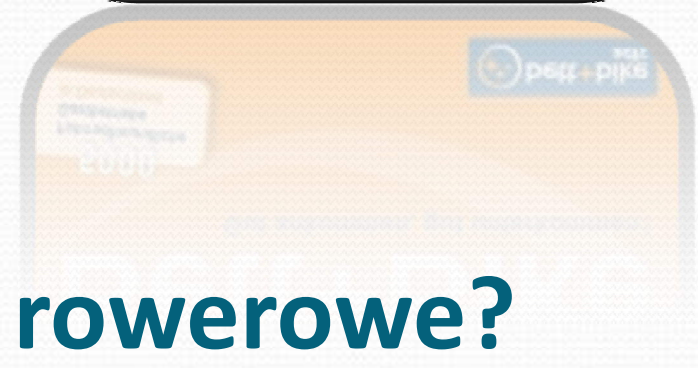
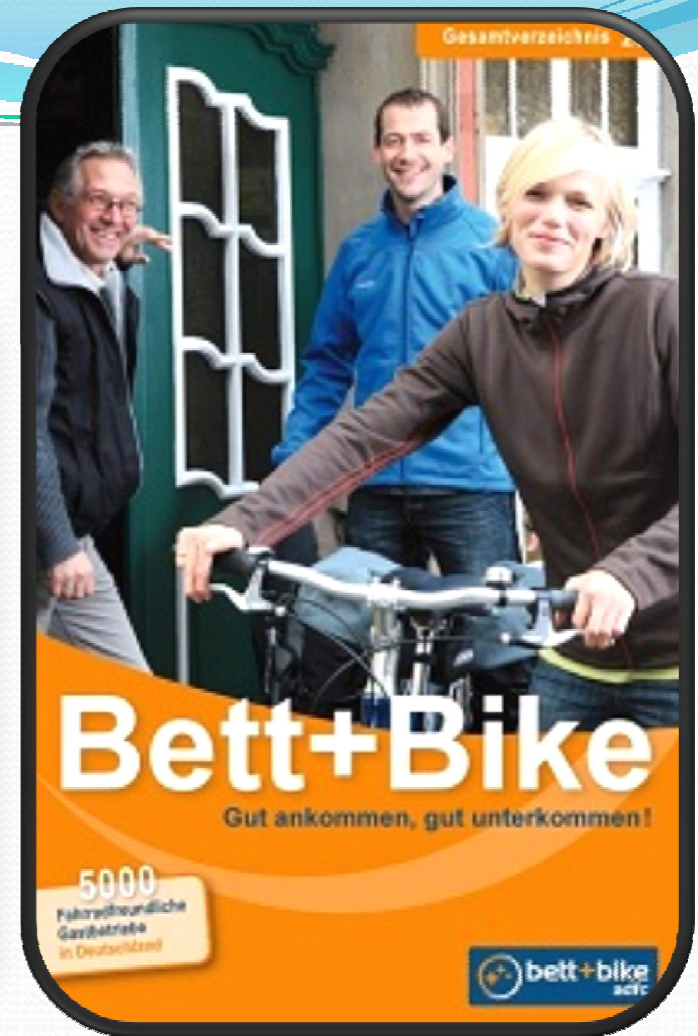




# Zarządzanie i promocja produktami turystyki rowerowej

Konferencja inaugurująca projekt: Biking South Baltic!

Gdańsk, 28 lutego 2017 r.



Po co tworzymy trasy rowerowe?

długodystansowcy  
(turyści tranzytowi)



podróżnicy  
(sakwiarze)



wycieczkowicze  
jednodniowi



turyści na  
wakacjach  
rowerowych



wycieczkowicze  
weekendowi

# Kto jest naszym klientem?



*Fot. K. Pęczalski*

**Wielodniowe wyprawy  
rowerowe i rowerowe  
wyjazdy weekendowe**

Typowe, długo- i średnio-  
dystansowe turystyczne  
wyprawy rowerowe  
po szlakach rowerowych



*Fot. P. Siwek*

**Rowerowe pobyty stacjonarne  
(wakacje na rowerze)**

Zwiedzanie na rowerze regionu  
wypoczynku wakacyjnego -  
liczne, krótkie wycieczki  
w interesujące miejsca,  
po szlakach i nie tylko

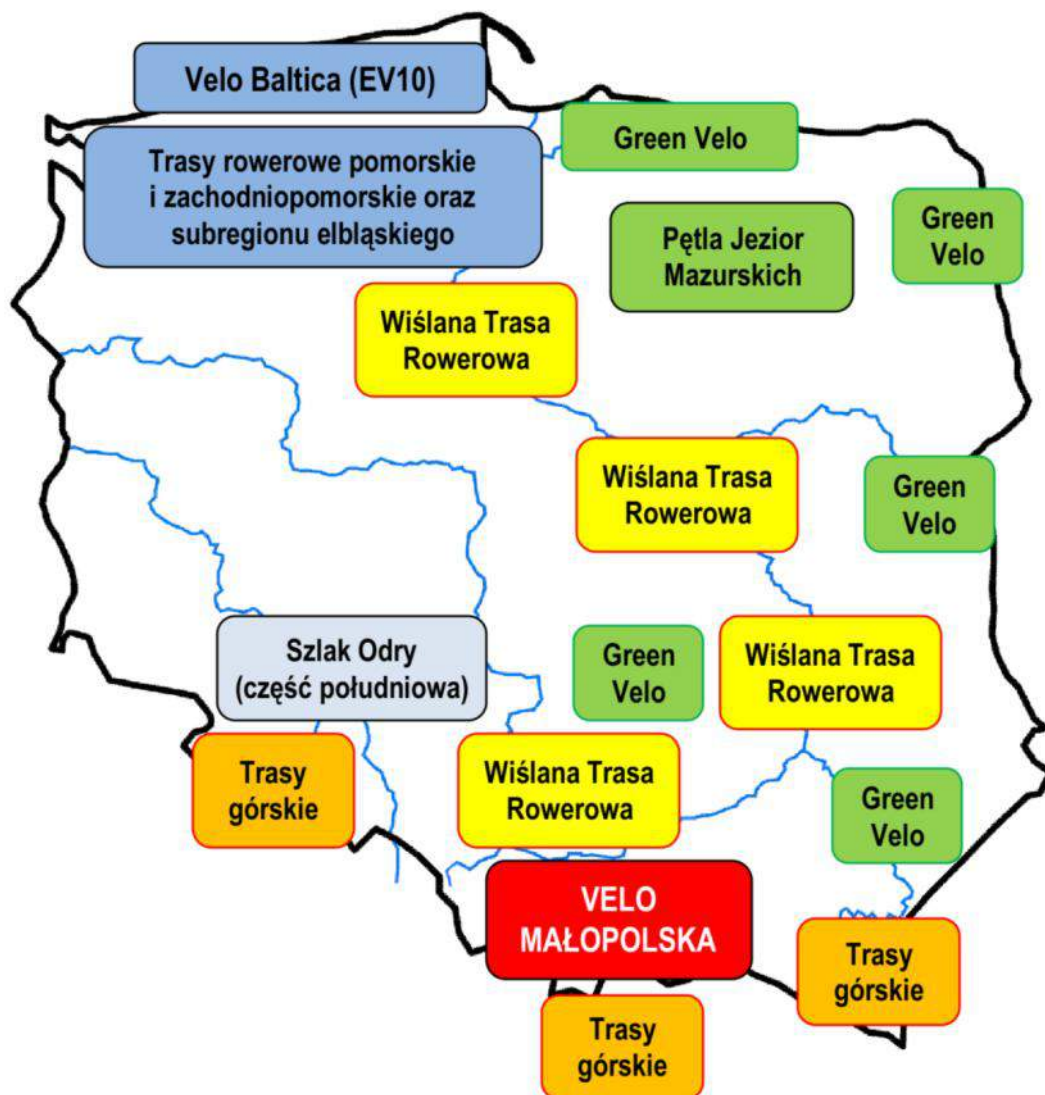


*Fot. P. Siwek*

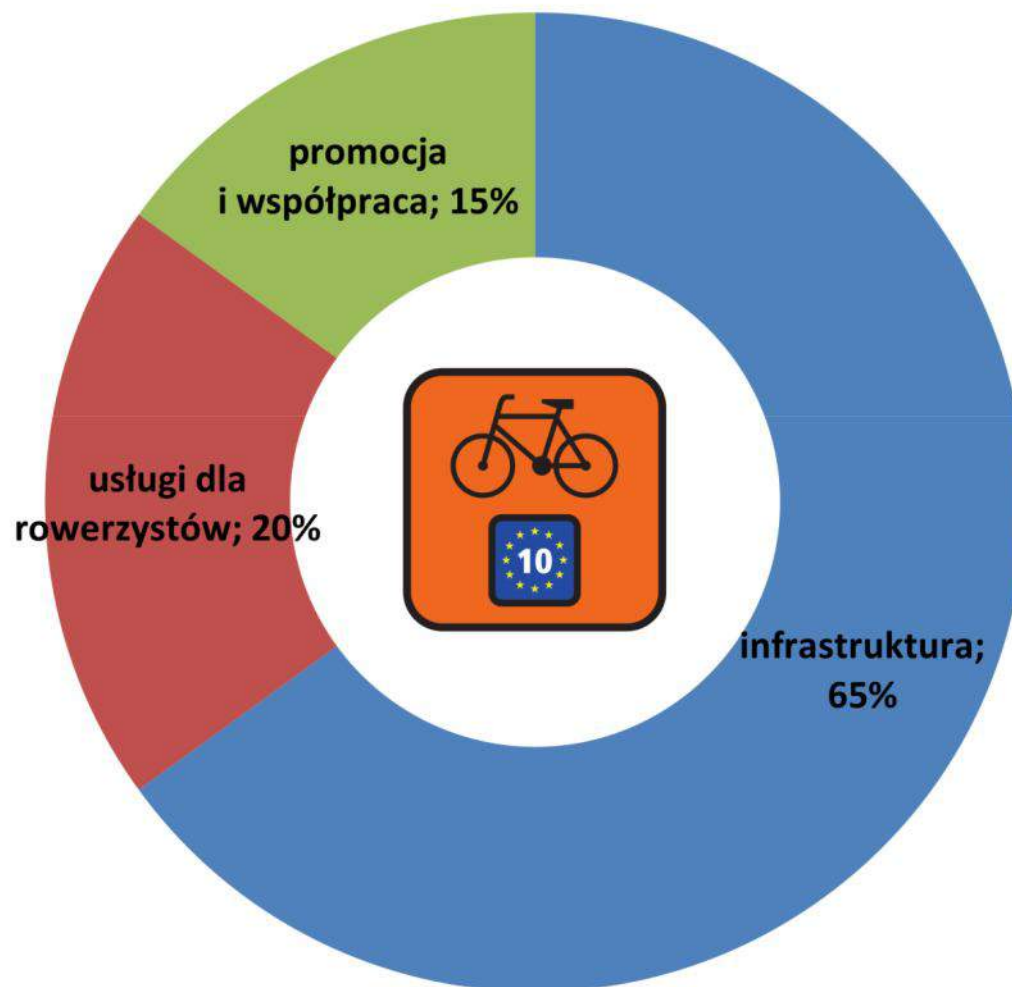
**Rowerowe wycieczki  
rekreacyjne**

Wyjazdy jednodniowe,  
realizowane w pobliżu  
miejsca zamieszkania lub  
pobytu turystycznego,  
czasem z przejazdem  
komunikacją publiczną

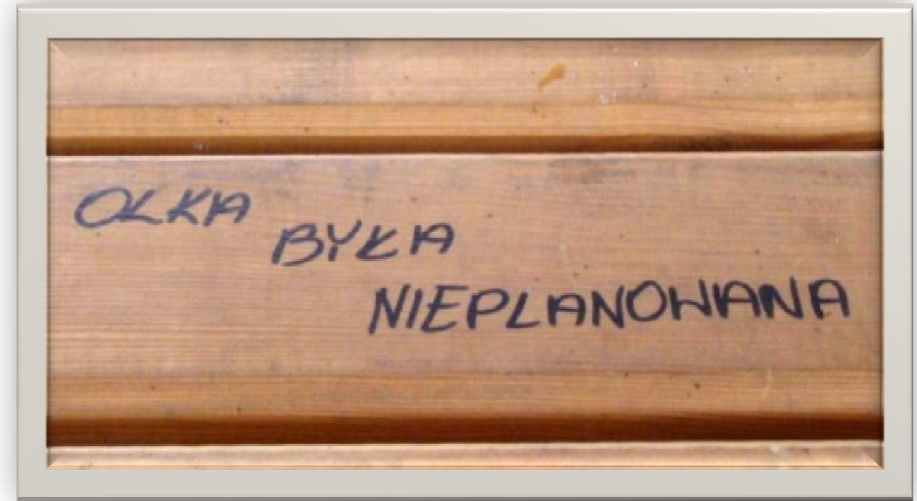
# Typowe produkty turystyki rowerowej

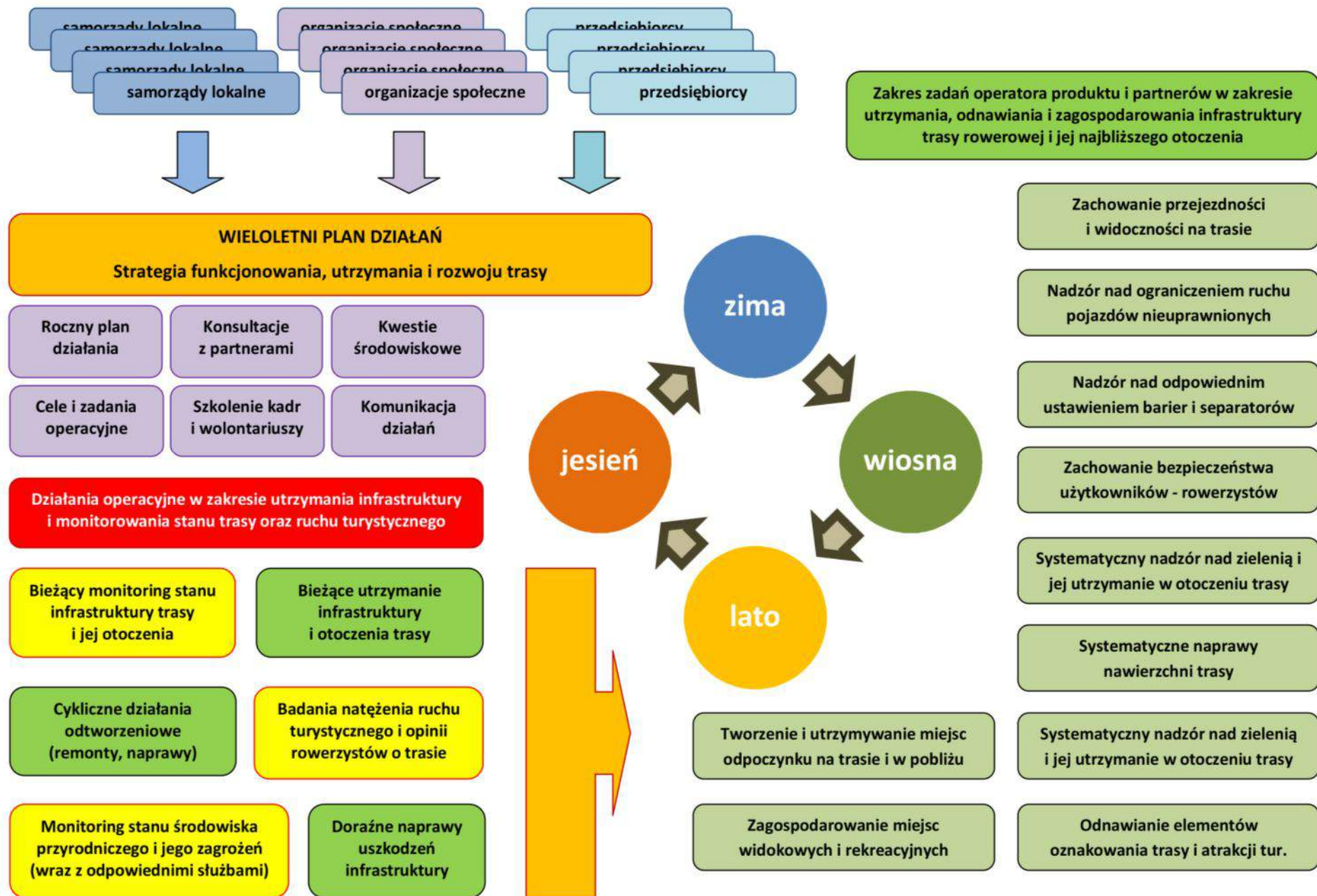


**Konkurencja rośnie!**



## Jakość i standardy w turystyce rowerowej





# Funkcjonowanie szlaku rowerowego



**Samorząd lokalny  
(gmina, powiat)**

**Lokalna Organizacja Turystyczna  
Lokalna Grupa Działania  
Stowarzyszenie rowerowe**

**„OJCIEC”  
szlaku turystycznego**

- Zapewnienie środków na funkcjonowanie produktu i utrzymania infrastruktury (finansowanie)
- Zapewnienie bezpieczeństwa i warunków długotrwałego rozwoju
- Realizacja większych prac remontowych, rozbudowy itp.

**„MATKA” szlaku  
turystycznego**

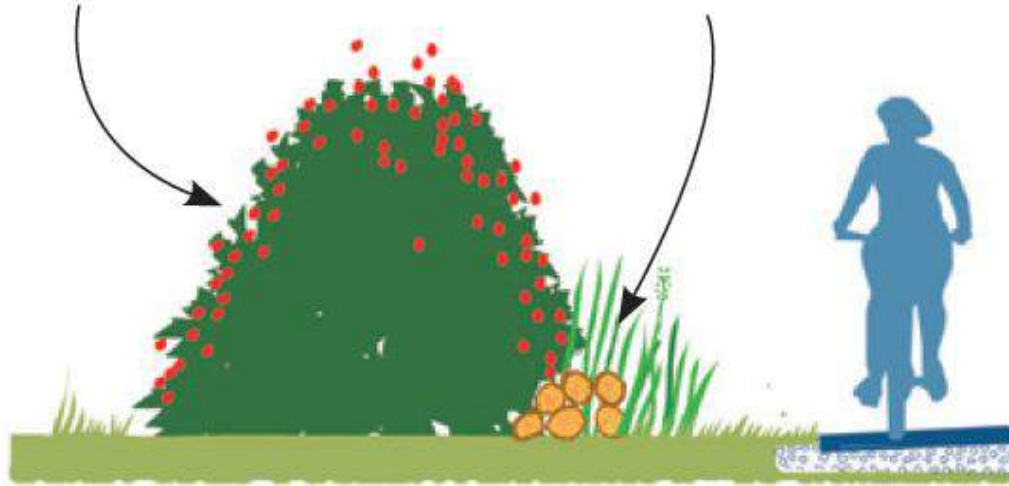
- Bieżące utrzymanie produktu
- Nadzór i kontrola nad funkcjonowaniem
- Wsparcie i opieka



**Opiekunowie szlaków  
i ich odpowiedzialność**

leave berries and nuts for wildlife

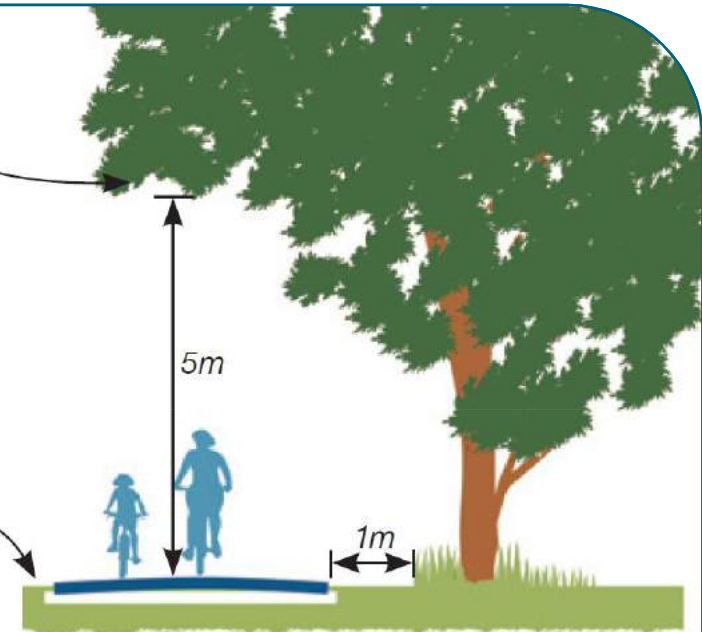
Add dead wood and tall grass at hedgerow base



Hedgerow maintenance



mowing the 1m verge either side of the path as often as is required to prevent vegetation falling into and blocking it, ideally twice a year



manage vegetation along the greenway to preserve sightlines, especially around corners. Even relatively low vegetation (1m) can conceal small children or adapted bikes

Źródło grafik:  
SUSTRANS

# Promocja turystyki rowerowej



# ! Pomorskie

## Poziom województwa



## Poziom międzynarodowy (potencjalne, międzynarodowe szlaki rowerowe)



pozostałe marki turystyki aktywnej

## Poziom krajowy (krajowe szlaki rowerowe)



## inne, krajowe szlaki rowerowe



## Poziom lokalny i międzyregionalny



Szlak Greenways -  
Naszyjnik Północy  
[ międzyregionalny ]



Szlak Mennonitów  
[ międzyregionalny ]



Kociewskie Trasy  
Rowerowe  
[ ponadlokalna  
sieć szlaków ]



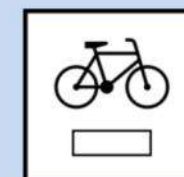
Kaszubska Marszruta  
[ lokalna sieć szlaków ]



Koło Gotyku  
[ lokalna sieć szlaków ]



Szlak USBS  
[ lokalna sieć szlaków ]



Inne szlaki rowerowe, nie posiadające swojego logo,  
znakowane głównie w standardzie PTTK

# Marki i produkty turystyki rowerowej województwa pomorskiego

**SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO**  
[inspirator przedsięwzięcia strategicznego]

Lider 1  
Lider n...  
Lider 2

**POMORSKA REGIONALNA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA**  
[współpraca z branżą turystyczną]

P1 P2 P3 P4 P5  
P6 P7 P8 P9 Pn..

**BENEFICJENCI PROJEKTÓW (LIDERZY I PARTNERZY)**

**JEDNOLITA POLITYKA KOMUNIKACYJNA SPÓJNOŚĆ I WZAJEMNE WZMACNIANIE PRZEKAZU MARKETINGOWEGO**

**Wspólny zespół ds. promocji i komunikacji marketingowej**

Rzecznik prasowy (SWP) P1 P2  
P3 P4  
Eksperti zewnętrzni [nadzór, doradztwo] P5 Pn..

**KAMPANIA PROMOCYJNA WIŚLANEJ TRASY ROWEROWEJ I TRASY VELO BALTICA**

Partnerzy Pomorskich Szlaków Kajakowych Partnerzy Pętli Żuławskiej Partnerzy projektu Zatoka Gdańska

**KAMPANIA PROMOCYJNA** **KAMPANIA PROMOCYJNA**

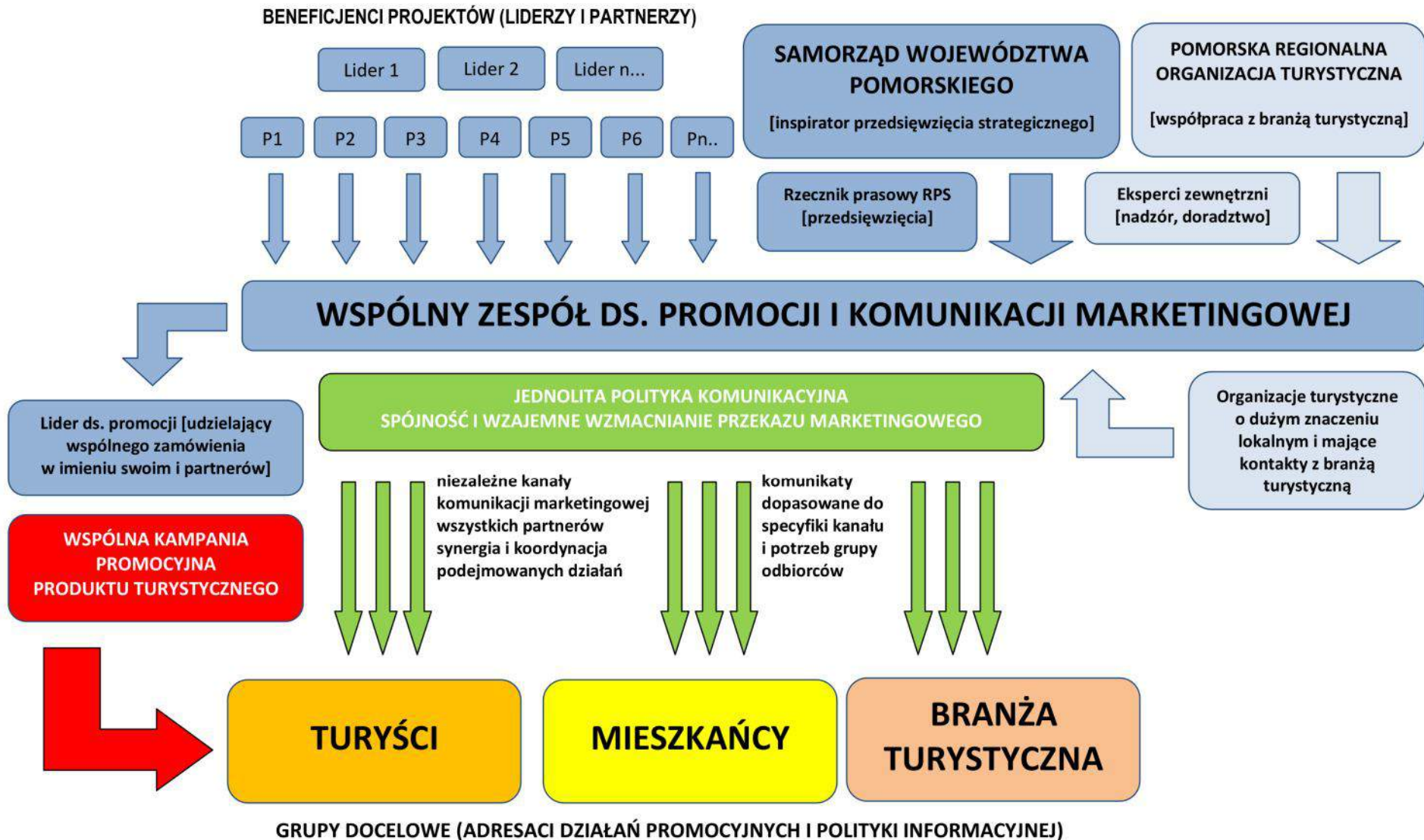


województwo zachodniopomorskie województwa, przez które prowadzi Wiślana Trasa Rowerowa Partnerzy produktu lokalnego 1

Partnerzy krajowi i lokalni promocji poszczególnych produktów turystyki rowerowej i wspólnego produktu regionalnego - PTR

Partnerzy produktu lokalnego 2  
Partnerzy produktu lokalnego n...

# Model promocji produktu



# Schemat realizacji kampanii promocyjnej

**Dziękuję za uwagę**



Jacek Zdrojewski  
[jacek@trek.com.pl](mailto:jacek@trek.com.pl)  
Tel. +48 88 33 27 964