

Konstelacje dobrych miejsc

kolejne gwiazdy łączą się w nowe marki
turystyczne

Loc
ati
vo



kujawsko-
pomorskie
konstelacje
dobrych miejsc

Kujawsko- Pomorskie konstelacje

OD ROZPROSZENIA DO STRUKTURY

MARKA PARASOŁOWA



**kujawsko-
pomorskie**
konstelacje
dobrych miejsc

UKŁAD SIŁ W KUJAWSKO-POMORSKIEM

5 + 2

**Pałuki
Bory Tucholskie
Kujawy
Dolina Dolnej Wisły
Pojezierze Brodnickie**

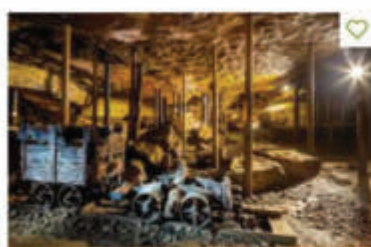
**Toruń
Bydgoszcz**

Śląska dygresja

ARCHITEKTURA MARKI ŚLASKIE



SZLAKI KULTUROWE / TEMATYCZNE W ŚLĄSKIU



Szlak Zabytów Techniki



Szlak Orlich Gniazd



Szlak Architektury Drewnianej



Szlak Kulinarny Śląskie Smaki

ŚWIĘTOWANIE W ŚLĄSKIM



TURYSTYCZNA MARKA ŚLĄSKIE

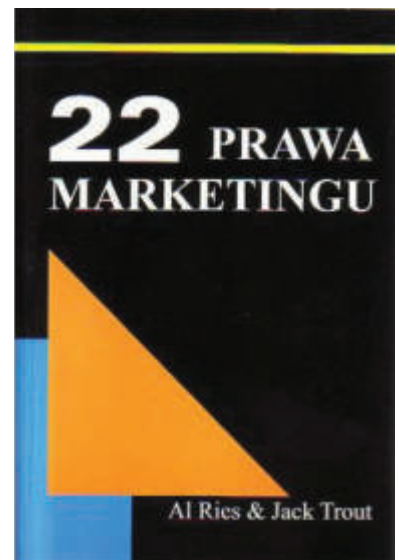
- Pomysł
- Plan
- Kadry
- Rozwój kompetencji
- Konsekwencja
- Finasne



Regionalne specjalizacje turystyczne

DWA PRAWA MARKETINGU JACKA TROUTA

- **Prawo pierwszeństwa** – bycie pierwszym w czyimś umyśle jest najważniejsze
- **Prawo kategorii** – jeżeli nie możesz być pierwszy w danej kategorii, to stwórz taką kategorię, w której będziesz pierwszy



ZMIANA PERSPEKTYWY

marka
terytorialna

stereotyp zawężający
o marce lub jej odbiorcach

zmiana perspektywy
(specjalizacja regionu)

Kujawy

ZASOBY I SKOJARZENIA NT. KUJAW

- Początki państwowości
- Olej kujawski
- Rzepak
- Kraina mlekiem i miodem płynąca
- Ciechocinek
- Folklor



MARKA KUJAWY

**Jak brzmi jej
stereotyp zawężający?**

**Norma
kulturowa**



Starość

**Sprzeczność
kulturowa**



Cierpienie

Przyjemność



**Sprzeczność
kulturowa**

Młodość

**Norma
kulturowa**





Ciechocinek! Tu życie zaczyna się po 70.!



Życie, mimo wszystko jest piękne, tylko ta starość się Panu Bogu nie udala. Na szczęście dał nam Ciechocinek! - mówili mi kuracjusze 70 plus z turnusu rehabilitacyjno - leczniczego. W sanatorium seniorzy są szczęśliwi przez kilka dni, a potem wracają do szarej rzeczywistości, czyli do domów, dzieci i wnuków. I czekają na kolejny turnus.





THE POINT

W S P Ó Ł C Z E S N Y
SENIOR
- Z D R O W I E I S T Y L Ż Y C I A -

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

Odwiedź nasz blog
wpunktozdrowiu.pl

Laukpauk Presentation | www.yourwebsite.com



POZYCJONOWANIE MARKI KUJAW

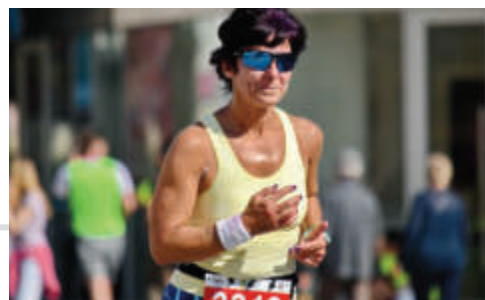
Kujawy jako centrum srebrnej turystyki



Kujawy
wszystko przed Tobą



Kujawy
wszystko przed Tobą



ARCHITEKTURA MARKI KUJAWY

Przystanek Kujawy

platforma ofertowa

Piknik pod
kujawskim niebem

wizerunkowy silver bullet

Festiwal
Kujawskiego Słońca
Święto Rzepaku

wydarzenie

Kujawski
Spichlerz

linia produktowa



Piknik pod kujawskim niebem

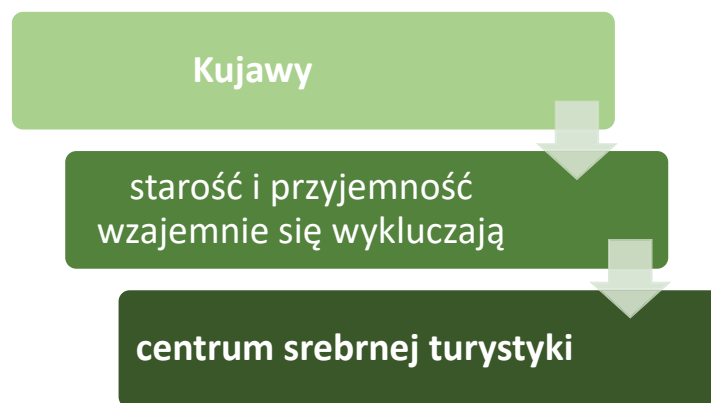




Festiwal Kujawskiego Słońca



ZMIANA PERSPEKTYWY



Pałuki

ZMIANA PERSPEKTYWY



ZDANIE POZYCJONUJĄCE MARKI PAŁUKI

Dla poszerzających horyzonty

Grupa docelowa

to kreatywny i kompetentny

Charakter marki

Pałuki

Produkt / usługa

region

Obszar kompetencji

który gwarantuje rozwój dzięki zbilansowanej dawce wiedzy i aktywności,

Obietnica marki

ponieważ jest kompaktowy, a jego oferta jest wielowymiarowa, komplementarna (wiedza, kultura, rekreacja), oparta na tradycjach edukacyjnych i autentycznych walorach,

Uzasadnienie

w odróżnieniu od centrów nauki, które stawiają na intensywność doznań i prezentują wiedzę w oderwaniu od naturalnego środowiska.

Konkurencja i jej obietnica

AKADEMIA PAŁUKI: STRUKTURA OFERTOWA

Akademia Pałuki

Oferta zewnętrzna

Oferta
wewnętrzna

Grupy
zorganizowane
dzieci i
młodzieży

Grupy
zorganizowane
dorośli

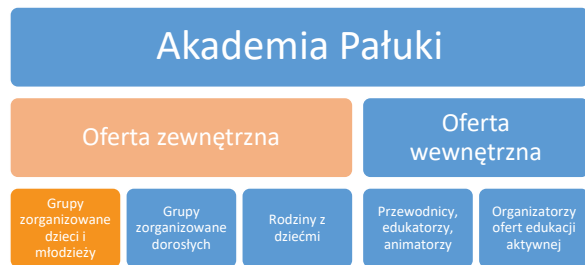
Rodziny z
dziećmi

Przewodnicy,
edukatorzy,
animatorzy

Organizatorzy
ofert edukacji
aktywnej

GRUPY ZORGANIZOWANE DZIECI I MŁODZIEŻY

Pałucki tydzień dla szkół – oferta dla lokalnych szkół



Małopolski
Dzień
Uczenia się

2020

Rozwijaj
e- kompetencje!



GRUPY ZORGANIZOWANE DOROSŁYCH

Dni Edukacji Aktywnej

weekendowe wydarzenie, przebiegające w różnych miejscach dziedzictwa regionu



Akademia Pałuki

Oferta zewnętrzna

Oferta wewnętrzna

Grupy zorganizowane dzieci i młodzieży

Grupy zorganizowane dorosłych

Rodziny z dziećmi

Przewodnicy, edukatorzy, animatorzy

Organizatorzy ofert edukacji aktywnej

RODZINY Z DZIEĆMI

Pałucka Trasa Edukacyjna – trasa dla rodzin z książką – interaktywnym przewodnikiem (zadania aktywizujące całą rodzinę)



Akademia Pałuki

Oferta zewnętrzna

Oferta wewnętrzna

Grupy zorganizowane dzieci i młodzieży

Grupy zorganizowane dorosłych

Rodziny z dziećmi

Przewodnicy, edukatorzy, animatorzy

Organizatorzy ofert edukacji aktywnej

PRZEWODNICY, EDUKATORZY, ANIMATORZY

Pałucka Szkoła Aktywnych Edukatorów - cykl warsztatów w formie szkolenia w działaniu



Akademia Pałuki

Oferta zewnętrzna

Oferta wewnętrzna

Grupy zorganizowane dzieci i młodzieży

Grupy zorganizowane dorosłych

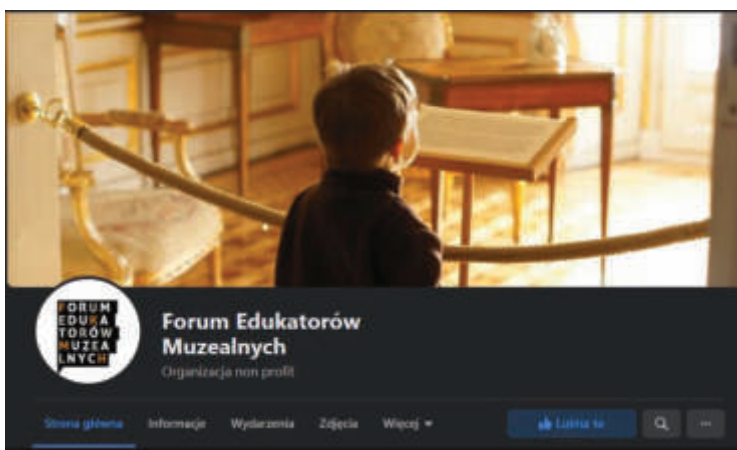
Rodziny z dziećmi

Przewodnicy, edukatorzy, animatorzy

Organizatorzy ofert edukacji aktywnej

ORGANIZATORZY OFERT TURYSTYKI AKTYWNEJ

Forum Edukacji Aktywnej – wydarzenie branżowe



Akademia Pałuki

Oferta zewnętrzna

Oferta
wewnętrzna

Grupy
zorganizowane
dzieci i
młodzieży

Grupy
zorganizowane
dorośli

Rodziny z
dziećmi

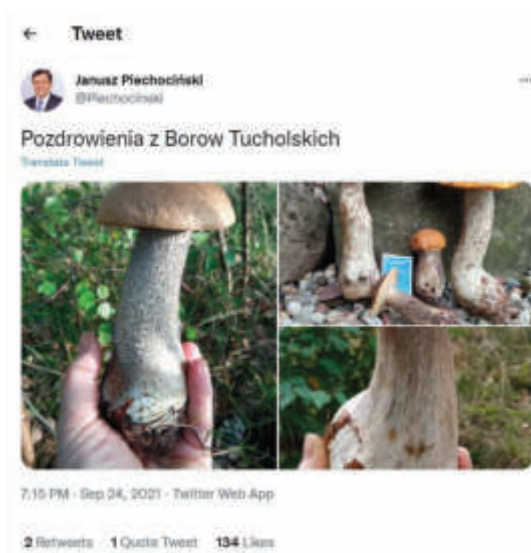
Przewodnicy,
edukatorzy,
animatorzy

Organizatorzy
ofert edukacji
aktywnej

Bory Tucholskie



BORY TUCHOLSKIE



Ogromny las, grzyby, ryby i kajaki...

TURYSTYCZNA SPECJALIZACJA BORÓW TUCHOLSKICH



POZYCJONOWANIE MARKI BORY TUCHOLSKIE

Bory Tucholskie regionem turystyki naturalnej

ZDANIE POZYCJONUJĄCE MARKI BORY TUCHOLSKIE

Dla osób kochających naturę i przygodę

Grupa docelowa

Bory Tucholskie

Produkt / usługa

to przyjazny, dostępny, odpowiedzialny
środowiskowo i społecznie

Charakter marki

region leśny,

Obszar kompetencji

który pobudza umysł, dopieszcza zmysły oraz przywraca energię

Główna obietnica marki

poprzez doświadczanie natury na poziomie wiedzy, emocji i aktywności.

Uzasadnienie

Działania wdrażające



Leśny park rozrywki

Silver bullet

Co wyjdzie z połączenia centrum nauki, lunaparku i ścieżki dydaktycznej?



+



+



... jeszcze parku linowego...

+



?



Leśny park rozrywki



Naturalny pod każdym względem:
naturalna zabawa, materiały, cyrkularność, las



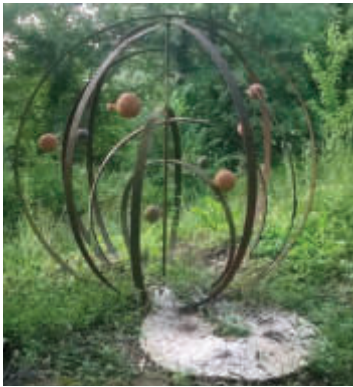
Naturalna przygoda



**Eksperymenty leśne:
"Centrum Kopernika w lesie"**



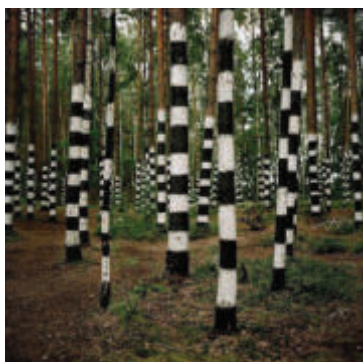
Dodatkowe atrakcje:
leśne spanie i gotowanie



Sztuka w lesie

Estetyka

Naturalnie, ale ładnie "do Instagrama"



Oferta

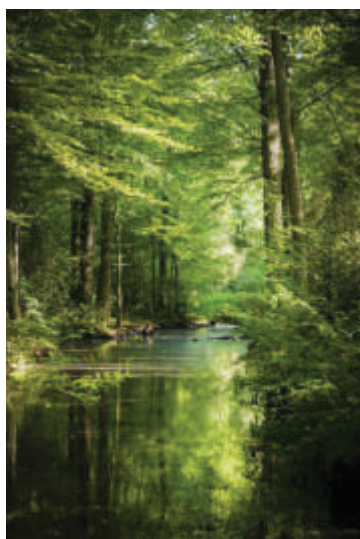
- Oferta indywidualna: zestawy do eksperymentów do pobrania, propozycje zabaw dla rodzin, samoobsługowe eksperymenty
- Oferta dla grup - działania pod okiem animatora



Park tematyczny

Możliwy model - sieć leśnych parków tematycznych:

- woda
- las
- ziemia
- niebo



Pierwszy w Polsce **naturalny** park zabaw leśnych

- Umiejscowiony w **naturze**
- Jest przestrzenią **naturalnej** zabawy
- Łączy zabawę z edukacją **leśną**
- Działa w zgodzie z **naturą**
- Daje doświadczenie lasu 360
- Jest atrakcją w borach - **rozpoznawalną w całej Europie**
- Może się rozwijać stopniowo – **ekologicznie**, krok po kroku

wiedza

emocje

aktywność

Pierwszy w Polsce **naturalny** park zabaw leśnych

- Model: rozproszony system czy centralny? kilka małych czy jeden?
- Jak dbać o bezpieczeństwo, kto ponosi odpowiedzialność?
- Kto jest operatorem/inwestorem?
- Czy inwestycja od razu czy realizowana stopniowo?
- Kto i jak na tym zarabia?



ROZWÓJ LEŚNEGO PARKU ROZRYWKI

Etap I

Planowanie działania parku – zarządzanie

Tworzenie koncepcji parku – konsultacje

merytoryczne

Uzupełnianie kompetencji –

odpowiedzialnych za działalność parku



Etap II

Finansowanie inwestycji

Rozpoczęcie prac

Przygotowanie produktów – programów

rozrywkowych

Komunikacja o parku



Etap III

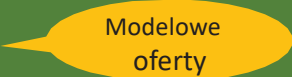
Premiera parku (wydarzenie specjalne)

Kampania promocyjna

Sprzedaż produktów

Uruchomienie parku

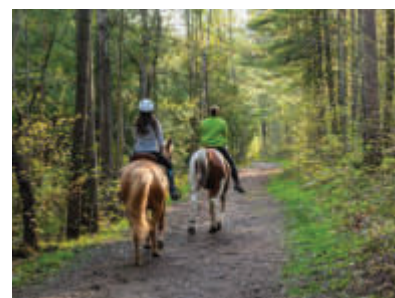
Aktywności turystyki naturalnej



Modelowe
oferty

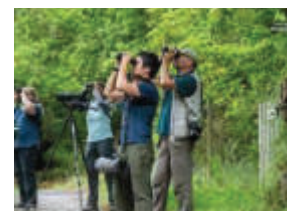
WYBRANE AKTYWNOŚCI TURYSTYKI NATURALNEJ – DZISIAJ

- Spływy kajakowe
- Jazda na rowerze
- Jazda konna
- Psie zaprzęgi (zimą)
- Przyrodnicze warsztaty dla grup szkolnych
- Edukacyjne ścieżki przyrodnicze
- Indywidualne wędrówki po dużym obszarze leśnym
- Warsztaty dla grup zorganizowanych (Wioska Górnicza, Ptasia Wioska, Miodowa Wioska, Kwiatowa Wioska)
- Rozwój „Zielonego Targu” w Tleniu w kierunku „frymarku”
- Podglądanie przyrody: bobry, ptaki itp.
- Plenery malarskie i fotograficzne
- Mapa legalnego biwakowania w lesie
- „Bez zasięgu” – oferta miejsc, w których faktycznie można odciąć się od cywilizacji



PROPOZYCJE AKTYWNOŚCI TURYSTYKI NATURALNEJ – JUTRO

- Spacery po lesie oraz wycieczki krajoznawcze z przewodnikiem (edukacja przyrodnicza, zabytki, rękodzieło, lokalne kulinaria)
- Wyprawy po leśne runo, warsztaty kulinarne z przewodnikiem
- Nocne oglądanie nieba z astronomem
- Borowiackie pasieki – warsztaty z pszczelarzem leśnym
- Bird watching z ornitologiem
- Grzybobrania z udziałem znawców – mykologów
- Leśne place zabaw
- Szlak kulinarny oparty na naturalnych zasobach
- Oferty dla osób indywidualnych bazujące na atrakcjach przyrodniczych
- Warsztaty w Wymysłowie – poznanie kultury Indian, symbioza człowieka i natury
- Opowieści o ludności borowiackiej i realiach jej życia (kiedyś i dziś)
- Organizowanie zjazdów dla dużych firm – oferty ekologiczne, naturalne, z elementami przygody i odkrywania lasu



PRZYKŁADOWE AKTYWNOŚCI TURYSTYKI NATURALNEJ – POJUTRZE

- Oferty związane z rozwojem duchowym poprzez kontakt z naturą, lasem
- Spacery po bagnach
- Leśne kąpiele
- Szkoła przeżycia
- Wyprawy leśnych rodzin, leśne terapie rodzinne
- Do kupienia: kosz z lokalnymi przysmakami i darami lasu ("Smak Borów")
- Rozwój oferty obiektów o usługi związane z terapią ruchową, ziołolecznictwem i lokalnym jedzeniem wysokiej jakości
- Wypożyczalnie sprzętu do sportów leśnych i biwakowania
- Kręgi wiedźm i wiedźminów – leśne zgrupowania „nawiedzonych”
- Dżiczyna w wersji „hipsterskiej” – dzikie burgery
- Półkolonie, ekokolonie w naturze – „zostaw nam swoje dzieci na cały dzień”
- Odkrywanie Borów Tucholskich – gra, która prowadzi w miejsca mało uczęszczane



W 2022 roku w Borach Tucholskich na terenie Wdeckiego Parku Krajobrazowego powstała pierwsza w Polsce "ścieżka ciszy".

Jest to inicjatywa w ramach projektu "Obszary ciszy jako atrakcja turystyczna".





Dolina Dolnej Wisły regionem slow turystyki?



Festiwal smaku w Grucznie. Szczęśliwa Dolina Dolnej Wisły

WIADOMOŚCI Z BYDGOSZCZY 21.08.2015, 06:02



6 ZDJĘĆ

Franciszek Daron - miłośnik regionalnych smaków i amatorski producent wina z Korzeleń. Organizator spotkań dla smakoszy - Święta Wina i Smaknej Śliwki. Przez wiele lat związany z Turystycznym Przeglądem Dolina Wisły i współorganizator wielu edycji Festiwalu Smaku w Grucznie (TYMON MARKOWSKI)

Rozmawiała Marta Leszczyńska



Festiwal smaku trwa tu cały rok. Żyjemy jak w innym świecie, daleko od miejskiego zgiełku. Wieczorami siedzimy przed domem, patrzymy na Wisłę w dolinie, popijamy własnej produkcji wino i zajadamy ciasta z jabłkami, z naszych sadów - mówi Franciszek Daron.



LosWiaheros.pl - Podróżuj, odkrywaj, inspiruj.



5 sierpnia 2018 · 🌐

Jedna z piękniejszych krain jakie widziałam w Polsce i jednocześnie tak mało znana. Miejsce idealne do odpoczynku z rodziną, z przyjaciółmi lub ukochaną osobą. Tu jest wszystko czego potrzebujesz: przyroda, aktywny wypoczynek, chillout z dala od zatłoczonych atrakcji turystycznych i pyszne, lokalne jedzenie. Slow life, slow food i slow travel - to właśnie tutaj! Zapraszam do pięknej krainy Doliny Dolnej Wisły!

Alicja 🌿

👉 <https://www.loswiaheros.pl/polska/dolina-dolnej-wisly> ✓

#visitpoland #mistrzostwablogerow



LOSWIAHEROS.PL ✓

Dolina Dolnej Wisły - samochodem, rowerem, kajakiem. Atrakcje i pyszne jedzenie.

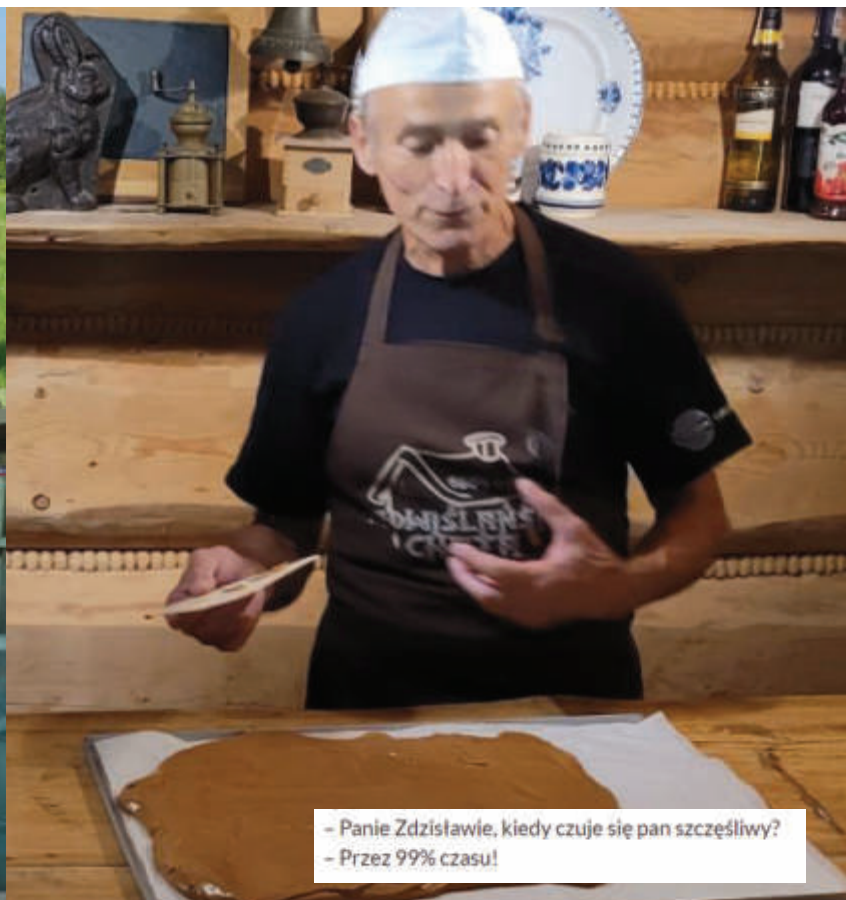
Dowiedz się więcej



Kiedy czujecie się szczęśliwi?
Cały czas!



- Kiedy czuje się Pani szczęśliwa?
- Zawsze!



- Panie Zdzisławie, kiedy czuje się pan szczęśliwy?
- Przez 99% czasu!

WIODĄCE TYPY TURYSTYKI W DOLINIE DOLNEJ WISŁY

Turystyka
kulinarna

Turystyka
kulturowa

Turystyka
przyrodnicza

Turystyka
aktywna

IKONY REGIONU

Nadwiślańskie Parki Krajobrazowe

Dziedzictwo kulinarne

Menonicka pętla smaku

Festiwal Smaku w

Święto Śliwki

Młyn w Grucznie

Krajobraz Pradoliny Wisły

Góra św. Wawrzyńca

Diabelce

Starogrodzie

Góry Łosiowe

Zabytki

Spichlerze grudziądzkie

Starówka w Chełmnie

Zamek Wodny w

Pałac w Ostromecku

Zabudowa menonicka

Festiwale

Festiwal Smaku w

Święto Śliwki

9 Hills (Chełmno)

Walentynki Chełmińskie

ATRYBUTY MARKI REGIONU

Krajobraz
nadwiślański –
(przestrzeń)

Kultura i historia
rzeki

Smaki
Dolnej Wisły

Dziewiczość
rzeki

Festiwale

Sielskość

STEREOTYP ZAWĘŻAJĄCY NT. REGIONU

krajobraz

„A w filmie polskim, proszę pana, to jest tak: nuda... Nic się nie dzieje, proszę pana. Nic. (...) W ogóle brak akcji jest. Nic się nie dzieje. (...)”

Zdjęcia: Adam Kałucki

POZYCJONOWANIE MARKI DOLINA DOLNEJ WISŁY

Dolina Dolnej Wisły kraina slow&flow

ZDANIE POZYCJONUJĄCE MARKI DOLINA DOLNEJ WISŁY

Dla uważnych, wrażliwych, ceniących lokalność

Grupa docelowa

to malownicza, meandrująca, inspirująca

Charakter marki

Dolina Dolnej Wisły

Produkt / usługa

kraina

Obszar kompetencji

która **karmi zmysły, koi i zaciekawia opowieściami,**

Obietnica marki

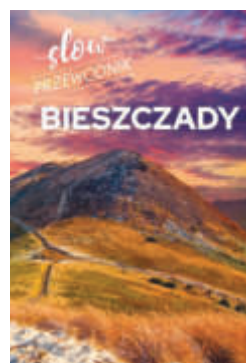
ponieważ czerpie z natury i dziedzictwa Wisły (kultura, krajobraz, kulinaria)
oraz pozwala na niespieszne smakowanie odwiedzanych miejsc.

Uzasadnienie

SLOW KONKURENCJA



Są takie miejsca, gdzie przyroda gra pierwsze skrzypce. Z dala od dróg, hałasu i zgiełku miasta. Są idealne do tego, by zwolnić, odpocząć, zdrowo zjeść, oddać się głębokiemu relaksowi. Są także miejscem na **Wiosni i Mazowicki**, które są po prostu manifestem dobrego życia. Poznajcie je.



Wnioski: sielankowo, wiejsko, momentami eskapistycznie („rzucić wszystko i wyjechać w ...”), na obrzeżach, naturalnie, na dłuższy wyjazd (urlop), miejsca docelowe.

DDW jest inna: podmiejska, dostępniejsza, nie aż tak małomiasteczkowa, bardziej skompaktowana, na szybko, spontaniczne (plany i pobyt - na 1 dzień, na weekend), po drodze (tranzytowość), narracyjnie wielowarstwowa, wizerunkowo na dorobku, slow w wydaniu francuskim (natura, kulinaria, zabytkowe miasteczka).

KORZYŚCI DLA REGIONU SLOW

- Unikanie negatywów masowej turystyki (korki, hałas itp.),
 - Sprzedaż towarów i usług u źródła,
 - Mała infrastruktura turystyczna, dostępna także dla mieszkańców,
 - Znaczenie lokalnych partnerstw (rozproszenia),
 - Czerpanie z natury,
 - Dbanie o naturę,
 - Atrakcyjny wyróżnik wizerunkowy.
-

Symbole slow&flow w Dolinie Dolnej Wisły

MIESZKAŃCY

SLOW



Żyją w swoim rytmie, wykorzystują naturalne walory (swoje produkty)

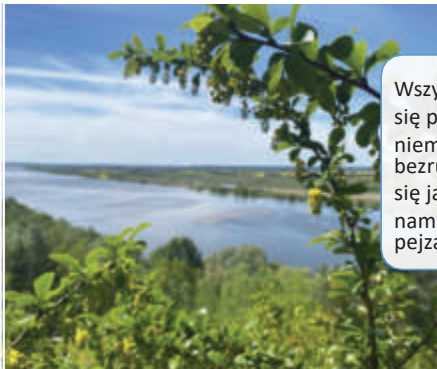
FLOW



Są pracowici – to nie są Lekkoduchy, przedsiębiorczy ludzie sukcesu

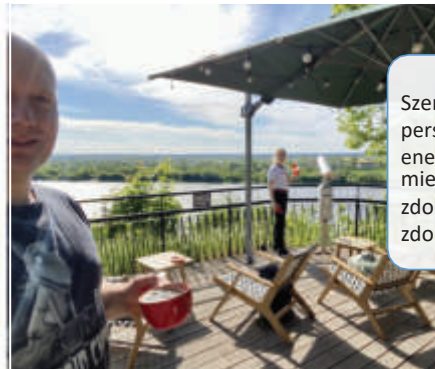
KRAJOBRAZ

SLOW



Wszystko porusza się powoli, jest niemal w bezruchu, patrzy się jak na namalowany pejzaż

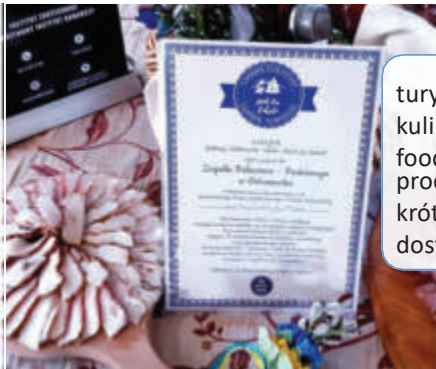
FLOW



Szerokie perspektywy dają energię, są tu miejsca do zdobycia i do zdobycia

KULINARIA

SLOW



turystyka
kulinarna, slow
food, lokalne
produkty,
krótkie łańcuchy
dostaw

FLOW



Gospodarze i
Działacze
pochłanięci
swoją pasją,
rozwijający się
rynek, sukces

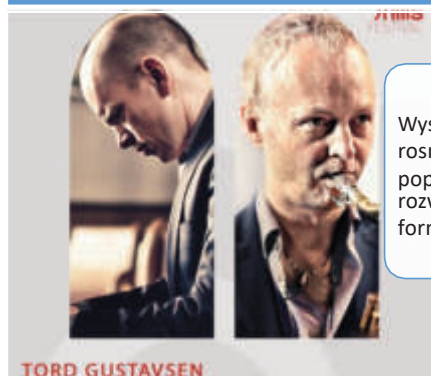
WYDARZENIA

SLOW



Lokalne,
kameralne,
„prowincjonalne”,
zaangażowanie
mieszkańców,
na lokalną
miarę

FLOW



Wysoka jakość,
rosnąca
popularność
rozwijające się
formuła

MIASTECZKA

SLOW



Lokalnie, slow city, społeczności, spacerowanie, miasta dla mieszkańców i na ludzką miarę

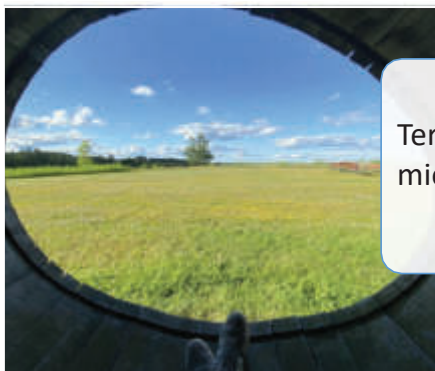
FLOW



To nie jest koniec świata, możesz tu żyć i pracować
Jest infrastruktura i możliwości, są wydarzenia

TURYSTYKA

SLOW



Teraz:
miejscówki

FLOW



W
przyszłości:
aktywności
na Wiśle

Projekty marketingowe

PROJEKTY MARKETINGOWE

Szlak miejsc
widokowych

Piknikowanie w
stylu slow&flow

Święto regionu –
Wiślane Wici

Kulinaria

Sady, winnice,
pasieki

Centrum
nadwiślańskiej

Militaria,
fortyfikacje,

Oprowadzanie
slow&flow

Pakiety ofertowe

MARKA KUJAWSKO-POMORSKIE



**kujawsko-
pomorskie**
konstelacje
dobrych miejsc

Spokój – impuls – moc (do działania)

Tu warto się zatrzymać **na chwilę, na weekend, na wakacje, na całe życie**

DDW to **najbardziej konstelacyjny region K-P** (tu bije serce regionu).
