



**Powiat Gniezno**

Królewska Tradycja

**Raport z realizacji strategii rozwoju turystyki  
dla Powiatu Gnieźnieńskiego  
z ujęciem produktów turystycznych  
na lata 2008 - 2020**

---

I okres sprawozdawczy: 2008 – 2010

LVII Sesja Rady Powiatu Gnieźnieńskiego  
28 października 2010 r.



## WSTĘP

Rada Powiatu Gnieźnieńskiego uchwałą nr XV/156/2008 z dnia 21 lutego 2008 roku przyjęła strategię rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych na lata 2008 – 2020. W § 2 niniejszej uchwały ustalono, że strategia podlegać będzie monitorowaniu przez Radę Powiatu Gnieźnieńskiego. Raport z realizacji strategii ma być przedstawiany w latach: 2010, 2013, 2017 i 2020. Niniejszy raport jest zatem pierwszym dokumentem analizującym dotychczasowy poziom realizacji tej sektorowej strategii.

Tak jak ogólna Strategia rozwoju Powiatu Gnieźnieńskiego 2006 – 2013 oraz pochodny jej Plan Rozwoju Lokalnego 2006 – 2013 dotyczy tylko i wyłącznie sfery działalności administracji samorządowej, tak Strategia rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych na lata 2008 – 2020 (zwana dalej strategią rozwoju turystyki) odnosi się do sfer życia wszystkich podmiotów, instytucji i urzędów zlokalizowanych na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego działających w dziedzinie turystyki. Oznacza to zatem, że skuteczność realizacji zapisów strategii rozwoju turystyki zależy od podejmowanych działań w tym obszarze przez wszystkie podmioty zlokalizowane na terenie powiatu.

Aby móc odnieść się do poziomu rozwoju turystyki na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego w okresie ostatnich trzech lat, tj. od początku 2008 roku do października 2010 roku, należałoby zatem skonfrontować poziom rozwoju infrastruktury turystycznej – to co mamy dziś, w stosunku do tego co było na początku 2008 roku. Temu zagadnieniu będzie poświęcona pierwsza część niniejszego opracowania.

W drugiej części niniejszego raportu znajduje się analiza ilości przyjezdnych turystów do Powiatu Gnieźnieńskiego na podstawie informacji uzyskanych z Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej oraz na podstawie krótkich badań ankietowych przeprowadzonych wśród gestorów branży turystycznej zlokalizowanych na terenie powiatu.

Trzecia część raportu podejmuje wątek dostępności oraz umiejętności pozyskania środków finansowych, w tym środków z Unii Europejskiej na rozwój infrastruktury turystycznej w Powiecie Gnieźnieńskim oraz na promocję turystyczną Powiatu Gnieźnieńskiego.

W czwartej części niniejszego opracowania znajduje się subiektywna ocena na temat poziomu realizacji dokumentu jakim jest strategia rozwoju turystyki, włącznie z oceną aktualności zapisów niniejszego dokumentu w kontekście podejmowanych działań w sferze rozwoju turystyki na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego.

I wreszcie piąta część raportu to wnioski końcowe będące wynikiem analizy materiału zebranego w niniejszym opracowaniu.

## **CZĘŚĆ I: POZIOM ROZWOJU INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ NA TERENIE POWIATU GNIEŹNIEŃSKIEGO W OKRESIE 2008 – 2010**

Ilość i jakość infrastruktury turystycznej wyznacza rolę turystyki na danym obszarze. Infrastruktura turystyczna – (cyt. za: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)) są to wszelkiego rodzaju obiekty oraz urządzenia turystyczne, które mają na celu służyć przyjeżdżającym na dany obszar turystom - zaspokajaniu ich potrzeb związanych z bierną oraz aktywną turystyką. Na infrastrukturę turystyczną składają się m.in.: baza noclegowa, baza gastronomiczna, obiekty sportowe, obiekty kultury, szlaki turystyczne itp.

Analiza zachodzących zmian w tym obszarze w określonej perspektywie czasowej może stanowić dobre narzędzie służące do oceny kierunków rozwoju turystyki na danym terenie. Dobrym miernikiem tej oceny może być działalność w sektorze prywatnym. Przedsiębiorcy podejmują przecież swoje przedsięwzięcia nie z przyczyn ideologicznych, lecz niemal zawsze z powodów ekonomicznych. Skoro dotychczasowe obiekty turystyczne w dalszym ciągu funkcjonują, właściciele tych obiektów podnoszą ich jakość, jak również są tworzone nowe elementy infrastruktury turystycznej to można postawić konkluzję, że ruch turystyczny na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego rozwija się.

Poniżej w tabeli przedstawiono analizę porównawczą wybranych elementów infrastruktury turystycznej na przełomie lat 2008 - 2010.

<b>Porównanie bazy hotelowej, gastronomii oraz ilości przewodników turystycznych na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego w latach 2008-2010</b>			
<b>Lp.</b>	<b>Rodzaj działalności</b>	<b>luty 2008 r.</b>	<b>październik 2010 r.</b>
1.	Hotele (razem)	17	21
2.	Hotele czterogwiazdkowe	1	2
3.	Hotele trzygwiazdkowe	4	4
4.	Internaty	2	2
5.	Schroniska	1	1
6.	Ośrodki wypoczynkowe, campingi, pola namiotowe	3	3
7.	Restauracje	26	25
8.	Bary	15	21

I okres sprawozdawczy: 2008 – 2010

9.	Kawiarnie	2	6
10.	Pizzerie i bary szybkiej obsługi	brak danych	16
11.	Przewodnicy PCIT	brak danych	19
12.	Przewodnicy PTTK	25	25
13.	Przewodnicy katedralni	21/16/4*	24/18/4*

\* - liczba przewodników ogółem/liczba przewodników czynnych/liczba przewodników obcojęzycznych

Warto dodać, że oprócz powyższych danych w tabeli w roku 2008 Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej w Gnieźnie zorganizowało kurs na przewodników. W kursie uczestniczyło 17 osób, 14 podeszło do egzaminu i ukończyło go z wynikiem pozytywnym.

Powyzsza analiza wskazuje, że infrastruktura turystyczna cały czas ulega poprawie, przynajmniej jeśli mowa o sektorze prywatnym. Aby jednak móc mówić o istotnym progresie w zakresie poprawy jakości ogólnodostępnej infrastruktury turystycznej należy również zastanowić się nad działaniami podejmowanymi przez lokalne samorządy i instytucje budżetowe. Rozwiązaniem idealnym byłoby, gdyby w każdym roku budżetowym w budżetach gmin były zabezpieczone środki finansowe na rozwój ogólnodostępnej infrastruktury turystycznej, tj. szlaki rowerowe, miejsca parkingowe dla rowerów, kosze na śmieci, skwery zielone, infrastruktura wokół jezior do uprawiania turystyki aktywnej, toalety publiczne itd. Postęp w tym zakresie byłby znacząco widoczny po kilku latach. Brak natomiast jakichkolwiek działań tego typu po dłuższym czasie może rodzić duże zaniechania, które po nagromadzeniu się są zwykle trudne do nadrobienia.

## CZĘŚĆ II: ANALIZA ILOŚCI PRZYJEZDNYCH TURYSTÓW DO POWIATU GNIEŹNIEŃSKIEGO

### 1. Ruch turystyczny wg danych Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej

Okres letni to czas, w którym więcej się podróżuje. Można zatem stwierdzić, że II połowa października to czas spadku ruchu turystycznego. Wrzesień jest jeszcze okresem, gdy wycieczek jest troszkę więcej z racji początku roku szkolnego, lecz po wakacjach dominują turyści indywidualni. Poniższa tabela przedstawia ruch turystyczny wg Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej od lipca do września 2010r. w odniesieniu do frekwencji turystów w tych samych miesiącach lat poprzednich:

MIESIĄC	KLIENCI INDYWIDUALNI				OBSŁUŻONE WYCIECZKI			
	Rok 2007	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2010	Rok 2007	Rok 2008	Rok 2009	Rok 2010
LIPIEC	1054	996	2500	<b>1756</b>	16	17	24	<b>22</b>
SIERPIEŃ	1121	1182	2000	<b>1000</b>	15	17	23	<b>22</b>
WRZESIEŃ	330	318	475	<b>645</b>	49	29	32	<b>28</b>
suma	2505	2496	4975	<b>3401</b>	80	63	79	<b>72</b>

Patrząc na tabelę zauważyć można, że okres letni był minimalnie słabszy od poprzedniego roku, ale na tle dwóch, trzech lat wstecz nadal jest to zadowalający wynik. Jednak patrząc na to z innej strony, po konsultacjach z okolicznymi muzeami, ośrodkami, hotelami czy innymi punktami Informacji Turystycznej, wszyscy zanotowali w tym roku delikatnie słabsze wyniki niż w latach poprzednich. Szczególnie w dobie kryzysu gospodarczego statystyka ta wskazuje na konieczność ciągłego udoskonalania miejscowych atrakcji i tworzenia nowych, by móc przyciągać większą liczbę turystów.

Podsumowując, ruch i zainteresowanie regionem nie spada. Grupy zorganizowane to głównie osoby dorosłe: emeryci, zakłady pracy, przedstawiciele urzędów bądź ich goście. Patrząc jednak na tabelę, zauważyć można, że liczba turystów indywidualnych, jak i grup jest nieco niższa niż w roku poprzednim. Nie jest to duża różnica mając na uwadze fakt, że zeszły rok podsumować można jako najlepszy na przełomie kilku ostatnich lat i nie powinno budzić to obaw o spadek zainteresowania regionem. Warto zaznaczyć, że w kilku przypadkach gnieźnieński IT musiał odmówić pomocy w zwiedzaniu Gniezna i okolic z racji zbyt wielu wycieczek w jednym terminie, co za tym idzie braku wolnych przewodników w danym momencie.

Jeśli natomiast chodzi o turystów indywidualnych, to oni właśnie dominowali w analizowanym okresie czasu. Przykładowo, w lipcu 2010 r. biuro odwiedziło sporo osób wybierających się na inscenizację 600-lecia bitwy pod Grunwaldem, dla których Gniezno leżało na trasie przejazdu. Oprócz

tego coraz więcej pojawia się indywidualnych turystów pieszych przemierzających Szlak Św. Jakuba. Są to zarówno Polacy, ale także, jak co roku, spora liczba Niemców, Anglików, Hiszpanów, Czechów, Francuzów, czy Rosjan.

Analizując ruch turystyczny, który skrupulatnie odnotowywany jest przez Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej warto dodać, że w analizowanym okresie wdrażania strategii turystyki dla powiatu zmianie uległa lokalizacja PCIT – z ulicy Tumskiej na Rynek. O potrzebie zmiany lokalizacji była już mowa przed przyjęciem strategii, a konkretnie w roku 2007, kiedy to na zlecenie powiatu zostały przeprowadzone badania ruchu turystycznego (w ramach unijnego projektu turystycznego pn. „Dobre miejsce, królewska tradycja. Promocja produktów turystycznych Powiatu Gnieźnieńskiego” – projekt finansowany z EFRR w ramach ZPORR).

W roku 2010 została ponadto uruchomiona sezonowa Informacja Turystyczna na dworcu PKP w Gnieźnie. Tak jak Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej jest w całości finansowane przez samorząd Powiatu Gnieźnieńskiego, tak sezonowy punkt IT powstał z inicjatywy i za środki gnieźnieńskiego magistratu. Po pierwszym sezonie funkcjonowania IT na gnieźnieńskim dworcu należy stwierdzić, iż frekwencja na dworcu w Gnieźnie jest nieporównywalna z liczbą turystów odwiedzających punkt na Rynku. Warto zatem może zastanowić się, jak przekłada się złotówka wydanych środków na utrzymanie punktu sezonowego na dworcu, wobec złotówki wydanej na punkt IT na Rynku? Poza tym, czy Gniezno jest na tyle silne turystycznie, aby była konieczność uruchamiania dwóch punktów IT? Czy nie zasadniejsze byłoby dofinansowanie Informacji Turystycznej na Rynku w celu przeprowadzenia kolejnych remontów a w zamian na dworcu uruchomienie infokiosku, który byłby dostępny 24 h na dobę, a także udoskonalenie systemu informacji miejskiej naprowadzającej do IT na Rynku?

W tym miejscu warto nadmienić, że w sezonie letnim 2010 roku PCIT na Rynku poddał się weryfikacji przeprowadzonej przez Wielkopolską Organizację Turystyczną według standardów Polskiej Organizacji Turystycznej. Celem certyfikacji było:

- potrzeba zapewnienia odpowiedniej jakości obsługi turystów przez jednostki informacji turystycznej;
- stworzenia krajowej sieci standaryzowanych jednostek informacji turystycznej współpracujących na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym.

Certyfikacja przeprowadzana była na zasadzie dobrowolności, na podstawie indywidualnych zgłoszeń podmiotów informacji turystycznej. Zgłosiło się 12 punktów informacji. Komisja przyznawała punktom IT od jednej do czterech gwiazdek w zależności od stopnia, w jakim spełniały poszczególne kryteria. Ocenie została poddana m. in: lokalizacja oraz oznakowanie dojazdu do punktu, dostępność darmowych materiałów, znajomość języków obcych pracowników, stopień przystosowania dla osób niepełnosprawnych. Punkty przyznawane były również za posiadanie dostępnego dla turystów stanowiska komputerowego.

W rezultacie dwa punkty informacji turystycznej otrzymały 4 gwiazdki, żaden punkt nie otrzymał 3 gwiazdek, cztery punkty otrzymały 2 gwiazdki (w tym PCIT w Gnieźnie), a sześć punktów otrzymało 1 gwiazdkę.

Niestety, kryteria oceny nie pozwalają Powiatowemu Centrum Informacji Turystycznej na zdobycie kolejnych. Niektóre bariery, takie jak niedostępność PCIT dla osób niepełnosprawnych, czy np. brak bezpłatnych samodzielnych stanowisk komputerowych dla korzystających z usług PCIT, na chwilę obecną wydają się trudne do przełamania. Może, gdyby zamiast przekazywania środków finansowych na utrzymanie sezonowego IT na dworcu udało się je przekazać na rzecz wykonania pewnych remontów i modernizacji IT przy ul. Rynek byłaby to bardziej racjonalna decyzja.

Warto jednocześnie dodać, że sama idea sezonowych punktów IT na terenie powiatu jest żywa, w dyskusjach osób odpowiedzialnych na promocję turystyczną w powiecie, już od dłuższego czasu. Mowa jest jednak o sezonowych IT poza Gnieznem – tj. w muzeum na Lednicy, w ośrodku w Skorzęcinie, czy np. w Trzemesznie. Jest to jednak zadanie do rozważenia przez Organizację Turystyczną „Szlak Piastowski”, w gestii której znajduje się prowadzenie Powiatowego Centrum Informacji Turystycznej. Przy wykorzystaniu obecnej już infrastruktury turystycznej, uruchomienie sezonowych IT nie rodziłoby zbyt dużych kosztów. Poza tym warto by było zastanowić się nad pozyskaniem drobnego wsparcia dla tego zadania ze strony samorządów gminnych.

Podsumowując zakończony okres wakacyjny 2010, w Gnieźnie i powiecie nie przyjęto aż tak dużej liczby turystów indywidualnych, jak i grupowych, co w roku poprzednim. Nie są to duże różnice, ale dało się odczuć mniejszą frekwencję turystyczną w okolicy.

Nie da się ukryć, że póki co Gniezno nadal jest tylko miastem sezonowym, w którym po okresie letnim pojawia się niewielu turystów. Daje to do myślenia i powinno sprawić by z roku na rok Pierwsza Stolica pod względem atrakcji rozwijała się coraz bardziej.

## **2. Badanie poziomu zadowolenia gestorów branży turystycznej zlokalizowanych na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego dotyczącego prowadzenia działalności o charakterze turystycznym**

Na potrzebę przygotowania niniejszego raportu została opracowana przez Wydział Promocji i Rozwoju gnieźnieńskiego starostwa krótka ankieta badająca poziom zadowolenia osób pracujących w turystyce na terenie powiatu, stanowiąca załącznik nr 1 do niniejszego raportu.

Ankieta była anonimowa i została przesłana drogą elektroniczną do wybranych obiektów na terenie powiatu, takich jak: muzea, hotele, punkty gastronomiczne, gospodarstwa agroturystyczne itp. Badanie zostało przeprowadzone w miesiącu październiku 2010 r., czyli bezpośrednio przed opracowaniem niniejszego raportu.

Ankieta zawierała zaledwie kilka pytań:

1. Jak oceniają Państwo ruch turystyczny w Państwa placówce w perspektywie lat 2008-2010?
2. Proszę uzasadnić swoją odpowiedź z pkt. 1 poprzez podkreślenie najważniejszych powodów obecnej sytuacji
3. Jak oceniają Państwo działalność samorządów w zakresie promocji regionu (gmina/powiat)?
4. Co według Państwa najbardziej zasługuje na poprawę w zakresie rynku usług turystycznych na terenie powiatu?
5. Co według Państwa jest silną stroną rynku usług turystycznych na terenie powiatu?
6. Czy poczyniliście państwo inwestycje w placówce w latach 2008-2010?
7. Czy jesteście Państwo zadowoleni z prowadzenia działalności o profilu turystycznym na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego?

Dodatkowo została wskazana możliwość wyrażenia swoich opinii, sugestii, komentarzy w ramach niniejszej tematyki.

A oto wyniki badań:



Ad 1)

Średnia ocena wzrostu ruchu turystycznego w latach 2008-2010 (w skali od 1 – 5 ): 3,2

Ad 2)

Najczęstsze uzasadnienia:

1. Mała liczba atrakcji,
2. Mniejsze zainteresowanie podróżami z powodu kryzysu gospodarczego,
3. Dobra promocja regionu,
4. Polepszenie standardu placówki,
5. Poprawa infrastruktury turystycznej,
6. Niewystarczająca infrastruktura turystyczna,
7. Zbyt słaba promocja regionu,

Ad 3)

Średnia ocena z działalności samorządów w zakresie promocji regionu (w skali od 1 – 5 ): 3,5

Ad 4)

Najczęściej wskazywane aspekty, które wymagają poprawy:

1. Polepszenie oznakowania miejsc wartościowych turystycznie,
2. Współpraca pomiędzy muzeami i obiektami hotelarskimi,
3. Zrobienie dobrej drogi do Duszna, do punktu widokowego,
4. Zdjęcie zakazu 3,5 tony z ulicy św. Wawrzyńca
5. Ożywienie Rynku w Gnieźnie,
6. Ożywienie wyspy na Ostrowie Lednickim w sezonie,
7. Wpuszczanie turystów do Wielkopolskiego Parku Etnograficznego i Ostrowa Lednickiego w sezonie, tak jak napisane do g. 18.00, a nie zawracać turystów już o g. 17.30,
8. Niewielka liczba atrakcji,
9. Niewiele atrakcji plenerowych ,
10. Kiepska Informacja Turystyczna,
11. Brak miejsc parkingowych,
12. Szeroko dostępne programy edukacyjne zawierające informacje o początkach powstania Państwa Polskiego,
13. Większa promocja regionu w środkach masowego przekazu poprzez nagłaśnianie imprez (zawody sportowe, imprezy kulturalne, wystawy, itp.)

Ad 5)

Najczęściej wymieniane silne strony rynku usług turystycznych na terenie powiatu:

1. Muzea,
2. Katedra,
3. Szlak Piastowski,
4. wyspa Ostrów Lednicki,
5. Hotele,
6. Zaplecze gastronomiczne,
7. Miejsca wartościowe historycznie,

- 8. Duża ilość zabytków sakralnych,
- 9. Skanseny oraz obiekty o charakterze archeologicznym,

Ad 6)

Średni poziom inwestycji w placówkach turystycznych w latach 2008-2010 (w skali od 1 – 5 ): 3,8

Ad 7)

Średnia z ocen na temat zadowolenia z prowadzenia działalności o profilu turystycznym na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego (w skali od 1 – 5 ): 4,0

### **CZĘŚĆ III: WYKORZYSTANIE ŚRODKÓW Z UNII EUROPEJSKIEJ NA ROZWÓJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ ORAZ NA PROMOCJĘ**

Pozyskanie zewnętrznych źródeł stanowi niezbędny czynnik rozwoju regionu, w tym i rozwoju turystyki, w szczególności poprzez powstawanie nowoczesnej infrastruktury turystycznej poprawiającej jakość wypoczynku na danym terenie. Najważniejszym źródłem pozyskania środków unijnych dla podmiotów zlokalizowanych na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego jest Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny 2007 – 2013, a konkretnie Priorytet VI. Turystyka i środowisko kulturowe, w ramach którego przewidziano do realizacji dwa działania: 6.1 Turystyka oraz 6.2 Rozwój kultury i zachowanie dziedzictwa kulturowego. W ramach Priorytetu VI jest realizowanych kilka projektów na terenie powiatu – zarówno te uznane przez Zarząd Województwa Wielkopolskiego za kluczowe (tj. inwestycje Archidiecezji Gnieźnieńskiej oraz Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy), jak i te wyłonione w drodze konkursów (projekty Powiatu Gnieźnieńskiego, Gminy Witkowo, czy też Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie).

Analizując inne instrumenty wsparcia na uwagę zasługuje program Leader. Na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego środki w ramach tego programu wykorzystuje Lokalna Grupa Działania Stowarzyszenie Światowid. Program Leader realizowany w Europie od 1991 roku, a w Polsce od 2004 roku jest częścią większego Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich – PROW, określony jako tzw. Oś 4 – Leader w tym Programie. PROW jest jednym z kilku tzw. programów operacyjnych, które określają sposób wykorzystania środków unijnych w Polsce i dotyczy rozwoju obszarów wiejskich i małych miast. Ich mieszkańcy mogą korzystać także z innych programów operacyjnych.

LGD Stowarzyszenie Światowid w latach 2008-2015 na zadania ujęte w ramach osi 4 wyda w ramach programu Leader 20 550 080,00 zł., w ramach następujących działań:

- 4.1/413 Wdrażanie lokalnych strategii rozwoju – operacje spełniające warunki przyznania pomocy dla działań: Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej, Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw, Odnowa i rozwój wsi, małe projekty
- 4.21 Wdrażanie projektów współpracy
- 4.31 Funkcjonowanie lokalnej grupy działania (koszty bieżące), nabywanie umiejętności i aktywizacja

Ujęcie tabelaryczne projektów o charakterze turystycznym realizowanych w latach 2008 – 2010 na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego stanowi załącznik nr 2 do niniejszego raportu.

Przyglądając się w szczególności poszczególnym projektom warto rozpocząć opis od dwóch projektów realizowanych przez Powiat Gnieźnieński. Pierwszy z nich pn. „Zintegrowany system informacji wizualnej – szlaki i obiekty turystyczne w Powiecie Gnieźnieńskim” jest realizowany w latach 2010 – 2011, ma charakter infrastrukturalny.

W ramach projektu są realizowane cztery zadania:

- Ustawienie tablic na wjazdach do Powiatu Gnieźnieńskiego informujących o jego turystycznych atrakcjach, walorach, obiektach, miejscach i szlakach.  
W centrach większych miejscowości oraz przy obiektach atrakcyjnych turystycznie umieszczone zostaną tablice informacyjne w ilości 10 szt., ze wskazaniem najważniejszych atrakcji regionu i szlaków turystycznych.
- Oznakowanie funkcjonujących już szlaków turystycznych  
Przez teren Powiatu Gnieźnieńskiego przebiegają dwa znane szlaki turystyczne - Szlak św. Jakuba oraz Szlak Piastowski. Produktem projektu jest 185 km przebudowanych szlaków turystycznych. Wykonanych zostanie 8 drogowskazów wyznaczających kierunek przebiegu szlaku. Na Szlaku św. Jakuba ustawionych zostanie 5 tablic informacyjnych. Zostanie stworzonych 7 punktów postojowych oraz 3 rzeźby z brązu - jedna z wizerunkiem Św. Jakuba i dwie w kształcie muszli.
- Oznakowanie obiektów i miejsc istotnych z punktu widzenia potencjału turystycznego powiatu gnieźnieńskiego  
W ramach zadania JP11 79/97' postawione zostaną 2 tablice informacyjne dot. wizyty Jana Pawła II w Gębarzewie w 1979 r. oraz na polach lednickich, nad którymi Jan Paweł II przeleciał pozdrawiając młodzież podczas pielgrzymki w 1997 roku. Natomiast w ramach zadania "Polacy i Niemcy 1000 lat razem" w kościele Garnizonowym w Gnieźnie zamontowany zostanie infokiosk a przed kościołem postawiona zostanie tablica informacyjna mówiąca o możliwości obejrzenia prezentacji wewnątrz kościoła. Druga tablica informacyjna stanie w Dolinie Pojednania w Gnieźnie.
- Utworzenie i oznakowanie nowych szlaków turystycznych powiatu gnieźnieńskiego  
Przedmiotem projektu jest 328 km nowo wybudowanych szlaków turystycznych - jeden zupełnie nowy (tj. Szlak "Śladami mitów i legend") oraz dwa nowe szlaki, bazujące na istniejących obiektach, rozproszonych na terenie powiatu (tj. Szlak architektury drewnianej oraz Szlak pałaców i dworów). Na trasie Szlaku "Śladami mitów i legend" postawionych zostanie 8 tablic informacyjnych, 7 rzeźb oraz 7 wiat, 7 kompletów ław z siedziskami. Na Szlaku architektury drewnianej ustawionych zostanie 11 tablic informacyjnych z wiadomościami o architekturze drewnianej. W Dusznem na wieży widokowej zostanie zamontowana rzeźba róz wiatrów. Z kolei na Szlaku pałaców i dworów ustawionych zostanie 6 tablic informacyjnych.

Drugi projekt Powiatu Gnieźnieńskiego będzie co prawda realizowany od początku stycznia 2011 do końca września 2013, jednakże środki unijne na realizację projektu pn. „Tu powstała Polska – promocja kulturowego produktu turystycznego Powiatu Gnieźnieńskiego, wizerunkowego produktu Wielkopolski” udało się pozyskać w roku 2010.

Warto podkreślić, że projekt Powiatu Gnieźnieński został uznany przez ekspertów za najlepszy i tym samym znalazł się na 1. miejscu na liście projektów spośród 20 innych wskazanych do dofinansowania przez Zarząd Województwa Wielkopolskiego. Pomimo dużego zainteresowania konkursem w ramach schematu II Promocja i informacja turystyczna, środki z UE otrzymały tylko trzy pierwsze projekty na liście.

Projekt Powiatu Gnieźnieńskiego jest już trzecim, który otrzymał dofinansowanie ze środków unijnych w dziedzinie turystyki i promocji turystycznej. W sumie na turystykę i promocję turystyczną w okresie ostatnich czterech lat Powiat Gnieźnieński pozyskał ponad 2 mln zł. unijnych środków.

Celem projektu „Tu powstała Polska” jest rozwój turystyki w Województwie Wielkopolskim, szczególnie turystyki kulturowej, poprzez wypromowanie markowego produktu, związanego z tworzeniem się państwowości polskiej. Pod koniec 2009 roku, na zlecenie Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, zostały przygotowane dokumenty wykonawcze dla Strategii rozwoju turystyki dla Województwa Wielkopolskiego – jeden dotyczący promocji regionu i drugi poświęcony promocji produktów turystycznych Wielkopolski. Jednym z pięciu markowych produktów turystycznych dla Wielkopolski uznano produkt związany z początkami państwowości polskiej. Jest to równocześnie duża szansa na podniesienie konkurencyjności Powiatu Gnieźnieńskiego.

Realizacja projektu, jak już wcześniej była o tym mowa, została przewidziana na trzy lata, tj. od początku 2011 roku do końca września 2013 roku. Co jest istotne, kampanie promocyjne zaplanowane w ramach niniejszego projektu odbędą się bezpośrednio przed Mistrzostwami Europy w piłce nożnej EURO 2012.

W ramach projektu przewiduje się realizację następujących zadań:

- przygotowanie oraz wykonanie pakietu 10 rodzajów folderów w różnych wersjach językowych; zagadnienia ujęte w folderach będą miały odniesienia do rdzenia produktu „Tu powstała Polska”, ale zostaną w nich również opisane atrakcje zlokalizowane na terenie powiatu, a także oferta aktywnego wypoczynku (tematyka folderów: Powiat Gniezno - Tu powstała Polska, Szlak Piastowski, Podróż retro Gnieźnieńską Kolejką Wąskotorową, Mity i Legendy, Rowerem po powiecie, W siodle po powiecie, Kajakiem i żaglówką po powiecie, Powiat Gnieźnieński na Szlaku św. Jakuba, Architektura Powiatu Gnieźnieńskiego, Ciekawostki Powiatu Gnieźnieńskiego);
- opracowanie i wydanie kompletu książeczek „Kultura Piastów dla dzieci” oraz promocyjnych plakatów edukacyjnych; trafią one do ponad 14 tys. szkół podstawowych w całej Polsce;
- przebudowa portalu turystycznego; dotychczasowa strona [www.turystyka.powiat-gniezno.pl](http://www.turystyka.powiat-gniezno.pl) będzie się również uruchamiała pod drugą domeną: [www.tupowstalapolska.pl](http://www.tupowstalapolska.pl);
- wyprodukowanie krótkiego spotu telewizyjnego w wersji rozszerzonej (do 10 min.) oraz w wersji skrótowej (ok. 30 s.) przygotowanej do emisji w TV regionalnych;
- emisja spotu w sześciu telewizjach regionalnych; zostanie przeprowadzonych sześć kampanii promocyjno – informacyjnych w wybranych stolicach regionów, takich jak: Poznań, Kraków, Wrocław, Warszawa, Gdańsk i Łódź;
- kampanie bilbordowe w 3 miastach – Wrocław, Gdańsk, Łódź;
- nawigacja turystyczna GPS; opis przebiegu ok. 500 km istniejących już w rzeczywistości tras turystycznych w formacie czytelnym dla aplikacji nawigacyjnej oraz stworzenie ok. 100 krajoznawczych komunikatów głosowych dla wybranych punktów na trasach turystycznych
- wydanie serii upominków promocyjnych; przewiduje się wyprodukowanie ok. 41,5 tys. szt. Różnorodnych upominków promocyjnych: zakładki do książek, talie kart do gry, zestaw widokówek, koszulki t-shirt, torby promocyjne papierowe, kubki i długopisy.

Środki unijne na realizację dwóch projektów o charakterze turystycznym udało się również pozyskać Gminie Witkowo. Oba dotyczą „Zwiększenia atrakcyjności turystycznej Gminy Witkowo, poprzez rewitalizację Ośrodka Wypoczynkowego w Skorzęcinie”. Realizacja zadania została rozłożona

na dwa etapy (w ramach dwóch projektów). W wyniku ich realizacji zostaną wykonane takie zadania, jak:

- Wykonanie nowych nawierzchni alejek z kostki brukowej,
- Przebudowa schodów terenowych,
- Budowa kompleksu boisk sportowych,
- Rekultywacja plaży,
- Remont mola polegający na zabezpieczeniu stabilności obiektu oraz wykonaniu nowej nawierzchni z kostki betonowej,
- Przebudowa fontanny,
- Wykonanie boiska do piłki plażowej na terenie plaży,
- Wykonanie placów zabaw dla dzieci na terenie plaży oraz przy boiskach sportowych,
- Wymiana lamp oświetleniowych,
- Montaż obiektów małej architektury
- Roboty remontowo-budowlane budynków przy wjeździe do Ośrodka Wypoczynkowego w Skorzęcinie,
- Remont wiaty nad wjazdem wraz z wymianą szlabanów i ogrodzenia parkingu,
- Remont Amfiteatru,
- Dostawa sceny demontowalnej,

W drodze konkursu środki unijne pozyskało również Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie na „Ochronę dziedzictwa kulturowego w Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie – Etap I”. Projekt przewiduje dostosowanie głównych sal wystawowych do wymogów nowoczesnej turystyki kulturowej, jej interaktywności i multimedialnego charakteru. Górna sala będzie gościć ekspozycje czasowe, które będą teraz mogły w pełni realizować współczesne, atrakcyjne dla odbiorcy formuły wystawiennicze. Partnerem projektu „Ochrona dziedzictwa kulturowego w Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie – Etap I” jest Archidiecezja Gnieźnieńska. W ramach projektu zostanie przeprowadzona konserwacja zespołu rzeźb średniowiecznych, które przez okres 5 lat po jego zakończeniu będą eksponowane na nowej wystawie multimedialnej w MPPP.

Poza procedurą konkursową na liście projektów kluczowych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2007 – 2013 znalazły się dwa projekty z terenu powiatu mające związek z turystyką. Pierwszy z nich to projekt Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy pn. „Rezerwaty Archeologiczne dot. Początków Państwa Polskiego - Ostrów Lednicki, Giecz, Grzybowo”. Projekt obejmuje przeprowadzenie prac restauracyjnych i modernizacyjnych oraz poprawę wyposażenia. Dzięki temu zwiększy się atrakcyjność oferty programowej muzeum i poprawi się komfort zwiedzania Rezerwatów Archeologicznych. Powstaną też lepsze warunki ekspozycji oraz przechowywania zbiorów muzealnych. Koniec prac zaplanowano na 31 grudnia 2010.

Drugim projektem z obszaru turystyki znajdującym się na liście projektów kluczowych WRPO jest projekt Archidiecezji Gnieźnieńskiej pn. „Rewaloryzacja Wzgórza Lecha w Gnieźnie”. Realizacja projektu przyczyni się do wzmocnienia znaczenia Wzgórza Lecha jako czynnika stymulującego rozwój społeczny i przyczyniającego się do budowy tożsamości regionalnej mieszkańców Gniezna i okolic. W wyniku realizacji projektu znacznie zmieni się kompleksowy wizerunek estetyczny Wzgórza Lecha jako sztandarowego obiektu dziedzictwa kulturowego, co wpłynie na polepszenie wizerunku regionu z perspektywy odwiedzających obiekty dziedzictwa kulturowego Województwa Wielkopolskiego. Projekt „Rewaloryzacja Wzgórza Lecha w Gnieźnie” obejmuje prace budowlane i konserwatorskie

obiektów kompleksu Wzgórza Lecha. W ramach projektu objętych wsparciem zostanie 5 obiektów dziedzictwa kulturowego. W tym 3 obiekty zostaną poddane konserwacji, 2 rodzaje zbiorów zostaną zabezpieczone. Obiekty dziedzictwa kulturowego, które zostaną objęte wsparciem to: Katedra Gnieźnieńska, Relikty Kaplicy Łaskiego, kanonia przy ul. Kolegiaty 6 wraz z otoczeniem (brama wjazdowa i mur okalający), budynek przy ul. Kolegiaty 2 oraz budynek przy ul. Kolegiaty 5. Rozpoczęcie realizacji Projektu nastąpiło w dniu 1 września 2009 roku natomiast zakończenie zaplanowano na 31 marca 2012 roku.



## **CZĘŚĆ IV: POZIOM REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI DLA POWIATU GNIEŹNIEŃSKIEGO Z UJĘCIEM PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH NA LATA 2008 – 2020**

### **1. Analiza SWOT – ocena szans i zagrożeń oraz słabych stron powiatu po trzech latach funkcjonowania strategii rozwoju turystyki**

Aby móc podjąć się oceny poziomu realizacji strategii rozwoju turystyki warto na wstępie przypomnieć sobie analizę SWOT, która została przeprowadzona przed przystąpieniem do prac mających na celu opracowanie strategii rozwoju turystyki.

Jak czytamy w pkt. 7 niniejszego dokumentu:

„ (...) Określono następujące uwarunkowania zewnętrzne – szanse i zagrożenia oraz uwarunkowania – mocne i słabe strony:

#### **Mocne strony:**

- dogodne położenie względem najważniejszych szlaków komunikacyjnych w Wielkopolsce,
- dogodne położenie względem Stolicy Regionu – Poznania,
- wysoki potencjał i atrakcyjność powiatu gnieźnieńskiego pod względem turystyki i rekreacji,
- „Szlak Piastowski” jako sztandarowy produkt turystyczny powiatu gnieźnieńskiego,
- liczne jeziora, które są lub mogą być zagospodarowane rekreacyjnie,
- zaliczenie terenu OW w Skorzęcinie i Jeziora Niedźmiegiel do najatrakcyjniejszych rejonów pod względem turystyki i rekreacji w Wielkopolsce,
- dobre warunki dla rozwoju agroturystyki,
- atrakcyjne dla mieszkańców i turystów obiekty muzealne oraz zabytki,
- realizacja wielu imprez „masowych” (ogólnie dostępnych) o charakterze kulturalnym,
- możliwość zaangażowania do obsługi ruchu turystycznego odpowiednio przygotowanych osób długotrwale bezrobotnych,
- możliwość aktywizacji obszarów wiejskich na potrzeby związane z obsługą ruchu turystycznego,
- możliwość wykorzystania do budowania atrakcji turystycznych parków krajobrazowych (Lednicki Park Krajobrazowy oraz Powidzki Park Krajobrazowy),
- zabytki kultury materialnej od zarania państwowości polskiej aż po czasy współczesne,
- bogactwo jezior, które mogą służyć do rozwoju turystyki aktywnej,
- gęsta sieć dość dobrze oznakowanych szlaków pieszych,
- akweny wodne umożliwiające uprawianie kajakarstwa,
- baza noclegowa i gastronomiczna o wyższym standardzie,
- atrakcyjne tereny rekreacyjne,
- tereny pod inwestycje turystyczne,



- profesjonalnie przygotowana i prowadzona strona internetowa powiatu, jako narzędzia komunikacji z mieszkańcami i turystami,
- prowadzenie intensywnych działań promujących powiat gnieźnieński,
- istniejące gospodarstwa agroturystyczne,
- duża liczba stowarzyszeń i klubów sportowych,
- istniejące firmy, oferujące produkty w sferze turystyki jeździeckiej,
- Lokalna Organizacja Turystyczna – Szlak Piastowski.

### **Słabe strony:**

- brak hali widowiskowo-sportowej w stolicy powiatu gnieźnieńskiego, która spełniałaby wszystkie wymogi takiego obiektu,
- brak kalendarza imprez sportowo-rekreacyjnych skupiającego imprezy na poziomie gminnym i powiatowym,
- mała lesistość przeważających obszarów powiatu,
- zróżnicowany stan techniczny bazy sportowej w powiecie gnieźnieńskim,
- brak nowych produktów turystycznych opierających się na walorach rekreacyjno-turystycznych (gospodarstwa agroturystyczne, jeziora, parki, lasy, itp.),
- brak odpowiednio przygotowanych miejsc noclegowych o średnim standardzie,
- brak dodatkowych poza historycznymi atrakcji turystycznych, które zatrzymałyby turystów w Gnieźnie (powiecie gnieźnieńskim) dłużej niż jeden dzień,
- brak jednolitego i ogólnie dostępnego kalendarza imprez kulturalnych, który gwarantowałby większe zainteresowanie się nimi ze strony mieszkańców powiatu i turystów,
- zły stan dróg, szczególnie lokalnych,
- mała liczba odpowiednio przygotowanych tras i ścieżek rowerowych,
- niska jakość wód w jeziorach i rzekach, które utrudniają lub uniemożliwiają ich rekreacyjne wykorzystanie,
- brak możliwości uprawiania motorowych sportów wodnych na większości akwenów zlokalizowanych na terenie powiatu gnieźnieńskiego (na wszystkich poza jednym),
- mała liczba dobrze przygotowanych i oznakowanych tras rowerowych,
- słabo rozwinięta infrastruktura służąca do uprawiania sportów wodnych,
- brak infrastruktury do uprawiania kajakarstwa,
- brak bazy noclegowej przeznaczonej szczególnie dla młodzieży,
- słabe uzbrojenie terenów pod inwestycje turystyczne,
- niedostosowana do potrzeb turystów komunikacja zbiorowa,
- mała liczba miejsc parkingowych,
- brak pól namiotowych i campingów o odpowiednim standardzie,
- zły stan sanitarny sanitariatów (w wielu miejscach brak sanitariatów w ogóle),
- niedostateczna informacja turystyczna (liczba punktów i lokalizacja),
- bałagan, w tym brak koszy na śmieci,
- produkty turystyczne niedostosowane do potrzeb i oczekiwań określonych grup klientów (turystów),
- brak lokalnego touroperatora,
- brak umiejętności i chęci współpracy między samorządami,

- brak umiejętności i chęci współpracy między sektorem prywatnym i publicznym,
- brak powiązań i koordynacji między organizatorami wydarzeń,
- niska świadomość roli turystyki w rozwoju gospodarczym, wśród społeczności lokalnych,
- niezbyt atrakcyjne strony internetowe gmin.

#### **Szanse:**

- aktywizacja terenów wzdłuż głównych szlaków komunikacyjnych,
- wzrost popytu na usługi turystyczne i rekreacyjne powiązane z wykorzystaniem bogactwa środowiska naturalnego,
- dobre możliwości rozwoju gospodarstw agroturystycznych oraz innej działalności pozarolniczej na terenach wiejskich,
- zaliczenie terenu OW w Skorzęcinie i Jeziora Niedźmieł do najatrakcyjniejszych rejonów pod względem turystyki i rekreacji w Wielkopolsce,
- dogodny położenie, dogodny dojazd do Gniezna samochodem, pociągiem i samolotem,
- duża liczba osób w wieku produkcyjnym i przedprodukcyjnym, które można zagospodarować dla potrzeb turystycznych,
- wysokie zalesienie na terenie gmin Czarniejewo, Mieleszyn i Witkowo,
- możliwość prowadzenia zalesień przez rolników i nadleśnictwa,
- bliska odległość Poznania – centrum gospodarczego i kulturalnego Wielkopolski,
- możliwość wyznaczenia i budowy nowych szlaków i tras rowerowych,
- wzrost znaczenia kultu świętego Wojciecha,
- przewaga turystów z Niemiec wśród turystów zagranicznych,
- członkostwo Polski w Unii Europejskiej,
- zmieniające się preferencje i oczekiwania osób w zakresie turystyki,
- możliwość wykorzystania Internetu do promocji walorów turystycznych powiatu gnieźnieńskiego,
- instytucje kultury zlokalizowane na terenie powiatu gnieźnieńskiego,
- duża liczba turystów odwiedzających Wielkopolskę,
- atmosfera Gniezna i powiatu gnieźnieńskiego,
- duża liczba atrakcji kulturalnych,
- niewielka odległość do lotniska Ławica i Międzynarodowych Targów Poznańskich,
- wzrost świadomości znaczenia turystyki dla rozwoju gospodarczego, jak i społecznego lokalnej społeczności,
- wzrastający popyt na wypoczynek,
- moda na turystykę aktywną (szczególnie rowerową),
- różnice cenowe między Polską a pozostałymi krajami Unii Europejskiej,
- wizerunek Polski za granicą jako kraju bezpiecznego,
- dobra dostępność dla zróżnicowanej oferty kulturalnej,
- możliwość korzystania z dotacji (z UE) na rozwój infrastruktury,
- Euro 2012 w Wielkopolsce.

## Zagrożenia:

- zagrożenie dla środowiska wynikające z intensywnej gospodarki rolnej,
- niewielkie wykorzystanie terenów rekreacyjnych, szczególnie parków wiejskich dla potrzeb zorganizowanej turystyki i rekreacji,
- słabo rozwinięta działalność pozarolnicza na terenach wiejskich, brak odpowiednio przygotowanych miejsc noclegowych o średnim standardzie,
- brak konsolidacji działań gmin i powiatu w zakresie rozwoju komunikacji rowerowej,
- niska średnia lesistość na terenie powiatu gnieźnieńskiego,
- zły stan wielu prywatnych i komunalnych budynków w centrum miast,
- niezadowalająca sytuacja materialna wielu rodzin zamieszkujących powiat gnieźnieński,
- pogarszająca się jakość wód w akwenach wodnych zlokalizowanych na terenie powiatu gnieźnieńskiego,
- słaba znajomość języków obcych wśród Polaków,
- anomalie pogodowe, utrudniające albo ograniczające ruch turystyczny na terenie powiatu gnieźnieńskiego,
- istniejąca konkurencja innych regionów turystycznych,
- istniejąca konkurencja innych produktów turystycznych,
- niski poziom zarobków w Polsce, ograniczający popyt na turystykę,
- niewystarczająca wiedza na temat pozyskiwania środków pomocowych,
- stosunkowo mały potencjał najmniejszych firm, także działających w branży turystycznej (...)

Jako, że mocne strony powiatu w zakresie turystyki są raczej faktami dobrze znanymi i nie wymagają specjalnego komentarza, tak w przypadku pozostałych – tj. słabych stron, szans i zagrożeń – warto już pokusić się o pierwsze oceny.

W przypadku słabych stron – w dalszym ciągu brak jest hali widowiskowo – sportowej w stolicy powiatu oraz kalendarza imprez sportowo – rekreacyjnych i kulturalnych skupiającego imprezy na poziomie gminnym i powiatowym. Jeśli chodzi o bazę sportową na terenie powiatu, to należy stwierdzić, że ten stan rzeczy systematycznie ulega poprawie, chociażby poprzez powstawanie nowych boisk w ramach ogólnopolskiego programu „Orlik”. Pomimo wzrostu ilości miejsc noclegowych w powiecie gnieźnieńskim, w dalszym ciągu brakuje odpowiednio przygotowanych miejsc noclegowych o średnim standardzie oraz o obniżonym standardzie, dla grup młodzieżowych. Nie wystarczająca jest ilość innych dodatkowych atrakcji turystycznych, poza historycznymi, choć w tym przypadku sytuacja systematycznie ulega poprawie, poprzez pojedyncze działania podejmowane lokalnie przez organizacje pozarządowe oraz przez jednostki samorządu terytorialnego. Stan dróg w dalszym ciągu nie jest zadowalający, choć systematycznie są czynione nowe inwestycje drogowe, zarówno powiatowe, jak i inne (znamiennym przykładem jest budowana aktualnie przez GDDKiA droga ekspresowa S5). Poprawia się również liczba miejsc parkingowych w Gnieźnie, choć do stanu idealnego dużo jeszcze brakuje. Co do ogólnego porządku – w kontekście stanu technicznego sanitariatów, odpowiedniej ilości koszy na śmieci, ogólnego wizerunku Gniezna – w tym aspekcie wiele jeszcze się musi zmienić. Co do informacji turystycznej poprawie uległa w okresie analizowanym lokalizacja IT – aktualnie Powiatowe Centrum Informacji Turystycznej znajduje się przy ul. Rynek 14. Ponadto poprawia się system informacji turystycznej, chociażby dzięki realizowanemu przez Powiat Gnieźnieński projektowi pn. „Zintegrowany system informacji turystycznej – szlaki i obiekty turystyczne w Powiecie Gnieźnieńskim”. Niestety

specjalnej poprawy nie widać w zakresie odpowiednio przygotowanych tras i ścieżek rowerowych. W dalszym ciągu niewystarczająca jest również infrastruktura do uprawiania sportów wodnych. Poprawia się systematycznie współpraca na niwie turystyki pomiędzy poszczególnymi jednostkami samorządowymi oraz pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym.

Analizując szanse Powiatu Gnieźnieńskiego w zakresie rozwoju turystyki, można stwierdzić, że część z nich udaje się w mniejszym czy większym zakresie wykorzystywać. Niewątpliwie udało się wykorzystać szansę na możliwość pozyskania dotacji z UE na rozwój infrastruktury. Środki unijne udało się pozyskać Powiatowi Gnieźnieńskiemu (1 projekt) i Gminie Witkowo (2 projekty dt. Skorzęcina) oraz trzem innym podmiotom (szerzej na ten temat była mowa w III części niniejszego raportu). W ramach innego projektu unijnego Powiatu Gnieźnieńskiego (promocyjnego) pn. „Tu powstała Polska – promocja kulturowego produktu turystycznego Powiatu Gnieźnieńskiego, wizerunkowego produktu Wielkopolski”, który otrzymał dofinansowanie (jako 1 z 3 w Wielkopolsce w ramach programu regionalnego) zostaną przygotowane specjalne kampanie bilbordowo – telewizyjne, których czas realizacji przypadnie w okresie bezpośrednio poprzedzającym EURO 2012 w Polsce. Poprzez budowę nowej drogi ekspresowej S5 poprawi się już wkrótce czas dojazdu do Poznania. W kontekście wykorzystywania potencjału bliskiej odległości do stolicy regionu, powiat czyni różne starania współpracy zarówno z miastem Poznań, jak i z samorządem wojewódzkim. Przykładem w tym obszarze może być współpraca Powiatu Gnieźnieńskiego przy projekcie Poznania, kandydata do Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Wzrasta również oferta kulturalna Gniezna i powiatu. Do imprez mających znamiona promocji regionu można zaliczyć np. Koronację Królewską, która dwa razy z rzędu odbyła się w środku lata w Gnieźnie i która uzyskała szerszy zasięg promocyjny. Poprawia się ilość i jakość miejsc hotelowych na terenie powiatu (od 4 – gwiazdkowych do 2 – gwiazdkowych) oraz polepsza się oferta hoteli w zakresie pobytów okazjonalnych np. Andrzejki, Sylwester. Oferta ta wychodzi zatem naprzeciw oczekiwaniom turystów do chęci korzystania z krótkich pobytów, w tym głównie weekendowych. Nieoczekiwanie światowy kryzys gospodarczy ostatnich dwóch lat w pewnej części zmienił również kierunek wyjazdów turystów z zagranicznych na krajowe.

Co do zagrożeń mogących mieć wpływ na pogorszenie się sytuacji na rynku usług turystycznych na terenie powiatu warto zanalizować kilka z nich. Za najważniejsze zagrożenia dla rozwoju turystyki na terenie powiatu uznać należy istniejącą i cały czas rozwijającą się konkurencję innych regionów turystycznych oraz innych produktów turystycznych. Można rzec, że konkurencja nie śpi, cały czas stara się rozwijać, stąd dziś należy stawiać pytanie, nie „czy warto się promować?”, tylko „jak należy się promować?”. O tym, że do Gniezna turyści zawsze przyjadą przestaje być już tak oczywiste. Potencjalni odbiorcy usług turystycznych są permanentnie i lawinowo zasypywani różnego rodzaju ofertami, promocjami cenowymi oraz informacjami o nowopowstających atrakcjach turystycznych. Zatem, aby móc skutecznie namówić turystów do przyjazdu do Powiatu Gnieźnieńskiego trzeba bezustannie śledzić preferencje konsumenckie swoich klientów, obserwować trendy obecne na rynkach zachodnich, rozwijać infrastrukturę turystyczną oraz pozyskiwać środki finansowe, aby móc efektywnie realizować swój plan promocji. Innym ważnym zagrożeniem, cały czas aktualnym, pozostaje kwestia ubożenia wielu mieszkańców Gniezna i powiatu oraz niski poziom zarobków w Polsce, ograniczający popyt na turystykę. Niezadowolająca sytuacja materialna mieszkańców powiatu przekłada się często na brak środków finansowych np. na stan wielu prywatnych i komunalnych budynków w centrum miasta. Z kolei niskie zarobki w Polsce, przy dokuczliwych konsekwencjach globalnego kryzysu gospodarczego mogą mieć (i często tak się dzieje, że mają) wpływ na ograniczenie się popytu na turystykę oraz na szukanie tańszych ofert.

W perspektywie ostatnich trzech lat, tj. 2008 – 2010, pojawiło się jeszcze jedno zagrożenie (przynajmniej w opinii części osób), nie odnotowane w analizie SWOT, dotyczące chęci zawłaszczenia sobie przez Poznań tytułu pierwszej stolicy Polski. To potencjalne zagrożenie należy zdecydowanie przeformatować i potraktować, jako realną szansę na rozwój całego regionu. Obawa ta wynika głównie z dążeń grupy naukowców skupionych wokół prof. dr hab. Hanny Kóćka – Krenz z Instytutu Prahistorii UAM do udowodnienia stołeczności Poznania. Aby spróbować załagodzić ten spór Powiat Gnieźnieński zorganizował w roku 2009 konferencję prasową adresowaną do dziennikarzy branżowych pn. „Gniezno Piastów – rola i znaczenia Gniezna w kształtowaniu się państwowości polskiej” podczas trwania XX Międzynarodowych Targów Turystycznych Tour Salon w Poznaniu z udziałem specjalistów/naukowców z dziedziny historii i archeologii, m.in. prof. zw. dr hab. Jerzego Strzelczyka i prof. zw. dr hab. Andrzeja M. Wyrwy. Na pytania typu: *Gdzie była Pierwsza Stolica Państwa Polan? Co wnoszą nowe badania archeologiczne prowadzone w Wielkopolsce? Jak historycy i archeolodzy interpretują nowe fakty?* odpowiedź była jedna: Gniezno, Lednica, Poznań były ośrodkami komplementarnymi a nie konkurencyjnymi. Stąd, wykorzystując potencjał regionu charakteryzujący się unikatowością rodowodu historycznego związanego z początkami państwowości polskiej, poszczególne jednostki samorządowe powinny widzieć szansę na wypromowanie całego regionu. Spory merytoryczne pomiędzy poszczególnymi ośrodkami, które na dzień dzisiejszy się toczą, należy zatem przekuć na wspólne zewnętrzne działanie.

## 2. Ocena funkcjonowania produktów turystycznych ujętych w strategii rozwoju turystyki

W ramach Strategii rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych 2008 – 2020 wyznaczono sześć grup produktowych, w ramach których dookreślono poszczególne produkty turystyczne. Te sześć grup produktowych to:

- Szlak Piastowski
- Gnieźnieńska Kolej Wąskotorowa
- Wypoczynek aktywny
- Agroturystyka
- Turystyka pielgrzymkowa
- Lednica

### SZLAK PIASTOWSKI

Zaletą tej grupy produktowej jest to, iż Szlak Piastowski spełnia większość wymagań, jakie przypisuje się tzw. produktowi markowemu. Szlak ten funkcjonuje już kilkadziesiąt lat i jest regularnie przedmiotem różnych badań oraz podwyższania jakości poszczególnych jego elementów. Ma on także jednostkę zarządzającą i koordynującą, a mianowicie lokalną Organizację Turystyczną „Szlak Piastowski”, co jest szczególnie pożądane dla produktu terytorialnego ulokowanego na tak dużym obszarze.

Mimo to, doniesienia o nowych odkryciach archeologicznych oraz nowe hipotezy historyczne stwarzają konieczność ponownego przeglądu dorobku i wyglądu Szlaku Piastowskiego, aby w dalszym ciągu był on konkurencyjnym produktem turystycznym na permanentnie rozwijającym się rynku usług turystycznych. Szlak Piastowski potrzebuje nowego tchnienia, ustalenia które miejscowości na trasie



jego przebiegu są jego rdzeniem, o fundamentalnej wartości, a które są tylko i wyłącznie otoczeniem, a nie równie ważnymi obiektami kulturowymi.

W dniu 6 listopada 2009 r. w Gnieźnie odbyło się spotkanie inauguracyjne powstania Forum Rozwoju Szlaku Piastowskiego. Uczestnikami Forum byli samorządowcy z terenu województwa wielkopolskiego i kujawsko-pomorskiego, przedstawiciele organizacji turystycznych oraz organizacji pozarządowych działających w zakresie turystyki. Efektem listopadowego spotkania jest powołanie zespołu badawczo-naukowego pod przewodnictwem prof. dr hab. Andrzeja Wyrwy – dyrektora MPP na Lednicy. Głównym zadaniem niniejszego zespołu jest inwentaryzacja Szlaku Piastowskiego, jego materialnych zabytków i atrakcji oraz jego przebiegu wg kształtu ustalonego w latach 60-tych i 70-tych ubiegłego wieku. Obecnie zespół pracuje w 5 podzespołach: historyczno-archeologicznym, ds. organizacji turystycznej, ds. zagospodarowania urbanistycznego, ds. kształtowania zieleni oraz ds. promocji.

Na chwilę obecną – na bazie dotychczasowych prac zespołu popartych indywidualnymi przemyśleniami jego członków – wynika, iż głównym rdzeniem Szlaku Piastowskiego są trzy pomniki historii: Wzgórze Lecha z katedrą p.w. Wniebowzięcia NMP i św. Wojciecha w Gnieźnie, Ostrów Lednicki oraz Poznań – historyczny zespół miasta z Ostrowem Tumskim, Zagórzem, Chwaliszewem i lewobrzeżnym Starym Miastem lokacyjnym ze średniowiecznymi osadami podmiejskimi. Obiekty zlokalizowane na odcinku kujawsko – pomorskim niestety, ale nie mają tej rangi, i znaczenia co w/w (wliczając w to również i Biskupin – jest on w tej chwili produktem samym w sobie, na pewno nie ma nic wspólnego z główną ideą szlaku).

W ramach grupy produktowej SZLAK PIASTOWSKI w pożądanym kierunku rozwijają się produkty pn. Królewskie Miasto Gniezno oraz Koronacja Bolesława Chrobrego oraz w pewnym zakresie produkt pn. Śladami katedry i czarownic.

W lipcu, a dokładnie na jego przełomie, czyli z 31 na 1 sierpnia 2010 r., w Gnieźnie odbyła się już po raz drugi duża impreza plenerowa pt. Koronacja Królewska zorganizowana przez samorząd Miasta Gniezna. Program był stosunkowo bogaty, gdyż w trakcie trwającej imprezy każdy miłośnik historii mógł znaleźć coś dla siebie. W uczestnictwo zaangażowane zostały różnego rodzaju grupy rekonstrukcyjne i rzemieślnicy z całej Polski. Oprócz poznania historii średniowiecznej Gniezna sprzed 1000 lat, można było spróbować staropolskiej strawy, zmierzyć się ze średniowiecznym wojem, czy z bliska zobaczyć maszyny oblężnicze. Zwieńczeniem imprezy było przedstawienie prezentujące koronację pierwszego polskiego króla Bolesława Chrobrego w wykonaniu gnieźnieńskich grup rekonstrukcyjnych. Cała impreza przyciągnęła sporą liczbę turystów zarówno z okolic, jak i z całej Polski, a także z zagranicy.

Imprezie towarzyszyła premiera lokalnej monety – dukata Gnieźnieńskiego, robionego na wzór denara Bolesława Chrobrego. Monety od pierwszego dnia imprezy dostępne były m.in. w Powiatowym Centrum Informacji Turystycznej na Rynku. Dukaty od samego początku cieszyły się ogromną popularnością. Zainteresowanie jak na drugą edycję Koronacji Królewskiej było spore. Należy mieć zatem nadzieję, że będzie to impreza cykliczna, która z roku na rok będzie rozwijać się jeszcze bardziej.

Omawiając grupę produktową SZLAK PIASTOWSKI warto nadmienić o jednym z nowo powstających szlaków przebiegających przez Powiat Gnieźnieński, a mianowicie o szlaku mitów i legend. Szlak ten jest głównie adresowany do dzieci i młodzieży, jak również dla rodzin oraz do turystów indywidualnych. Nie jest to dokładnie produkt związany z podaniami o kacie i czarownicach, ale jako, że tematyka szlaku jest bardzo bajkowa i lekka, stąd można uznać, że szlak mitów i legend po części nawiązuje do pierwotnych założeń powstania tego właśnie produktu.

## GNIEŹNIEŃSKA KOLEJ WĄSKOTOROWA

Gnieźnieńska Kolej Wąskotorowa jest jedną z czterech funkcjonujących kolejek wąskotorowych w Wielkopolsce, uratowana przez miłośników kolei. Jest to obiekt o dużej wartości zabytkowej i dużym potencjale turystycznym. Jednocześnie jest jedną z najdłuższych kolejek, co sprawia, że sam przejazd jest długi a jego koszt wysoki.

Kolejkę należy pojmować jako zabytek (*choć warto pamiętać, że zabytkowy charakter ma w tym przypadku ponad stuletnia historia kolejki, a nie sam tabor jako taki*), który powinno się utrzymywać nawet wtedy, gdy jego funkcjonowanie nie jest opłacalne ekonomicznie w sensie przynoszenia zysku. Należy spojrzeć na ten obiekt w szerszej perspektywie, także ekonomicznej, w sensie korzyści jakie może przynieść kolejka dla turystyki i wizerunku Powiatu Gnieźnieńskiego.

Jedną z propozycji może być rozbudowanie oferty w oparciu o zabytkową parowozownię i kolejkę wąskotorową. Kolejka mogłaby stać bardziej atrakcyjnym produktem turystycznym, gdyby ma jej trasie przejazdu znajdowały się ciekawe atrakcje turystyczne. Swego rodzaju próbą wyjścia naprzeciw tym postulatom był (i w dalszym ciągu jest aktualny) pomysł zbudowania osady Kajka i Kokosza u celu podróży kolejką, wraz ze stacjami tematycznymi po drodze. W odróżnieniu od coraz to nowych parków dinozaurów powstających tu i ówdzie, pomysł z osadą Kajka i Kokosza jest tematem póki co nie wykorzystanym w Polsce. A wszystko co inne, ma szansę stać się atrakcyjne. Kolejka powinna ponadto przygotować kilka ofert skierowanych do różnych klientów, zróżnicowanych programami, czasem oraz ceną.

Obecnie świadomość istnienia kolejki na najważniejszym, potencjalnym rynku, czyli w Poznaniu jest niestety dość niska, a co za tym idzie nie istnieje też jej wizerunek. Dlatego po „dopracowaniu” atrakcji należałoby podjąć działania promocyjne najpierw na tym rynku.

Aktualnie na stanie Gnieźnieńskiej Kolei Wąskotorowej są:

- parowozy Px48
- lokomotywy spalinowe Lxd2
- wagony osobowe Bxhpi
- wagon motorowy MBxd1-201
- wózek motorowy Wmd 023
- wagony letnie
- wagony bagażowe
- wagony towarowe (typu Tw6, Tw6a, Tw6b, Tw6c)

Stan taboru nie jest do końca satysfakcjonujący, konieczne są systematyczne remonty i modernizacje, aby sprostać aktualnym wyobrażeniom coraz bardziej wymagających turystów. W tym celu powiat stara się dofinansowywać kolejkę w celu przeprowadzania koniecznych remontów, a także pozyskuje środki z Urzędu Marszałkowskiego na dofinansowywanie pasażerskich przewozów turystycznych w okresie letnim.

Ponadto w ostatnim czasie, tj. w okresie ostatnich dwóch lat, rozgorzała gorąca dyskusja na temat przyszłości obiektów po byłej parowozowni. W inicjatywę uratowania obiektów będących aktualnie w dyspozycji PKP włączyły się władze Powiatu Gnieźnieńskiego proponując utworzenie nowoczesnego parku naukowo – technicznego. Zdaniem Mirona Urbaniaka, historyka, autora publikacji ‘Zabytkowa stacja kolejowa Gniezno’ cyt: „*turystyka industrialna zyskuje w Polsce coraz większą popularność. Jeżeli myślimy poważnie o turystyce kolejowej w Wielkopolsce, to Wolsztyn nie jest*

*jedynym miejscem, które o tej turystyce będzie stanowiło. Tym bardziej, że w miarę modernizacji kolei będą zmieniały się realia jeśli chodzi o tabor, wyposażenie, urządzenia. Powinno się gdzieś tego typu obiekty gromadzić. W Wolsztynie już na to nie ma miejsca. Muzeum Kolejnictwa w Warszawie kompletnie nie przystaje do muzeów europejskich. W Gnieźnie mamy dużo miejsca, mamy cały ciąg technologiczny. Do tego są tutaj obiekty unikatowe, jak choćby dyspozytornia, czy lokomotywnia. Walory tego kompleksu są olbrzymie” – podkreśla M. Urbaniak.*

## WYPOCZYNEK AKTYWNY

Ta grupa produktowa otwiera ogromne możliwości dla terenów, które posiadają warunki naturalne dla jej rozwoju. Powiat Gnieźnieński dysponuje zasobami dla TURYSTYKI AKTYWNEJ na poziomie wyższym niż średni. Dotyczy to zwłaszcza jezior, które od kilkudziesięciu lat są zagospodarowywane pod kątem turystów. Ponadto od dwóch lat zwiększa się zainteresowanie organizowaniem spływów kajakowych po Welnie i Małej Welnie. Organizacja spływów unacznia jednak braki i wieloletnie zaniedbania w zakresie braku przepustowości ciągów wodnych.

Trzeba zatem mieć świadomość, że jeziora i rzeki mają rynkową siłę przyciągania w skali mikroregionu, czyli promienia kilkudziesięciu kilometrów. Ponadto jest to produkt sezonowy i silnie uzależniony od pogody.

Więcej uwagi należy więc poświęcić tym formom turystyki aktywnej, które są bardziej unikatowe lub/i są mniej zależne od zasobów i klimatu.

Takim rodzajem turystyki o dużych perspektywach rozwoju jest turystyka rowerowa. W Powiecie Gnieźnieńskim można ją łączyć z przejazdem koleją (PKP) oraz kolejką wąskotorową. Jednak i tutaj potrzebne jest tzw. dopracowanie produktów, co oznacza stworzenie powodu przyjazdu właśnie w to, a nie inne miejsce oraz bardziej zachęcające promowanie istniejących szlaków rowerowych.

Inne formy turystyki aktywnej, które zaczęły się rozwijać na terenie powiatu, takie jak nurkowanie mają wprawdzie charakter niszowy, ale nie należy ich lekceważyć. Ważne jest, że istnieją wyspecjalizowane firmy, dysponujące kadrą, które taką działalność prowadzą w sposób profesjonalny. W przyszłości może to być regionalne centrum nurkowania. Z kolei turystyka konna czy kajakowa też nie staną się sztandarowymi produktami powiatu, ale przy odpowiednim przygotowaniu mogą stanowić dobrą ofertę uzupełniającą. Wydaje się, że w przeciwieństwie do innych form turystyki (pielgrzymkowej, kulturowej, edukacyjnej) aktywny wypoczynek nie będzie stanowił o wizerunku powiatu. Ale nie należy tej formy turystyki bagatelizować.

W roku 2011 przewiduje się zlecenie organizacji pozarządowej zadania mającego na celu opracowanie koncepcji budowy sieci szlaków rowerowych po Powiecie Gnieźnieńskim. Planuje się, że w danym miejscu centralnie położonym w Gnieźnie zostanie postawiony drogowskaz początkowy informujący o kierunkach i długościach szlaków rowerowych rozchodzących się po powiecie (*podobny drogowskaz do tego przedstawionego na zdjęciu poniżej*).





Sieć szlaków rowerowych ma wykorzystywać aktualną infrastrukturę i uwarunkowania komunikacyjne, przy czym z założenia szlaki mają omijać główne drogi. Każdy szlak ma być poprowadzony w postaci tzw. pętli, gdzie start i meta szlaku zbiegają się w jednym miejscu. Szlaki mają zostać tak zaprojektowane, aby prowadziły do głównych atrakcji turystycznych zlokalizowanych na terenie powiatu, z uwzględnieniem miejsc wypoczynkowych np. kąpielisk, jak również przebieg szlaków ma być zbieżny z aktualnie przebudowywanymi i nowo powstającymi szlakami turystycznymi powstającymi w ramach projektu unijnego realizowanego przez Powiat Gnieźnieński pn. „Zintegrowany system informacji wizualnej – szlaki i obiekty turystyczne w Powiecie Gnieźnieńskim”. Ponadto planuje się oznakowanie szlaku – pętli wokół Gniezna.

Reasumując w/w koncepcja powinna zawierać takie elementy jak:

- Wygląd oznakowania
- Przebieg szlaków włącznie z ustaleniem właścicieli gruntów
- Opisy ważniejszych miejscowości i obiektów
- Zdjęcia
- Ślady GPS (w formie GPX)
- Punkty kluczowe na szlakach
- Miejsca postojowe
- Mostki, ewentualnie ich naprawa, renowacja
- Ilość tabliczek na poszczególnych szlakach
- Nawiązanie do funkcjonującej bądź powstającej właśnie infrastruktury turystycznej

Koncepcja przygotowana przez daną organizację pozarządową przed uzyskaniem akceptacji ze strony starostwa zostanie również skonsultowana z Departamentem Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego.

Gotowa koncepcja będzie stanowiła podstawowy warunek, aby faktycznie można było oznakować sieć szlaków rowerowych w Powiecie Gnieźnieńskim. Wykonanie tego zadania zostanie zlecone firmie mającej już doświadczenie w tego typu przedsięwzięciach.

## AGROTURYSTYKA (jako element turystyki wiejskiej)

Powiat Gnieźnieński ma wiele atutów sprzyjających rozwojowi turystyki wiejskiej. Składa się na to zróżnicowany krajobraz, duży udział rolnictwa w gospodarce wsi, małe zurbanizowanie obszaru, a także wiele miejsc o uznanej atrakcyjności.

Należy mieć świadomość, że klasyczne pobyty urlopowe w sezonie (tygodniowe i dłuższe) nie są głównym motywem przyjazdów na wieś. Na pierwszy plan wysuwają się wyjazdy weekendowe, integracyjne, pobyty związane z jakąś uroczystością (np. imieniny, osiemnastki itp.).

Turystyka wiejska, w tym i agroturystyka, z racji swojej specyfiki oraz niezbyt wygórowanej ceny jest też zapleczem noclegowym dla innych form turystyki (pielgrzymkowej, kulturowej, aktywnej, tranzytowej). Istotnym elementem zyskującym na znaczeniu stają się tzw. produkty lokalne.

W przypadku turystyki wiejskiej nie wykształcił się dotychczas wizerunek specyficzny dla Powiatu Gnieźnieńskiego. Jest to raczej dość zróżnicowana oferta wielu propozycji spędzenia czasu wolnego na wsi od folkloru, poprzez kulinaria, do form turystyki aktywnej. Turystyka wiejska korzysta z zaplecza atrakcji niekoniecznie wiejskich. Jednak jest na terenie powiatu obiekt, wokół którego można zbudować spójny wizerunek turystyki wiejskiej. Jest to Wielkopolski Park Etnograficzny w Dziekanowicach, który może pełnić rolę edukacyjną nie tylko dla turystów, ale także dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych w okolicy. Mogą oni bowiem korzystać ze wzorów budownictwa i wyposażenia w swoich budynkach, ale także zapraszać swoich gości na imprezy organizowane w tym skansenie. Mogą także w mniejszej skali tworzyć ofertę komplementarną w swoich wsiach i gospodarstwach.

## TURYSTYKA PIELGRZYMKOWA

Powiat Gnieźnieński jest szczególnie predestynowany do rozwijania TURYSTYKI PIELGRZYMKOWEJ, co najmniej z dwóch powodów. Po pierwsze: posiada na swoim terenie dwa obiekty sakralne, których siła przyciągania wykracza poza zasięg regionalny. Są to Katedra Gnieźnieńska i Brama III Tysiąclecia (potocznie zwaną Rybą). Po drugie: jest częścią szlaku pielgrzymkowego obejmującego (oprócz obiektów wymienionych wyżej) Licheń i Kalisz.

TURYSTYKA PIELGRZYMKOWA na obszarze Powiatu Gnieźnieńskiego istnieje już od dawna, ale w ostatnich kilkunastu latach jej ranga znacznie wzrosła, głównie z racji regularnych uroczystości religijnych przy Bramie III Tysiąclecia, w których uczestniczą tysiące wiernych. Do tych elementów dochodzą jeszcze miejsca, które uzupełniają ofertę dla turystów pielgrzymkowych. Są to inne świątynie i Muzeum Archidiecezjalne w Gnieźnie, kościół w Dąbrówce Kościelnej a także kościoły drewniane w całym powiecie.

Można zatem stwierdzić, że TURYSTYKA PIELGRZYMKOWA w Powiecie Gnieźnieńskim ma już silnie ugruntowany wizerunek w całej Polsce. Aby jednak dokładniej poznać rolę tej grupy produktowej, należałoby przeprowadzić jeszcze bardziej dogłębną analizę, która odpowiedziałaby na następujące pytania: które miejsca są odwiedzane a które pomijane, jak długi jest pobyt turystów pielgrzymkowych na terenie miasta Gniezna, a jak długi w innych miejscach, jakie są wpływy z biletów, a jakie z innych wydatków, czy turyści nocują na terenie powiatu czy nie.

TURYSTYKA PIELGRZYMKOWA jako grupa produktowa traktuje w tym przypadku formy przyjazdów, których głównym motywem jest cel religijny. Te same miejsca odwiedzane są także jako część Szlaku Piastowskiego i jest to wtedy turystyka kulturowa. Ma to istotne znaczenie przy kreowaniu wizerunku, gdyż inny jest odbiorca, a w konsekwencji inny przekaz w promocji i inne kanały dystrybucji. Dlatego tak ważne jest właściwe dobranie wątków w promocji, które trafią w najważniejsze oczekiwania klientów.

Przy omawianiu rozwoju TURYSTYKI PIELGRZYMKOWEJ na przestrzeni lat 2008 - 2010 na uwagę zasługuje jeden interesujący fakt. Powiat Gnieźnieński nawiązał w 2010 roku współpracę w mieście Magdeburg w Niemczech. Wspólne wątki z odległej ponad 1000 – letniej historii, postaci Św. Wojciecha i cesarza Ottona III łączą Powiat Gnieźnieński i Magdeburg, co daje nadzieję na przyszłość, na podejmowanie wspólnych inicjatyw promujących TURYSTYKĘ PIELGRZYMKOWĄ na terenie obu zaprzyjaźnionych samorządów.

## LEDNICA

LEDNICA to obszar wyjątkowy nie tylko w skali powiatu czy regionu, ale także w skali kraju. Na terenie Wielkopolskiego Parku Etnograficznego zlokalizowanych jest kilka obiektów o wyjątkowym znaczeniu i atrakcyjności. Do tego zbudowana infrastruktura pozwala na przyjęcie turystów indywidualnych i zbiorowych.

Z wielu względów, miejsce to – przynajmniej w okolicach Poznania i Gniezna – jest powszechnie znane i odwiedzane. Jest częścią Szlaku Piastowskiego, jest punktem wycieczek szkolnych, jest celem wyjazdów jednodniowych z racji bliskości i krajobrazu. W takich miejscach można jedynie zastanawiać się, co można udoskonalić, o co wzbogacić ofertę.

W okresie ostatnich trzech lat na terenie powiatu, a szczególnie na obszarze LEDNICY aktywnie działa wspomniana już wcześniej Lokalna Grupa Działania Stowarzyszenie Światowid. Podejmowane działania przez LGD z czasem z pewnością mogą przynieść korzyści w postaci wydłużenia pobytów o jedną lub dwie godziny, a w mniejszej części może to zaowocować przyjazdami z noclegiem. Tym bardziej, że baza noclegowa w okolicy jest rozbudowana (kwatery agroturystyczne, hoteliki) i cały czas systematycznie się rozwija.

Dla podniesienia rangi tej grupy produktowej znaczące mogłyby być nowe odkrycia archeologiczne. W tym celu Powiat Gnieźnieński podjął się w 2010 roku sfinansowania badań archeologicznych na wyspie Ostrów Lednicki. Wyniki tych badań będą znane pod koniec 2010 roku.

## CZĘŚĆ V: WNIOSKI KOŃCOWE

Turystyka była i w dalszym ciągu jest bardzo ważnym elementem rozwoju społeczno – gospodarczego Powiatu Gnieźnieńskiego. O poważnym traktowaniu przez władze powiatu zagadnień związanych z rozwojem turystyki może świadczyć przyjęcie sektorowego programu strategicznego w lutym 2008 roku, realizacja zapisów tego dokumentu, jak również usilne starania o pozyskiwanie środków z Unii Europejskiej na działania mające na celu poprawę infrastruktury turystycznej i promocję obszaru. Filozofia działania przyjęta przez Powiat Gnieźnieński zyskuje uznanie niezależnych ekspertów, czego wyrazem są bardzo dobre oceny projektów opracowanych przez samorząd powiatowy.

Podjęcie pro-rozwojowe widać wśród różnych podmiotów, o czym świadczyć mogą realizowane inwestycje o profilu turystycznym. Na temat poziomu realizacji tych inwestycji, jak też na temat stopnia zadowolenia z prowadzonej działalności można oczywiście polemizować. Ocena w tym przypadku zawsze będzie obciążona dużym poziomem subiektywizmu, i z pewnością dopiero uśrednienie tych ocen może dać przybliżony obraz rzeczywistości.

Bez względu jednak na różnorodne opinie w tej kwestii, trudno się nie zgodzić, że Powiat Gnieźnieński ma specjalną rolę do odegrania w Wielkopolsce w dziedzinie turystyki, szczególnie tej o znaczeniu kulturowym.

Wydaje się również, że w najbliższym czasie należałoby w pewnym zakresie zmodyfikować zapisy strategii rozwoju turystyki, poprzez rozróżnienie opisanych grup produktowych i zawierających się w nich produktów turystycznych, na te o największym znaczeniu dla powiatu, i na te, które są mniej ważne. Ostatni rok działalności powiatu wybitnie nakierunkowany był na stworzenie wyróżniającego się produktu turystycznego, który ma znaczenie nie tylko dla powiatu, ale również buduje wizerunek całego regionu. Takim produktem zdecydowanie może być produkt pod nazwą „Tu powstała Polska”. Powstanie państwa polskiego to jeden z markowych produktów turystycznych Wielkopolski, co zostało ujęte w programie operacyjnym rozwoju produktów turystycznych dla Województwa Wielkopolskiego stworzonym pod koniec 2009 roku (*materiał opracowany na zlecenie Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, jako rozwinięcie strategii rozwoju turystyki dla Wielkopolski*). Oprócz markowych produktów dla Wielkopolski wyróżniono w tym dokumencie również produkty podstawowe, uzupełniające i tzw. niszowe. Takie rozróżnienie pozwala na zaakcentowanie rozwoju poszczególnych produktów, wskazując tym samym na szczególną rolę do odegrania przez produkty markowe.

Produkt „Tu powstała Polska” wydaje się jak najbardziej być tym najważniejszym produktem turystycznym dla Powiatu Gnieźnieńskiego. Nowo opracowane logo powiatu wraz z nowo tworzoną identyfikacją wizualną, realizacja kampanii promocyjnych definiujących rolę Gniezna i powiatu w kształtowaniu się państwa polskiego, jak również podejmowanie działań ukazujących znaczenie turystyki kulturowej w naszym regionie (*jak np. zorganizowanie w kwietniu 2009 roku ogólnopolskiej konferencji naukowej zatytułowanej Współczesne formy turystyki kulturowej w Polsce i na świecie*) w jasny sposób czynią z produktu umownie nazwanego „Tu powstała Polska” markowy produkt turystyczny Powiatu Gnieźnieńskiego. Warto w tym miejscu dodać, że z definicją tego markowego

produktu współgrają inne ważne działania podejmowane przez różne podmioty. Wśród tych najbardziej znamienitych warto wymienić chociażby wyniki badań archeologicznych prowadzonych latem 2010 roku na Wzgórzu Lecha, które to badania związane były z realizowaną inwestycją rewitalizacji tego terenu. Jak czytamy na stronie [www.mppp.pl](http://www.mppp.pl) :

*„(...) Do najciekawszych odkryć o dużym znaczeniu poznawczym należy bez wątplenia zaliczyć odkrycie monumentalnego grobowca kamiennego tuż przy północnej ścianie katedry gnieźnieńskiej, datowanego wstępnie na 1 połowę XI wieku. Grobowiec ten zbudowany był z płyt kamiennych, nie łączonych zaprawą a jedynie piaskiem gliniastym i odpowiednio dopasowanych do siebie. Długość całkowita tego obiektu wynosiła niemal 3 metry. Pierwotnie grobowiec posiadał przekrycie w postaci sklepienia pozornego, ale z czasem zapadło się ono do wnętrza komory grobowej, przykrywając znajdujący się w środku szkielet. Odkryty wewnątrz grobowca szkielet należał do mężczyzny w wieku dojrzałym, o rosłej sylwetce ciała. Kośćciec zachował się w dużym stopniu, brakowało jedynie czaszki, wyjętej zapewne jeszcze w średniowieczu. Niestety, brak elementów wyposażenia uniemożliwia określenie, kto został tu pochowany, choć z pewnością osoba ta należała do elity społecznej tamtych czasów.*

*Drugim niezwykle interesującym odkryciem są relikty fundamentu, odsłonięte tuż na wschód od prezbiterium romańskiego kościoła św. Jerzego. W tym rejonie od dawna naukowcy spodziewają się odnalezienia pozostałości palatium czyli pałacu z czasów Bolesława Chrobrego, gdyż był to teren grodu książęcego, gdzie tradycyjnie mieściły się w średniowieczu siedziby władców piastowskich. Odkryty fundament biegnie na osi północ-południe i został uchwycony do chwili obecnej na przebiegu około 10 metrów. Jednak czy jest to wschodnia ściana palatium czy też innego rodzaju relikw, wykażą dalsze badania terenowe i analizy. Bez wątplenia jest to relikw, pochodzący z okresu wczesnego średniowiecza, co poszerza naszą wiedzę o zabudowie tej partii Góry Lecha.”*

Reasumując, gdyby przyjąć nomenklaturę rodzajową produktów właściwych dla Wielkopolski pod względem ich znaczenia i zastosować podobne rozwiązanie dla powiatu, opisane aktualnie w strategii rozwoju turystyki produkty turystyczne byłyby dobrym materiałem wyjściowym do dalszej „obróbki”.

Powiatowa strategia rozwoju turystyki chcąc być w dalszym ciągu aktualną, powinna zatem zostać w pewnych zakresach zmodyfikowana. Dzięki nieustannej pracy nad tym dokumentem będzie mógł on być w dalszym ciągu aktualnym programem działania, wyznaczającym główne kierunki w zakresie rozwoju turystyki, podążającym za szybko zmieniającym się otoczeniem.

Opracowanie:  
Wydział Promocji i Rozwoju  
Starostwo Powiatowe w Gnieźnie  
13.X.2010 r.



## ZAŁĄCZNIKI

### Załącznik nr 1 - ankieta



#### Szanowni Państwo!

Powiat Gnieźnieński od początku 2008 roku realizuje Strategię rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych na lata 2008 – 2020. W dniu 28 października 2010 r. radni powiatowi zapoznają się z poziomem realizacji strategii. Dokument ten opisuje sferę rozwoju turystyki właściwą dla różnorodnych podmiotów i jednostek działających w branży turystycznej na naszym terenie. Poznanie zatem Państwa opinii na temat poziomu zadowolenia, bądź też niezadowolenia z ruchu turystycznego odbywającego się na terenie powiatu ma dla władz Powiatu Gnieźnieńskiego istotne znaczenie z zakresie oceny dotychczasowych działań w powyższej tematyce. Ankieta jest anonimowa. Wypełnienie niniejszej ankiety zajmuje tylko 5 minut! Dla nas natomiast te 5 minut to bardzo dużo – to zasób wiedzy, którym się Państwo z nami chcecie podzielić. Z góry dziękujemy za poświęcony czas i przekazane informacje.

Wydział Promocji i Rozwoju  
Starostwo Powiatowe w Gnieźnie  
e-mail: [arc@powiat-gniezno.pl](mailto:arc@powiat-gniezno.pl);  
[promocja@powiat-gniezno.pl](mailto:promocja@powiat-gniezno.pl)

ANKIETA	
<p><b>1. Jak oceniają Państwo ruch turystyczny w Państwa placówce w perspektywie lat 2008-2010?</b></p> <p>Proszę o wpisanie liczby od 1 do 5 (1 – duży spadek liczby turystów, 2 – mały spadek liczby turystów, 3 – zastój, 4 – mały wzrost liczby turystów, 5 – duży wzrost liczby turystów)</p>	
<p><b>2. Proszę uzasadnić swoją odpowiedź z pkt. 1 poprzez podkreślenie najważniejszych powodów obecnej sytuacji</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mniejsze zainteresowanie podróżami z powodu kryzysu gospodarczego</li><li>2. Zbyt słaba promocja regionu</li><li>3. Niewystarczająca infrastruktura turystyczna</li><li>4. Wzrost konkurencji po stronie innych oferentów usług</li><li>5. Mała liczba atrakcji</li><li>6. Dobra promocja regionu</li><li>7. Polepszenie standardu placówki</li><li>8. Wzrost zainteresowania podróżami krajowymi zamiast zagranicznymi spowodowane kryzysem gospodarczym</li><li>9. Wzrost ilości atrakcji na terenie powiatu</li><li>10. Poprawa infrastruktury turystycznej</li></ol> <p>Inne (jakie?) ..... .....</p>

I okres sprawozdawczy: 2008 – 2010

<b>3. Jak oceniają Państwo działalność samorządów w zakresie promocji regionu (gmina/powiat)?</b>  Proszę o wpisanie liczby od 1 do 5 (1 – bardzo źle, 2 – źle, 3 – przeciętnie, 4 – dobrze, 5 – bardzo dobrze)	
<b>4. Co według Państwa najbardziej zasługuje na poprawę w zakresie rynku usług turystycznych na terenie powiatu?</b>	..... ..... ..... ..... .....
<b>5. Co według Państwa jest silną stroną rynku usług turystycznych na terenie powiatu?</b>	..... ..... ..... .....
<b>6. Czy poczyniliście państwo inwestycje w placówce w latach 2008-2010?</b>  Proszę o wpisanie liczby od 1 do 5 (1 – nie, żadnych, 2 – tak, jednak nieznacznie, 3 – tak, małe inwestycje, 4 – tak, duże, 5 – tak, bardzo duże)	
<b>7. Czy jesteście Państwo zadowoleni z prowadzenia działalności o profilu turystycznym na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego?</b>  Proszę o wpisanie liczby od 1 do 5 (1 – zdecydowanie nie, 2 – raczej nie, 3 – nie mam zdania, 4 – raczej tak, 5 – zdecydowanie tak)	
<b>Ewentualne dodatkowe opinie, sugestie, komentarze</b>	..... ..... ..... ..... .....

**Załącznik nr 2 – lista projektów realizowanych na terenie Powiatu Gnieźnieńskiego w latach 2008 – 2010 z udziałem środków unijnych**

Lp.	Tytuł projektu	Źródło finansowania	Kwota dofinansowania (PLN)
1.	<b>Ochrona dziedzictwa kulturowego w Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie – Etap I</b>	Projekt realizowany ze środków WRPO w ramach działania 6.2 z EFRR, beneficjentem jest Muzeum Początków Państwa Polskiego	Wartość ogólna projektu: 11 233 179,02 zł. z czego dofinansowanie z EFRR: 6 463 900,93 zł.
2.	<b>Rezerwy Archeologiczne dot. Początków Państwa Polskiego - Ostrów Lednicki, Giecz, Grzybowo</b>	Projekt realizowany ze środków WRPO w ramach działania 6.2 z EFRR, beneficjentem jest Muzeum Pierwszych Piastów na Lednicy	Wartość ogólna projektu: 11 484 036,84 zł. z czego dofinansowanie z EFRR: 5 025 574,74 zł.
3.	<b>Rewaloryzacja Wzgórza Lecha w Gnieźnie</b>	Projekt realizowany ze środków WRPO w ramach działania 6.2 z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, beneficjentem jest Archidiecezja Gnieźnieńska	Wartość ogólna projektu: 13 785 469,92 zł. z czego dofinansowanie z EFRR: 9 649 828,93zł.
4.	<b>Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Gminy Witkowo, poprzez rewitalizację Ośrodka Wypoczynkowego w Skorzęcinie</b>	Projekt realizowany ze środków WRPO w ramach działania 6.1 z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, beneficjentem jest Gmina Witkowo	Wartość ogólna projektu: 3 737 253,16 zł. z czego dofinansowanie z EFRR: 1 991 159,46 zł.
5.	<b>Zwiększenie atrakcyjności turystycznej Gminy Witkowo, poprzez rewitalizację Ośrodka Wypoczynkowego w Skorzęcinie – II etap</b>	Projekt realizowany ze środków WRPO w ramach działania 6.1 z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, beneficjentem jest Gmina Witkowo	Wartość ogólna projektu: 4 998 829,90 zł. z czego dofinansowanie z EFRR: 2 663 311,01 zł.



I okres sprawozdawczy: 2008 – 2010

6.	<b>Zintegrowany system informacji wizualnej – szlaki i obiekty turystyczne w Powiecie Gnieźnieńskim</b>	Projekt realizowany ze środków WRPO w ramach działania 6.1 z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, beneficjentem jest Powiat Gnieźnieński	Wartość ogólna projektu 777 770,74 zł, z czego dofinansowanie z EFRR 498 413,98 zł.
7.	<b>Wędrówki kulinarne po Gminie Trzemeszno</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 10 050,00 zł.
8.	<b>Poznaj przyrodę i zabytki Witkowa oraz obszaru LGD Stowarzyszenie Światowid</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 3 910,90 zł.
9.	<b>Spacerem po Gminie Klecko</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 19 600,00 zł.
10.	<b>Rewitalizacja parku wraz z plażą w miejscowości Lednogóra</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 500 000,00 zł.
11.	<b>Przebudowa chodników ulicy Pałacowej w Czerniejewie</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 500 000,00 zł.
12.	<b>Dywersyfikacja usług gospodarstwa agroturystycznego "MAJA"</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 36 133,00 zł.
13.	<b>Wierzycki szlak rowerowy</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 11 804,10 zł.
14.	<b>Zielona szkoła w Grabach</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 21 749,79 zł.
15.	<b>Uzyskanie dodatkowego dochodu w gospodarstwie poprzez rozpoczęcie działalności agroturystycznej w gospodarstwie rolnym</b>	Projekt realizowany ze środków programu LEADER+	Kwota dofinansowania: 49 000,00 zł.