kolei, na wymierny efekt ekonomiczny i społeczny. Istotnym założeniem jest także takie przygotowanie atrakcji, aby ich formuła była zrozumiała i akceptowalna dla „przeciętnego turysty”. Stąd potrzeba przygotowania atrakcji „świeckich”, ale też w duchu „ora et labora” i zastosowania wspólnego logo i systemu identyfikacji wizualnej, które w łatwo rozpoznawalny sposób zaprezentują atrakcje skupione wokół głównej nitki PSC (łączącej punkty węzłowe).

Koncepcja funkcjonowania produktu PSC opiera się na węzłach i pierścieniach. Główna nitka Pomorskiego Szlaku Cysterskiego przebiega przez tzw. punkty węzłowe, wokół których utworzono pierścienie.

Z założenia punkt węzłowy to jeden z 5 kluczowych produktów PSC, tworzony na bazie USP miejsca, miejsce głównych imprez i atrakcji węzła; tu znajduje się główny punkt it – szczegółowe informacje, materiały promocyjne i informacyjne, pamiątki, dot. atrakcji w ramach danego pierścienia i całej pętli PSC oraz ogólne nt. całego Szlaku Cysterskiego w Polsce i Europie. Rolą punktu węzłowego jest edukacja, inspiracja, zatrzymanie, ale i przeniesienie uwagi na otoczenie.

Pierścień to, z kolei, obszar, którego granice wyznaczają miejscowości związane z dziedzictwem pocysterskim; „obsługiwany” przez punkt węzłowy, oferujący produkty uzupełniające wyróżnikową ofertę węzła (m.in. turystyka piesza, rowerowa, konna, wodna).

Rola punktu węzłowego i pierścienia jako elementów PSC



Źródło: opracowanie własne PART SA

Każdy węzeł to swoiste Centrum Obsługi Turysty, którego funkcją jest przedłużenie pobytu turystów w węźle powyżej 1-2 godz. oraz zwrócenie jego uwagi na ofertę i atrakcje pierścienia, a także umożliwienie turystom z poszczególnych, zdefiniowanych segmentów korzystanie z tych atrakcji w preferowany przez siebie sposób. Sprowadza się to do stworzenia wielowariantowej oferty, pozwalającej na swobodne komponowanie poszczególnych jej składników, proponowanych konkretnym segmentom.

Punkt węzłowy to miejsce szczególnej „opieki” nad turystą i jego potrzebami, związanymi z eksploracją Szlaku, mieszczące w sobie funkcje, które skupione zostaną w przestrzeni jednego budynku (poza funkcją gastronomiczną, noclegową oraz usługową w obszarze stadnin), ewentualnie w obiektach bezpośrednio sąsiadujących, w centrum miasta/ w pobliżu obiektów pocysterskich.

Tabela 7 Funkcje punktu węzłowego

| Funkcja | Miejsce | Zadania | Wybrane rekomendacje wdrożenia |
|-----------------------------|----------|---|---|
| informacyjno- edukacyjna | punkt it | <ul style="list-style-type: none"> ▪ miejsce pogłębiania wiedzy o Szlaku ▪ precyzyjne informacje nt. oferty PSC ▪ szczegółowe informacje na temat atrakcji węzła i pierścienia oraz różnorodnych możliwości korzystania z nich ▪ informacje o Szlaku Cysterskim w Polsce – mniejszy stopień szczegółowości, ale na poziomie umożliwiającym turystom zdobycie ogólnej wiedzy na temat przebiegu i atrakcji SzC w PL oraz informacji praktycznych i źródeł szerszych informacji (WWW, punkty it na SzC w PL, etc.) ▪ informacje ogólne nt. Europejskiego Szlaku Cysterskiego – wiedza historyczna, główne atrakcje i źródła szerszych informacji | <ul style="list-style-type: none"> - przeszkolenie personelu it do profesjonalnej obsługi turystów (przede wszystkim umiejętność rozpoznawania potrzeb i pomoc w wyborze właściwej oferty, zgodnej z preferencjami turysty, kompetencja w udzielaniu informacji) - infokiosk multimedialny (Cysters z księgą) w/przy każdym punkcie it - monitory wyświetlające filmy z imprez na Szlaku oraz atrakcji węzłów i pierścieni, ze szczególnym |

| Funkcja | Miejsce | Zadania | Wybrane rekomendacje wdrożenia |
|-----------------------------------|--|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ możliwość zakupu map, folderów, albumów, informatorów multimedialnych (płyty CD, DVD z informacjami dot. PSC, filmy promocyjne) ▪ rekomendacja obiektów noclegowych i rezerwacja noclegów na PSC | <p>uwzględnieniem obszaru, w którym się znajdują</p> <ul style="list-style-type: none"> - rzeźby Cystersa/Cysterki wykonane przez regionalnych rzeźbiarzy pomorskich (jak np. w Pucku, czy Koronowie) – przy Centrum Obsługi Turysty |
| <p>produktowo-usługowa</p> | <p>punkt it/ współpracujący touroperator</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ gotowe propozycje spędzenia czasu dla zdefiniowanych segmentów (w różnych opcjach czasowych) wraz z wyposażeniem w niezbędne materiały (foldery, mapy, przewodniki, informacje, w tym na temat niezbędnego sprzętu i możliwości jego wypożyczenia) ▪ zakup biletów wstępu do atrakcji ▪ usługi przewodnickie ▪ możliwość zakupu gotowych pakietów ofertowych, zawierających przykładowo korzystanie z atrakcji, opiekę przewodnika, wyżywienie, transport wybranym środkiem lub ich kombinacją ▪ rezerwacja telefoniczna (miejsc noclegowych, usług gastronomicznych, czy innych ofert w pierścieniu) ▪ organizacja pieszych wędrowek na obszarze pierścienia oraz pielgrzymek grupowych, ze wsparciem busa, np. w przewożeniu bagaży | <ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie ofert dla poszczególnych segmentów (oferta sprecyzowana-dokładna, dynamiczna, losowo-scenariuszowa) - przeszkolenie personelu it do profesjonalnej obsługi turystów (przede wszystkim umiejętność rozpoznawania potrzeb i pomoc w wyborze właściwej oferty, zgodnej z preferencjami turysty, kompetencja w udzielaniu informacji) |
| | <p>wypożyczalnia sprzętu/ serwis</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ wypożyczalnia rowerów – obowiązkowa w każdym punkcie węzłowym, zlokalizowana przy punkcie it, ponieważ to podstawowa polecana na szlakach forma poruszania się (obok samochodu i tras pieszych) ▪ wypożyczalnia alternatywnych środków transportu: kajaków, rolek ▪ organizacja odbioru sprzętu z umówionego miejsca (np. przy zmianie transportu z roweru na tramwaj wodny, czy kolej Kociewską), przewiezienia bagaży (np. turystom pieszym – dla komfortu przemierzania szlaku) ▪ wypożyczalnia „elektronicznych przewodników” (mp3, mp4, GPS) ▪ serwis sprzętu – możliwość drobnych napraw rowerów i innego sprzętu wykorzystywanego przez turystę ▪ przechowalnia bagażu/ sprzętu turysty na czas korzystania z atrakcji i alternatywnych środków lokomocji ▪ wypożyczalnia samochodów, skuterów – | <ul style="list-style-type: none"> - pracownicy przygotowani do kontaktów z turystami (udzielanie podstawowych informacji nt. PSC, życzliwość i kultura osobista) - oznakowane zgodnie z SIW busy PSC - pojazdy do wypożyczenia oznakowane logo PSC - stojaki na rowery |

| Funkcja | Miejsce | Zadania | Wybrane rekomendacje wdrożenia |
|----------------------------|------------------------------------|--|--|
| | stadnina | <p>istotna dla turystów przyjeżdżających innymi środkami transportu (samolot, pociąg, prom) – oferta firm współpracujących, do zrealizowania w dalszym horyzoncie czasowym</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ typowa oferta stadniny m.in.: możliwość wypożyczenia konia, skorzystania z nauki jazdy konnej, a także przejażdżki specjalnym wozem historycznym (w porze zimowej zamienianym na proste sanie), czy w grupie konnej prowadzonej przez Cystersa-przewodnika | <ul style="list-style-type: none"> - lokalizacja w okolicy szlaków konnych - projekt wozu historycznego i sań, stroje cysterskie dla woźnicy i przewodnika konnego - przygotowanie ww. osób do obsługi turystów |
| promocyjno-handlowa | sklepik | <ul style="list-style-type: none"> ▪ sprzedaż pamiątek i jakościowych gadżetów z logo PSC (chusta, gadżet mini-mnich, notatnik z gęsim piórem, ekologiczne torby, płyty z zapisem audio/ audio + video z koncertów muzycznych na PSC, płyty z muzyką cysterską, chorałami gregoriańskimi, muzyką kontemplacyjną) ▪ oferujący produkty cysterskie nie tylko z PSC, ale z całego Szlaku Cysterskiego w Polsce i w Europie ▪ pamiątki kulinarne – sprzedaż produktów wytwarzanych na bazie tradycyjnych receptur klasztornych Cystersów i innych zgromadzeń zakonnych oraz wyrobów regionalnych ▪ sprzedaż wyrobów rzemieślniczych promujących rękodzieło i produkty „ginących zawodów” | <ul style="list-style-type: none"> - pracownicy przygotowani do kontaktów z turystami (udzielanie podstawowych informacji nt. PSC oraz technik wytwarzania sprzedawanych produktów (głównie kulinarnych i rzemieślniczych) |
| gastronomiczna | Gospoda Cysterska | <ul style="list-style-type: none"> ▪ oferta gastronomiczna z jakościowym menu, opartym na tradycyjnych potrawach cysterskich, zakonnych, średniowiecznych ▪ oferta noclegowa w funkcji uzupełniającej | <ul style="list-style-type: none"> - sieć obiektów gastronomicznych, w odrestaurowanych dawnych zabudowaniach cysterskich lub nowych, stylizowanych obiektach - zasady licencjonowania gospód - powtarzalność jakości serwowanych specjałów we wszystkich gospodach sieci |
| noclegowa | obiekty noclegowe różnej kategorii | <ul style="list-style-type: none"> ▪ zapewnienie turystyce możliwości pozostania na noc i wyboru standardu usługi noclegowej (i skorzystania również z oferty nocnej) ▪ utrzymanie klimatu PSC poprzez propozycje noclegów w dawnych obiektach pocysterskich (spichrze, młyny, Gospody Cysterskie, inne zabudowania) | <ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie/ rozbudowanie oferty nocnej wpłynie na zwiększenie częstotliwości pozostawania turystów na przynajmniej 1 nocleg w węźle lub na obszarze pierścienia - najbardziej pożądane miejsca noclegowe w dawnych obiektach |

| Funkcja | Miejsce | Zadania | Wybrane rekomendacje wdrożenia |
|-------------|----------------|---|---|
| | | | pocysterskich lub stylizowanych na tę epokę |
| wspierająca | punkty węzłowe | <ul style="list-style-type: none"> ▪ wspólne działania węzłów PSC, mające na celu budowanie jego marki ▪ wzajemne wspieranie inicjatyw prowadzących do rozwoju i doskonalenia jakości produktów PSC | <ul style="list-style-type: none"> - wyłonienie w każdym węźle jednostki (podległej PROT-owi) odpowiedzialnej za koordynację działań na rzecz rozwoju węzła i pierścienia - wspólne przygotowanie imprez wizerunkowych oraz Kalendarza Imprez PSC |

Źródło: opracowanie własne PART SA

Rolą punktu węzłowego jest edukacja, inspiracja, ale i przeniesienie uwagi na otoczenie:

- CZAS – „zatrzymanie” turysty na dłużej niż 1-2 h
- NARZĘDZIA – wyposażanie, wsparcie, gwarancje i „mapy drogowe”
- WIEDZA, INSPIRACJE – dostarczenia niezbędnego bagażu emocji, wyobrażeń, zainteresowań

Wybór punktów węzłowych na PSC

Na podstawie analizy zachowanego dziedzictwa Cysterek i Cystersów oraz istniejących atrakcji w temacie cysterskim, a także możliwości uzyskania informacji turystycznych dokonano wyboru punktów węzłowych, dających największe gwarancje na rozwój produktów i subproduktów PSC. W wyborze kierowano się również stopniem zaangażowania i świadomości mieszkańców – sąsiadów dziedzictwa pocysterskiego oraz możliwościami rozwoju poszczególnych rodzajów produktów na konkretnym terenie.

Tabela 8 Wykaz punktów węzłowych i przynależnych im miejscowości w ramach poszczególnych pierścieni

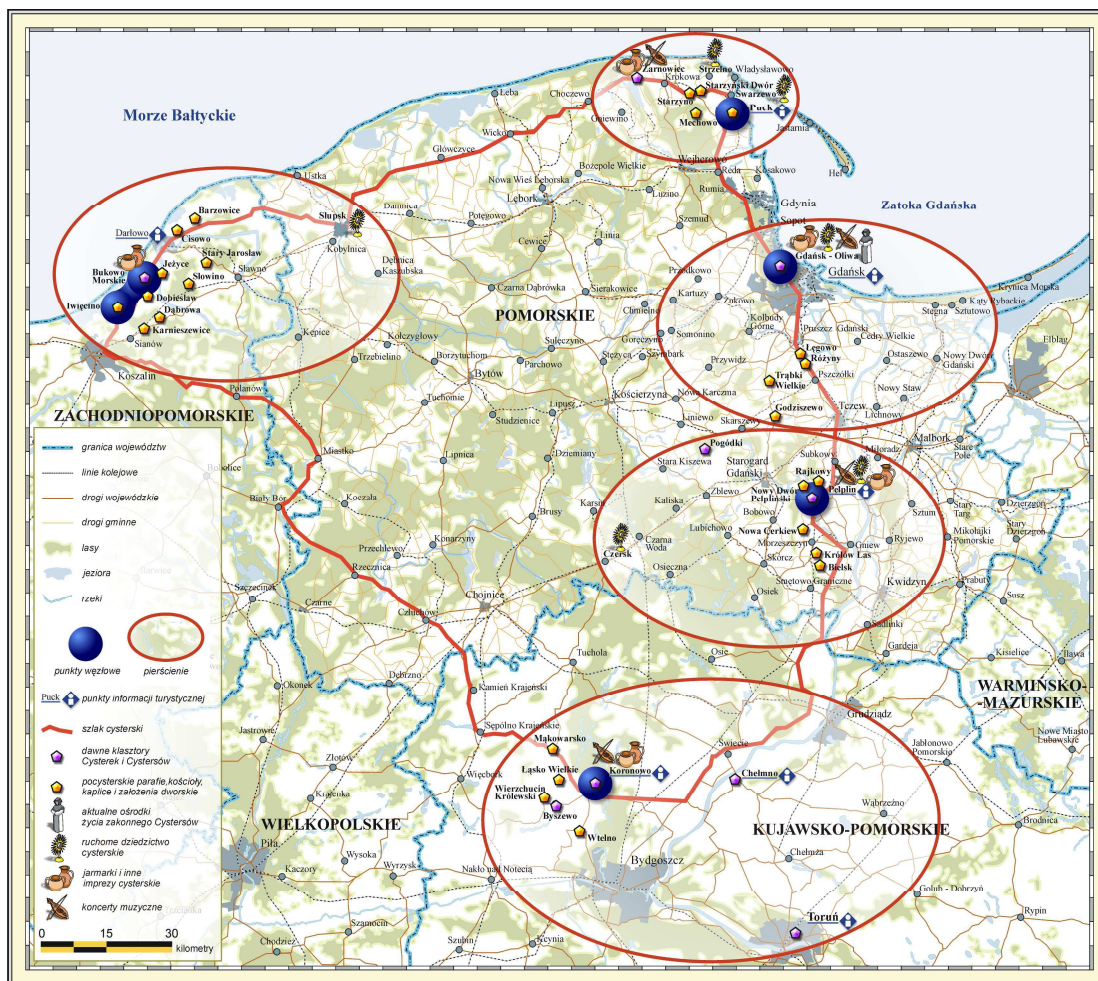
| Punkt węzłowy | Puck | Oliwa | Pelplin | Koronowo | Iwęcino / Bukowo Morskie |
|---|-----------------|----------------|--------------|-------------------|--------------------------|
| Miejscowości w obrębie pierścienia | Mechowo | Godziszewo | Bielsk | Byszewo | Barzowice |
| | Starzyno | Łęgowo | Czersk | Chełmno | Cisowo |
| | Starzyński Dwór | Różyny | Krółów Las | Łąsko Wielkie | Dąbrowa |
| | Strzelno | Trąbki Wielkie | Nowa Cerkiew | Mąkowsko | Dobiesław |
| | Swarzewo | | Nowy Dwór | Toruń | Jeżyce |
| | Żarnowiec | | Pogódki | Wierzchucin Król. | Karnieszewice |
| | | | Rajkowy | Wtelno | Słowino |
| | | | | | Słupsk |
| | | | | | Stary Jarosław |

Źródło: opracowanie własne PART SA

Pomorski Szlak Cysterski pokrywa się z Pomorską Pętlą Szlaku Cysterskiego w Polsce, jest więc jego integralną częścią. Może stać się produktem modelowym dla wszystkich pozostałych pętli Szlaku Cysterskiego w Polsce, ze względu na łatwość aplikowania metodologii jego tworzenia na inne obszary. Jak już wspomniano, główna nitka PSC przebiega przez punkty węzłowe. Na szlaku wyznaczono ich pięć. W przypadku Koronowa, Pelplina i Oliwy są to miejsca dawnych opactw cysterskich. Ze względu na brak wyrazistej dominacji, a jednocześnie duże zaangażowanie społeczności lokalnych w propagowanie dziedzictwa pocysterskiego, węzeł Iwęcino/Bukowo Morskie obejmuje dwie miejscowości. Puck jest

miejszem spokojnym, ale jednocześnie dynamicznie rozwijającym się w kwestii „cysterskiej”; jego zaletą jest nie tylko spora grupa turystów poszukujących alternatywy dla turystyki plażowej, ale także działający punkt it.

Graficzne przedstawienie koncepcji węzłów i pierścieni na PSC



Źródło: opracowanie własne PART SA

2.2.1 Koncepcja produktu mix PSC

Pomorski Szlak Cysterski oferuje przeżycia związane zarówno z podróżą w czasie, jak i wpływem działalności Cystersów na rzeczywistość nam współczesną. Poznawanie historii Zakonu Cystersów, ducha epoki, w której budowali swe opactwa, rozwijali rzemiosło i kulturę oraz całej spuścizny materialnej i niematerialnej, jest niebywałym doznaniem również w aspekcie edukacyjnym.

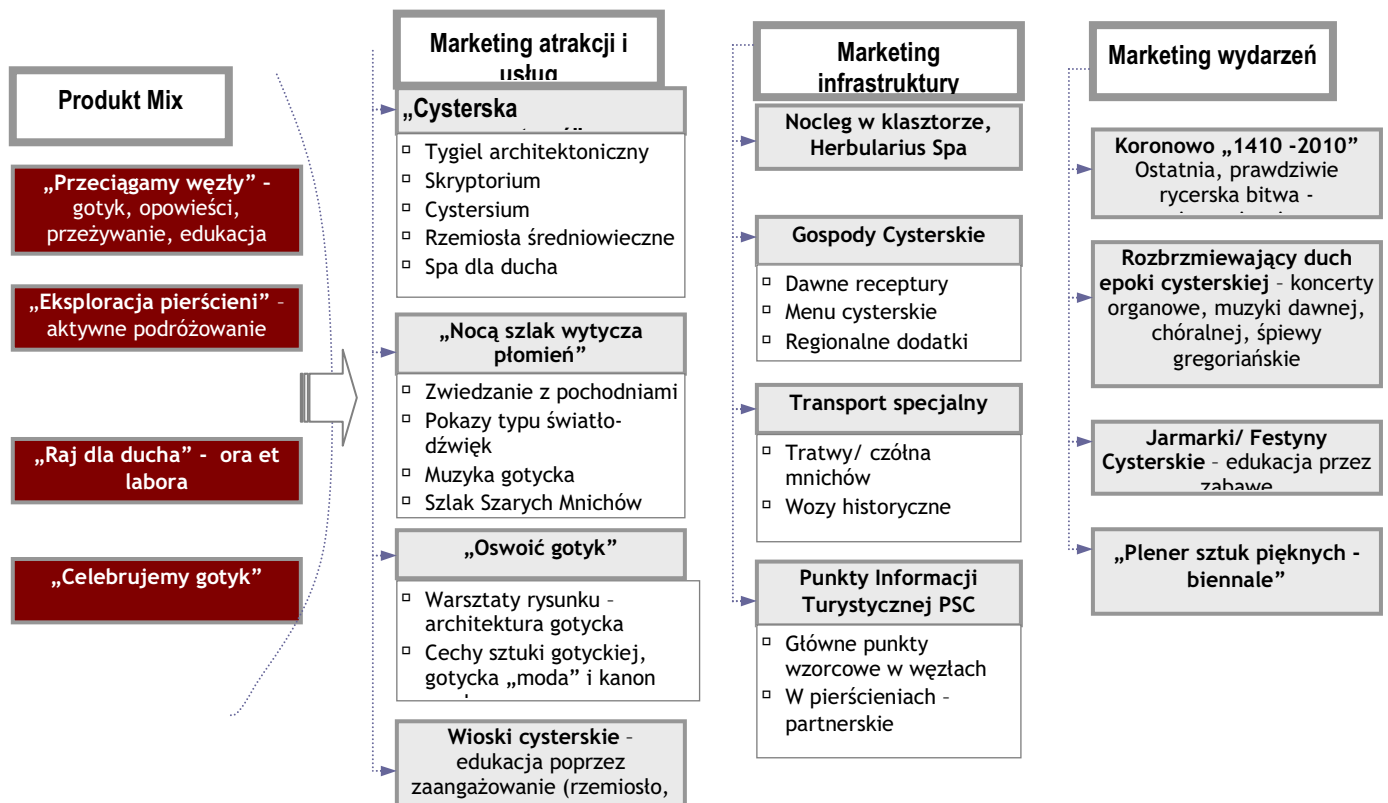
Lokalizacja dóbr cysterskich w miejscach ustronnych, w bliskości przyrody, z dala od siedzib ludzkich, dzisiaj daje dodatkową możliwość urozmaicenia i rozbudowy oferty kulturowej o atrakcje przyrodnicze. Wzbogaca możliwości komponowania ofert i aktywnego poruszania się po szlaku (samochodem, rowerem, kajakiem, pieszo, konno, etc.). Wprowadzenie transportu kombinowanego pozwoli na pełniejsze poznanie dziedzictwa pocysterskiego, zlokalizowanego w obrębie pierścieni, a także na urozmaicenie oferty kulturowej turystyką aktywną. Wpłyne to również pozytywnie na rozwój oferty subproduktów oferowanych w poszczególnych pierścieniach, uzupełniając tym samym ofertę węzłów.

Z kolei współpraca pomiędzy pozostałymi ogniwami Szlaku Cysterskiego (w Polsce, Europie) oraz innymi produktami turystyki kulturowej będzie miała na celu odpowiednie pozycjonowanie oferty, co ułatwi turystyce identyfikację produktu PSC oraz wpłynie na wzmocnienie jego pozycji w regionie Pomorza oraz na Europejskich Drogach Kulturowych.

Koncepcja produktu mix zakłada bowiem tworzenie wiodącej oferty produktowej punktów węzłowych PSC w oparciu o ich *Unique Selling Proposition*, natomiast na ofertę pierścieni składają się lokalne atrakcje związane z dziedzictwem pocysterskim i przyrodą, ale również te występujące w ramach innych szlaków tematycznych. Przy czym te ostatnie nie wchodzi bezpośrednio do produktów PSC, raczej je uzupełniają; występują w informacji i promocji na zasadzie krzyżowania.

Koncepcja marketingu produktu Pomorskiego Szlaku Cysterskiego zakłada nawiązanie kolejnych elementów marketingu do dwóch płaszczyzn, dwóch głównych idei funkcjonowania produktu Szlaku: węzła i pierścienia (zatrzymanie turysty, przeniesienie jego uwagi na atrakcje pierścienia, dostarczenie bagażu wrażeń, emocji, wspomnień)

Koncepcja marketingu produktu Pomorskiego Szlaku Cysterskiego



Źródło: opracowanie własne PART SA

| Produkt Mix | Idea produktu – rozwiązania |
|---|---|
| „Przeciągamy węzły” - gotyk, opowieści, przeżywanie, edukacja | „Przeciągamy węzły” - produkt podstawowy -> podróżowanie po głównych miejscach szlaku zazwyczaj samochodem, każdy węzeł ma swój wyróżnik, na bazie którego oferuje produkty i usługi, poznawanie historii, rzemiosła, odbywa się w sposób angażujący turystę. |
| „Eksploracja pierścieni” - aktywne podróżowanie | „Eksploracja pierścieni” - idea transportu kombinowanego -> poznawanie dziedzictwa cysterskiego „ukrytego” w atrakcyjnych przyrodniczo, małych miejscowościach, należących do danego pierścienia; przemierzanie pieszych szlaków, pokonywanie odległości rowerem czy konno, wsluchanie się w plask wioseł, to wszystko przybliży turystę do tajemniczego dziedzictwa, buduje związek głębszych przeżyć, które dają mu pozytywne skojarzenia z marką PSC. |
| „Raj dla ducha” - ora et labora | „Raj dla ducha” - ora et labora - gama produktów odnoszących się do wnętrza człowieka, pozwalających na zdystansowanie się do otaczającej, pędzącej codzienności, z nadmiarem informacji, często negatywnych, dających możliwość odbycia pielgrzymki do jednego z sanktuariów na PSC czy wzięcia udziału w dniach skupienia, albo „pomieszkania” przez kilka dni wśród braci lub siostr zakonnych, przyjęcie ich planu dnia, obowiązków. |
| „Celebруем gotyk” | „Celebруем gotyk” - atutem zachowanego dziedzictwa pocysterskiego jest styl, w jakim znakomita większość obiektów na Pomorzu została wybudowana. Wystawy, koncerty, atrakcje umożliwiające turystom podróż w czasie będą doskonałym dopełnieniem gotyckich wnętrz i dziedzictwa ruchomego, które stanowi inspirację do budowy wyróżnikowych produktów. Warto promować to dziedzictwo również wśród dzieci i młodzieży, w ciekawy sposób pokazując młodemu pokoleniu piękno nie tylko architektury, ale również innych dziedzin sztuki gotyckiej, poprzez programy scenariuszowe, wykorzystanie legend, możliwości zdobywania nowych umiejętności. |

2.2.2 Marketing atrakcji PSC



Marketing atrakcji i usług

„Cysterska czasoprzestrzeń”

- Tygiel architektoniczny
- Skryptorium
- Cystersium
- Rzemiosła średniowieczne
- Spa dla ducha

„Nocą szlak wytycza płomień”

- Zwiedzanie z pochodniami
- Pokazy typu światło-dźwięk,
- Muzyka gotycka
- Szlak Szarych Mnichów

„Oswoić gotyk”

- Warsztaty rysunku - architektura gotycka
- Cechy sztuki gotyckiej, gotycka „moda” i kanon

Wioski cysterskie - edukacja poprzez zaangażowanie (rzemiosło,

Idea produktu – rozwiązania

Cysterska czasoprzestrzeń - podróż przez wieki, różne sfery życia codziennego, duchowego, zaangażowanie turysty w różnorodne formy aktywnego spędzania czasu na szlaku w oparciu o wyróżnikową ofertę węzłów i pierścieni. Tygiel architektoniczny, skryptorium, cystersium, rzemiosła średniowieczne, spa dla ducha to tematyczne propozycje, dzięki którym widz staje się uczestnikiem, a odległa historia daje się odczuć, staje się zrozumiała, przyjazna.

Nocą szlak wytycza płomień - atrakcja, której motywem przewodnim jest noc, ogień i tajemniczość. Nocą łatwiej spotkać ducha epoki cysterskiej, np. podczas splotu tratwami sterowanymi przez szarych mnichów, oświetlonymi z rzadka płomieniami pochodni (np. rzeką Wierzyca do Pelplina i dalsze zwiedzanie dawnego opactwa cysterskiego -> włączenie istniejącego programu „Nocą daj się poprowadzić aniołom” lub „Światło i dźwięk”). Stworzenie aury tajemniczości, umożliwienie „teleportacji” do czasów średniowiecznych Cystersów będzie możliwe poprzez rozbudowę oferty nocnej, niejednokrotnie na kanwie oferty proponowanej w ciągu dnia (np. pielgrzymki/ procesje z pochodniami do/wokół sanktuariów, wspomniane już sploty z pochodniami, czy też nocne wędrówki między opactwami, zimą - transport prostymi saniami - kuligi z pochodniami), a także nocne zwiedzanie klasztorów i kościołów koncerty organowe, muzyki dawnej, chóralnej, śpiewy gregoriańskie w odpowiedniej oprawie świetlnej, kojące zabiegi Herbularius Spa w świetle świec i ziołowych olejków aromatycznych...

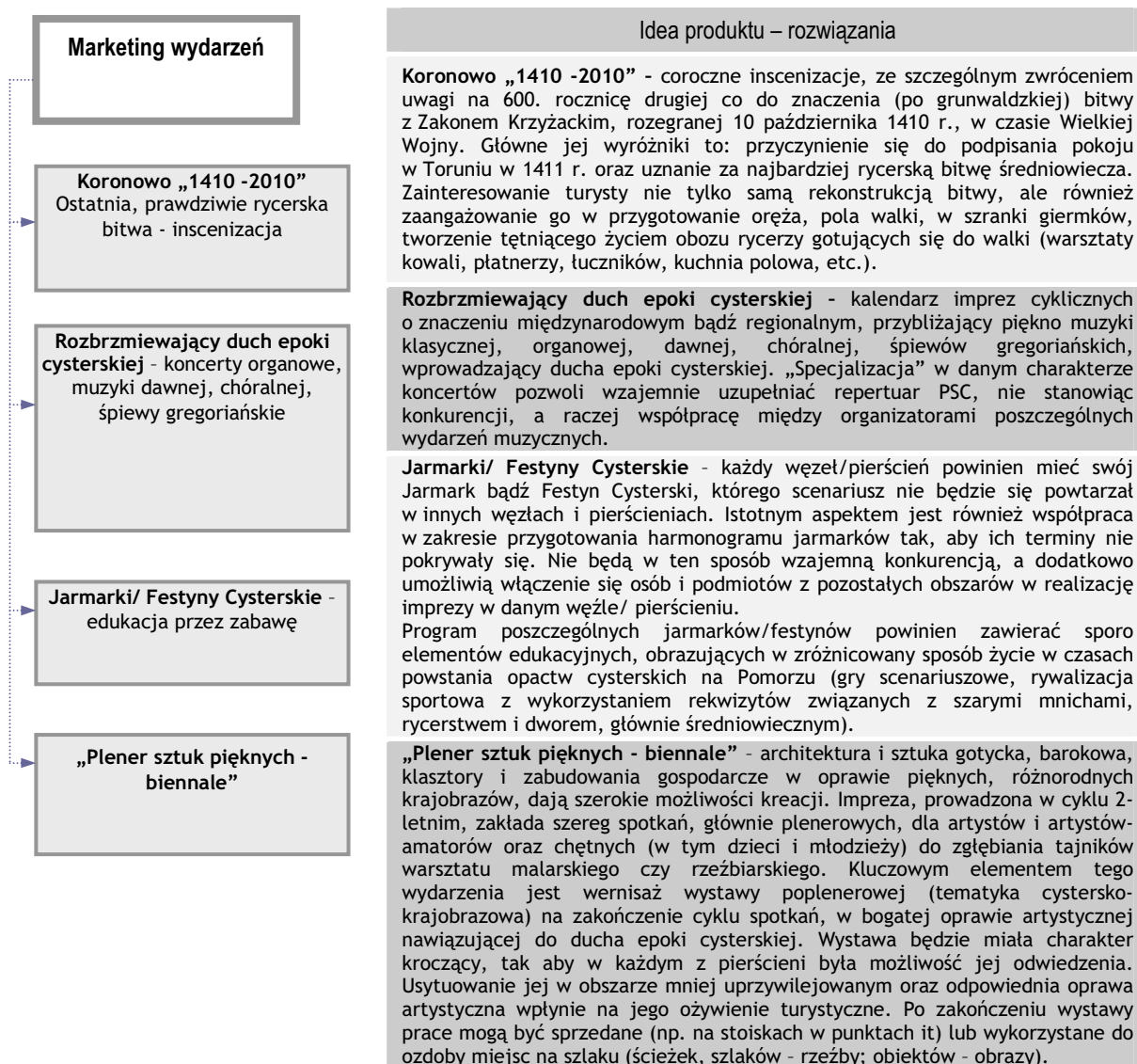
„Oswoić gotyk” - działania, programy, produkty mające przybliżyć turyście epokę w jakiej powstawały pomorskie opactwa, jej kierunki w sztuce oraz codzienność. Szereg działań przeznaczonych nie tylko dla dzieci i młodzieży - plenery malarskie, warsztaty typu „Gotycka moda”, „Młodzi architekci - budujemy ostrołuki”, „Okno na sztukę - robimy witraże” czy „Rękopisy i inkunabuły”

Wioski cysterskie - atrakcja głównie dla dzieci i młodzieży, mająca na celu rozwijanie ich różnorodnych zainteresowań, poprzez zaangażowanie w życie codzienne zainscenizowanej osady należącej do Cystersów oraz samych zakonników i zakonnice cysterskich. Warsztaty rzemieślnicze (kuźnia, zakład sukienniczo-farbiarski, bartnictwo, wybijanie monet, mini cegielnia, stolarstwo, etc.), w których pod okiem doświadczonego mistrza praktykują czeladnicy, zdobywając nowe, nieznane dotąd umiejętności (potwierdzone specjalnym „Dyplomem Czeladniczym”), z możliwością rywalizacji grupowej, będą świetną edukacyjną zabawą dla jej uczestników. Pod okiem cierpliwych mnichów będzie można zgłębiać tajniki ozdobnego liternictwa gotyckiego, czerpania papieru i przepisywania i oprawy ksiąg, natomiast szare mniszki nauczą haftu. Scenariusze powinny być przygotowane w różnych opcjach tematycznych i czasowych (1-dniowe, 3-5-dniowe, 7-14-dniowe) dla wycieczek, zielonych szkół, kolonii, obozów.

2.2.3 Marketing infrastruktury turystycznej PSC



2.2.4 Marketing wydarzeń PSC



2.3 Produkty kluczowe węzłów i subprodukty pierścieni

Sedno oferty produktowej będzie zawierać się w punktach węzłowych. Każdy z punktów posiada swój wyróżnik, na bazie którego budowane są atrakcje węzła (produkty, wydarzenia, imprezy), rozbudowane o ofertę przynależnego pierścienia, który wykorzystuje, z kolei, nie tylko zachowane dziedzictwo pocysterskie, ale także – w dużej mierze – walory przyrodnicze.

Pelplin



Wyróżnik – piśmiennictwo, Biblia Gutenberga
Produkt specyficzny miejsca: **skryptorium**

Produkt kluczowy węzła Oliwa i subprodukty pierścienia



Wyróżnik – koncerty organowe, kowalstwo
Produkt specyficzny miejsca: **w cysterskiej kuźni**

Produkt kluczowy węzła Puck i subprodukty pierścienia



Wyróżnik – „Pielgrzymka Łodziowa”, Zakon Cysterek
Produkt specyficzny miejsca: **raj dla ducha**

Produkt kluczowy węzła Koronowo i subprodukty pierścienia



Wyróżnik – bitwa pod Koronowem, koncerty organowe, bogata architektura obiektów pierścienia

Produkt specyficzny miejsca: **tygiel architektoniczny**

Produkt kluczowy węzła Iwęcino/ Bukowo Morskie i subprodukty pierścienia



Wyróżnik – rybołówstwo, cegielnia, bartnictwo, stolarstwo
Produkt specyficzny miejsca: **cystersium**

3 Przykładowe oferty pakietów turystycznych produktu PSC

Pomorski Szlak Cysterski (wraz z pozostałymi szlakami kulturowymi Pomorza) ma być platformą współpracy branży turystycznej wokół niezwykle atrakcyjnych dla turystów tematów. Wysiłki włożone przez branżę w przygotowanie infrastruktury, atrakcji, wydarzeń, wyszkolenie personelu zawsze oznaczają poniesienie kosztów, zaangażowanie czasu, energii i przede wszystkim kapitału.

Dopóki nie **powstanie atrakcyjna i dopasowana do potrzeb odbiorców oferta rynkowa**, efekt ekonomiczny dla przedsiębiorstw i podmiotów zaangażowanych finansowo w tworzenie Szlaków nie zostanie osiągnięty. W celu osiągnięcia zysków z funkcjonowania Szlaków należy przygotować ofertę rynkową ich komercjalizacji. Oferta ta, z punktu widzenia odbiorcy powinna być **możliwie pełna, czyli obejmująca pakiet wszystkich koniecznych w turystyce usług**. Musi ona obejmować zarówno, nocleg, wyżywienie, wstępy do atrakcji, usługi przewodnickie, mapę lub przewodnik, upominek. Tak skomponowany pakiet musi być dostosowany cenowo i jakościowo do możliwości i preferencji odbiorcy. Stworzone pakiety powinny dawać możliwość zakupu wycieczki (typu all inclusive) obejmującej transport docelowy i transport na Szlakach, a także dawać możliwości bardziej swobodnego komponowania czasu turyście indywidualnemu, poruszającemu się własnym środkiem transportu (samochód, rower, kajak, pieszo). Pakiety takie, w celu maksymalizacji zysku, mogą być oferowane na stronie WWW poświęconej PSC (i na WWW pozostałych szlaków kulturowych). Pewnym uzupełnieniem oferty komercyjnej będzie zaprezentowanie kilku **możliwości, w jakich można zwiedzać PSC**, zależnie od kierunku, z jakiego zacznie się zwiedzanie, czasu, jaki chce się na nie przeznaczyć. **Takie możliwości powinny być publikowane na WWW** (w formie gotowego do wydruku pliku PDF).

Obecnie oferta wycieczek umożliwiająca poznanie dziedzictwa cysterskiego na Pomorzu jest raczej produktem niszowym, wręcz nieobecnym, obejmującym tylko nieliczne atrakcje (np. Oliwa, Pelplin), odwiedzanie „przy okazji” szerszego programu zwiedzania. Istnieje więc spory potencjał do zagospodarowania.

DOBRA PRAKTYKA

Bardzo udaną inicjatywą jest oferta Biura Podróży Orbis Travel, które oferuje programy wycieczek autokarowych dla dzieci i dorosłych, trwające od 4 do 6 dni. Oferta Orbis jest dopracowana i pokazuje szerokie spektrum atrakcji leżących na planowanym Szlaku Bursztynowym, a jej całość ukazuje złożoność procesów, jakim podlega bursztyn od momentu pozyskania (wypłukania, wyłowienia, znalezienia) do finalnego stadium, jakim jest wyrób jubilerski.

DOBRA PRAKTYKA

Udanym przykładem komercjalizacji oferty Szlaku jest Śląski Szlak Zabytków Techniki (ŚSZZT). Na stronie Szlaku (podstrona WWW.gosilesia) znaleźć można kilkadziesiąt szczegółowo opracowanych propozycji zwiedzania atrakcji na Szlaku. Rozpisane tam, godzina po godzinie, miejsce po miejscu warianty stwarzają możliwość podróży po ŚSZZT zarówno własnym samochodem, jak i koleją, rowerem, pieszo, a nawet tramwajem.

Szlak Bursztynowy - program dla dzieci i młodzieży

1 dzień

- przyjazd do Gdańska, zakwaterowanie
- wyjazd do Gdyni (22 km od Gdańska) do Muzeum Inkluzji w Bursztynie – pogadanka na temat historii bursztynu, pokaz slajdów, półproduktów oraz gotowych wyrobów z bursztynu
- obiad
- przyjazd do Gdańska, zw...

Więcej...

Źródło: www.orbistravel-gda.com.pl

Szlak ZABYTKÓW TECHNIKI

SZLAK ZABYTKÓW TECHNIKI

Propozycje wycieczek kolejowych po Szlaku Zabytków Techniki

Proponowany program jednodniowej wycieczki koleją
Sosnowiec, Ruda Śląska, Bielsko-Biała, Sosnowiec -czas ok. 11 godz.

Źródło: www.gosilesia.pl/szt/pl

3.1 Przykładowe oferty pakietów turystycznych produktu turystycznego PSC

PSC posiada bogate możliwości budowy produktów liniowych, strefowych oraz punktowych. Ofertą pakietową dla PSC będzie zarówno oferta punktowa, np. „Gospodarka Cystersów Bez Tajemnic”, jak również oferta wzdłuż tras szlaku, np. „Cysterskie perły”.

CYSTERSKIE PERŁY

Dla: turystów indywidualnych i grupowych w różnym wieku

Terminy: cały rok

Cena: między 300 a 500 PLN



Idea: Produkt – wycieczka objazdowa, zakładająca odwiedzenie wszystkich punktów węzłowych na Szlaku. Dzięki takim działaniom będzie można kompleksowo szerzyć wiedzę na temat dziejów poszczególnych opactw Cystersów, architektury ich kościołów i klasztorów oraz zachowanych zabytków sztuki, jednocześnie dbając o rozbudowę jakościowej oferty produktowej.

Koszt: Zakup pakietowy powinien obejmować w cenie: mapę i przewodnik (z wersją multimedialną na CD), wyżywienie w gospodzie cysterskiej, nocleg w klasztorze oraz pamiątka.

Opis przebiegu: Wycieczkę można zacząć w dowolnym punkcie węzłowym Pomorskiego Szlaku Cysterskiego. Następnie należy odwiedzić po kolei pozostałe punkty węzłowe i zwiedzić dziedzictwo szarych mnichów, jakie zachowało się na terenie danego węzła.

Zakup: via Internet, m.in. strona poświęcona Szlakowi

Założenia jakościowe: Pamiątka w postaci książeczki z kartkami pocztowymi przedstawiającymi atrakcje turystyczne punktu węzłowego i jego pierścienia z miejscem na stemple z każdego punktu węzłowego potwierdzającymi odwiedzinę w danym miejscu.

3.2 Marketing wizerunku oraz promocja produktów PSC

Wprowadzenia, założenia marketingu wizerunku

W celu ułatwienia działań zmierzających do włączenia PSC do istniejącej już grupy szlaków kulturowych Pomorza, dostosowano zadania marketingowe do metodologii wykorzystywanej przy opracowywaniu koncepcji 4 szlaków kulturowych. Posunięcie to ma na celu ułatwienie procesu adaptacji koncepcji rozwoju i promocji PSC do istniejących warunków i prowadzonych działań (już w toku, w pewnym etapie zaawansowania, zgodnym z harmonogramem wdrażania 4SZK, tak, aby możliwie najbardziej skrócić dystans zaawansowania wdrażania koncepcji rozwoju PSC i w jak najkrótszym czasie zrównać go z działaniami dot. 4SZK, co pozytywnie wpłynie na realizację poniższych założeń.

W koncepcji strategicznej rozwoju produktów wokół PSC wskazano na istotne możliwości synergii działań z produktami 4 szlaków kulturowych Pomorza, szczególnie w zakresie wspólnej promocji oraz marketingu. Nie tylko sam czynnik geograficzny oraz charakter kulturowego szlaków za tym przemawia, ale także takie elementy, jak względy ekonomiczne (oszczędności związane z przygotowaniem skutecznej promocji), budowanie oferty komplementarnej oraz substytucyjność niektórych elementów szlaków. Warto zwrócić uwagę na większą zasadność budowania narzędzi o wysokiej jakości, zatrudniania profesjonalnej kadry marketerów, dizajnerów czy konsultantów, w przypadku uruchamiania kilku produktów, mogących działać, wykorzystując m.in. te same platformy i narzędzia marketingowe w zakresie badań, rezerwacji, budowania partnerstw międzynarodowych czy negocjowania i zawierania umów o współpracy z gestorami bazy turystycznej oraz biurami, operatorami turystyki kulturowej.

Podobnie sprawa się ma z synchronizacją działań w zakresie Szlaku Cysterskiego w Polsce i Europie. Wspólne działania przyczynią się zarówno do promocji PSC w kontekście szlaku ogólnopolskiego i elementu europejskich dróg kulturowych, jak też minimalizacji kosztów promocji i współpracy branżowej.

Współczesny marketing ceni przede wszystkim zdolność do wyróżnienia się, skutecznego pozycjonowania marki i oferty na rynku. Stąd charakter, USP oferty produktów, będzie oparte na ich specyfice i indywidualnej atrakcyjności wybranych elementów kompozycji produkt mix.

Inna cecha kreowanej koncepcji promocji, to postawienie na innowacyjność, czyli szukanie rozwiązań odważnych, nowatorskich, ale skutecznych, pozwalających – podobnie, jak w przypadku 4 szlaków kulturowych – na efektywne zbudowanie silnej marki produktu Pomorskiego Szlaku Cysterskiego na rynku.

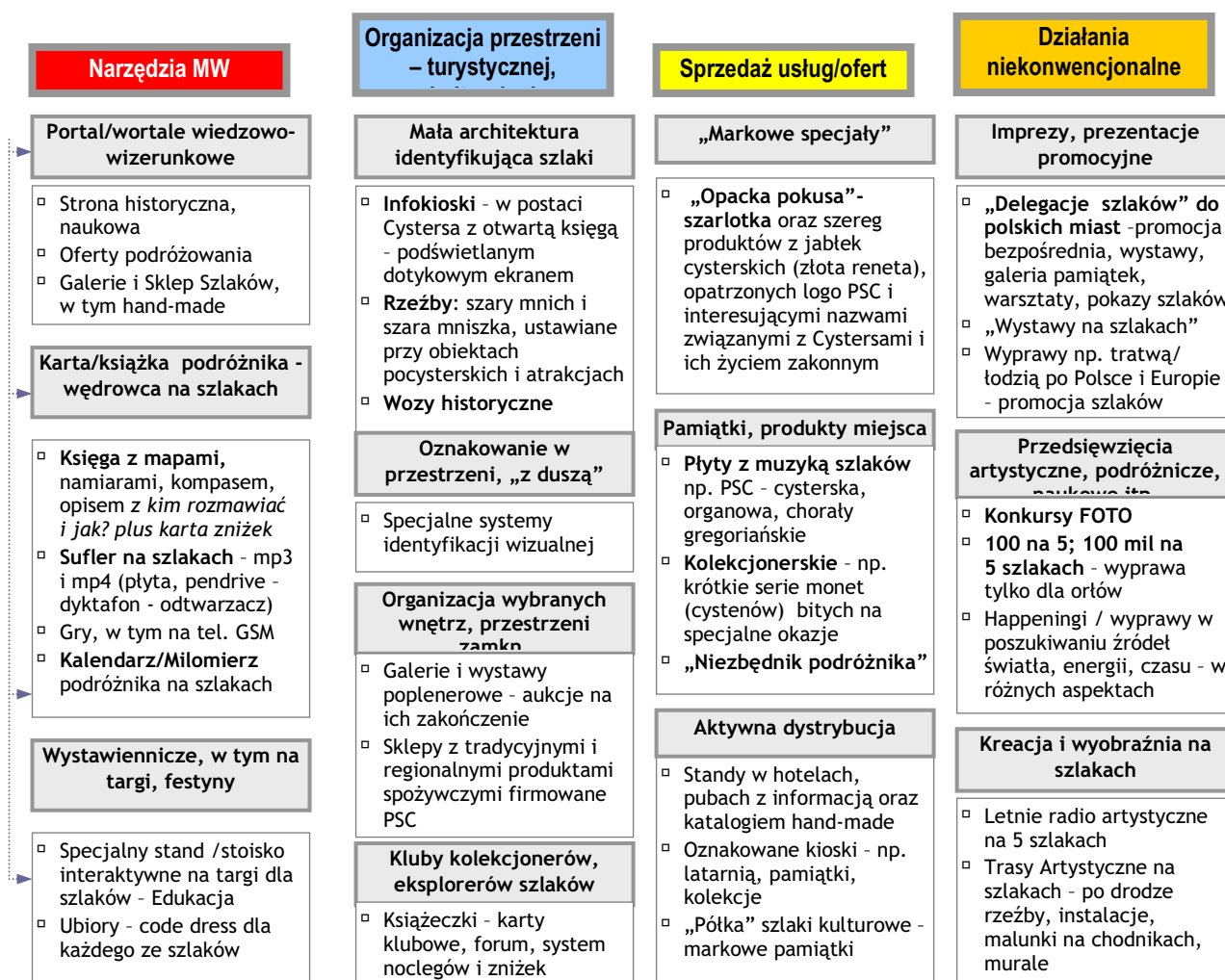
Stawiane główne cele i założenia procesu marketingu wizerunku (promocji, komunikacji mix, brandingu), wspólne dla promocji szlaków kulturowych Pomorza:

- **Odejście od utartej „ścieżki” prowadzenia jednorazowych lub sporadycznych dużych kampanii promocyjnych**, w zamian – (uniezależnienie się od prowadzenia promocji „w rytmie” i harmonogramie pojawiania się funduszy unijnych), postawienie na systematyczną promocję wizerunkową produktów w miejscach kontaktu z klientem/turystą, poprzedzoną jedną kampanią wykorzystującą głównie środki i narzędzia marketingu niekonwencjonalnego.
- **„Gorące węzły promocyjne Regionu”** – budowanie wizerunku, budzenia zainteresowania ofertą PSC (szlaków kulturowych), poprzez promocję bezpośrednią w punktach najczęściej odwiedzanych przez turystów na Pomorzu (terminalne promowe, dworce kolejowe, środki transportu – pociągi, tramwaje wodne, hipermarkety, centra miast, plaże miejskie).
- **„Przestrzeń internetowa PSC”** – jednym z elementów budowania przewagi konkurencyjnej, będzie zbudowanie silnej struktury promocji via Internet, w tym opartej na wysokim pozycjonowaniu wybranych haseł (m.in. „Cystersi”, „gotyk”, „rzemiosło”, „zabytki techniki”, „polskie wybrzeże”, „szlaki kulturowe”), zlinkowaniu oferty PSC z wiodącymi portalami wyjazdów wakacyjnych, firm przewozowych (promy, linie lotnicze, PKP) oraz wybranymi tematycznymi stronami z obszaru historii, kultury, edukacji, stronami innych szlaków kulturowych.
- **Postawienie na budowanie innowacyjnych koncepcji oraz narzędzi** w procesie marketingu wizerunku coraz większą rolę będą spełniać narzędzia specjalnie opracowane z myślą o danym produkcie, silnie personalizujące markę produktu.
- **Wykorzystywanie USP produktów** w procesie kreowania przekazów promocyjnych, m.in. treści ulotek, stron internetowych, stand-ów wystawienniczych, kreacji spot-ów czy kampanii outdoor-owych.
- **„Promocyjne Partnerstwo Strategiczne”** – zwiększanie potencjału promocyjnego poprzez zawiązywanie strategicznych partnerstw, w tym ponadregionalnych, w obszarach Szlaku Cysterskiego w Polsce oraz Europie.
- **Konsekwentne postawienie na promocję krzyżową** w punktach obsługi turysty na trasie danego szlaku kulturowego Pomorza promuje się także ofertę wszystkich pozostałych szlaków kulturowych oraz w obrębie tematyki

cysterskiej: promocja krzyżowa PSC <->poszczególne Pętle Szlaku Cysterskiego w Polsce <->Szlak Cysterski w Europie <-> PSC.

- „Jeden za wszystkich, wszyscy za jednego” – wspieranie wzajemne liderów szlaków w działaniach operacyjnych, w tym imprezach targowych, konferencjach, wystawach, akcjach PR
- „Rozpoznawalność i identyfikacja wizualna PSC” – operowanie obrazem, wykorzystanie charakterystycznych obrazów, motywów dla zwiększenia wyrazu przekazu promocyjnego – selekcja „obrazów” w konfrontacji z rynkiem i klientem, konkursy na najlepsze fotografie, krótkie filmy... Określenie wiodących ikon treści wizualnej promocji.

3.2.1 Koncepcja „gorących węzłów” promocyjno-informacyjnych



3.2.2 Propozycje kampanii promocyjnych

Pomorski Szlak Cysterski koniecznie należy wpisać również w harmonogram zaplanowanych dla (4) szlaków kulturowych Pomorza kampanii promocyjnych, w razie potrzeby odpowiednio je modyfikując. Jednocześnie należy pamiętać o działaniach promocyjnych w ramach tematyki cysterskiej, czyli wspólnie ze Szlakiem Cysterskim w Polsce i – przyszłościowo – ze Szlakiem Cysterskim w Europie.

Jak to zostało zaproponowane przy koncepcji rozwoju 4 Szlaków Kulturowych, kampanie realizowane w celu promocji Szlaków, mają mieć charakter wydarzeń niepowtarzalnych, które swoją oryginalnością pozytywnie odróżnią się od działań promocyjnych, do których przyzwyczaili nas producenci i oferenci. Ich wydajność ekonomiczna będzie duża większa niż zastosowanie popularnych nośników outdoor, prasa, telewizja) gdyż trafią precyzyjnie do segmentów kluczowych dla pomyślanej komercjalizacji oferty turystycznej Szlaków. Poniżej propozycje kampanii promocyjnych szlaków kulturowych Pomorza, zmodyfikowane/ uzupełnione o działania dotyczące PSC.

Kampania Szlaki Kulturowe – Pierwsi Zdobywcy

Okres realizacji: wakacje 2009

Założenia: Do tego czasu powstanie WWW PSC (lub jako kolejny szlak na stronie 4 Szlaków Kulturowych), na stronie znajdują się najpotrzebniejsze informacje. PROT pozyska sponsorów i fundusze na przeprowadzenie akcji (np. Apple, Nokia, zamek w Malborku, Prokom, Invest Komfort, Stena Line, browar Amber)

Odbiorca: (backpackersi, studenci, licealiści, młodzi aktywni)

- ➔ Przy współpracy z jednym z wiodących portali internetowych (oraz społeczności np. grono) zainteresować młodych ludzi do odwiedzenia Szlaków i „przetestowania” siebie samych i ich produktów.
- ➔ Pośród internautów zostanie ogłoszony nabór na kandydatów na zdobywców 5 Szlaków. Spośród nadesłanych zgłoszeń (od osób pełnoletnich) chcących spędzić wakacje życia wybranych zostanie (np. poprzez głosowanie internautów na kandydatury) 5 par.
- ➔ Każda z drużyn otrzyma: potrzebny ekwipunek turystyczny (namiot, plecaki, prowiant, przewodniki) oraz sprzęt do łączności online (palmtop z kamerą internetową). W czasie 15 dni (3*5), będą oni podróżować po Szlakach pisząc swojego podróżniczego bloga na stronach WWW Szlaków.
- ➔ Ich relacje, będą również zamieszczane w formie krótkich filmów, które później mogą być prezentowane na stałe na stronie. Internauci będą oceniać, która z 5 drużyn nadała najbardziej interesującą relację każdego dnia. Ta, która wygra w ogólnym podsumowaniu otrzyma tytuł zdobywców 5 szlaków i nagrodę niespodziankę (np. 5 dniowy ekskluzywny pobyt w Gdańsku, gdzie poznają najciekawsze osobistości związane z 5 szlakami).

5 Szlaków - Rodzinny Raj

Okres realizacji: rok 2009 i późniejsze

Założenia: Zapromować wakacje na Szlakach jako produkt turystyki rodzinnej, specjalnie przystosowany do zaspokojenia potrzeb najmłodszych. Oferujący im nie tylko dobrą zabawę, ale realizujący założenia: bawiąc uczyć!

Odbiorca: dzieci od 5 do 12 roku życia i ich rodzice

Dla PSC

- ➔ Terenowa gra planszowa, polegająca na poruszaniu się po makiecie szlaku przez żywe „pionki” – dzieci. Uczestnik stosuje się do zasad gry w zależności od liczby wyrzuconych gigantyczną (ale lekką i bezpieczną) kostką oczek. Może opuścić kolejkę, bo zwiedza opactwo w Pelplinie lub pomaga kowalowi w kuźni oliwskiej; lub idzie o kilka pól do przodu, ponieważ podwiózł go przejeżdżający wozem Cysters... Makieta musi być na tyle duża, aby dzieci mogły wchodzić do obiektów, ale jednocześnie nie tracić z pola widzenia całej planszy.
- ➔ Po zakończeniu gry dzieci otrzymują specjalny album do kolekcjonowania pieczęci z każdego miejsca (węzła) na PSC.
- ➔ Po skompletowaniu, w ostatnim węźle dzieci otrzymują specjalny dyplom i zaproszenie do jednej z atrakcji PSC (np. wioski edukacyjnej), gdzie na promocyjnych warunkach mogą spędzić do 2 dni (z rodzicami).

Szlaki Kulturowe Pomorza - Gwarancja dobrych wakacji

Okres realizacji: zima-wiosna 2009 i kolejne lata

Założenia: Szlaki jako gwarancja „dobrej pogody” podczas wakacji na Pomorzu. Aktywność na nich nie jest uzależniona od rewelacyjnego nasłonecznienia (jak w przypadku plażowania). Jeśli uwzględnimy je w swoich planach wakacyjnych niezależnymi się od kaprysów aury.

Odbiorca: mieszkańcy polskich aglomeracji

- ➔ Wydarzenia promujące Szlaki w centrach dużych miast polskich (rynki, place) lub w centrach handlowych (w okresie zimy np. Blue City, Arkadia, Stary Browar, Galeria Bałtycka, Manufaktura, Galeria Krakowska).
- ➔ Propozycja rezerwacji specjalnych pakietów turystycznych na Szlaki, obejmujących nocleg, wstęp do atrakcji; po zakupie (wpłata zaliczki) turysta otrzyma souvenir i przewodnik z mapą