STRATEGIA MARKI

I PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

DLA OBSZARU POWIATU TURECKIEGO

Projekt „Partnerstwo lokalne na rzecz rozwoju gospodarczego gmin powiatu tureckiego” finansowany z funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii oraz środków krajowych

Zamawiający:

GMINA MIEJSKA TUREK
Urząd Miejski
62-700 Turek, ul. Kaliska 59

Wykonawca:

2BA Agnieszka Nowak
ul. Podzamcze B10/17, 48-300 Nysa
www.2ba.pl

Zespół autorski:

mgr Agnieszka Nowak
mgr Leszek Nowak
dr Zygmunt Kruczek
dr Magdalena Banaszkiewicz
mgr Jadwiga Grębosz

NYSA – LUTY 2015

STRATEGIA MARKI I PRODUKTU TURYSTYCZNEGO DLA OBSZARU POWIATU TURECKIEGO
została realizowana w ramach projektu pn.: „Partnerstwo lokalne na rzecz rozwoju gospodarczego gmin powiatu tureckiego”, dofinansowanego z funduszy EOG, pochodzących z Islandii, Liechtensteinu i Norwegii oraz środków krajowych.

Projekt realizowany przez Gminę Miejską Turek jako Lidera projektu w partnerstwie z: Powiatem Tureckim, Gminą Brudzew, Miastem i Gminą Dobra, Gminą Kawęczyn, Gminą Malanów, Gminą Przykona, Gminą i Miastem Tuliszków, Gminą Turek, Gminą Władysławów, Turecką Izbą Gospodarczą oraz Stowarzyszeniem Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.

Spis treści

Spis treści 1

Część I Analiza i diagnoza 4

1 Inwentaryzacja potencjału turystycznego obszaru powiatu tureckiego 5

1.1 Wstęp 5

1.2 Położenie i walory turystyczne 6

1.3 Walory krajoznawcze 7

1.3.1. Walory naturalne 7

1.3.2. Walory antropogeniczne 12

1.4 Walory wypoczynkowe 17

1.5 Walory specjalistyczne 19

1.6 Cykliczne imprezy turystyczne 20

1.7 Cykliczne imprezy kulturalne 20

1.8 Cykliczne imprezy sportowe 21

1.9 Zagospodarowanie turystyczne 22

1.6.1. Baza noclegowa i żywieniowa 22

1.6.2. Baza towarzysząca 23

1.10 Dostępność komunikacyjna 28

2 Ocena potencjału rozwoju turystyki kulturowej na terenie powiatu tureckiego 29

2.1 Turystyka muzealna 31

2.2 Turystyka etniczna 31

2.3 Turystyka biograficzna 31

2.4 Turystyka kulinarna 31

2.5 Tanatoturystyka 32

3 Ocena warunków środowiska przyrodniczego i dostępności do potencjału przyrodniczego na tle innych powiatów 32

4 Szczegółowe wyselekcjonowanie elementów potencjału turystycznego potencjału turystycznego powiatu stanowiących punkt wyjścia do budowania produktów turystycznych 34

4.1 Turystyka kulturowa 36

4.2 Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna 40

4.3 Turystyka na obszarach wiejskich 43

5 Potencjał turystyczny gmin ościennych powiatu tureckiego (Goszczanów, Kościelec, Uniejów) 45

5.1 Uniejów 45

5.2 Kościelec 48

5.3 Goszczanów 49

6 Pojemność turystyczna 50

6.1 Pojemność turystyczna wynikowa dla powiatu tureckiego 51

7 Rynek turystyczny powiatu tureckiego 53

7.1 Kategorie produktowe 53

7.2 Segmenty w poszczególnych kategoriach produktowych – segmentacja rynku ... 56
8 Produkty turystyczne powiatu tureckiego – analiza i ocena ... 58
9 Dystrybucja i promocja walorów, atrakcji i produktów turystycznych ... 62
10 Analiza powiatów konkurencyjnych ... 64
10.1 Potencjał dla turystyki kulturowej ... 67
10.2 Potencjał dla turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej związany z walorami środowiska przyrodniczego ... 70
10.3 Baza noclegowa i jej wykorzystanie ... 72
10.4 Charakterystyka potencjały wybranych powiatów konkurencyjnych ... 74
11 Podsumowanie, wnioski i rekomendacje z analizy w zakresie produktu turystycznego ... 79
Część II Strategia ... 83
marketingowa produktu turystycznego dla obszaru powiatu tureckiego z uwzględnieniem procesu budowania marki ... 83
1 Założenia do strategii marketingowej produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego ... 84
2 Cele w zakresie kreowania i zarządzania produktem turystycznym powiatu tureckiego ... 86
2.1 Uwzględnienie turystyki w strategii obszaru funkcjonalnego powiatu tureckiego ... 86
2.2 Cel nadrzędny, cele strategiczne i operacyjne dla strategii ... 88
2.3 Uzasadnienie realizacji celów ... 89
3 Strategiczne rynki produktowe – kategorie produktowe ... 91
4 Segmentacja rynku turystycznego dla nowych produktów ... 92
5 Propozycje produktów turystycznych wiodących i uzupełniających dla powiatu tureckiego ... 95
5.1 Założenia koncepcji markowych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 95
5.2 Produkty wiodące ... 97
5.2.1 „Tkane wioski tureckie" – zintegrowany (sieciowy) produktu turystyki na obszarach wiejskich ... 97
5.2.2 „Tkacki Park Kulturowy" – obiekt ... 103
5.3 Produkty uzupełniające ... 108
5.3.1 „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej" – szlak kulturowy, produkt zintegrowany (sieciowy) ... 108
5.3.2 „W siodle" – zintegrowany produkt łączący stadniny koni, szlaki konne na terenie powiatu tureckiego oraz gmin ościennych (Goszczanów, Kościelec i Uniejów), produkt zintegrowany ... 110
5.3.3 „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda" – zintegrowany (sieciowy) produkt obejmujący walory, atrakcje (głównie istniejące) oraz obecnie funkcjonujące produkty ... 113
5.4 Produkty dodatkowe: „Muzeum Sera Miasta Turek" - obiekt ... 116
6 Koncepcja polityki cenowej, dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 119
6.1 Rekomendacje dla polityki cenowej produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 119
6.2 Założenia dystrybucji produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 120
7 Promocja obszaru powiatu tureckiego i produktów turystycznych ... 122
7.1 Promocja obszaru powiatu tureckiego ... 122
7.2 Promocja produktów turystycznych ... 125
Część III Część operacyjna: wdrażanie „Strategii marki i produktu turystycznego dla obszaru powiatu tureckiego" ... 127
1 Propozycje projektów o charakterze zintegrowanym z uwzględnieniem zasobów przyrodniczych i kulturowych oraz określeniem źródeł finansowania ... 128
1.1 Założenia do opracowania projektów zintegrowanych ... 128

1.2 Propozycje projektów o charakterze zintegrowanym ... 129

1.2.1 Projekty dla celu strategicznego 1.: Zaistnienie na rynku turystycznym atrakcyjnych, innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 129

1.2.2 Projekty dla celu 2.: Zwiększenie zainteresowania ofertą turystyczną powiatu turystycznego poprzez wypromowanie produktów turystycznych i zbudowanie wizerunku marki obszaru ... 136

1.2.3 Projekty operacyjne dla celu 3.: Zapewnienie skuteczności w dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych powiatu tureckiego dzięki zbudowaniu i wzmocnieniu systemu zarządzania i współpracy sieciowej w turystyce 138

1.2.4 Projekty operacyjne dla celu 4.: Rozwój zagospodarowania turystycznego niezbędnego do wprowadzenia na rynek i skutecznego utrzymania produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 139

2 Wytyczne w zakresie realizacji strategii marketingowej produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego ... 141

2.1 Struktura zarządzania wdrożeniem ... 141

2.2 Harmonogram realizacji ... 141

2.3 Finansowanie strategii ... 142

3 Metody aktywizacji mieszkańców ... 143

4 Wskazanie liderów instytucjonalnych i osobowych dla poszczególnych produktów i grup produktów ... 145

5 Promocja marki powiatu ... 147

Wnioski i rekomendacje ... 150

Spis rysunków i tabel ... 152

Część I
Analiza i diagnoza

1 Inwentaryzacja potencjału turystycznego obszaru powiatu tureckiego

1.1 Wstęp

Na potrzeby niniejszej strategii wykonana została szczegółowa inwentaryzacja potencjału turystycznego gmin wchodzących w skład powiatu tureckiego. Inwentaryzacja ta będzie podstawą do zaproponowania produktów turystycznych dla tego obszaru. Ponieważ jednak strategia jest programem dotyczącym obszaru funkcjonalnego obejmującą powiat jako jednostkę administracyjną, należy dokonać zbiorczego zestawienia kluczowych elementów potencjału turystycznego znajdującego się na terenie poszczególnych gmin. Jest to również uzasadnione tym, że część produktów turystycznych dotyczy powiatu jako całości (np. szlaki piesze, rowerowe, konne, wodne, łączące kilka gmin, imprezy kulturalne i sportowe organizowane przez Starostwo Powiatowe w Turku).

Charakteryzując potencjał turystyczny obszaru tureckiego należy uwzględnić aktualne opracowania odnoszące się do tego tematu. Najważniejszym z nich jest zatwierdzona w grudniu 2014 r. *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*.[1] W komponencie przestrzennym diagnozy, w rozdziale Kultura i turystyka oraz załącznikach 9 i 10 dokonano inwentaryzacji i analizy zabytków znajdujących się na terenie powiatu oraz wyznaczonych szlaków turystycznych. Dodatkowo w załączniku 5 zawarto analizę profili promocyjnych poszczególnych gmin w odniesieniu do promocji turystycznej oraz wskazano imprezy kulturalne i sportowe o znaczeniu regionalnym. Opisano również zbiorniki wodne i obecny stan ich zagospodarowania turystycznego. Podkreślono znaczenie stadniny koni huculskich „Skarbiec" w gminie Kawęczyn i miejsc związanych z Mehofferem w Turku jako atrakcji turystycznych. Autorzy dokumentu odnieśli się również do atrakcji i produktów turystycznych znajdujących się w dwóch sąsiednich powiatach, konińskim (Sanktuarium Matki Bożej Bolesnej Królowej Polski w Licheniu Starym i Wielka Pętla Wielkopolski) i poddębickim (uzdrowisko termalne w Polsce w Uniejowie, Wielki Turniej Rycerski i Jarmark Średniowieczny). W zakresie infrastruktury turystycznej w cytowanym dokumencie przedstawiono jej analizę, w tym w odniesieniu do wskaźników funkcji turystycznej, w porównaniu z następującymi powiatami: kaliskim, konińskim, kolskim, poddębickim i sieradzkim.

Z uwagi na szczegółowość inwentaryzacji zabytków oraz szlaków pieszych i rowerowych znajdujących się na terenie powiatu tureckiego przedstawionych w dokumencie *Zintegrowanej Strategii Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025,* nie ma potrzeby ponownego ich opisu w niniejszym opracowaniu. Tym bardziej, że dokonano tego w inwentaryzacji potencjału turystycznego dla poszczególnych gmin. Analiza i diagnoza zasobów turystycznych powiatu tureckiego wymaga uporządkowania i uzupełnienia w kontekście celu tego dokumentu, jakim jest opracowanie strategii marketingowej produktów turystycznych obszaru. Wspomniane uporządkowanie i uzupełnienie przedstawione jest w poniższym rozdziale.

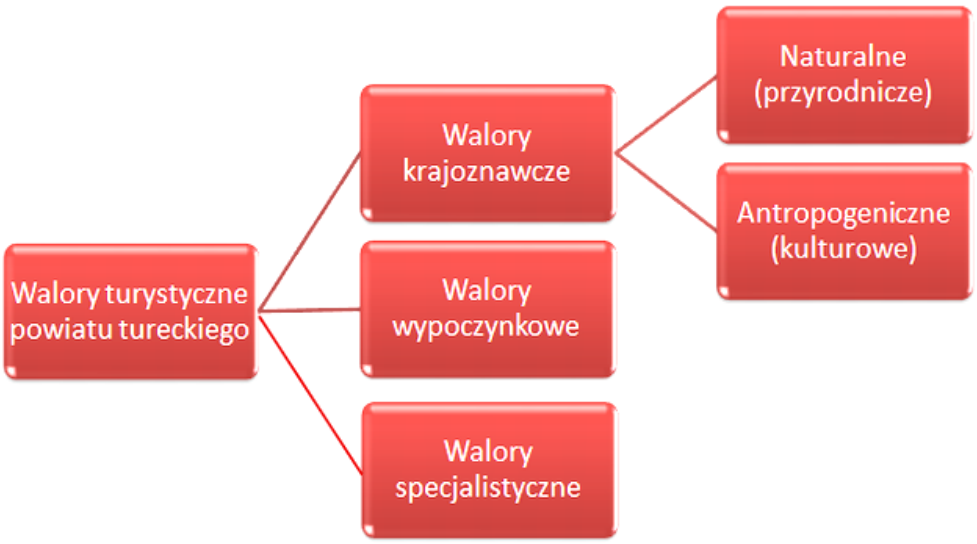
[1] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ecorys na zlecenie Gminy Miejskiej Turek, Warszawa, 2014.

1.2 Położenie i walory turystyczne

Z punktu widzenia rozwoju turystyki i kreowania produktu turystycznego istotne znaczenie ma położenie powiatu tureckiego w przestrzeni geograficznej. Powiat turecki jest najdalej wysuniętym (obok powiatu kolskiego) na wschód obszarem województwa wielkopolskiego. Graniczy z trzema powiatami w województwie wielkopolskim (kaliskim, konińskim i kolskim) oraz dwoma w województwie łódzkim (poddębickim i sieradzkim). Peryferyjne położenie w Wielkopolsce Wschodniej, związki przestrzenne, historyczne i kulturowe z obszarami położonymi w dzisiejszym województwie łódzkim wpływają na atrakcyjność turystyczną i potencjalne kierunki rozwoju turystyki. Przejawia się to m.in. w tym, że jednostki administracyjne powiatu tureckiego i działające na tym terenie organizacje zajmujące się wsparciem rozwoju i promocją turystyki jako naturalnych partnerów upatrują w gminach położonych w województwie łódzkim: Goszczanów (powiat sieradzki) i Uniejów (powiat poddębicki). Z analizy dostępności komunikacyjnej przeprowadzonej w *Planie zrównoważonego rozwoju transportu publicznego w Powiecie Tureckim* wynika, że powiat turecki posiada lepsze połączenia komunikacyjne i krótszy czas dojazdu z kierunku Łodzi, niż z Poznania.[2]

Powiat turecki położony jest w obszarze Niziny Wielkopolskiej, będącej częścią Krainy Wielkich Dolin. Według regionalizacji Kondrackiego obszar powiatu jest częścią Niziny Południowowielkopolskiej i podprowincji Nizin Środkowopolskich[3]. Takie położenie w połączeniu z czynnikiem wpływającym w przeszłości na ukształtowanie terenu, jakim było zlodowacenie środkowopolskie, wpłynęło na rzeźbę terenu, należącą do naturalnych walorów krajoznawczych.

Rysunek 1: Klasyfikacja walorów turystycznych.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., Geografia Turystyki Polski, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1992.

[2] *Plan zrównoważonego rozwoju transportu publicznego w Powiecie Tureckim*, opracowany na zlecenie Powiatu Tureckiego, Warszawa 2013.
[3] Jerzy Aleksander Kondracki *Geografia regionalna Polski,* PWN, Warszawa 2000

1.3 Walory krajoznawcze

Według T. Lijewskiego, B. Mikułowskiego i J. Wyrzykowskiego walory turystyczne to: „(...) specyficzne cechy, elementy środowiska naturalnego oraz przejawy działalności człowieka, które są przedmiotem zainteresowania turysty”.[4] Z. Kuczek za atrakcję turystyczną uważa walor turystyczny wzbogacony o jego promocję.[5]

Do walorów krajoznawczych można zaliczyć zarówno charakterystyczne zespoły krajobrazowe i osobliwości przyrody (walory naturalne lub walory środowiska przyrodniczego), jak również zabytki architektury i budownictwa, kultury materialnej (walory antropogeniczne stanowiące walory dóbr kultury), folklor, obrzędy, tradycje, relikty ludowej kultury materialnej (walory antropogeniczne stanowiące walory tradycyjnej kultury ludowej), charakterystyczne obiekty – przejawy współczesnej gospodarki i techniki (walory antropogeniczne stanowiące walory współczesnych osiągnięć człowieka).[6] Te ostatnie są szczególnie widoczne na terenie powiatu tureckiego i są rezultatem działalności związanej z górnictwem węgla brunatnego, które wpłynęło zarówno na ukształtowanie tereny, jak również sieć hydrograficzną tego obszaru. Ocena walorów krajoznawczych została przedstawiona w rozdziałach 2 (walory związane z kulturą) oraz 3 (walory naturalne).

1.3.1. Walory naturalne

Ukształtowanie i rzeźba terenu:

- rzeźba terenu charakterystyczna dla staroglacjalnych, związanych ze zlodowaceniem środkowopolskim: formy akumulacji glacjalnej i szczelinowej, typowe dla wysoczyzn morenowych, płaskich i urozmaiconych jedynie skupiskami wydm rozciętych dolinami rzek,
- dość urozmaicona rzeźba terenu, pomimo niezbyt dużych deniwelacji (różnica ok. 100 m wysokości względnej pomiędzy dnem doliny Warty we wsi Tury – 86,5 m n.p.m., a najwyższym punktem Wału Malanowskiego, kulminacją Wysoczyzny Tureckiej, we wsi Czachulec – 193 m n.p.m.),
- Wysoczyzna Turecka znajduje się w zachodniej części powiatu (gminy: Władysławów, Tuliszków, Malanów, Kawęczyn, miasto Turek, zachodnie tereny gmin Przykona i Brudzew oraz gminy Turek, za wyjątkiem północnego jej fragmentu),
- w skład Wysoczyzny Tureckiej wchodzą następujące grupy wzgórz:
    - Pagórki Złotogórskie (191 m n.p.m., gminy Władysławów i Tuliszków),
    - Góry Szadowskie, 173,8 m n.p.m., (gminy Turek, Tuliszków, Władysławów, obrzeża Turku),
    - Wzgórza Władysławowskie (164,8 m n.p.m., gmina Władysławów),
    - Wzgórza Dąbrowickie (170,9 m n.p.m., gminy Władysławów i Brudzew),
    - Wał Malanowski (193 m n.p.m., ostaniec kadłubowy w gminach Malanów, Kawęczyn, Tuliszków, Turek),

[4] Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., Geografia Turystyki Polski, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1992.
[5] Kruczek Z., Sacha S., *Geografia atrakcji turystycznych*, OSTOJA, Kraków, 1995.
[6] O. Rogalewski, *Podstawy gospodarki przestrzennej w turystyce*, „Ruch Turystyczny – Monografie”, z. 13, SGPiS, Warszawa, 1972; T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski, Geografia turystyki Polski, wyd. 5, PWE, Warszawa 2008.

- w południowo-wschodnie części powiatu znajduje się Równina Turecko-Lisowska (ok. 150 m n.p.m., miasto Turek, gminy Turek, Kawęczyn),
- wschodnią część powiatu tureckiego zajmuje dolina rzeki Warty (gminy Dobra, Przykona, Brudzew),
- kotliny i doliny rzeczne:
    - Kotlina Malanowska (gminy Malanów i Tuliszków),
    - Kotlina Sieradzka (gmina Dobra),
    - Kotlina Kolska w Dolinie Warty (gminy Dobra, Turek, Brudzew),
    - dolina Powy (gmina Tuliszków),
    - dolina Topca (gminy Władysławów, Tuliszków),
    - doliny Pokrzywki i Pokrzywnicy (gminy Turek i Tuliszków),
    - dolina Teleszyny (gminy Kawęczyn, Przykona i Dobra).

Punkty widokowe:

- Stefanów (136 m n.p.m., gmina Dobra),
- Stawki (155 m n.p.m., gmina Dobra),
- Uroczysko Cisew (154 m n.p.m., gmina Turek),
- Góra Andrzejewska (161 m n.p.m., gmina Kawęczyn),
- kulminacja Wysoczyzny Tureckiej, we wsi Czachulec (193 m n.p.m., gmina Malanów),
- Żdżenice (176 m n.p.m., gmina Malanów),
- Góra Bartkowa (160 m n.p.m., gmina Malanów),
- Hałda Bogdałów (157 m n.p.m., gmina Turek),
- Osadnik Gajówka (115 m n.p.m., gmina Przykona),
- Grabieniec (152 m n.p.m., gmina Turek),
- Turkowice (150 m n.p.m., gmina Turek),
- Niemiecka Górka (149 m n.p.m., Felicjanów, gmina Władysławów).

Wody powierzchniowe:

- główną rzeką powiatu Tureckiego jest Warta, stanowiąca jego wschodnią granicę, a zarazem granicę województwa wielkopolskiego na tym obszarze,
- najważniejszymi dopływami Warty (dopływy lewobrzeżne) są: Teleszyna, Kiełbaska, Topiec i Powa,
- Zbiornik Jeziorsko – zbiornik retencyjny na Warcie, którego północno-zachodnia część leży na terenie powiatu tureckiego (gmina Dobra),
- Zbiornik Żeronice, gromadzi wody na potrzeby Elektrowni „Adamów” (gmina Dobra),
- Zbiornik Przykona – sztuczny akwen utworzony w rezultacie rekultywacji terenów pokopalnianych, powstałych po eksploatacji węgla brunatnego (gmina Przykona),
- Zbiornik Janiszew – jak wyżej (gmina Brudzew),
- Zbiornik Bogdałów– jak wyżej (gmina Brudzew),
- Zbiornik Władysławów (w budowie) – jak wyżej (gmina Władysławów),
- osadnik Gajówka (składowisko popiołów Elektrowni „Adamów”, tzw. „Turkusowe Jezioro”),
- stawy rybne (koło Smaszewa Wymysłowa w gminie Tuliszków, w rejonie miejscowości Wyszyna, Tarnowski Młyn, Piorunów w gminie Władysławów).

Szata roślinna:

- na terenie Nadleśnictwa Turek zainwentaryzowano 30 gatunków roślin znajdujących się pod ścisłą i 17 częściową ochroną,
- do obszarów przyrodniczo cennych należą: śródleśne bagna, oczka wodne, naturalne i półnaturalne łąki, torfowiska, źródliska, polany leśne, wrzosowiska, wydmy, starorzecza, fragmenty marginalnych siedlisk leśnych, oraz fragmenty dobrze wykształconych siedlisk leśnych z bogatą florą i fauną, są to w większości pozostałości i fragmenty naturalnych ekosystemów szczególnie cenne dla silnie przekształconego środowiska naturalnego,
- spośród nieleśnych siedlisk przyrodniczych w Nadleśnictwie Turek najliczniej reprezentowane są:[7]
    - niżowe i górskie łąki użytkowane ekstensywnie (45 wydzieleń),
    - suche wrzosowiska (13 wydzieleń),
    - wydmy śródlądowe z murawami napiaskowymi (12 wydzieleń),
    - torfowiska przejściowe i trzęsawiska (4 wydzielenia),
    - starorzecza i naturalne eutroficzne zbiorniki wodne (4 wydzielenia),
- na południowych stokach Pagórków Złotogórskich zachowały się relikty dąbrów świetlistych, w których runie występują: bodziszek czerwony, dzwonek brzoskwiniolistny, goździk piaskowy,
- na terenie gminy Dobra znajdują się 3 zespoły przyrodniczo – krajobrazowe (fragmenty krajobrazu naturalnego i kulturowego zasługujące na ochronę ze względu na ich walory widokowe i estetyczne):[8]
    - w sąsiedztwie zbiornika Jeziorsko na terenie Młynów Strachockich (drzewa i krzewy, roślinność gleb piaszczystych i strefy brzegowej),
    - kompleksy roślinności położone w lasach w miejscowości Stawki,
    - kompleks łąk na Ostrówku (torfowiska, stanowiska ptaków drapieżnych, sów i innych)
- parki pałacowe i dworskie, wpisane do rejestru zabytków:
    - park dworski przy ul. Konińskiej w Turku, którego najstarsze drzewa pochodzą z lat 60-tych XIX w., droga spacerowa jest obsadzona grabami,
    - park przy już nieistniejącym dworze w Korytowie, obecnie zaniedbany i porośnięty samosiewami, w którym zachował się liczny starodrzew (miasto Turek),
    - XIX wieczny park przy zespole dworskim w Brudzewie (gmina Brudzew),
    - XIX wieczny park przy zespole pałacowym w Brudzyniu (gmina Brudzew),
    - park przy zespole dworze w Kolnicy (gmina Brudzew),
    - park przy zespole dworskim w Dobrej (gmina Dobra),
    - park krajobrazowy przy dworze w Chocimiu (gmina Kawęczyn),
    - park przy zespole dworko-parkowym w Kawęczynie (gmina Kawęczyn),
    - park przy zespole dworko-folwarcznym w Grzymiszewie (gmina Tuliszków),
    - park przy zespole dworsko-parkowym w Smaszewie (gmina Tuliszków),
    - park przy zespole dworskim w Tuliszkowie (gmina Tuliszków),
    - park z XIX w. w Żeroniczkach (gmina Turek),

[7] *Referat Nadleśniczego Nadleśnictwa Turek, Komisja Założeń Planu Urządzenia Lasu dla Nadleśnictwa Turek na lata 2014-2023, Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych w Poznaniu, Turek, 2011.*

[8] *Strategia rozwoju Gminy i Miasta Dobra na lata 2014-2020, dokument opracowany na zlecenie Gminy Dobra przez Łódzką Agen*cję Rozwoju Regionalnego S. A., Łódź, 2014.

- park przy zespole dworskim w Chylinie (gmina Władysławów).

Charakterystyczna fauna:

- świat zwierzęcy jest typowy dla nizinnych obszarów kraju,
- w lasach żyją dziki, jelenie i sarny, wśród których wykształcił się w ostatnich latach ekotyp sarny polnej, z drapieżników występują m.in. lisy, borsuki i kuny,
- spośród innych ssaków najczęściej spotykane to: zając, dziki królik, jeż, ryjówka, kret, nietoperz, także łoś, bóbr, orzeł bielik,
- na polach spotkać można bażanty i kuropatwy, które podobnie jak wcześniej wymienione: sarny, zające i lisy, potrzebują do bytowania pól uprawnych, najlepiej z małymi kępami lasów i zadrzewień,
- szczególnie dogodne warunki dla żerowania i gniazdowania ptaków wodno-błotnych i drapieżnych stwarzają urozmaicone ekosystemy łąkowo-leśne i wodne doliny Warty, gdzie gniazduje wiele gatunków siewek i rybitw, a najcenniejszych należą: cyranka, płaskonos, czernica, czajka, brodziec krwawodzioby, brodziec piskliwy, rycyk, kszyk oraz błotniak stawowy, bocian czarny, błotniak stawowy, kobuz, sowa uszata, lelek kozoduj, dudek, zimorodek, wilga, raniuszek,
- obszarem specjalnej ochrony ptaków (OSO) w ekologicznej sieci Natura 2000 jest Dolina Środkowej Warty (PLB 300002) – ostoja rangi europejskiej,
- znaczenie europejskie ma Zbiornik Jeziorsko - obszar ważny dla ptaków w okresie gniazdowania i migracji (położonym tuż za granicą gminy Przykona) a regionalne - Zbiornik Przykona,
- budowa Zbiornika Jeziorsko stworzyła dogodne warunki dla żerowania i gniazdowania ptaków wodno – błotnych oraz drapieżnych. Najliczniejsze są: mewy śmieszki, rybitwy, kaczki krzyżówki, płaskonosy, cyranki, czernice, łyski, perkozy, czajki, rycyki, kormorany i czaple,
- w gminie Dobra występuje stanowisko lęgowe żurawia w dolinie Teleszyny, ostoja ropuchy szarej w okolicy Chrapczewa i wiosenna ostoja żaby moczarowej w rejonie wsi Linne,
- 6 stref ochronnych bociana czarnego (gminy: Brudzew, Dobra, Przykona, Turek, Kawęczyn, Tuliszków),
- 2 strefy ochronne orła bielika (gmina Tuliszków),
- Warta jest głównym korytarzem ekologicznym wydry,
- gatunki chronione reprezentują ponadto trzy gatunki gadów: jaszczurka zwinka, padalec i zaskroniec.

Obszary leśne:[9]

- lasy zarządzane przez Nadleśnictwo Turek charakteryzuje duże rozdrobnienie kompleksów leśnych (267 szt.),
- lesistość obszaru administrowanego przez nadleśnictwo wynosi ok. 23,4%,
- znaczna część lasów to lasy ochronne -74%,
- większość terenu zajmują bory sosnowe i lasy mieszane,
- bór świeży zajmuje ok. 37% powierzchni lasów i jest typem dominującym, zaś bór mieszany świeży zajmuje 32% powierzchni lasów,

[9] www.turek.poznan.lasy.gov.pl

- na terenie Nadleśnictwa Turek występuje łącznie 459 leśnych siedlisk przyrodniczych, w tym:[10]
    - 149 łęgów olszowych, olszowo-jesionowych i jesionowych,
    - 129 borów chrobotkowych,
    - 106 grądów środkowoeuropejskich,
    - 30 śródlądowych dąbrów kwaśnych,
    - 22 Łęgi dębowo-wiązowo-jesionowe,
    - 20 dąbrów świetlistych,
    - 2 grądy środkowoeuropejskie połęgowe,
    - 1 brzezina bagienna.

Obszary chronione:

- obszary prawnie chronione zajmowały w 2012 r. 34,4% powierzchni powiatu,[11]
- na obszarze powiatu tureckiego, a także w jego najbliższym sąsiedztwie nie występują parki narodowe ani krajobrazowe,
- cały obszar powiatu tureckiego leży w granicach Nadleśnictwa Turek,
- wyodrębniono 2 obszary chronionego krajobrazu:
    - Złotogórski Obszar Chronionego Krajobrazu, położony na terenie gmin: Brudzew, Turek, Tuliszków i Władysławów,
    - Uniejowski Obszar Chronionego Krajobrazu, położony na terenie gmin Dobra, Kawęczyn oraz Przykona,
- w powiecie tureckim znajdują również dwa obszary Natura 2000 – obszary ptasie:
    - Dolina środkowej Warty, położony na terenie gmin: Brudzew, Dobra i Przykona,
    - Zbiornik Jeziorsko, położony na terenie gminy Dobra.

Pomniki przyrody:

- na terenie powiatu tureckiego znajdują się łącznie 43 pomniki przyrody, w tym:
    - 1 w gminie Brudzew (zabytkowy park w Brudzewie - platan klonolistny),
    - 3 w gminie Dobra (Skęczniewo - dąb szypułkowy, zabytkowy park w Dobrej - aleja kasztanowcowa, Leśnictwo Tokary - bluszcz pospolity),
    - 5 w gminie Kawęczyn (Kawęczyn - aleja grabowo-lipowa o długości ok. 200 m w parku dworskim, Chocim - dąb szypułkowy na polanie koło parku, Chocim - granitowy głaz narzutowy na terenie parku dworskiego, Żdżary - wiąz polny, Leśnictwo Tokary - bluszcz pospolity),
    - 2 w gminie Malanów (Kotwasice - dąb szypułkowy, Celestyny - sosna zwyczajna),
    - 1 w gminie Przykona (wawrzynek wilcze łyko),
    - 22 w gminie Tuliszków (Grzymiszew: cyprysik błotny, klon srebrzysty, 3 dęby na uroczysku, dęby kolumnowe, lipy, sosny, platan, jałowiec, klony, jawory, wiązy, świerki, buki, wierzby, jesion zwisły, sosna czarna i tulipanowiec znajdujące się w parku, Piętno: dąb szypułkowy, jesion wyniosły, Tuliszków: dąb w rynku, kasztanowiec w parku, jesion zwisły, świerki, klony, brzozy, Wielopole: dąb,

[10] *Referat Nadleśniczego Nadleśnictwa Turek, Komisja Założeń Planu Urządzenia Lasu dla Nadleśnictwa Turek na lata 2014-2023,* Ibidem.

[11] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

Smaszew: w parku: klony, lipy, jawory, jesiony, sosna wejmutka, jedlica, zielona, dąb szypułkowy, świerk srebrzysty i pospolity, Dryja i Tarnowa: głazy narzutowe),
    - 2 w Turku (głaz narzutowy z czerwonego granitu przy ul. Gorzelnianej i lipa drobnolistna przy ul. Szkolnej),
    - 5 w gminie Turek (Cisew – sasanka łąkowa, Cisew – podkolan biały, Wrzące – głaz narzutowy, Korytów – lipa drobnolistna, Słodków – brzoza brodawkowata w parku zabytkowym),
    - 2 w gminie Władysławów (Chylin – dąb szypułkowy, Małoszyn – grusza pospolita),
- szczególnie cennym pomnikiem przyrody jest dąb szypułkowy w Kotwasicach.

1.3.2. Walory antropogeniczne

Według danych Krajowego Ośrodka Badań i Dokumentacji Zabytków, na terenie powiatu tureckiego znajduje się 107 obiektów i zespołów zabytkowych, w tym 51 na terenie samego miasta Turku. Poza tym najwięcej wpisanych zabytków i ich zespołów posiada gmina Władysławów (13), zaś najmniej gmina Przykona (zaledwie 3). Przeważają obiekty sztuki sakralnej – kościoły, cmentarze – oraz zespoły dworskie. W samym Turku aż 43 pozycje stanowią tzw. domy tkaczy z XIX wieku.

Zabytki architektury i budownictwa świeckie (wpisane do rejestru zabytków):

- domy przy ul. Kaliskiej z lat 1825-40 (domy tkaczy), nr 26, 34, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 51, 53, 59, 61 (miasto Turek),
- domy, ul. Żeromskiego z lat 1825-40 (domy tkaczy), nr 5,9,10, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 20 ,22, 23, 24, 25, 27, 28, 30, 31, 33, 35, 36, 38, 39, 40, 42, 44, 46,
- zespół dworski, ul. Konińska, dwór, mur., 2 połowy XIX, odbudowany w latach 1953-1956 (miasto Turek),
- zespół dworski, ul. Goleszczyzna w Brudzewie, obejmujący: dwór, 1900-1945, park, (2 połowa XIX w.), spichlerz, XIX w. (gmina Brudzew),
- zespół pałacowy w Brudzyniu, obejmujący: pałac, XIX-XX w., park, poł. XIX. (gmina Brudzew),
- wozownia, 1912 w Kolnicy (gmina Brudzew),
- zespół dworski, poł. XIX w Smolinie (gmina Brudzew),
- zespół dworski, 2 poł. XIX., nr rej.: 303/45 z 14.05.1984: dwór, 1874, park, budynki gospodarcze, 1 poł. XX. w Dobrej (gmina Dobra),
- dwór, poł. XIX. w Mikulicach (gmina Dobra),
- zespół dworki, założony na pocz. XIX w., przebudowany w 1910 r. na dwór murowany z cegły, położony na terenie blisko 6 ha parku krajobrazowego w Chocimiu (gmina Kawęczyn),
- zespół dworsko-parkowy, założony w 2 poł. XIX w., dwór zbudowany w zachodniej części rozległego, blisko 6-hektarowego parku krajobrazowego w Gozdowie – Żdżarach (gmina Kawęczyn),
- zespół dworsko-parkowy, założony ok. poł. XIX w., na miejscu drewnianego dworu wybudowano nowy, murowany dwór ok. 1920 r. w zachodniej części niewielkiego dziś założenia parkowego (1,65 ha) w Kawęczynie (gmina Kawęczyn),
- zajazd (nr 46), poł. XIX. w Malanowie (gmina Malanów),
- zespół dworsko-folwarczny w Grzymiszewie, do którego należy: rządcówka, mur., k. XIX w., oficyna, mur., k. XIX w., dom, ul. Parkowa 1, mur., 1 ćw. XX w., stajnia, mur., k. XIX w.,

gorzelnia, mur., k. XIX w., ogrodzenie z bramą, mur., 1 ćw. XX w., park krajobrazowy, 1 poł. XIX w., uzupełniony i częściowo przekształcony 1920 – 1930 (gmina Tuliszków),

- zespół dworsko-parkowy w Smaszewie, do którego należą: dwór, mur., 2 poł. XIX w., park krajobrazowy, 2 poł. XIX w. (gmina Tuliszków),
- zespół dworski w Tuliszkowie, do którego należą: dwór, mur., ok. 1830 r., spichlerz, mur., ok. 1830 r., park krajobrazowy, 1 poł. XIX w. (gmina Tuliszków),
- zespół dworsko-parkowy w Słodkowie, w którego skład wchodzi klasycystyczny dwór murowany, kryty papą, pochodzący z 1860r., oraz park krajobrazowy z II poł. XIX w. (gmina Turek),
- zespół karczmy w Szadowie Pańskim, znajdujący się w ruinie, w którego skład wchodzi karczma z 2 ćw. XIX i wozownia mur., z 2 ćw. XIX w. (gmina Turek),
- zespół dworski: dwór, 1912, nr rej.: 464/206 z 7.12.1991, spichrz, poł. XIX, nr rej.: j.w., park, XIX-XX. w Chylinie (gmina Władysławów),
- dom, ul. Kaliska 10, pocz. XIX. w Władysławowie (gmina Władysławów),
- pozostałości zespołu zamkowego, pocz. XVI w. w Wyszynie, obejmujący ruinę zamku (dom mieszkalny i wieże) oraz fosy i obwarowania (gmina Władysławów).

Zabytki architektury i budownictwa sakralne (wpisane do rejestru zabytków):

- kościół par. p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa, pl. Sienkiewicza, 1904-1913 (miasto Turek),
- kościół ewangelicki, ul. 3 Maja, 1849-1852 (miasto Turek),
- plebania przy kościele ewangelickim, 1 poł. XIX. (miasto Turek),
- kościół par. pw. św. Mikołaja, 1435 - 1730 w Brudzewie (gmina Brudzew),
- plebania, przy kościele pw. św. Mikołaja, pocz. XIX. (gmina Brudzew),
- kościół pw. Świętego Ducha w Brudzewie, ob. kaplica, 1680 (gmina Brudzew),
- kościół par. pw. Przemienienia Pańskiego i św. Walentego, 1845, 1927-30 w Galewie (gmina Brudzew),
- kościół par. p.w. Narodzenia NMP, Plac Wojska Polskiego 19 w Dobrej, 1808, 1906-12 (gmina Dobra),
- kościół par. p.w. św. Mikołaja, 1880-82, nr rej.: 305/47 z 14.05.1984 i plebania w Miłkowicach (gmina Dobra),
- kościół par. p.w. Świętej Trójcy, 1825 r. w Skęczniewie (gmina Dobra),
- zespół kościoła par. p.w. Siedmiu Boleści NMP, kościół wzniesiony w latach 1847-1853 w stylu późnoklasycystycznym z fundacji Antoniego Czarneckiego z Brzostkowa. Plebania z poł. XIX w. w Kowalach Pańskich (gmina Kawęczyn),
- kościół par. p.w. św. Andrzeja, wzniesiony w latach 1858 -1862 z fundacji Kazimiery z Miłkowskich Sulimierskiej z Gozdowa (styl eklektyczny) w Tokarach (gmina Kawęczyn),
- kościół par. p.w. śś. Stanisława i Mikołaja, drewn., 1870-74 w Malanowie (gmina Malanów),
- dzwonnica z 1716 r., drewniana przy kościele par. p.w. śś. Stanisława i Mikołaja w Malanowie (gmina Malanów),
- zespół kościoła par. p.w. śś. Apostołów Piotra i Pawła w Boleszczynie - kościół, mur., 1818-1821, przebud. 1899 (gmina Przykona),
- zespół kościoła par. p. w. Nawiedzenia NMP w Psarach - kościół, mur., 1911-1912 (gmina Przykona),

- zespół kościoła par. p.w. św. Wita w Tuliszkowie, do którego należy: kościół, mur., 1450 r., przebudowany w 1780 r., rozbudowany w latach 1874-1877 (przęsło i dwie kaplice), wieża 1884-1877, plebania, mur., ok. 1816 r. (gmina Tuliszków),
- kościół par. p.w. św. Michała Archanioła, XV w. i plebania, 1836, 1856 w Russocicach (gmina Władysławów),
- kościół ewangelicki, 1 poł. XIX w. w Władysławowie (gmina Władysławów),
- zespół kościoła w Wyszynie, obejmujący kościół drew. p.w. Narodzenia MB, drew., XVIII w., dzwonnicę z 1782 i plebanię z XIX/XX w. (gmina Władysławów).

Zabytkowe cmentarze (wpisane do rejestru zabytków):

- cmentarz ewangelicko-augsburski, 1850 (miasto Turek),
- cmentarz żydowski, po 1832 (miasto Turek),
- cmentarz katolicki, 1 poł. XIX w. w Grzymiszewie (gmina Tuliszków),
- cmentarz choleryczny, os. Zdrojki Lewe, XIX (miasto Turek),
- cmentarz katolicki, 1 poł. XIX w., czynny w Tuliszkowie (gmina Tuliszków),
- cmentarz ewangelicki (nieczynny), k. XVIII w. w Felicjanowie (gmina Władysławów),
- cmentarz rzym.-par., XVIII/XIX w. w Russocicach (gmina Władysławów),
- cmentarz żydowski, pocz. XIX. w Russocicach (gmina Władysławów).

Fortyfikacje średniowieczne i nowożytne (wpisane do rejestru zabytków):

- fortyfikacje ziemne, XVII w Brudzewie (gmina Brudzew).

Zabytki techniki (wpisane do rejestru zabytków):

- wiatrak koźlak z poł. XIX w. w Marcjanowie (gmina Kawęczyn),
- wiatrak koźlak, 1793 r. w Miłaczewku (gmina Malanów),
- wiatrak koźlak, XVIII/XIX w Żdżenicach (gmina Malanów).

Zabytki archeologiczne (wpisane do rejestru zabytków):

- gródek stożkowaty, XIV w., Trzymsze (gmina Przykona).

Zabytkowe układy urbanistyczne (wpisane do rejestru zabytków):

- zabytkowy układ urbanistyczny w Turku (miasto Turek),
- układ urbanistyczny, 1727 r. w Władysławowie (gmina Władysławów).

Zabytki ruchome (wpisane do rejestru zabytków):

- Kościół Parafialny p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa - wystrój wnętrza kościoła, które zostało wykonane przez znamienitego polskiego artystę Józefa Mehoffera w latach 1933–1939, obejmujące polichromię oraz część witraży. Prezbiterium ozdabiają cztery freski: Chrystusa Dobrego, Chrystusa Oblubieńca, Chrystusa Pielgrzyma i Chrystusa Ogrodnika - 65 obiektów (miasto Turek),
- wyposażenie kościoła ewangelickiego – 22 obiekty (miasto Turek),
- zegar na wieży ratusza wykonany w I. 70 XIX. (miasto Turek),
- 36 obiektów stanowiących wyposażenie kościoła par. p.w. św. Mikołaja w Brudzewie, m.in.: neobarokowy ołtarz główny, barokowe ołtarze boczne z 2 poł. XVIII w., neobarokowy

prospekt organowy, krucyfiksy, stacje Męki Pańskiej, XIX-wieczne obrazy, barokowe naczynia liturgiczne, gotycka kropielnica (gmina Brudzew),

- w zabytkowej kaplicy p.w. św. Ducha w Brudzewie znajduje się zespół obiektów ruchomych nie wpisanych do rejestru zabytków, do najcenniejszych należą: barokowy ołtarz główny, ambona z obrazami, rzeźby, chrzcielnica, większość obiektów wyposażenia gotyckiego kościoła pochodzi z XVIII i XIX w. (gmina Brudzew),[12]
- kościoła p.w. św. Mikołaja w Miłkowicach, jest to 19 obiektów, większość pochodzi z lat 80-tych XIX wieku, są to: ołtarz główny, ołtarze boczne, ambona, paramenta i naczynia liturgiczne, feretrony i świeczniki wiszące, obrazy sztalugowe L. Biedrońskiego, H. Blezera, J. Fałata, późnobarokowy obraz Św. Antoni Padewski, monstrancja, późnoklasycystyczna polichromia z XIX/XX w. (gmina Dobra),
- kościoła p.w. św. Trójcy w Skęczniewie, na zbiór składa się 33 elementów, większość pochodzi z XVIII wieku, są to: ołtarz główny z fragmentami rzeźbiarskimi z XVII wieku, dwa ołtarze boczne z barokowymi rzeźbami, ambona, prospekt organowy z XVIII w., paramenta i naczynia liturgiczne z XIX w., barokowy portret trumienny, tarcza herbowa, barokowy obraz z predelli „Spotkanie przy złotej bramie" z XVII w. (gmina Dobra),
- zespół stanowiący wyposażenie drewnianego kościoła, wcześniej parafialnego, p.w. św. Stanisława Biskupa Męczennika i św. Mikołaja Biskupa, wyposażenie kościoła w większości stanowią obiekty barokowe, są to trzy ołtarze z XVIII w., ambona, ławki, uzupełnieniem wyposażenia są obiekty pochodzące z XIX wieku.[13]
- zespół 58 obiektów stanowiących wyposażenie i wystrój kościoła parafialnego p.w. św. Wita w Tuliszkowie, które pochodzą głównie z XVIII i XIX w. (barokowy ołtarz główny, klasycystyczne ołtarze boczne, barokowe ołtarze w kaplicach bocznych), wystrój kościoła tworzy neobarokowa dekoracja stiukowa, w północną ścianę nawy kościoła zostało wmurowane kamienne epitafium z 1597 r. poświęcone Mikołajowi Zarembie i Janowi Krotoskiemu (gmina Tuliszków),[14]
- wnętrze w Wyszynie (gmina Władysławów),z rzeźbami na stropie, wsparte na ośmiu kolumnach, posiada wystrój rokokowy z II poł. XVIII w., gotycka kamienna chrzcielnica z pięknym ornamentem geometrycznym, pochodzi z XV w., na uwagę zasługuje Obraz Bogarodzicy Czuwającej nad Dzieciątkiem z XVII wieku oraz portrety trumienne Rafała i Ludwiki Gurowskich z końca XVIII w., mieszczące się w zakrystii.

Parki pałacowe, dworskie, willowe, opisane przy zabytkach architektury i budownictwa świeckich:

- 2 parki dworskie (miasto Turek),
- 2 parki dworskie (gmina Brudzew),
- 1 park przy pałacu (gmina Brudzew),
- 1 park dworski (gmina Dobra),
- 1 park krajobrazowy w zespole dworsko-parkowym (gmina Kawęczyn),
- 2 parki dworskie (gmina Kawęczyn),
- 3 parki krajobrazowe w zespołach dworsko-folwarcznych (gmina Tuliszków),
- 1 park dworski (gmina Turek).

[12] *Gminny Program Opieki nad Zabytkami Gminy Brudzew na lata 2008-2011*, Urząd Gminy w Brudzewie, Brudzew 2008.
[13] www.poznan.uw.gov.pl/system/files/dzienniki/dziennik_nr_103-2010_pozycja_1946.pdf
[14] *Programu opieki nad zabytkami gminy i miasta Tuliszków na lata 2008-2011*, Tuliszków, 2009.

Muzea, galerie i zbiory sztuki:

Na terenie powiatu tureckiego jedynym muzeum jest to znajdujące się w Turku.

- Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera (do marca 2013 r. Muzeum Rzemiosła Tkackiego) w budynku dawnego ratusza,
- wystawa stała w Muzeum Miasta Turku: „Turkowskie dzieło Józefa Mehoffera" prezentująca szkice i projekty witraży oraz polichromii, które można zobaczyć w kościele pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa w Turku,
- wystawa stała archeologiczna: „cmentarzysko łużyckie", prezentująca odkrycia archeologiczne dokonane we wsi Gąsin koło Turku,
- wystawa stała archeologiczna: „zwierzęta czwartorzędu", prezentująca znaleziska, na które natrafiono podczas prac eksploatacyjnych na terenie Kopalni Węgla Brunatnego „Adamów",
- wystawa stała: „Domy Tkaczy", prezentująca wyposażenie izb tkackich, jakie znajdowały się w domach tkaczy w Turku oraz tradycje tkackie tego obszaru,
- wystawa stała: ekspozycja etnograficzna, która oprócz umeblowania tkackiego domu i narzędzi tkackich (wystawa „Domy Tkaczy"), obejmuje również prezentację wyposażenia warsztatów trzech ginących zawodów: szewca, krawca i czapnika.

Inne walory i atrakcje antropogeniczne:

- popiersie premiera Felicjana Sławoja Składkowskiego (miasto Turek),
- popiersie Tadeusza Kościuszki (miasto Turek),
- popiersie Marszałka Józefa Piłsudskiego (miasto Turek),
- pomnik Józefa Mehoffera, w formie ławeczki (miasto Turek),
- pomnik Orła Białego (miasto Turek),
- ściana martyrologii narodu polskiego na ścianie kościoła (miasto Turek),
- pomnik ofiar II wojny światowej (miasto Turek),
- pomnik Jana Pawła II (miasto Turek),
- tablica Księdza Jerzego Popiełuszki (miasto Turek),
- zabytkowy układ urbanistyczny w Brudzewie (gmina Brudzew),
- zabytkowy układ urbanistyczny w Dobrej (gmina Dobra),
- getto wiejskie Czachulec i Kirkut (gmina Kawęczyn),
- w miejscowości Feliksów znajdują się słupy milowe przy trasie Malanów-Kalisz, pochodzące z przełomu XIX i XX w. (gmina Malanów),
- tablica pamięci żydowskiej na budynku kina TUR (miasto Turek),
- zabytkowy układ urbanistyczny w Tuliszkowie (gmina Tuliszków),
- stawy rybne w Smaszewie (gmina Tuliszków),
- stawy Grzymiszewskie w Wielopolu (gmina Tuliszków),
- pomnik Tadeusza Kościuszki w Tuliszkowie (gmina Tuliszków),
- mogiła żołnierzy Wermachtu w Dabrowej z 1945 r. (gmina Turek),
- mogiła i pomnik zamordowanych żołnierzy Armii Krajowej z 1946 r. (gmina Turek),
- osadnik wód brunatnych w Kalinowej, będący rezultatem eksploatacji węgla brunatnego przez KWB „Adamów" (odkrywka Koźmin), o powierzchni 8 ha, stanowi miejsce do wędkowania (gmina Turek).

Walory tradycyjnej kultury ludowej:

- tradycje tkackie (miasto Turek i gmina Władysławów),
- Straż Grobu Pańskiego (gmina Dobra),
- Procesja Emaus (gmina Dobra),
- rękodzielnictwo i rzemiosło,[15]
- tradycje kulinarne, odkrywane przez Lokalną Grupę Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.,
- zespoły folklorystyczne, w tym Zespół „Tradycja" z Malanowa.

1.4 Walory wypoczynkowe

Walory wypoczynkowe można sklasyfikować w podziale na: niezbędne oraz korzystne. Czynnikami niezbędnymi są: czyste powietrze, cisza, niski stopień urbanizacji, sprzyjające warunki klimatyczne.[16] W powiecie tureckim niewątpliwie obszary wiejskie i objęte formami ochrony krajobrazu charakteryzują się zadowalającym poziomem czystości powietrza i ciszą oraz niskim stopniem urbanizacji. Ten ostatni czynnik jest słabą stroną miasta Turek, gminy Przykona oraz części gminy Brudzew i Władysławów, co jest związane z prowadzoną działalnością w zakresie wydobycia węgla brunatnego (kominy elektrowni, wyrobiska, zwałowiska, hałdy, osadniki popiołów). Pomimo tego czynnika również na terenie tych gmin można odnotować dobrą czystość powietrza, co jest związane ze sprzyjającymi warunkami klimatycznymi (przeważające wiatry zachodnie).

Czynniki korzystne to: szczególne walory widokowe krajobrazu, warunki do uprawiania czynnego wypoczynku (walory do uprawiania wędrówek pieszych, rowerowych, wodnych, oraz przydatność wód do kąpieli i sportów wodnych w sezonie letnim oraz przydatność terenów do sportów zimowych i wędrówek narciarskich w sezonie zimowym), sprzyjające warunki bioklimatyczne, a także walory lecznicze (wody lecznicze, peloidy, gazy lecznicze).[17] Na terenie powiatu tureckiego ze względu na niewielkie deniwelacje w ukształtowaniu terenu nie istnieją szczególne walory widokowe krajobrazu, jeśli porównamy je np. z terenami górskimi i podgórskimi. Jakkolwiek, na wzgórzach otaczających miasto Turek znajdują się punkty widokowe (wymienione w walorach naturalnych), z których widać bardzo dobrze panoramę miasta. Należy jednak dodać, że na tym terenie nie ma wież widokowych (oprócz należących do Lasów Państwowych), z których można oglądać okolicę.
W powiecie tureckim nie występują również walory lecznicze (nie jest prowadzona eksploatacja wód termalnych, jak to ma miejsce w sąsiednim Uniejowie). Uwarunkowania klimatyczne, ukształtowanie terenu oraz stan zagospodarowania turystycznego pozwalają stwierdzić aktualny brak przydatności powiatu tureckiego do uprawiania sportów zimowych.

Pozytywnie należy ocenić walory do uprawiania wędrówek pieszych, rowerowych, konnych, wodnych, przydatność wód do kąpieli i sportów wodnych. Przydatność do wędrówek pieszych i rowerowych może być oceniana na podstawie pieszych i rowerowych ścieżek dydaktycznych, wytyczonych i oznakowanych przez Starostwo Powiatowe w Turku we współpracy z Nadleśnictwem Turek. Najdłuższa z nich to Dydaktyczny Szlak Rowerowy „Panorama", łączący najciekawsze pod

[15] Rękodzielnicy działający na terenie powiatu tureckiego i gmin ościennych (Kościelec i Goszczanów) zostali zaprezentowani na portalu regionalnym stworzonym przez Lokalną Grupa Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.
[16] J. Wyrzykowski, *Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce*, Acta Universitatis Wratislaviensis nr 935, „Studia Geograficzne", XLIV, Wrocław 1986.
[17] Ibidem.

względem przyrodniczym, krajobrazowym i kulturowym obszary powiatu tureckiego. Ścieżki te zostały szczegółowo zinwentaryzowane w *Zintegrowanej Strategii Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*.[18] Są to: dwa dydaktyczne szlaki piesze i rowerowe, 1 dydaktyczny szlak rowerowy, 1 piesza ścieżka oraz 1 ścieżka edukacyjna. Oprócz tego na terenie powiatu znajduje się 1 szlak pieszy (niebieski) oraz 4 szlaki rowerowe. Ścieżki i szlaki są oznakowane, opisane ścieżki dydaktyczne zostały oznakowane, znajdują się na nich punkty dydaktyczne, widokowe, miejsca do odpoczynku. Są elementem uzupełniającego zagospodarowania turystycznego oraz mogą zostać uznane za produkty turystyczne. Podobnie, jak w przypadku 9 szlaków konnych na terenie gminy Kawęczyn oraz konno-krajoznawczego szlaku konnego, jaki znajduje się na terenie gminy Brudzew. Długość, walory edukacyjne i krajoznawcze oraz zagospodarowanie szlaków pozwalają dobrze ocenić ich przydatność w kontekście walorów wypoczynkowych. Dodatkowo wschodnimi obrzeżami powiatu prowadzi Nadwarciański Szlak Rowerowy o charakterze międzyregionalnym. Porównując jednak np. szlaki konne z tymi, jakie znajdują się na terenie województwa łódzkiego, konkurencyjność szlaków znajdujących się w powiecie tureckim jest znaczenie niższa.

Jedynym szlakiem wodnym w powiecie tureckim jest szlak kajakowy na Warcie, którego jednym z odcinków jest ten pomiędzy Skęczniewem w powiecie tureckim (gmina Dobra), a Uniejowem w powiecie poddębickim w województwie łódzkim. W Skęczniewie znajduje się zapora zbiornika wodnego Jeziorsko. Aby ją pokonać, najlepiej przewieźć kajaki z Kościanek lub z Siedlątkowa; wodować na prawym brzegu za dwoma progami poniżej zapory. Dalej w Księżych Młynach znajdują się 2 progi kamieniste. Kolejnym przystankiem na tym odcinku jest Uniejów (plaża). Za Uniejowem, już na terenie powiatu tureckiego, w Kozbowie, znajduje się prom na Warcie. Atrakcyjność tego szlaku pod względem malowniczości i dostępności brzegów jest duża, jakkolwiek w powiecie tureckim znajduje się tylko 1 punkt umożliwiający rozpoczęcie/zakończenie spływu. Wysoko należy ocenić rangę walorów przyrodniczych obszaru, przez który przebiega szlak w powiecie tureckim (Uniejowski Obszar Chronionego Krajobrazu, Natura 2000 Dolina Środkowej Warty).

Przydatność wód do kąpieli i uprawiania sportów wodnych na terenie powiatu tureckiego można oceniać w odniesieniu do Zbiornika Jeziorsko i Zbiornika Przykona. Czystość wód Zbiornika Jeziorsko jest dobra (II klasa czystości), zaś Przykona – bardzo dobra (I klasa czystości).[19] Pod względem powierzchni i głębokości wody szczególnie atrakcyjny jest Zbiornik Jeziorsko – retencyjny zbiornik na Warcie, największy zbiornik wodny województwa łódzkiego. Jego powierzchnia wynosi powierzchni 4300 - 1760 ha i głębokość średniej ok. 4,5 m. Zbiornik rozciąga się pomiędzy miejscowościami Skęczniew i Warta na długości 17 km w pradolinie Warty i osiąga szerokość do ok. 3 km.[20] Zagospodarowanie turystyczne jeziora dla turystyki wodnej znajduje się w miejscowościach Miłkowice i Kościanki (OW „Rafa"), w gminie Dobra. Analiza przeprowadzona przez Ecorys na potrzeby cytowanej strategii rozwoju obszaru powiatu tureckiego podkreśla jednak, że brzegi jeziora lepiej zagospodarowane są na terenie powiatów poddębickiego i sieradzkiego (województwo łódzkie), niż na terenie będącym przedmiotem niniejszego opracowania.

Zbiornik Przykona ma wielkość 73,51 ha. „Wzdłuż południowego brzegu zbiornika rozciąga się piaszczysta plaża, przy której w okresie letnim funkcjonuje strzeżone kąpielisko. Na zbiorniku

[18] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.
[19] www.ppwb.org.pl/
[20] ine.eko.org.pl/

zainstalowane są trzy pomosty, z których jeden pełni rolę przystani żeglarskiej, drugi znajduje się przy strzeżonym kąpielisku a trzeci wykorzystywany jest przez wędkarzy. Wypoczywający nad zbiornikiem mogą korzystać z wypożyczalni sprzętu pływającego, małej gastronomi oraz ogólnie dostępnego punktu sanitarnego. Specyficzne położenie zbiornika z jego nieosłoniętym zachodnim brzegiem stanowi doskonałe miejsce do uprawiania sportów wykorzystujących wiatr a szczególnie windsurfing'u".[21]

1.5 Walory specjalistyczne

Na walory specjalistyczne składają się te cechy i elementy środowiska naturalnego, które umożliwiają uprawianie turystyki pieszej, kolarstwa, żeglarstwa, jeździectwa, myślistwa, wędkarstwa oraz innych sportów wodnych, jazdy terenowej i sportów ekstremalnych. Z perspektywy walorów posiadanych przez powiat turecki dobrze należy ocenić szlaki piesze, rowerowe i konne, jako stwarzające warunki do uprawiania turystyki pieszej, kolarstwa i jeździectwa. W kontekście walorów specjalistycznych szczególne znaczenie mają szlaki konne na terenie gminy Kawęczyn i stadniny koni, które mają potencjał do włączenia w sieć szlaków znajdujących się na terenie powiatu konińskiego (Szlak Konny „Podkuta Szóstka") oraz systemu szlaków konnych województwa łódzkiego, jak również. Szlaki piesze i rowerowe, pomimo niewątpliwych walorów krajoznawczych i edukacyjnych, nie wyróżniają się w skali regionalnej i ponadregionalnej.

Walory do uprawiania sportów wodnych (żeglarstwa, windsurfingu, kajakarstwa) związane są z dwoma najważniejszymi zbiornikami wodnymi (Jeziorsko i Przykona) oraz rzeką Wartą. Szczególnie wysoko należy ocenić warunki do uprawiania sportów wodnych na Zbiorniku Jeziorsko, co jest uwarunkowane wielkością i głębokością tego akwenu, jak również zagospodarowaniem linii brzegowej. Zbiornik ma znaczenie ponadregionalne. Jak wspomniano wcześniej, linia brzegowa lepiej zagospodarowana jest jednak na terenie województwa łódzkiego. Do windsurfingu i wodnej rekreacji szczególnie atrakcyjny jest Zbiornik Przykona. Stanowi on miejsce rekreacji dla mieszkańców powiatu oraz turystów z województwa łódzkiego, którzy również kupują działki rekreacyjne nad jego brzegiem. Zbiornik wymaga dalszego zagospodarowywania dla celów związanych z turystyką rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną. Rzeka Warta przepływa na terenie powiatu tureckiego przez obszary chronionego krajobrazu, co skutkuje ograniczeniami w dostępności do tej drogi wodnej (gminy Dobra, Przykona i Brudzew).

Na terenie powiatu tureckiego działa Koło PZW Elektrownia Adamów, PZW Turek oraz PZW Jeziorsko z Sieradza i Koło PZW Nr 33 we Władysławowie. Walory do uprawiania wędkarstwa występują (oprócz obu wymienionych zbiorników) również na następujących akwenach wodnych:

- Zbiornik Żeronice (gmina Dobra),
- Zbiornik Chrapczew Las (gmina Dobra),
- osadnik przy hałdzie Jeziorsko (gmina Przykona),
- Zbiornik Bogdałów (gmina Brudzew),
- stawy rybne w Smaszewie, Grzymiszewskie w Wielopolu (gmina Tuliszków),
- Koniński Obwód Rybacki PZW obejmuje również rzeki: Powa, Kiełbaska, Teleszyna.

[21] www.przykona.pl/pl/o-gminie/zbiornik-wodny-przykona.html

Gospodarka łowiecka w Nadleśnictwie Turek prowadzona jest w 17 obwodach wydzierżawionych dwunastu kołom łowiecki,. W Brudzewie działa Koło Łowieckie „Wrzos", w Tuliszkowie Koło Łowieckie „Sokół 15". W Nadleśnictwie Turek gospodarce łowieckiej podlegają: łosie, jelenie, daniele, sarny i dziki. Na terenie Nadleśnictwa znajduje się 28,67 ha poletek łowieckich. Wszystkie są zagospodarowane przez koła łowieckie.[22] Z uwagi na poziom lesistości i dostępność zwierzyny łownej, należy uznać za walory do uprawiania myślistwa jako przeciętne, szczególnie w kontekście innych obszarów.

Na terenie powiatu tureckiego w Nadleśnictwie Turek istnieją również dobre warunki do grzybobrania, również dzięki sprzyjającym czynnikom atmosferycznym. Oprócz gatunków grzybów jadalnych, natrafić można również na wyjątkowe gatunki, jak np., jeden z największych grzybów na świecie - purchawica olbrzymia, której owocniki wyrosły w leśnictwie Brudzew.[23]

1.6 Cykliczne imprezy turystyczne

Mówiąc o „imprezach turystycznych" w niniejszej inwentaryzacji zgodnie z opisem przedmiotu umowy nie chodzi o definicję z Ustawy o usługach turystycznych, według której jest to oferta organizatora turystyki stanowi imprezę turystyczną w sytuacji, gdy obejmuje ona co najmniej dwie usługi turystyczne, tworzące jednolity program i objęte wspólną ceną, jeżeli usługi te obejmują nocleg lub trwają ponad 24 godziny albo jeżeli program przewiduje zmianę miejsca pobytu. w tym przypadku imprezę turystyczną należy rozumieć jako imprezę, w której uczestniczą turyści i których atrakcyjność i zasięg mogą spowodować, że będą przyciągać turystów w przyszłości. Część z tych imprez ma znaczenie ponadregionalne, część powiatowe. Niektóre zaś mają zasięg lokalny (gminny) i mogą być adresowane do osób przebywających w celach turystycznych na terenie tej gminy (np. Noc Kupały w gminie Brudzew). Jednak z uwagi na wysoką atrakcyjność znalazły się w wykazie imprez o znaczeniu turystycznym.
Z imprez kulturalnych i sportowych organizowanych w powiecie tureckim do imprez turystycznych można zaliczyć:

- Festival SCABB (miasto Turek),
- Turkowskie Prezentacje Teatrów Ulicznych „Turkostrada" (miasto Turek),
- Noc Kupały (gmina Brudzew),
- Spływ Kajakowy Rzeką Wartą,
- Rafa Jeziorsko Cup – Puchar Polski w windsurfingu (gmina Dobra),
- Nadwarciański Turnieje Piłki Siatkowej Plażowej (gmina Dobra),
- Regionalne Zawody w Skokach przez Przeszkody (gmina Kawęczyn),
- Otwarte Mistrzostwa w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi (gmina Kawęczyn).

1.7 Cykliczne imprezy kulturalne

Niektóre imprezy kulturalne odbywające się na analizowanym obszarze mają charakter ponadpowiatowy. Dotyczy ro w szczególności wydarzeń kulturalnych mających miejsce w Turku. Z których większość ma w nazwie „ogólnopolski". Również cytowana *Strategia Rozwoju*

[22] *Referat Nadleśniczego Nadleśnictwa Turek, Komisja Założeń Planu Urządzenia Lasu dla Nadleśnictwa Turek na lata 2014-2023,* Ibidem.
[23] www.powiat.turek.pl

Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025 podkreśla bogactwo życia kulturalnego w powiecie tureckim.[24] Nie wszystkie gminne imprezy o charakterze wybitnie lokalnym organizowane w części gmin można uznać za istotne dla powiatu tureckiego, dlatego w poniższym zestawieniu nie znalazły się wydarzenia kulturalne organizowane w niektórych gminach. Z pośród cyklicznych imprez kulturalnych organizowanych na terenie powiatu najważniejsze to:[25]

- Ogólnopolski Konkurs Nieprofesjonalnej Twórczości Tkackiej (miasto Turek),
- Ogólnopolski konkurs poetycki im. Włodzimierza Pietrzaka (miasto Turek),
- Przegląd Studenckich Etiud Filmowych „Klaps" (miasto Turek),
- Turkowskie Prezentacje Teatrów Ulicznych „Turkostrada" (miasto Turek),
- Ogólnopolskie Spotkania Teatralne Młodych "Czwarta Ściana" (miasto Turek),
- Ogólnopolski Przegląd Twórczości Muzycznej Osób Niewidomych i Słabowidzących „Widzieć Inaczej" (miasto Turek),
- Przegląd Kapel Rockowych ROCK 'n' TUR (miasto Turek),
- Międzypowiatowy Festiwal Piosenki Europejskiej (miasto Turek),
- Sztuka na ulicy (miasto Turek),
- Przegląd Chórów w Galewie (gmina Brudzew),
- Noc Kupały w Brudzewie (gmina Brudzew),
- Festyn Miód Malina (gmina Brudzew),
- Festyn Kasztelański (gmina Brudzew),
- Święto Plinzy – Rzechta (gmina Dobra),
- Święto Pieczonego Ziemniaka (gmina Kawęczyn),
- Festyn Folklorystyczny w Dziadowicach– „My kochamy naszą ziemię" (gmina Malanów),
- Prezentacja Tradycji Wielkanocnych (gmina Tuliszków).

1.8 Cykliczne imprezy sportowe

W powiecie tureckim jest organizowanych wiele cyklicznych imprez sportowych, zarówno o charakterze ogólnopolskim, regionalnym, powiatowym, jak i gminnym. Poniżej znajduje się zestawienie imprez sportowych istotnych dla powiatu tureckiego.

- Kolarskie Kryterium Uliczne o Memoriał Mirosława Rapczewskiego i Edwarda Gałczyńskiego (miasto Turek),
- Festival SCABB (miasto Turek),
- Family CUP MTB (miasto Turek),
- Powiatowy Rajd Rowerowy (miasto Turek),
- Ogólnopolski Festiwal Szachowy (miasto Turek),
- Spływ Kajakowy Rzeką Wartą,
- Rajd Turystyczny „Pieczonego Ziemniaka" (gmina Brudzew),
- Spławikowe Zawody Wędkarskie (gmina Dobra),
- Inauguracja Pucharu Polski w formule windsurfing (gmina Dobra),
- Nadwarciański Turnieje Piłki Siatkowej Plażowej (gmina Dobra),
- Regionalne Zawody w Skokach przez Przeszkody (gmina Kawęczyn),

[24] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem, Załącznik nr 10.
[25] Szczególne znaczenie ma pierwszych 5 imprez, ocenionych wysoko w waloryzacji turystyczno-kulturowej powiatu tureckiego.

- Otwarte Mistrzostwa w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi (gmina Kawęczyn),
- Rajd Bursztynowy po Wielkopolsce Wschodniej (gmina Tuliszków jest współorganizatorem),
- Trial Motocyklowy (gmina Władysławów).

1.9 Zagospodarowanie turystyczne

T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski zagospodarowanie turystyczne określają jako: „zespół obiektów i urządzeń stanowiących wyposażenie określonego terenu, umożliwiających zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego”[26], którą można podzielić na 4 kategorie (rysunek poniżej).

Rysunek 2: Struktura zagospodarowania turystycznego.



Źródło: Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., Geografia Turystyki Polski, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1992.

1.6.1. Baza noclegowa i żywieniowa

Baza noclegowa i żywieniowa została scharakteryzowana szczegółowo dla każdej z gmin w inwentaryzacjach. Ponadto była przedmiotem analizy wykonanej w opracowaniu *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*.[27]

Według Banku Danych Lokalnych w 2013 r. znajdowały się 4 obiekty noclegowe, w tym 2 hotele (jedno – i dwugwiazdkowy) oraz dwa inne obiekty hotelowe. Wszystkie obiekty były zlokalizowane w Turku. Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego posiada w swojej ewidencji 3 hotele znajdujące się w Turku:

[26]. Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., Geografia Turystyki Polski, Ibidem.
[27] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

- Hotel „Koloseum” *** (21 miejsc noclegowych),
- Hotel „Sława” ** (25 miejsc noclegowych),
- Hotel „Arkady” * (42 miejsca noclegowe).

Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025 w części poświęconej analizie w obszarze kultura i turystyka podkreśla, że wykorzystanie bazy noclegowej na terenie powiatu jest niskie i wynosi 20,3%, podczas gdy w sąsiednich powiatach jest ono wyższe. Średnia długość pobytu wynosiła w 2013 r. dla powiatu tureckiego 2,9 doby, jednak należy mieć na względzie, że na ten wynik wpływają noclegi udzielane np. pracownikom budowy autostrady, których nie można uznać za turystów. [28] Należy podkreślić, że GUS, na podstawie danych którego została określona wielkość bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania (88 miejsc noclegowych w 4 obiektach), jej wykorzystanie i długość pobytu mierzone liczbą korzystających (4186 osób, którym udzielono 12030 noclegów, z czego 2180 udzielono 214 gościom zagranicznym) nie bada celów przyjazdu. Dlatego trudno wyodrębnić przyjazdy w celach turystycznych, tym bardziej, że GUS nie wykazuje istniejących obiektów w gminach Dobra (OW „Rafa”) i Przykona (m.in. Hotel „Olsza”). Analizując wielkość i strukturę ruchu turystycznego w rejestrowanej bazie noclegowej znajdującej się w Turku trudno jest bez badań korzystających z tej bazy stwierdzić, jaki procent z nich stanowią osoby przybywające do powiatu tureckiego w celach turystycznych.

Analiza bazy noclegowej i żywieniowej w kontekście diagnozy zasobów do budowania produktów turystycznych została dokonana w rozdziale 6 niniejszego opracowania (pojemność turystyczna powiatu tureckiego).

1.6.2. Baza towarzysząca

W zakresie infrastruktury ogólnej znajduje się również infrastruktura telekomunikacyjna, rozwój budownictwa, transport prywatny i publiczny oraz dostępność transportowa. Te dwa ostatnie elementy są omówione w punkcie 5.3 zagospodarowania turystycznego i 6. Natomiast obiekty i instytucje kultury oraz obiekty, urządzenia, instytucje i organizacje zajmujące się sportem i rekreacją wchodzą w zakres zagospodarowania turystycznego (baza towarzysząca). Według T. Lijewskiego, B. Mikułowskiego i J. Wyrzykowskiego w bazie towarzyszącej zagospodarowania turystycznego oprócz urządzeń turystycznych (m.in. kąpieliska, sale sportowe) należy uwzględnić urządzania paraturystyczne, służące turystom podczas pobytu, do których zalicza się: techniczne uzbrojenie terenu, sieć handlu detalicznego towarami spożywczymi i przemysłowymi, usługi (np. fryzjerskie, szewskie, fotograficzne), urządzenia pocztowe i telekomunikacyjne, urządzenia z zakresu ochrony zdrowia, instytucje kulturalne, instytucje bezpieczeństwa publicznego.

Biura turystyczne:

W Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych znajduje się na terenie miasta Turek: Przedsiębiorstwo Komunikacji Samochodowej w Turku S.A. (ul. Milewskiego 9) oraz Biuro Turystyczno-Handlowe Alicja Piwowar (ul. Kolska Szosa 3), Biuro Podróży Gromada Turek (ul. Milewskiego 5), Biuro Podróży MY TRAVEL (Pl. Wojska Polskiego 8).

[28] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

Informacja turystyczna:

Od maja 2012 r. w Muzeum Miasta Turku działa Punkt Informacji Turystycznej **. Prowadzony jest przez tę jednostkę organizacyjną miasta i udziela informacji turystycznej o Turku i okolicach, o imprezach kulturalnych i sportowych oraz ofercie Muzeum. Punkt prowadzi również wydawnictw turystycznych i monet z wizerunkiem Józefa Mehoffera.

Organizacje turystyczne:

W powiecie tureckim nie działa lokalna organizacja turystyczna (LOT). Miasto Turek jest członkiem Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej (WOT). Powiat turecki promowany jest przez LOT „Marina" z Konina. Informacje o miejscach wartych odwiedzenia na tym obszarze znajdują się również na stronie internetowej Centrum Informacji Turystycznej w Koninie. Na terenie powiatu działają następujące organizacje, mające w zakresie swoich działań rozwój i promocję turystyki:

- Tureckie Towarzystwo Turystyczne w Turku,
- Stowarzyszenie „Przystań",
- Lokalna Grupa Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.,
- Klubu PTTK „Ziemi Tureckiej".

Turystyczna baza towarzysząca:

- Ośrodek Sportu i Rekreacji w Turku:
    - basen kryty z halą sportową (zjeżdżalnia wodna, jacuzzi, sauna, grota solna, sala gimnastyczna o wymiarach 22x11m, wyposażona w lustra do aerobiku i stoły do tenisa stołowego, przeznaczona do uprawiania sportów tj.: gimnastyka, tenis stołowy, sporty sztuk walk, aerobik, taniec nowoczesny i klasyczny),
    - 4 korty tenisowe,
    - skate park,
    - siłownia,
    - boiska do gry w siatkówkę plażową,
    - plac zabaw dla dzieci,
    - stadion piłkarski,
    - nowoczesna hala widowiskowo-sportowa z zapleczem rehabilitacyjnym,
- Zespół boisk przy Zespole Szklono Gimnazjalnym w Brudzewie (gmina Brudzew),
- Stadion sportowy w Dobrej, skupiający pełnowymiarowe boisko piłkarskie, boisko do koszykówki, boisko do siatkówki (gmina Dobra),
- Hala sportowa w Długiej Wsi (gmina Dobra),
- Korty tenisowe w Skęczniewie, zarządzane przez Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej (gmina Dobra),
- Boisko do piłki koszykowej i siatkówki plażowej w parku przy ul. Parkowej w Dobrej (gmina Dobra),
- 2 przystanie wodne: Port RZGW w Skęczniewie – udostępniany turystom po wcześniejszym uzgodnieniu, przystań żeglarska „Rafa" w Kościankach (gmina Dobra),
- 2 miejsca postoju zaopatrzone w stoły, ławy, wiaty, kosze na śmieci i tablice informacyjne przy drodze (krajowej) (83) na trasie: Dobra – Rzymsko (gmina Dobra),
- Parking w pobliżu miejscowości Linne, miejsce do organizacji imprez plenerowych wyposażone w wiatę na ok. 100 osób, zadaszone miejsce na ognisko, toalety (gmina Dobra),

- Wypożyczalnia sprzętu rekreacyjnego przy Ośrodku Wypoczynkowym „Rafa" w Kościankach (gmina Dobra),
- Stadnina Koni Huculskich „Skarbiec" w Młodzianowie (gmina Kawęczyn),
- Stadnina w Żdżarach prowadzona przez Państwa Grudzińskich (gmina Kawęczyn),
- Stajnia „HEAA" w Żdżarach (gmina Kawęczyn),
- Boisko do beach soccera w Grąbkowie (gmina Malanów),
- Kompleks OSIR (gmina Malanów),
- Infrastruktura nad Zbiornikiem Przykona (gmina Przykona):
    - piaszczysta plaża przy której w okresie letnim funkcjonuje strzeżone miejsce do kąpieli,
    - na zbiorniku zainstalowane są pomosty (jeden pełni rolę przystani żeglarskiej, przeznaczony jest do cumowania łódek i sprzętu wodnego drugi przy strzeżonym miejscu do kąpieli z platformą estradową w okresie letnim wykorzystywany jest przez turystów do uprawiania sportu i rekreacji poza sezonem wykorzystywany jest przez wędkarzy),
    - wypożyczalnia sprzętu pływającego,
    - mała gastronomia,
    - boisko sportowe do gry w koszykówkę i siatkówkę,
    - ogólnie dostępny punkt sanitarny,
    - niezagospodarowane miejsce do slipowania sprzętu pływającego,
    - infrastruktura wokół zbiornika rozwija się dynamicznie i związana jest z działalnością osób, które zakupiły działki i inwestują w bezpośrednim sąsiedztwie zbiornika,
    - utworzono główny ciąg pieszo-rowerowy z 6 miejscami postoju oraz system dróg wewnętrznych i parkingów stanowiący dojście do terenów rekreacyjnych położonych nad zbiornikiem, po obu stronach głównego ciągu pieszego, są dwie działki przeznaczone pod lokalizację obiektów infrastruktury i obsługi rekreacji
- hala sportowa w Tuliszkowie (gmina Tuliszków),
- pełnowymiarowy stadion lekkoatletyczny, sala gimnastyczna czy boisko piłkarskie ze sztuczną nawierzchnią przy Zespole Szkół Rolniczych Centrum Kształcenia Praktycznego w Kaczkach Średnich (gmina Turek),
- Stajnia Roka w Kowalach Księżach (gmina Turek),
- Stajnia „Omega" Cisew (gmina Turek),
- Korty Tenisowe (gmina Władysławów).

Kluby sportowe:

- Miejski Klub Sportowy „Tur 1921" Turek,
- Stowarzyszenie Siatkarz Turek,
- Turkowski Klub Karate (miasto Turek),
- Klub Sportów i Sztuk Walk (miasto Turek),
- Stowarzyszenie Brazylijskie JIU-JITSU Turek,
- Ludowy Klub Sportowy „Maraton" (miasto Turek),
- Klub Jeździecki ,,Mar-Klin" (miasto Turek),
- Klub Jeździecki ,,HEAA" (miasto Turek),
- Tenisowy Klub Sportowy ,,Forehand" Turek,
- Turkowskie Towarzystwo Szachowe „Tęcza" (miasto Turek),

- Miejski Klub Sportowy „Tur–Mot” (miasto Turek),
- Liga Obrony Kraju (miasto Turek),
- Stowarzyszenie Byłych Sportowców i Działaczy Miasta Turku i okolic „Old Boy” (miasto Turek),
- Powiatowe Zrzeszenie Ludowe Zespoły Sportowe (miasto Turek),
- Ognisko Statutowe Towarzystwa Krzewienia Kultury Fizycznej „Tęcza” (miasto Turek),
- Powiatowy Międzyszkolny Ośrodek Sportowy przy ulicy Piłsudskiego,
- Klub Młodzieżowy Stowarzyszenia Przystań (miasto Turek),
- Szkółka Pływacka AQUARIUS (miasto Turek)
- Stowarzyszenie Tur 4x4 (miasto Turek),
- Klub Sportowy „Kasztelnia” w Brudzewie (gmina Brudzew),
- Miejsko - Gminny Klub Sportowy „WICHER” (gmina Dobra),
- Klub Sportowy "Grom" Malanów (gmina Malanów),
- Młodzieżowy Klub Siatkarski Malanów (gmina Malanów),
- Wielkopolski Klub Kyokushin Karate w Malanowie (gmina Malanów),
- Klub Żeglarski Złota Szekla przy ZP LOK w Turku (gmina Przykona),
- GKS Teleszyna (gmina Przykona),
- Szkółkę żeglarstwa i windsurfingu - Armor Sailing Group Zimotki (gmina Przykona),
- klub sportowy Tulisia Tuliszków (gmina Tuliszków),
- Stowarzyszenie "Edukacja Kultura Sport" w Słodkowie (gmina Turek),
- Koło „Cyklistki” (gmina Władysławów),
- Gminny Ludowy Klub Sportowy „ZNICZ” Władysławów (gmina Władysławów),
- Ludowy Zespół Sportowy „Baszta” Wyszyna (gmina Władysławów),
- Okręg Polskiego Związku Wędkarskiego w Koninie KOŁO PZW Nr 33 we Władysławowie (gmina Władysławów).

Obiekty i instytucje kultury:

- Muzeum Miasta Turki im. Józefa Mehoffera,
- Miejska Biblioteka Publiczna im. Włodzimierza Pietrzaka w Turku,
- Miejski Dom Kultury w Turku,
- Stowarzyszenie „Przystań” w Turku
- Kino „Tur” w Turku,
- Publiczna Biblioteka Pedagogiczna w Koninie (filia w Turku),
- Gminny Ośrodek Kultury w Brudzewie (gmina Brudzew),
- Towarzystwo Przyjaciół Brudzewa (gmina Brudzew),
- Centrum Kultury w Dobrej (gmina Dobra),
- Gminne Centrum Kultury i Sztuki (gmina Malanów),
- Centrum Kultury Biblioteka Publiczna Gminy Przykona,
- Dom Kultury w Tuliszkowie (gmina Tuliszków),
- Biblioteka Publiczna Miasta i Gminy (gmina Tuliszków), Gminna Biblioteka Publiczna w dworze w Słodkowie (gmina Turek),
- Wiejskie Centrum Lokalnej Aktywności w Kowalach Księżach (gmina Turek),

Zespoły artystyczne:

- Chór „Viribus Unitis",
- Turkowskie Towarzystwo Chóralne,
- Zespół „Big Band Miasta Turku i Powiatu Tureckiego,
- Koło Rzemiosła przy Muzeum w Turku,
- Zgromadzenie Wojów i Rycerzy Grodu Tura przy Muzeum Miasta Turku,
- Orkiestry dęte Ochotniczej Straży Pożarnej w Turku,
- Zespół Tańca Ludowego „Brudzewiacy" (gmina Brudzew),
- Orkiestra Dęta w Brudzewie (gmina Brudzew),
- Orkiestra Dęta Dobra – Żeronice (gmina Dobra),
- Zespół śpiewaczy „SERENADA" w Dobrej (gmina Dobra),
- Zespół śpiewaczy „ALEBABKI" ze Skęczniewa (gmina Dobra),
- Zespół „Jarzębinki" (gmina Malanów),
- Zespół „Tradycja" (gmina Malanów),
- Orkiestra Dęta w Przykonie (gmina Przykona),
- Zespół ludowy „Zgoda" (gmina Przykona),
- Dziecięcy zespół ludowy „Tuliszkowiacy" (gmina Tuliszków),
- Zespół Ludowy „Wrzos" (gmina Tuliszków),
- Zespół „Szadowiacy" (gmina Turek),
- Zespół muzyczny „Wspomnienie" (gmina Władysławów).

Szlaki turystyczne:

Cytowani autorzy uznają również szlaki turystyczne za element infrastruktury turystycznej uzupełniającej. Takie rozumienie jest zgodne z definicją stosowaną przez PTTK (Instrukcja Oznakowania Szlaków Turystycznych). W szerszym znaczeniu szlak turystyczny to „trasa wytyczona w przestrzeni turystycznej dla potrzeb zwiedzających (nie zawsze oznakowana), prowadząca do najbardziej atrakcyjnych miejsc (obiektów) z zachowaniem szeregu przepisów, w tym m.in. bezpieczeństwa i ochrony walorów."[29] W tym znaczeniu szlaki turystyczne można traktować jako atrakcję turystyczną lub samodzielny produkt turystyczny i takie rozumienie przyjęto w niniejszej strategii.

Inne elementy infrastruktury towarzyszącej:

Sieć handlowa i usługowa oraz system zapewnienia bezpieczeństwa, służący również w razie potrzeby turystom, rozwinięty jest w największym stopniu na terenie stolicy powiatu tureckiego. Dotyczy to również placówek służby zdrowia, których liczba i zakres usług są największe w Turku. Turyści mają do dyspozycji usługi pocztowe, telekomunikacyjne i transportowe.

Transport:[30]

Transport osób w powiecie tureckim opiera się na ruchu samochodowym. Transport jest uwarunkowany dostępną infrastrukturą transportową, w tym długością i stanem dróg. Na terenie powiatu tureckiego nie znajduje się żaden obiekt spełniający funkcję dworca autobusowego.

[29] Z. Kruczek, *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*, Wyd. Proksenia, Kraków, 2005.
[30] *Plan zrównoważonego rozwoju transportu publicznego w Powiecie Tureckim*, opracowany na zlecenie Powiatu Tureckiego, Warszawa 2013.

Istniejąca sieć komunikacji regularnej na terenie powiatu umożliwia połączenie wszystkich gmin z Turkiem, jako siedzibą powiatu.

Turek jako siedziba powiatu posiada połączenia z innymi miastami powiatowymi w województwie wielkopolskim. Największa liczba połączeń występuje pomiędzy Turkiem a Koninem i Kaliszem. Turek posiada również połączenia z powiatami: kolskim, ostrowskim, słupeckim i wrzesińskim. Połączenia te są poprowadzone przez gminy powiatu: Przykona, Brudzew, Tuliszków. Turek oferuje połączenia z 7 miastami wojewódzkimi. Najwięcej połączeń łączy miasto z Łodzią, Poznaniem i Wrocławiem. Do Turku można dojechać również autobusami PKS z: Białegostoku, Bydgoszczy, Krakowa, Katowic, Warszawy, Płocka, Włocławka, Szczecina i wielu innych miejscowości w Polsce, a w sezonie letnim z Łeby przez Toruń, Inowrocław, Grudziądz, Pobierowa przez Kołobrzeg oraz z Zakopanego. Kursują także busy Łódź – Poddębice – Uniejów – Turek oraz Ostrów Wlkp. - Kalisz - Turek - Uniejów - Warszawa. Komunikacja międzyregionalna jest realizowana również przez innych przewoźników, w tym m.in. PKS w Gostyninie, Kaliszu, Łodzi, Poznaniu oraz dwa przedsiębiorstwa z Uniejowa („BUS" Przewozy Osobowe Andrzej Gawroński i „MALWA" Beata Gawrońska).

Na terenie powiatu tureckiego przewozy autobusowe organizują przede wszystkim następujący przewoźnicy:

- PKS w Turku S.A., Turek,
- PKS w Koninie S.A., Konin,
- „Joński Travel" Przewozy Turystyczne Krajowe i Zagraniczne Magdalena Bajzert, Przykona.

W powiecie tureckim nie istnieje żadna pasażerka linia kolejowa. Przez miasto przebiegała linia kolei wąskotorowej. Do lat 90-tych ruch osobowy odbywał się na tej trasie Kalisz – Turek. W najbliższym sąsiedztwie powiatu tureckiego nie ma żadnego z portów lotniczych. Najbliższe lotnisko jest zlokalizowane w Łodzi (80,6 km odległości od Turku). Po terenie powiatu można poruszać się siecią wytyczonych i oznakowanych tras rowerowych.

1.10 Dostępność komunikacyjna[31][32]

Z punktu widzenia turysty dostępność komunikacyjna to możliwość dojazdu środkami komunikacji do celu podjętej podróży, a także system połączeń komunikacyjnych, szlaków turystycznych umożliwiających turyście odbywanie wycieczek do określonych miejsc.

Sieć transportowa jest powiązana z położeniem, istniejącą infrastrukturą drogową, a także dostępnością transportową i komunikacyjną powiatu tureckiego i jego stolicy. Miasto i powiat leżą na przecięciu szlaków komunikacyjnych, w szczególności prowadzących do Poznania, Konina, Koła, Łodzi, Sieradza i Kalisza (szlaki te przebiegają bezpośrednio przez Turek). Powiat leży w bliskości magistrali kolejowej Paryż - Berlin - Warszawa - Moskwa oraz drogi E-30 (wraz z istniejącym na terenie Polski odcinkiem autostrady A-2), która łączą Zachód ze Wschodem Europy. Przez północą część powiatu tureckiego (gmina Władysławów i gmina Brudzew) przebiega autostrada A2. Niestety, w granicach powiatu nie znajduje się żaden ze zjazdów z autostrady. Powiat turecki charakteryzuje się lepszą dostępnością komunikacyjną z kierunku Łodzi, niż Poznania, co wynika m.in. z krótszego czasu przejazdu.

[31] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.
[32] Plan zrównoważonego rozwoju transportu publicznego w Powiecie Tureckim, Ibidem.

Główne drogi przebiegające przez powiat turecki to:

- droga krajowa Nr 72 z Konina do Łodzi i dalej do Rawy Mazowieckiej,
- droga wojewódzka nr 470 Kościelec – Marulew – Turek – Kalisz,
- droga krajowa nr 83 do Sieradza.

2 Ocena potencjału rozwoju turystyki kulturowej na terenie powiatu tureckiego

W celu rozwoju powiatu tureckiego jako mikroregionu atrakcyjnego turystycznie konieczne jest oszacowanie jego walorów kulturowych i przyrodniczych, które następnie mogą zostać wykorzystane jako punkt wyjścia dla zaproponowania konkretnych produktów turystycznych. Na podstawie danych portalu popularyzatorskiego stworzonego przez LGD Turkowską Unię Rozwoju (www.swojskieklimaty.org.pl), inwentaryzacji przeprowadzonej przez 2BA doradztwo strategiczne oraz waloryzacji turystyczno-kulturowej powiatu dokonanej w 2010 przez p. Joannę Stefańską (www.turystykakulturowa.org/pdf/2010_12_04.pdf) należy stwierdzić, że powiat turecki dysponuje niewielkim potencjałem turystyczno-kulturowym, szczególnie w porównaniu z innymi powiatami w województwie wielkopolskim (wykres na rysunku poniżej).

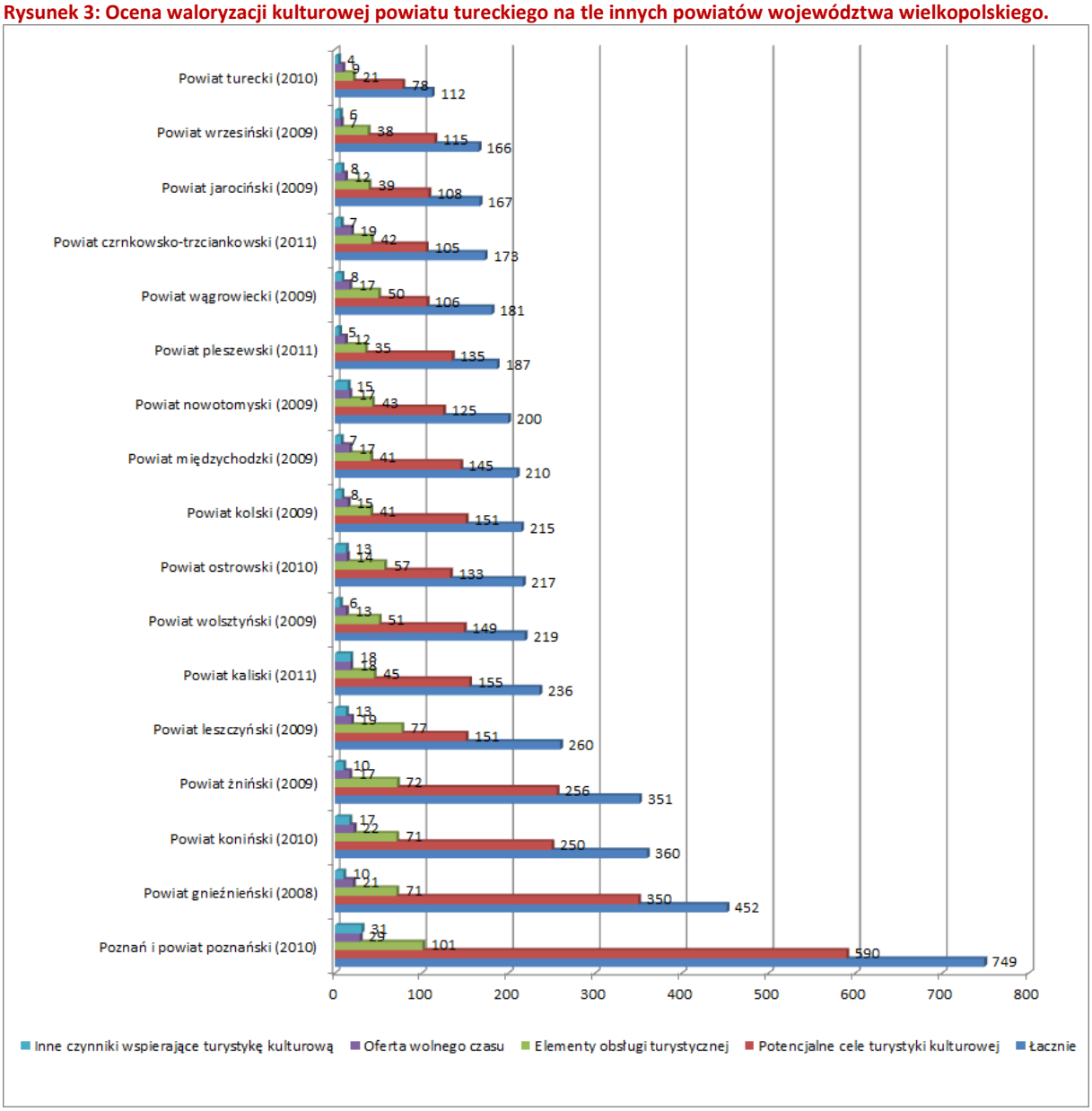
Na terenie powiatu w dobrym stanie zachowanych jest niewiele zabytków, część z nich nie może zostać wykorzystana turystycznie. Wśród zabytków o szczególnych walorach uznać należy dwa kościoły: kościół Najświętszego Serca Pana Jezusa w Turku, znany za sprawą polichromii i wystroju wnętrza zaprojektowanych przez Józefa Mehoffera oraz drewniany kościół parafialny pw. św. Stanisława i Mikołaja w Malanowie. Warto wspomnieć również o charakterystycznej oryginalnej zabudowie domów tkackich zlokalizowanych przy ul. Żeromskiego w Turku oraz ruinach zamku w Wyszynie. Wśród innych obiektów obecnie cieszących się największym zainteresowaniem turystów, a nie będących zabytkiem, należy wymienić przede wszystkim Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera, dawniej Muzeum Rzemiosła Tkackiego. We wspomnianych dokumentach wskazano również na znaczący potencjał turystyki industrialnej (kopalnia węgla brunatnego oraz elektrownia), co jednak wymaga w przypadku chęci opracowania i w wdrożenia nowego produktu znacznych nakładów inwestycyjnych. Jak widać, wyżej wymienione obiekty nie mogą być traktowane jako wystarczające dla stworzenia bogatej oferty turystyki kulturowej.

Turystyka kulturowa to „wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o organizowanym przez człowieka świecie otaczającym jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału”[33] W ostatnich lat systematycznie zwiększa się udział turystów kulturowych wśród osób uprawiających turystykę. Dynamika zjawiska wiąże się z reorientacją zainteresowań turystów, którzy w coraz większym stopniu traktują podróżowanie nie tylko jako czas odpoczynku, lecz także szansę rozwoju indywidualnego. Badacze wskazuje na trzy aspekty doświadczenia turystycznego, które obecnie stają się kluczem dla budowania atrakcyjnych produktów. Jest to tzw. formuła 3E (*entertainment, excitement, education* – rozrywka, ekscytacja, edukacja). Udany produkt turystyczny powinien uczyć, oferując jednocześnie

[33] A. Mikos von Rohrscheidt, *Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno 2008.

rozrywkę i pozwalając na przeżycie ekscytujących emocji. Uwzględniając motywacje turystów można dzisiaj mówić o kulturalizacji praktyk turystycznych, a co za tym idzie także o rozszerzeniu definicji samej turystyki kulturowej, przede wszystkim o ofertę kultury popularnej.

Rysunek 3: Ocena waloryzacji kulturowej powiatu tureckiego na tle innych powiatów województwa wielkopolskiego.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie waloryzacji zamieszczonych na portalu turystykakulturowa.org.

Biorąc pod uwagę globalne trendy turystyczne, których odbicie coraz częściej obserwowane jest i w Polsce, można ocenić potencjał turystyczno-kulturowy powiatu tureckiego w bardziej optymistycznym świetle. Patrząc z perspektywy szerokiego definiowania turystyki kulturowej możemy zauważyć, że produkty turystyczne atrakcyjne dla „nowych" turystów kulturowych zasadzają się nie tylko na zastanym dziedzictwie materialnym, lecz także dziedzictwie niematerialnym, które w rozumieniu Konwencji UNESCO oznacza „zwyczaje, przekaz ustny, wiedza i umiejętności oraz związane z nimi przedmioty i przestrzeń kulturowa, które są uznane za część własnego dziedzictwa przez daną wspólnotę, grupę lub jednostki" (www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/

Konwencja_o_ochronie_dz._niemater_2003.pdf) Wykorzystanie niematerialnego dziedzictwa stanowić może alternatywę dla skromnych zasobów dziedzictwa materialnego.
W związku z powyższym, wskazać można kilka obszarów turystyki kulturowej, które mogą okazać się szczególnie atrakcyjne dla tworzenia nowych produktów turystycznych w powiecie tureckim.

2.1 Turystyka muzealna

Potencjał muzealny obszaru opiera się na istniejącym już Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera oraz możliwości stworzenia nowych obiektów o charakterze muzealnym wykorzystujących np. tradycje rękodzielnicze powiatu (tkactwo, rzeźbiarstwo, itp.). Ważną rekomendację stanowi dążenie do zastosowania rozwiązań wystawienniczych o charakterze *hands-on-museum,* czyli opierających się na doświadczeniu multisensorycznym z wykorzystaniem nowoczesnych technologii wzbogacających tradycyjną narrację muzealną bazującą na zgromadzonych eksponatach.

2.2 Turystyka etniczna

Turystyka etniczna związana jest z kulturą, wartościami i tradycjami ludności rdzennej, oferując lokalnej społeczności możliwość kontroli nad kreowaniem wizerunku tożsamości kulturowej i identyfikacji z ziemią. Opiera się na małych przedsiębiorstwach prowadzonych przez ludność lokalną, co będzie z pewnością miało istotne znaczenie dla aktywizacji społeczności lokalnej oraz zwiększania miejsc pracy. W tworzeniu oferty turystyki etnicznej warto zwrócić uwagę na zasadę 4H: (*habitat*, *heritage*, *history*, *handicrafts* - środowisko, dziedzictwo, historia, rzemiosło/rękodzieło). Harmonijne połączenie tych czterech elementów gwarantuje produkt turystyczny atrakcyjny dla gości. W kontekście walorów powiatu tureckiego sugeruje się wykorzystania przede wszystkim tradycji tkackich, mleczarskich oraz serowarskich.

2.3 Turystyka biograficzna

Turystyka biograficzna pozwala turystom poznać przeszłość (tło epoki, wydarzenia historyczne, specyfikę kultury) w kontekście narracji o życiu jednostki. Turystyka biograficzna pozwala na duży rozwój, dzięki nowoczesnym formom przedstawienniczym (multimedia) oraz organizowaniu dodatkowych eventów. Bezsprzecznie, ważnym walorem turystycznym powiatu tureckiego jest aktywność Józefa Mehoffera w Turku. Jego bogata biografia, jak również wybitna twórczość oraz interesująca epoka, w której tworzył otwierają szerokie możliwości kreowania produktów turystycznych, jak również rozwoju oferty kulturalnej dla ludności lokalnej.

2.4 Turystyka kulinarna

Prowadzone na całym świecie badania pokazują, że próbowanie lokalnych produktów kulinarnych jest jedną z najbardziej ulubionych aktywności turystycznych. Jedzenie i związane z nim rytuały przygotowania czy konsumowania pozwala na poznanie kultury w stopniu nie mniejszym (choć innym) niż poznawanie zabytków. Przetwórstwo mleka, w szczególności tradycje serowarskie stanowią istotny walor turystyczny, na który należy zwrócić uwagę podczas strategii rozwoju turystycznego regionu. Połączenie potencjału turystyki kulinarnej i etnicznej może stać się podstawą stworzenia niezwykle atrakcyjnych produktów turystycznych.

2.5 Tanatoturystyka

Tanatoturystyka, zwana też turystyką śmierci, czy mroczną turystyką to podróże do miejsc związanych ze śmiercią i cierpieniem. Upamiętnianie takiego doświadczenia jednostek czy całych zbiorowości jest oczywiście bardzo trudne, niemniej stanowi ważny element spuścizny kulturowej. Powiat turecki, na terenie którego podczas II wojny światowej istniało tzw. getto wiejskie dla ludności pochodzenia żydowskiego, posiada duży potencjał do wytyczenia szlaku tematycznego, który może być traktowany jako uzupełnienie produktów tanatoturystycznych leżącej nieopodal Łodzi, jak również okazać się istotny z punktu widzenia edukacji regionalnej i poszerzenia świadomości historycznej ludności miejscowej.

Reasumując, należy stwierdzić, że powiat turecki, mimo, że w tradycyjnym rozumieniu cechuje się niskim poziomem walorów kulturowych, ma szansę na stworzenie atrakcyjnych produktów turystycznych, o ile tylko opierać się one będą także na dziedzictwie niematerialnym regionu.

3 Ocena warunków środowiska przyrodniczego i dostępności do potencjału przyrodniczego na tle innych powiatów

Największe bogactwo przyrodnicze i atrakcyjność krajobrazu naturalnego zawsze towarzyszą terenom o mozaice warunków siedliskowych. W skali lokalnej można wyodrębnić kilka rejonów mających własne niepowtarzalne cechy krajobrazu. Na terenie powiatu tureckiego są to obszary chronionego krajobrazu – Złotogórski oraz Sulejowski oraz dwa obszary Natura 2000- obszary ptasie: Dolina środkowej Warty w gminie Brudzew, Dobra i Przykona oraz Zbiornik Jeziorsko w gminie Dobra. Celem programu Natura 2000 jest zachowanie określonych typów siedlisk przyrodniczych oraz gatunków roślin i zwierząt, które uważa się za cenne i zagrożone wyginięciem w skali całej Europy.

Obszary chronionego krajobrazu oraz Natura 2000 uzupełniane są przez pomniki przyrody znajdujące się na terenie powiatu. Przykładem są: na terenie Gminy Miejskiej Turek dwa pomniki przyrody: głaz narzutowy przy ul. Mickiewicza oraz lipa drobnolistna na ul. Szkolnej 3.

Najważniejszym bogactwem naturalnym eksploatowanym na terenie powiatu jest węgiel brunatny. Udokumentowane i eksploatowane złoża występują na terenie gmin: Turek, Przykona i Brudzew. Węgiel wykorzystywany jest jako surowiec energetyczny w miejscowej Elektrowni „Adamów". Poza węglem występują dość powszechnie pospolite surowce mineralne jak: piaski, żwiry, gliny morenowe, iły. Surowce te stanowią bazę kruszywa naturalnego dla potrzeb budownictwa i drogownictwa. Eksploatacja odkrywkowa węgla brunatnego powoduje jednak znaczne przekształcenia środowiska naturalnego. Ale działania rekultywacyjne rekompensują niekorzystne zmiany powodowane działalnością wydobywczą, a z drugiej jest początkiem nowego, często bardziej atrakcyjnego sposobu zagospodarowania terenu.

Na terenie gminy Przykona znajduje się sztuczny zbiornik „Przykona". Powstał on w efekcie rekultywacji wyrobisk należących do Kopalni Węgla Brunatnego Adamów. W sąsiedztwie zbiornika znajdują się rozległe kompleksy leśne (2881 ha) o dużych walorach przyrodniczych i zróżnicowanych ekosystemach, stanowiące tereny spacerowe. Ponadto zbiornik przyczynia się do:

- poprawy mikroklimatu okolicy,
- umożliwia rekreację mieszkańcom okolicznych miejscowości w tym Turku,
- zapewnia punkt czerpania wody do celów przeciwpożarowych,
- stwarza warunki siedliskowe dla wielu gatunków ptactwa i ryb.

Zbiornik Jeziorsko– to zbiornik retencyjny na Warcie, który zajmuje około 43 km^2. Położony na pograniczu powiatów poddębickiego, sieradzkiego oraz tureckiego, między miastem Wartą na południu, a miejscowością Skęczniew na północy, gdzie zlokalizowano zaporę. Bardzo istotna jest jego wartość krajobrazowa ze względu na liczne punkty widokowe na krawędzi pradoliny Warty, po obu stronach zbiornika, pozwalają podziwiać rozległe widoki i przyciągają tłumy turystów. Zbiornik stworzył ciekawy obszar florystyczny i faunistyczny i stał się ogromną atrakcją pod względem ornitofauny. Wokół "Jeziorska" można zobaczyć i posłuchać przedstawicieli ponad 250 gatunków ptaków wodnobłotych takich jak: kormorany, żurawie, bataliony, czy też kilka gatunków gęsi. Zbiornik Jeziorsko jest obiektem wyjątkowo atrakcyjnym i łatwo dostępnym.

Kolejnym przykładem poprawienia stanu środowiska przyrodniczego jest Zbiornik Bogdałów - sztuczny zbiornik wodny powstały w wyniku zalania starego wyrobiska, zlokalizowany na terenie gminy Brudzew, w pobliżu miejscowości Bogdałów-Kolonia. Dno zbiornika nie zostało na razie uformowane i przystosowane do celów rekreacyjnych. Głębokość wody dochodzi do 12 metrów, występują rozpadliny i uskoki gruntu.

Na terenie powiatu istnieje w sumie pięć pieszych i rowerowych szlaków oraz ścieżek dydaktycznych. Przykładem są piesze i rowerowe ścieżki dydaktyczne ZDROJKI. Trasy ścieżek usytuowane są w południowo-wschodniej części Złotogórskiego Obszaru Chronionego. Biegną od osady nadleśnictwa przez las Zdrojki do Władysławowa.

Wszystkie formy ochrony przyrody znajdujące się w powiecie tureckim ze względu na pełnioną funkcję turystyczną oraz wypoczynkową, a także wartości krajobrazowe, uważa się za bardzo cenne. Należy je rozwijać i promować w celach ożywienia ruchu turystycznego. Powiat turecki pełni również funkcje rolniczą, należy rozwijać go w kierunku produkcji roślinnej oraz łąkarstwa połączonego z hodowlą bydła mlecznego i produkcją pasz, ze względu na nieurodzajne ziemie. Natomiast w mieście Turek i jego okolicy powinno się zwiększyć znaczenie funkcji przemysłowej poprzez rozwój stref inwestycyjnych, które należy lokalizować wzdłuż szlaków komunikacyjnych prowadzących do autostrady A2. Funkcję wypoczynkowo-rekreacyjną można rozwijać na terenach znajdujących się przy zbiorniku Jeziorsko oraz obszarach chronionych, a także na zrekultywowanych obszarach poeksploatacyjnych węgla brunatnego i kruszyw naturalnych po odpowiednim ich zagospodarowaniu oraz wyposażeniu we właściwą infrastrukturę.

Jak można zagospodarować tereny pogórnicze? Najlepszym przykładem jest zagospodarowanie zwałowiska zewnętrznego w strefie oddziaływania kopalni Bełchatów pod działalność rekreacyjną. Z mas składowanego nadkładu, pochodzącego z wyrobiska, usypano wzniesienie o wysokości ok. 190 m od poziomu gruntu i powierzchni ok. 1500 ha. W wyniku kompleksowej rekultywacji terenów poeksploatacyjnych powstało najwyższe wzniesienie w środkowej Polsce - Góra Kamieńsk. Ośrodek Sportu i Rekreacji Góra Kamieńsk to kompleks narciarski, który w sezonie zimowym oferuje narciarzom najdłuższym stokiem w centralnej Polsce oraz wyposażeniem, którego może pozazdrościć niejeden górski kurort. Trasa narciarska ma długość 760 metrów, a szerokość waha się od 30

do 150 m. Różnica wzniesień to 123 m. Stok jest oświetlony, co gwarantuje zabawę do późnych godzin wieczornych. Trasy są naśnieżane i wyrównywana i wyposażone w trzy wyciągi narciarskie. Dobrym przykładem są także efekty zagospodarowania zwałowisk w okolicach Konina

4 Szczegółowe wyselekcjonowanie elementów potencjału turystycznego potencjału turystycznego powiatu stanowiących punkt wyjścia do budowania produktów turystycznych

Szczegółowe wyselekcjonowanie elementów potencjału turystycznego powiatu tureckiego ma służyć (zgodnie z oczekiwaniami zamawiającego) ich określeniu w kontekście identyfikowalności i atrakcyjności z punktu widzenia potencjalnego turysty. Należy wskazać takie, które mogą stanowić wyróżnik powiatu tureckiego i mogą stać się punktem wyjścia do budowania produktów turystycznych. Dlatego w selekcji walorów przyjęto orientację produktową. Z. Kruczek i B. Walas klasyfikują produkty turystyczne w 5 kategoriach (schemat na rysunku poniżej):[34]

Rysunek 4: Kategorie produktów turystycznych wg Z. Kruczka i B. Walasa.



Źródło: Z. Kruczek, B. Walas, *Promocja i informacja w turystyce*, Wyd. Proksenia, Kraków, 2010.

- **turystyka w miastach (miejskiej) i kulturowa** – podróże mające na celu zwiedzanie miast, muzeów, obiektów zabytkowych, obiektów militarnych, przemysłowych i zabytków techniki, uczestnictwo w imprezach kulturalnych, turystyka kulinarna, podróże religijne i pielgrzymki, city break,

[34] Z. Kruczek, B. Walas, *Promocja i informacja w turystyce*, Wyd. Proksenia, Kraków, 2010.

- **turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna** – rekreacja w celu regeneracji sił fizycznych i psychicznych przy wykorzystaniu walorów środowiska naturalnego, uczestnictwo w imprezach turystyki specjalistycznej (np. spływy kajakowe, regaty żeglarskie), wyjazdy lecznicze do uzdrowisk,
- **turystyka na terenach wiejskich** – m.in. pobyty w gospodarstwach rolnych, agroturystyka, ekoturystyka, zwiedzanie obszarów objętych ochroną przyrody (parki narodowe, rezerwaty przyrody), udział w imprezach folklorystycznych, kontakt z rzemiosłem ludowym, tradycyjnym życiem w gospodarstwach wiejskich,
- **turystyka biznesowa** – udział w szkoleniach, konferencjach, wystawach, targach, wyjazdach motywacyjnych i spotkaniach służbowych,
- **turystyka przygranicza i tranzytowa** – jednodniowa turystyka przygraniczna, wyjazdy w celu zrobienia zakupów, oferta adresowana dla osób przebywających w pasie przygranicznym oraz podróżujących tranzytem.

W przypadku powiatu tureckiego nie występuje turystyka przygraniczna. Turystyka tranzytowa uległa znaczącemu ograniczeniu od czasu zbudowania autostrady A2 łączącej Poznań z Warszawą. Jakkolwiek należy uwzględnić potencjalnych odwiedzających podróżujących tranzytem na osi południe-północ i zapewnić tej grupie ofertę pozwalającą w atrakcyjny sposób spędzić przystanek na trasie. Turystyka biznesowa jest specyficzną kategorią i również w tym przypadku jej zakres jest znacznie ograniczony w powiecie tureckim. Można mówić jedynie o spotkaniach służbowych, szkoleniach i konferencjach. Wyjazdy motywacyjne są organizowane zazwyczaj do miejsc o dużo większej atrakcyjności turystycznej (np. do uzdrowisk, górskich i nadmorskich kurortów). Turystyka w miastach (miejska) odnosi się tylko do Turku i z uwagi na stopień nasycenia walorami turystycznymi ma ograniczony charakter (pozwala zagospodarować obecnie odwiedzającym pobyt jedynie na bardzo krótki czas – max. kilka godzin). W przypadku powiatu tureckiego można raczej mówić o turystyce kulturowej. Walory krajoznawcze (naturalne i kulturowe), wypoczynkowe oraz specjalistyczne pozwalają na ich wyselekcjonowanie w 3 kategoriach: turystyki kulturowej, rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej oraz na obszarach wiejskich.

W pierwszej kolejności należy określić kryteria wyselekcjonowania. W przypadku walorów kulturowych (antropogenicznych) i specjalistycznych cennych informacji dostarcza *Waloryzacja turystyczno-kulturowa powiatu tureckiego*, opracowana w 2010 r.[35] Wprawdzie ogólna ocena na moment opracowania niniejszej strategii będzie z pewnością wyższa, choćby z racji powstania nowych obiektów służących m.in. uprawianiu turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej. Poniższe wyselekcjonowanie obiektów oparto zatem głównie na wspomnianej waloryzacji. Jednocześnie należy dokonać rozróżnienia pomiędzy walorami i atrakcjami turystycznymi. Należy w tym miejscu podkreślić, że nie istnieje w polskiej literaturze jednoznaczna definicja atrakcji turystycznej (natomiast w fachowej turystycznej literaturze światowej nie funkcjonuje pojęcie walorów turystycznych). „W potocznym i etymologicznym tego słowa znaczeniu oznacza ono miejsce w przestrzeni, które ze względu na swoje specyficzne właściwości przyciąga naszą uwagę (ang. *attract* – *przyciągać*).”[36] Atrakcję turystyczną można rozumieć jako walory przyrodnicze lub kulturowe, z którymi związane jest pośrednio zagospodarowanie turystyczne. Czyli, reasumując, można powiedzieć, że atrakcja to zagospodarowany w określonym stopniu walor turystyczny,

[35] J. Stefańska, *Waloryzacja turystyczno-kulturowa powiatu tureckiego,* turystykakulturowa.org.
[36] Z. Kruczek, *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Publikacja z serii „Monografie o tematyce turystycznej” Proksenia, Kraków 2011

udostępniony/dostępny dla uczestników ruchu turystycznego, promowany w celu zwiększania atrakcyjności. W tym kontekście nie każdy obiekt sklasyfikowany w cytowanej waloryzacji spełnia te kryteria.

W wyselekcjonowaniu przyjęto następujące kryteria ogólne: atrakcyjność w skali regionalnej, dostępność dla zwiedzających, zagospodarowanie. Oczywiście, w przypadku poszczególnych typów obiektów mają zastosowanie odrębne kryteria. Dla zabytków architektury są to: wartość artystyczna i historyczna, więź turystów z obiektem, jego postrzegana atrakcyjność, usytuowanie w lokalnym krajobrazie, forma udostępnienia (stopień zachowania, stan techniczny, sposób eskpozycji, stopień udostępnienia dla zwiedzających). W przypadku zespołów krajobrazowych i osobliwości przyrody można przyjąć następujące kryteria oceny: unikatowość, szczególne charakterystyczne cechy, forma prawnej ochrony, nasycenie osobliwościami przyrody, walory widokowe, walory naukowe i dydaktyczne, stopień koncentracji walorów.

4.1 Turystyka kulturowa

Przeprowadzając szczegółowe wyselekcjonowanie walorów kulturowych oparto się na waloryzacji turystycznej i kulturowej, jak również ocenie stanu zachowania i dostępności obiektów. Istotną informacją była mapa przygotowana przez Wielkopolską Regionalną Organizację Turystyczną. Na tej mapie zaznaczono jedynie 3 atrakcje kulturowe powiat tureckiego – miejsca warte odwiedzenia: Muzeum w Turku oraz kościół par. p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa w Turku i zespół kościoła w Wyszynie (w powiecie kolskim takich obiektów jest 6, a powiecie konińskim – 11).

Należy podkreślić, że w powiecie tureckim najliczniej reprezentowane są zabytki architektury sakralnej. W poniższym zestawieniu zawarto 9 takich obiektów. Najbardziej wartościowe zabytki architektury i budownictwa świeckie stanowią 2 obiekty. Szczególne znaczenie mają 3 zabytkowe cmentarze, 1 zespół średniowiecznych fortyfikacji i Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera. Obiekty architektury przemysłowej są albo w złym stanie i w rękach prywatnych (wiatraki), albo niezagospodarowane i o ograniczonej dostępności (tereny związane z górnictwem węgla brunatnego). Obiekty archeologiczne są słabo dostępne i objęte w dalszym ciągu pracami archeologicznymi (gmina Brudzew), a bunkry w gminie Władysławów są w złym stanie i zaniedbane (są ogólnie dostępne).

Rysunek 5: Atrakcje kulturowe powiatu tureckiego na mapie atrakcji Wielkopolski Wschodniej.



Źródło: www.turystyka.konin.pl

Zabytki architektury i budownictwa świeckiego

Poniżej przedstawiony jest wykaz najważniejszych zabytków świeckich architektury i budownictwa. Uwzględniając kryteria przyjęte wcześniej, za najbardziej wartościowe atrakcje turystyczne można uznać: ratusz i domy tkaczy w Turku– tylko te dwa obiekty można uznać za atrakcje turystyczne, zgodnie z przyjętą definicją, z zaznaczeniem, że domy tkaczy nie są dostępne do zwiedzania.

Zamki, pałace i dwory znajdują się w większości w złym stanie, są niedostępne i nieoznakowane. Obiekty odrestaurowane są albo w rękach prywatnych (a więc również są niedostępne), albo znajdują się w nich instytucje publiczne (mają ograniczoną dostępność). Pozostałe zabytki wymienione w rozdziale 1 są w przeważającej większości w ruinie i nie są dostępne. Należy podkreślić, że zabytki te nie są oznakowane, nie ma tablic informacyjnych oraz drogowskazów. Poniżej, oprócz obiektów znajdujących się w *Waloryzacji turystyczno-kulturowa powiatu tureckiego*[37], uwzględniono również te, jakie są promowane na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Turku.[38]

- domy tkaczy w Turku, zamieszkałe, dostępne i możliwe do obejrzenia tylko z zewnątrz, (wymieniony w waloryzacji),
- ratusz w Turku (obecnie siedziba Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera), zegar na wieży ratusza wpisano do rejestru zabytków ruchomych (wymieniony w waloryzacji),

[37] J. Stefańska, *Waloryzacja turystyczno-kulturowa powiatu tureckiego,* turystykakulturowa.org.
[38] http://www.powiat.turek.pl/

- ruiny zamku (ruina baszty) z XVI w. w Wyszynie (gmina Władysławów), nie zagospodarowany, brak oznakowania, na terenie prywatnym, trzeba pytać o zgodę, jeśli chce się wejść na teren, a więc faktycznie niedostępny dla zwiedzających (wymieniony w waloryzacji),
- ruina dworu z parkiem krajobrazowym w Gozdowie (sołectwo Żdżary, gmina Kawęczyn), nie zagospodarowany, brak oznakowania, na terenie prywatnym, faktycznie niedostępny dla zwiedzających (wymieniony w waloryzacji),
- ruina dworu z pozostałościami parku w Korytkowie (gmina Turek), nie zagospodarowany, brak oznakowania, na terenie prywatnym, faktycznie niedostępny dla zwiedzających, (wymieniony w waloryzacji),
- dwór w Linnem (gmina Dobra), odrestaurowany przez Nadleśnictwo Turek, dostępny do zwiedzania z zewnątrz, Nadleśnictwo Turek posiada tutaj miejsca noclegowe (takiej informacji udzielili przedstawiciele Nadleśnictwa podczas warsztatów),
- pałac w Brudzyniu (gmina Brudzew), odrestaurowany przez osobę prywatną, która odkupiła go od skarbu państwa, własność prywatna, niedostępny dla zwiedzających, opisany w najważniejszych obiektach zabytkowych na stronie Starostwa Powiatowego w Turku,
- zespół dworko-parkowy w Słodkowie (gmina Turek), obecnie mieści się tutaj biblioteka gminna, częściowo dostępny dla zwiedzających (gmina przeprowadziła w 2006 r. rewaloryzację zespołu), opisany w najważniejszych obiektach zabytkowych na stronie Starostwa Powiatowego w Turku,
- dworek w Chocimiu (gmina Kawęczyn), odrestaurowany, obiekt prywatny, niedostępny dla zwiedzających, opisany w najważniejszych obiektach zabytkowych na stronie Starostwa Powiatowego w Turku,
- dwór w Kawęczynie, aktualnie nieużytkowany, w złym stanie technicznym, ograniczona dostępność, opisany w najważniejszych obiektach zabytkowych na stronie Starostwa Powiatowego w Turku.

Zabytki architektury i budownictwa sakralnego (wpisane do rejestru zabytków):

Najcenniejszym zabytkiem architektury sakralnej w powiecie tureckim jest zespół kościoła w Wyszynie. W cytowanej waloryzacji znajdują się jeszcze dwa kościoły: w Turku i w Malanowie. W poniższym zestawieniu uwzględniono również inne, najstarsze kościoły powiatu tureckiego, których wyposażenie zostało wpisane do rejestru zabytków ruchomych.

- kościół par. p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa w Turku, 65 obiektów wyposażenia kościoła wpisano do rejestru zabytków ruchomych (wymieniony w waloryzacji),
- kościół par. p.w. śś. Stanisława i Mikołaja w Malanowie (gmina Malanów), wyposażenie kościoła wpisane jest do rejestru zabytków ruchomych, (wymieniony w waloryzacji),
- zespół kościoła w Wyszynie (gmina Władysławów), wnętrze posiada wystrój rokokowy z II poł. XVIII w., gotycką, kamienną chrzcielnicę z XV w., na uwagę zasługuje Obraz Bogarodzicy Czuwającej nad Dzieciątkiem z XVII wieku (wymieniony w waloryzacji),
- kościół ewangelicki w Turku, 22 obiekty wyposażenia wpisano do rejestru zabytków ruchomych, opisany w najważniejszych obiektach zabytkowych na stronie Starostwa Powiatowego w Turku,
- kościół par. pw. św. Mikołaja, 1435 - 1730 w Brudzewie (gmina Brudzew), najstarszy kościół na tym terenie, 36 obiektów wyposażenia kościoła wpisano do rejestru zabytków ruchomych,
- kościół pw. Świętego Ducha w Brudzewie (gmina Brudzew), w zabytkowej kaplicy p.w. św. Ducha z 1680 r. znajduje się zespół obiektów ruchomych nie wpisanych do rejestru zabytków,

- kościoła p.w. św. Mikołaja w Miłkowicach (gmina Dobra), w którym 19 obiektów zostało wpisanych do rejestru zabytków ruchomych,
- kościoła p.w. św. Trójcy w Skęczniewie (gmina Dobra), 33 elementy wpisano do rejestru zabytków ruchomych,
- kościoła par. p.w. św. Wita w Tuliszkowie (gmina Tuliszków), 58 obiektów wyposażenia wpisano do rejestru zabytków ruchomych.

Zabytkowe cmentarze (wpisane do rejestru zabytków):

- cmentarz ewangelicko-augsburski w Turku (wymieniony w waloryzacji),
- cmentarz choleryczny, os. Zdrojki Lewe w Turku (wymieniony w waloryzacji),
- cmentarz żydowski, po 1832 (miasto Turek), jedyny częściowo zachowany cmentarz żydowski w powiecie tureckim.

Fortyfikacje średniowieczne i nowożytne (wpisane do rejestru zabytków):

- fortyfikacje ziemne w Brudzewie (gmina Brudzew), słabo zachowane, objęte całkowitą ochroną, ogólnie dostępne (uwzględnione w waloryzacji).

Muzea, galerie i zbiory sztuki

- Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera (uwzględnione w waloryzacji).

Miejsca związane z biografią osób o regionalnym znaczeniu:

- Kościół Najświętszego Serca Pana Jezusa w Turku: wielokrotne pobyty i aktywność twórcza Józefa Mehoffera – artysty nurtu Młodej Polski (uwzględniony w waloryzacji),
- miejsce zamieszkania Włodzimierza Pietrzaka – poety, krytyka literackiego, postaci znanej w polskich kręgach literackich okresu międzywojennego (uwzględnione w waloryzacji).

Inne walory i atrakcje antropogeniczne

- pomnik Józefa Mehoffera, w formie ławeczki w Turku (uwzględniony w waloryzacji),
- pomnik ofiar II wojny światowej w Turku (uwzględniony w waloryzacji),
- pomnik nauczycieli w Turku (uwzględniony w waloryzacji),
- getto wiejskie Czachulec i Kirkut (gmina Kawęczyn),
- słup milowy w miejscowości Feliksów (gmina Malanów),
- tablica pamięci żydowskiej na budynku kina TUR, w miejscu dawnej synagogi (miasto Turek),

Eventy kulturowe o znaczeniu krajowym

- Ogólnopolski Konkurs Poetycki im. Włodzimierza Pietrzaka (uwzględniony w waloryzacji),
- Ogólnopolski Przegląd Nieprofesjonalnej Twórczości Tkackiej (uwzględniony w waloryzacji),

Regularne eventy kultury masowej o znaczeniu regionalnym

- Turek, Kino Tur: Przegląd Studenckich Etiud Filmowych „Klaps” (uwzględnione w waloryzacji),
- Turkowskie Prezentacje Teatrów Ulicznych (uwzględnione w waloryzacji),
- Spotkanie Teatralne Młodych „Czwarta Ściana” (uwzględnione w waloryzacji).

Szlaki kulturowe

Na terenie powiatu tureckiego nie ma wprawdzie oznakowanych szlaków kulturowych, jednak w cytowanej waloryzacji został ujęty „Szlak pomników przyrody i starych cmentarzy” (jest to w rzeczywistości szlak rowerowy, nieoznakowany, nie wyposażony w infrastrukturę towarzyszącą na

szlaku, opisany na stronie Tureckiego Towarzystwa Turystycznego).[39] Starostwo Powiatowe w Turku przygotowało natomiast zeszyty opisujące Szlak sakralny powiatu tureckiego. Na tym szlaku znalazły się m.in. kościoły w: Turku (kościół par. p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa i kościół ewangelicko-augsburski), zespół kościoła w Wyszynie i kościół w Malanowie. Jako szlaki kulturowe (opisane, ale nie istniejące w terenie w postaci oznakowanych tras z infrastrukturą towarzyszącą na szlaku) można uznać te, które zostały opisane w *Przewodniku TURystycznym Szlakiem TURa*, przygotowanym przez LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R: „Między Panem i Plebanem", „Wojna i Pokój", „Szlak z lornetką". Szlaki te obejmują obszar działania LGD (obszar powiatu - bez miasta Turek, gmin Dobra i Tuliszków, z gminami ościennymi Goszczanów i Kościelec).[40]

4.2 Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna w powiecie tureckim jest związana głównie z korzystaniem z walorów przyrodniczych tego terenu. Ze względu na sezonowość dotyczy ona przede wszystkim okresu od wiosny do jesieni, chociaż turystykę pieszą, rowerową, wędkarstwo, jeździectwo i myślistwo można uprawiać całorocznie. Największe ograniczenia dotyczą turystyki wodnej: infrastruktura nad zbiornikami Jeziorsko i Przykona jest dostępna w sezonie letnim. Największymi atutami przyrodniczymi, wykorzystywanymi do uprawiania aktywności ruchowej jest Zbiornik Jeziorsko i rzeka Wata. Tutaj znajdują się najcenniejsze przyrodniczo obszary: Natura 2000 jest Dolina Środkowej Warty i Uniejowski Obszar Chronionego Krajobrazu. Walory te dzieli jednak powiat turecki z powiatem kolskim oraz dwoma powiatami województwa łódzkiego (poddębickim i sieradzkim). Przez cenne przyrodniczo obszary powiatu tureckiego poprowadzono atrakcyjne szlaki turystyczne: piesze i rowerowe ścieżki dydaktyczne, szlaki piesze, rowerowe i konne. Należy jednak podkreślić, że powiat turecki nie posiada wybitnych walorów przyrodniczych, dlatego pomimo niewątpliwej atrakcyjności tych ścieżek i szlaków mają one przede wszystkim znacznie lokalne. Wyjątek stanowi szlak kajakowy na Warcie, który ma zasięg ponadregionalny i obejmuje 4 województwa (śląskie, łódzkie, wielkopolskie i lubuskie). Szansą na zwiększenie atrakcyjności szlaków pieszych, rowerowych i konnych jest ich integracja w powiatami ościennymi, a w przypadku szlaków konnych połączenie z siecią szlaków województwa łódzkiego.

Atrakcyjność walorów dla turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej zwiększają imprezy sportowe. Kilka z nich ma charakter regionalny i ogólnopolski. Są to zarówno imprezy wodniackie, rowerowe, jak również zawody jeździeckie. Z tą kategorią produktową mocno związane jest zagospodarowanie turystyczne, w szczególności infrastruktura towarzysząca, charakterystyczna dla poszczególnych form turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej. O ile zagospodarowanie dla turystyki pieszej, rowerowej i konnej w zakresie szlaków na obszarach przyrodniczych można ocenić wysoko, podmioty zajmujące się turystyką wodną i samorządy lokalne powinny rozwijać zaplecze dla turystyki wodnej. Jak wspomniano wcześniej, zarówno brzegi Warty, jak i Zbiornika Jeziorsko są lepiej zagospodarowane turystycznie w tych dwóch powiatach województwa łódzkiego.

Dobrze należy ocenić infrastrukturę noclegową w gminach, w których znajdują się oba zbiorniki wodne: w gminie Przykona powstają nowe obiekty, a OW Rafa planuje znaczące zwiększenie miejsc

[39] http://www.ttt.turek.net.pl/
[40] *Przewodniku TURystycznym Szlakiem TURa*, wydano na zlecanie LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Wydawnictwo camVers s.c., Bydgoszcz, 2011.

noclegowych. Słabością powiatu tureckiego jest zaplecze noclegowe na obszarach wiejskich, które jest szczególnie istotne dla rozwoju turystyki konnej. Oprócz kilku obiektów (nie figurujących w ewidencji GUS) niewiele jest innych obiektów (jest to również istotne w kontekście rozwoju turystyki na obszarach wiejskich).

Rekreacja i sporty wodne:

- Zbiornik Jeziorsko wraz z infrastrukturą znajdującą się przy linii brzegowej: 2 przystanie wodne: Port RZGW w Skęczniewie – udostępniany turystom po wcześniejszym uzgodnieniu, przystań żeglarska „Rafa", wypożyczalnia sprzętu rekreacyjnego przy Ośrodku Wypoczynkowym „Rafa" w Kościankach (gmina Dobra),
- OW „Rafa" nad Zbiornikiem Jeziorsko,
- Zbiornik Przykona wraz z infrastrukturą znajdującą się przy linii brzegowej: piaszczysta plaża przy której w okresie letnim funkcjonuje strzeżone miejsce do kąpieli, 2 pomosty (jeden pełni rolę przystani żeglarskiej, przeznaczony jest do cumowania łódek i sprzętu wodnego drugi przy strzeżonym miejscu do kąpieli z platformą estradową w okresie letnim wykorzystywany jest przez turystów do uprawiania sportu i rekreacji poza sezonem wykorzystywany jest przez wędkarzy), wypożyczalnia sprzętu pływającego, niezagospodarowane miejsce do slipowania sprzętu pływającego,
- Rzeka Warta,
- Szlak kajakowy na Warcie,
- Spływ Kajakowy Rzeką Wartą,
- Rafa Jeziorsko Cup – Puchar Polski w windsurfingu (gmina Dobra),
- Nadwarciański Turnieje Piłki Siatkowej Plażowej (gmina Dobra),
- Stowarzyszenie „Przystań",
- Sekcja żeglarska Tureckiego Towarzystwa Turystycznego,
- Szkółka Pływacka AQUARIUS (miasto Turek)
- Klub Żeglarski Złota Szekla przy ZP LOK w Turku (gmina Przykona),
- Szkółkę żeglarstwa i windsurfingu - Armor Sailing Group Zimotki (gmina Przykona),
- Basen kryty (zjeżdżalnia wodna, jacuzzi, sauna) przy OSIR w Turku.

Turystyka piesza:[41]

- piesze i rowerowe ścieżki dydaktyczne „Bogdałów" w gminach: Brudzew, Turek, Władysławów i Przykona (uwzględniony w waloryzacji),
- ścieżki edukacyjne „Zieleń",
- ścieżki piesze „Uroczysko Cisew"
- szlak pieszy (niebieski) Żychlin – Wyszyna – Turek,
- Piesze i Rowerowe Ścieżki Dydaktyczne „Zdrojki".

Turystyka rowerowa:

- piesze i rowerowe ścieżki dydaktyczne „Bogdałów" w gminach: Brudzew, Turek, Władysławów i Przykona (uwzględniony w waloryzacji),
- Dydaktyczny Szlak Rowerowy „Panorama",

[41] Ścieżki i szlaki piesze, rowerowe, konne zostały szczegółowo zinwentaryzowane w załączniku 10 do *Zintegrowanej Strategii Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025.*

- Piesze i Rowerowe Ścieżki Dydaktyczne „Zdrojki”
- 4 szlaki rowerowe (zielony, żółty, czerwony, niebieski) o łącznej długości 113,3 km,
- Szlaki są oznakowane, w miejscach postoju znajdują się tablice (dotyczy to w szczególności ścieżek o charakterze dydaktycznym), jednak oznakowanie jest w części w złym stanie i wymaga odnowy,
- Szlak przyrodniczy „Z Przyrodą za Pan Brat”,
- przez teren powiatu przebiega również Nadwarciański Szlak Rowerowy i Szlak Rowerowy „Podkuta Szóstka”,
- Kolarskie Kryterium Uliczne o Memoriał Mirosława Rapczewskiego i Edwarda Gałczyńskiego (miasto Turek),
- Family CUP MTB (miasto Turek),
- Powiatowy Rajd Rowerowy (miasto Turek),
- Rajd Turystyczny „Pieczonego Ziemniaka” (gmina Brudzew),
- Rajd Bursztynowy po Wielkopolsce Wschodniej (gmina Tuliszków jest współorganizatorem).

Turystyka konna:

- System Szlaków Konnych „Kawęczyńska Przygoda w Siodle”, obejmujący:
    - szlak jeździecki „z boćkiem na ogonie”,
    - szlak jeździecki „trasa nie w ciemień bita”,
    - szlak jeździecki „co ma koń do wiatraka”,
    - szlak jeździecki „przez lasy pamiętające getto Czachulec”,
    - szlak jeździecki „szlak Wadery”,
    - szlak jeździecki „do ptasiej republiki nad Teleszynę”,
    - szlak jeździecki „szlak Grety i Telimeny,
    - szlak jeździecki „szlakiem ozów, wiatraka i kapliczek”,
    - szlak Jeździecki „szlak Ratafi”,
- „Szlak Wozowni i czterech kul” w gminie Brudzew,
- Stadnina Koni Huculskich „Skarbiec” w Młodzianowie (gmina Kawęczyn),
- Stadnina w Żdżarach prowadzona przez Państwa Grudzińskich (gmina Kawęczyn),
- Stajnia „HEAA” w Żdżarach (gmina Kawęczyn),
- Stajnia Roka w Kowalach Księżach (gmina Turek),
- Stajnia „Omega” Cisew (gmina Turek),
- Klub Jeździecki ,,Mar-Klin” (miasto Turek),
- Klub Jeździecki ,,HEAA” (miasto Turek),
- Regionalne Zawody w Skokach przez Przeszkody (gmina Kawęczyn),
- Otwarte Mistrzostwa w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi (gmina Kawęczyn).

Wędkarstwo:

- Zbiornik Jeziorsko,
- Zbiornik Przykona,
- zbiornik zaporowy Żeronice (gmina Dobra),
- stawy rybne w Smaszewie (gmina Tuliszków),
- stawy Grzymiszewskie w Wielopolu (gmina Tuliszków),
- Spławikowe Zawody Wędkarskie (gmina Dobra),
- Okręg Polskiego Związku Wędkarskiego w Koninie Koło PZW Nr 33 we Władysławowie.

4.3 Turystyka na obszarach wiejskich

Turystyka na obszarach wiejskich jest związana a aktywnościami opisanymi na początku tego rozdziału. Jak wspomniano wcześniej, baza noclegowa na obszarach wiejskich powiatu tureckiego jest bardzo słabo rozwinięta, co utrudnia, a często wręcz uniemożliwia wykorzystanie turystyczne dużego potencjału drzemiącego w gminach wiejskich tego obszaru. Dlatego agroturystyka i pobyty w gospodarstwach turystycznych rozwijają się słabo. Nie istnieje oferta pobytów w gospodarstwach rolnych, ani związanych z możliwością udziału w tradycyjnym życiu w gospodarstwach wiejskich. Z uwagi na brak występowania na terenie powiatu wybitnych walorów przyrodniczych (objętych takimi formami, jak park narodowy, krajobrazowy, rezerwat) nie można na chwilę obecną o dużym znaczeniu dla powiatu tureckiego zwiedzania obszarów objętych ochroną przyrody (mierzonego wielkością ruchu turystycznego). Ta forma aktywności ma charakter niszowy, jest realizowana przez ekologów, ornitologów, pasjonatów. Z uwagi na występowanie rzadkich i chronionych gatunków, w szczególności ptaków, ekoturystyka i zwiedzanie obszarów objętych ochroną przyrody mogłyby się rozwijać (np. bird watching), ale na chwilę obecną nie ma takiej oferty. Najbardziej reprezentatywną formą turystyki wiejskiej w powiecie tureckim mogą być imprezy folklorystyczne. Nie mają one jednak w większości znaczenia ponadlokalnego. Na uwagę zasługują parki dworskie, pałacowe i krajobrazowe, położone przy zabytkowych obiektach opisanych wcześniej. Obiekty te znajdują się w większości właśnie na obszarach wiejskich. Parki te są zachowane i udostępnione w różnym stopniu. Na tym tle wyróżnia się zespół dworko-parkowy w Słodkowie (gmina Turek).

Gospodarstwa agroturystyczne:

- Agroturystyka Agnieszka Galoch (gmina Brudzew),
- Gospodarstwo agroturystyczne Malwa (gmina Tuliszków),
- Gospodarstwo agroturystyczne Jaśmin (gmina Tuliszków),
- Gospodarstwo agroturystyczne Jaskiewiczów w Żdżarach (gmina Kaweczyn),
- Gospodarstwo agroturystyczne „Bliżej Natury” Alina Janik (gmina Dobra),
- Gospodarstwo agroturystyczne Danuta Misiak (gmina Dobra),
- Gospodarstwo agroturystyczne U Pawlaków (gmina Przykona),
- Gospodarstwo agroturystyczne Agronatura (gmina Przykona),
- Agro-Integracja Barbara Karaszewska (gmina Władysławów),
- Wigwam Russocice (gmina Władysławów).

Obszary objęte ochroną przyrody:

- obszarem specjalnej ochrony ptaków (OSO) w ekologicznej sieci Natura 2000 jest Dolina Środkowej Warty (PLB 300002) – ostoja rangi europejskiej,
- znaczenie europejskie ma Zbiornik Jeziorsko - obszar ważny dla ptaków w okresie gniazdowania i migracji a regionalne - Zbiornik Przykona,
- Złotogórski Obszar Chronionego Krajobrazu.

Pomniki przyrody:

- Dąb „Bartek” (gmina Malanów, wymieniony w waloryzacji),
- Głaz narzutowy Wrząca (gmina Turek, wymieniony w waloryzacji).

Parki dworskie, pałacowe i krajobrazowe:

- park krajobrazowy przy zespole dworko-parkowym w Słodkowie (gmina Turek, wymieniony w waloryzacji),
- park przy dworku Chocimiu (gmina Kawęczyn, wymieniony w waloryzacji), obiekt prywatny, niedaleko dworku znajduje się dąb, którego obwód pnia to 250 cm,
- park krajobrazowy przy ruinie dworu w Gozdowie (sołectwo Żdżary, gmina Kawęczyn), na terenie prywatnym, interesujący ze względu na wiąz o średnicy 200 cm w parku,
- park za dworem w Kawęczynie, o powierzchni 3,7ha, w którym znajduje się dwustumetrowa aleja grabowo-lipowa z drzewami o obwodzie 100-300 cm,
- park krajobrazowy. przy dworze Brudzewie, z sztucznymi stawami w dnie doliny Kiełbaski (obecnie suchymi), z wspomnianym wcześniej jedynym pomnikiem przyrody na obszarze gminy oraz starym drzewostanem, złożonym m.in. z klonów, wiązów, dębów i lip,
- zadbany park krajobrazowy przy pałacu w Brudzyniu (gmina Brudzew), z urozmaiconym drzewostanem, obejmującym: dęby, klony, jesiony, lipy, jodły, świerki, efektowny okaz czerwonego kasztanowca i inne,
- park z połowy przy dworze w Kolnicy, z licznymi okazałymi dębami i lipami oraz szpalerami młodszych grabów.

Najważniejsze imprezy kulturalne na obszarach wiejskich:

- Noc Kupały w Brudzewie (gmina Brudzew),
- Festyn Miód Malina (gmina Brudzew),
- Festyn Kasztelański (gmina Brudzew),
- Święto Plinzy – Rzechta (gmina Dobra),
- Święto Pieczonego Ziemniaka (gmina Kawęczyn),
- Festyn Folklorystyczny w Dziadowicach– „My kochamy naszą ziemię” (gmina Malanów),
- Prezentacja Tradycji Wielkanocnych (gmina Tuliszków).

Walory tradycyjnej kultury ludowej:

- tradycje tkackie (gmina Władysławów),
- Straż Grobu Pańskiego (gmina Dobra),
- Procesja Emaus (gmina Dobra),
- dywany kwiatowe układane w Skęczniewie (gmina Dobra),
- rękodzielnictwo i rzemiosło,
- koła gospodyń wiejskich,
- tradycje kulinarne, odkrywane przez LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.,
- zespoły folklorystyczne, w tym Zespół „Tradycja” z Malanowa,
- Rogal Kasztelański (gmina Tuliszków),
- Krainą Kwitnącej Czereśni (gmina Tuliszków).

5 Potencjał turystyczny gmin ościennych powiatu tureckiego (Goszczanów, Kościelec, Uniejów)

5.1 Uniejów

Miasto i gmina w powiecie poddębickim, w województwie łódzkim. Od 2012 r. miasto Uniejów wraz z przyległymi sołectwami (Spycimierz, Spyciemierz-Kolonia, Zieleń i Człopy) posiada status uzdrowiska. Jest to pierwsze uzdrowisko termalne w Polsce, w 2008 r. otwarto Termy Uniejów – kompleks z gorącymi basenami solankowymi, wodami leczniczymi, w których zawartość jodu jest porównywalna z Bałtykiem. Gmina ma charakter turystyczny. Kompleks termalny będzie w dalej rozbudowywany. Gmina ma bardzo atrakcyjną stronę internetową („wrażeniowa" i „turystyczna"), na której znajduje się „Strefa turysty" i „Strefa uzdrowiskowa". Atutem są publikacje w formacie PDF, emocjonalne zdjęcia, mapy z zaznaczeniem atrakcji turystycznych i szlaków. Najważniejszą atrakcją jest zespół obiektów tworzących uzdrowisko. Atutami turystycznymi są: zamek arcybiskupów gnieźnieńskich, będący obecnie obiektem noclegowym, Zagroda Młynarska, Wioska Indiańska, przepływająca przez Uniejów Warta, Uroczysko Zieleń znajdujące się w Uniejowie, dobrze rozwinięta baza noclegowa o wysokim standardzie.

Analiza potencjału w zakresie turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej (w tym uzdrowiskowej), kulturowej i na obszarach wiejskich pozwala stwierdzić, że atrakcje turystyczne gminy Uniejów przewyższają pod względem wartości historycznych, poznawczych, rekreacyjno-wypoczynkowych te, które aktualnie posiada powiat turecki. Najważniejsze atrakcje cechuje duża dostępność, zagospodarowanie, dobre wyeksponowanie i promocja. Można powiedzieć, że są to produkty turystyczne (zgodnie z przyjętą definicją), umożliwiające zatrzymanie turysty na dłużej (uzdrowisko oferuje pobyty długookresowe).

Produkt turystyki uzdrowiskowej jest całkowicie odmienny od zasobów posiadanych obecnie przez powiat turecki. Nie jest to produkt ani konkurencyjny, ani substytucyjny, ani komplementarny. Jest to innym produkt, adresowany do innego segmentu, którego motywacja i główny cel przyjazdu związane są z poprawą zdrowia, kondycji i urody w uzdrowisku. Nie ma zatem faktycznej możliwości postulowanego przez część uczestników spotkań organizowanych podczas prac nad niniejszą strategią „przyłączenia się do silniejszego". Mając jednak na względzie długość pobytów w uzdrowisku Uniejów, słusznym kierunkiem może być zabieganie, aby turyści ci spędzali czas na terenie powiatu tureckiego. Należy jednak pamiętać, że są to jednodniowi odwiedzający, którzy (z uwagi na swoje preferencje turystyczne) raczej nie przyjadą do powiatu tureckiego na pobyt. Trzeba również podkreślić, że gmina Uniejów będzie zabiegać o to, aby osoby te przebywały i wydawały swoje pieniądze na jej terenie i niechętnie „odda" ich powiatowi tureckiemu. Taki wniosek można wyciągnąć na podstawie atrakcji, które mają zapewnić urozmaicone, aktywne i właśnie atrakcyjne spędzanie czasu. Widoczny jest również kierunek w działaniach gminy Uniejów polegający nad tym, że odkupuje niezagospodarowane walory kulturowe znajdujące się na terenie powiatu tureckiego (np. wiatraki, będące charakterystycznym elementem krajobrazu powiatu tureckiego i Wielkopolski).

W tym kontekście gmina Uniejów nie wpływa na wizerunek powiatu tureckiego w sposób, który można uznać za pozytywny, o czym świadczy formułowanie zdanie, że powiat turecki leży koło

Uniejowa. Powiat turecki nie przyciąga i nie przyciągnie tego segmentu turystów dlatego, że leży blisko tego uzdrowiska. Można stwierdzić, że jest raczej odwrotnie: samorządy lokalne i inne podmioty z obszaru powiatu poprzez swoje działania potwierdzają niejako, że największą atrakcją tego terenu jest Uniejów. Gości odwiedzających powiat kieruje się na nocleg do Uniejowa, Starostwo Powiatowe na swojej stronie internetowej promuje usługodawców turystycznych z Uniejowa.

Wprawdzie Uniejów w opisie okolic uwzględnia Zbiornik Przykonę i Jeziorsko (jego część znajdującą się w powiecie poddębickim), ale nie informuje, że na terenie powiatu tureckiego znajdują się walory i atrakcje dla turystyki kulturowej i inne walory przyrodnicze, poza wymienionymi zbiornikami. Produktami potencjalnie konkurencyjnymi powiatu tureckiego i Uniejowa mogą być te oparte na walorach przyrodniczych wykorzystywanych dla uprawiania turystyki rowerowej, jeździeckiej. W tym kontekście oba obszary posiadają podobną ofertę i dla powiatu tureckiego korzystne byłoby w tym zakresie łączenie potencjałów i jedoczesne wzmacnianie atrakcyjności powiatu tureckiego poprzez tworzenie nowych, oryginalnych i wyróżniających atrakcji, które spowodują, że ziemia turecka będzie realnym partnerem dla gminy Uniejów, a nie rezerwuarem turystów, którzy nie mogą znaleźć noclegu w powiecie tureckim. Poniżej wymienione są najważniejsze walory, atrakcje i produkty turystyczne gminy Uniejów, w podziale na turystykę kulturową, rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną oraz na obszarach wiejskich.[42]

Turystyka kulturowa

- Zamek w Uniejowie - XIV w. budowla gotycka wzniesiona w latach 1360-1365, w połowie XVII w. stanowił jedną z rezydencji biskupów gnieźnieńskich, w latach 1848-1850 przebudowany na klasyczny pałac, najważniejszy zabytek architektury i budownictwa gminy Uniejów,
- Kolegiata pw. Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny z 1349 r., zachowała elementy reprezentujące kolejne style, mieści się tutaj sarkofag błogosławionego Bogumiła z 1666 r.,
- późno klasycystyczny dworek szlachecki z 1845 r.,
- Izba Regionalna w Uniejowie,
- noclegi w zamku arcybiskupów gnieźnieńskich,
- Zagroda Młynarska: tematyczne zwiedzanie Zagrody połączone z warsztatami dla grup szkolnych, tematy: „Abecadło o chlebie…", „Każde miejsce opowiada swoją historię, czyli rzecz o dziedzictwie wiejskim", „Tajemniczy świat wiatraków", „Zabytkowy wiatrak – koźlak",
- „Spotkanie ze średniowieczem"- „Żywa " lekcja historii (4 programy),
- Wystawa „Średniowieczne narzędzia tortur w wieży rycerskiej",
- szlak historyczny: Piątek - Tum - Łęczyca - Byszew - Besiekiery - Uniejów – Spycimierz,
- szlak sakralny: Piątek - Tum - Łęczyca - Kłodawa - Uniejów - Świnice Warckie,
- szlak patriotyczny: Piątek - Tum - Łęczyca - Grabów - Chełmno - Dąbie – Uniejów,
- szlak techniki: Łęczyca - Kłodawa – Uniejów,
- szlak Św. Faustyny Kowalskiej,
- szlak Bursztynowy,
- Romański Szlak Samochodowy. Odcinek Sieradz – Uniejów – Łęczyca,
- Bursztynowy Szlak Samochodowy. Odcinek Konin- Uniejów,
- IX Jarmark Średniowieczny i Turniej Rycerski w Uniejowie,
- X Turniej Rycerski w Uniejowie,

[42] uniejow.pl

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

- Centrum rehabilitacji i odnowy Uzdrowiska Uniejów,
- Hotel **** Lawendowe Termy,
- Instytut Zdrowia Człowieka,
- kompleks termalno-basenowy,
- Wioska Indiańska Tatanka w Uniejowie (dla grup zorganizowanych): edukacja połączona jest z aktywnym wypoczynkiem. Jest to jedyna w swoim rodzaju lekcja historii, geografii, przyrody i muzyki na świeżym powietrzu. W programie 1,5 godzinnej wycieczki oprócz zwiedzania wioski z przewodnikiem proponujemy: malowanie twarzy, strzelanie z łuku, strzelanie z dmuchawki, rzut włócznią i rzutkami do celu, rzuty na bizonie rogi,
- Wytwórnia Ciszy Hatha Yogi (Brzozówka),
- szlak konny majora Hubala,
- Uniejów i Ostrowsk - stadniny koni (Dąbie),
- szlak przyrodniczy: Witów - Piątek - Góra Św. Małgorzaty - Rybitwy - Dąbie – Uniejów,
- Nadwarciański Szlak Rowerowy- odcinek wschodni, oznakowany w 2005 roku, liczy 250 km od Poznania do Zbiornika Jeziorsko (przebiega również przez powiat turecki),
- szlak rowerowy „Gorące źródła": Gąsiory - – Zbysław, ciemnoniebieski, długość szlaku w gminie Uniejów - 14km,
- szlak "Po ziemi uniejowskiej",
- prom na Warcie,
- szlak kajakowy na Warcie,
- spływy kajakowe rzeką Wartą,

Turystyka na obszarach wiejskich

- kompleks łąkowo - depresyjny "Dąbskie Błota" włączony w sieć ochrony Natura 2000,
- Uroczysko Zieleń – zespół przyrodniczo-krajobrazowy,
- wieś Spycimierz w pobliżu Uniejowa (4 km na południowy zachód od miasta), z ciekawym układem zabudowy przestrzennej opartym na historycznych założeniach: wieś ma zwartą zabudowę o nieregularnym, wielodrożnym rozmieszczeniu siedlisk, określoną jako „kupowa",
- wieś Spycimierz - jedna z najstarszych parafii w Polsce, słynąca z 200-letniej tradycji "kwietnych dywanów" układanych w dzień Bożego Ciała,
- Ścieżka Edukacyjno-turystyczna nad Wartą,
- Nadwarciański Obszar Chronionego Krajobrazu.

Obiekty noclegowe:

- Hotel Uniejów,
- Lawendowe Termy,
- Zamek Arcybiskupów Gnieźnieńskich,
- Dom Pracy Twórczej,
- Zagroda Młynarska,
- Gościniec nad Wartą,
- Zajazd Złoty Róg,
- Gospoda Pod Brzozami,

- Sezonowy wynajem pokoi gościnnych,
- Kwatery prywatne Przylesie,
- Wynajem pokoi Zgromadzenie Sióstr Wspólnej Pracy od Niepokalanej Maryi,
- Agroturystyka EKO-AGRO,
- Willa – Wilamów,
- Wytwórnia Ciszy Hatha Yogi (Brzozówka).

5.2 Kościelec

Gmina wiejska w powiecie kolskim, w województwie wielkopolskim, graniczącą bezpośrednio z powiatem tureckim (gminy Brudzew i Władysławów), członek LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. Najatrakcyjniejszym zabytkiem gminy jest romański kościół. Efektowny pałac eklektyczny, który wymaga jednak generalnego remontu, na który środki pochodzą z Ministerstwa Kultury. Będzie mieścić się tutaj Zespół Szkół Plastycznych z Koła. Na uwagę zasługuje dobrze zachowany park z cennym drzewostanem. Nie jest to jednak gmina turystyczna, lecz rolnicza, charakteryzująca się dużą lesistością. Walory i atrakcje tej gminy nie wpływają w istotny sposób na wizerunek powiatu tureckiego. Z uwagi na położenie i charakter oraz przynależność do LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. może stanowić uzupełnienie potencjału ziemi tureckiej, tym bardziej w kontekście zabytków sakralnych gmin Brudzew i Władysławów. Elementami łączącymi gminę Kościelec z powiatem tureckim jest Złotogórski Obszar Chronionego Krajobrazu i rzeka Warta.

Turystyka kulturowa

- zespół pałacowy z XIX w. w Kościelcu z parkiem krajobrazowym (pałac eklektyczny),
- romański kościół Świętego Andrzeja Apostoła,
- drewniany Kościół p.w. św. Stanisława w Białkowie Kościelnym,
- filozof Henryk Struve pochowany na cmentarzu w Kościelcu,
- Dobrów, związany z postacią bł. Bogumiła, z drewnianą kaplicą w miejscu jego pustelni,
- sala pamiątek Pocztowych w Kościelcu,
- filia Muzeum Poczty i Telekomunikacji z Wrocławia w Kościelcu (ekspozycja obrazującą historię usług pocztowych),
- ruiny zamku w Kole (ruina, obiekt należący do miasta Koło),
- szlak polskich i poniemieckich umocnień polowych z okresu II wojny światowej w okolicach Koła.

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

- prom na Warcie,
- szlak kajakowy na Warcie,
- szlak żółty: Koło - Dobrów - Police Mostowe - Police Ruszkowskie - Police Średnie - Białków Kościelny - Leszcze - Leszcze II - Dąbrowice - Trzęśniew Mały - Trzęśniew - Wakowy - Ochle - Dzierawy – Koło,

Turystyka na obszarach wiejskich

- „Targi Rolnicze” w Kościelcu,
- rozległy (12 ha) park krajobrazowy przy zespole pałacowym, z kilkoma prospektami widokowymi, założony w drugiej połowie XIX wieku, rosną w nim m.in. dwa drzewa - pomniki

przyrody: cis pospolity o obwodzie 100 cm i dąb szypułkowy o obwodzie 500 cm, ponadto w parku wznoszą się romantyczne ruiny, jest w nim też meczet i minaret oraz sztuczna grota wyłożona tufem wulkanicznych przywiezionym z Sycylii,

- Złotogórski Obszar

Obiekty noclegowe:

- Zajazd Kościelec,
- Zajazd Europa,
- Hotel – restauracja „Bajada”,
- Gościniec Zerwikaptur- Dąbrowice,
- Noclegi nad mini halą targową.

5.3 Goszczanów

Gmina wiejska położona w powiecie sieradzkim, w województwie łódzkim. Sąsiaduje z dwiema gminami powiatu tureckiego: Dobrą i Kawęczynem jest członkiem LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. Użytki rolne zajmują 86% powierzchni gminy. Gminę Goszczanów cechuje niski udział lasów, zabytków, walorów przyrodniczych, szlaków i obiektów dla turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej. Gmina ma najmniej turystyczny charakter spośród analizowanych gmin ościennych, działa tutaj tylko jedno gospodarstwo agroturystyczne. Walory i atrakcje tej gminy nie wpływają w istotny sposób na wizerunek powiatu tureckiego. Z uwagi na położenie i charakter oraz przynależność do LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. może stanowić uzupełnienie potencjału ziemi tureckiej.

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

- Szlak Powstańców 1863 roku, czerwony, długość - 50 km (pieszy, dostępny także dla kolarzy), biegnie z Warty poprzez Goszczanów, Wrzącą w powiecie tureckim do Wojkowa, związany z wydarzeniami powstania styczniowego 1863 roku, biegnąc przez obszar Wysoczyzny Tureckiej i Złoczewskiej, umożliwia zapoznanie się z zabytkami i środowiskiem geograficznym,
- szlak rowerowy "Skarbów Ziemi Sieradzkiej" - niebieski (Zduńska Wola - Szadek - Warta - Goszczanów - Błaszki - Złoczew - Burzenin - Widawa - Sędziejowice - Łask).

Turystyka kulturowa

- kościół św. Marcina i Stanisława z 1666 roku,
- czerwony szlak "Powstańców 1863 r." o długości 52 km prowadzący Warty do Gruszczyc,
- kaplica dworska w Świnicach Kaliskich z XVII w.,
- kościół parafialny pw. św. Benedykta w Chlewie z XVIII w.,
- zespół dworski w Stojanowie z XIX w.

Turystyka na obszarach wiejskich

- gmina podejmuje również liczne działania, które służyć mają integracji mieszkańców, podniesieniu poczucia przynależności do wspólnoty, poszanowaniu środowiska naturalnego oraz kultywowaniu tradycji w regionie.
- sztuka ludowa i tradycje miejscowego folkloru coraz bardziej zanikają, można je jeszcze odnaleźć we wspomnieniach miejscowej ludności wsi Poniatów, leżącej 2 km na wschód od Goszczanowa,

- do niedawna utrzymywał się tutaj tradycyjny zapustowy obyczaj regionalny o nazwie "Cymber", pielęgnowany przez miejscowe Koło Gospodyń Wiejskich,
- Lipickie Mokradła (zaliczone do obszaru NATURA 2000), gdzie występuje, bogata szata roślinna, stanowiąca miejsce schronienia, żerowania i rozrodu wielu gatunków zwierząt.

Obiekty noclegowe:

- gospodarstwo agroturystyczne „Amazonka".

6 Pojemność turystyczna

Prowadzona przez samorządy polityka turystyczna jako cel główny często obiera zwiększenie liczby turystów w celu maksymalizacji dochodów obszaru recepcji turystycznej. W takiej sytuacji konieczne jest określenie progu zachowania zasobów (przyrodniczych i kulturowych), które spowodują, że obszar pozostanie atrakcyjny turystycznie i uniknie dewastacji. W tym celu szacuje się liczbę turystów, którzy mogą odwiedzić dany obszar bez szkody dla środowiska naturalnego. Dla ustalenia tej wielkości służą wskaźniki chłonności i pojemności turystycznej[43].

Przez pojemność turystyczną rozumie się maksymalną liczbę turystów, którzy mogą jednocześnie przebywać na danym obszarze, po jego przystosowaniu do tego celu, w warunkach prawidłowego zaspokajania ich potrzeb, nie powodując negatywnych konsekwencji w walorach turystycznych środowiska przyrodniczego.

Pojemność turystyczna determinowana jest pojemnością bazy noclegowej (liczba miejsc noclegowych), gastronomicznej (liczba miejsc konsumpcyjnych, wydawanych posiłków) i towarzyszącej (liczba miejsc lub powierzchnia). Wartości te określająca maksymalną liczbę uczestników ruchu turystycznego mogących równocześnie korzystać z poszczególnych urządzeń, nie przyczyniając się do zmniejszenia zakresu i poziomu podaży usług turystycznych oraz dezorganizacji życia społeczno-gospodarczego. Pojemność turystyczna odnosi się więc do obszarów zagospodarowanych i przystosowanych do użytkowania turystycznego. W przypadku szlaku turystycznego pojęcie to określane jest jako przepustowość.

W literaturze (Niezgoda i inni) wyróżnia się trzy kategorie pojemności:
Pojemność **wynikowa** zależna od uwarunkowań infrastruktury, uwarunkowań naturalnych i rezerw siły roboczej. **Pojemność ekologiczna** określa granice otwarcia na inwestycje turystyczne i granice, do których może być przyjmowany ruch turystyczny bez groźby utraty atrakcyjności przez obszar. Pojemność **socjopsychologiczna** jest granicą, poza która zaczyna się spadek liczby przyjeżdżających turystów (podawany za pomocą wskaźnika intensywności ruchu Deferta wyrażanego liczbą turystów na km^2). Przekroczenie tego wskaźnika oznacza, że turysta odczuwa subiektywny spadek atrakcyjności danego terenu z powodu zbyt dużego zatłoczenia co skutkuje rezygnacją z przyjazdu. Z perspektywy ludności miejscowej przekroczenie granicy pojemności socjopsychologicznej stanowi

[43] Chłonność turystyczna oznacza zdolność środowiska przyrodniczego do przyjęcia takiego obciążenia przez turystów, które zapewni optymalne warunki wypoczynku i nie spowoduje zachwiania równowagi biocenotycznej w środowisku. Chłonność świadczy więc o możliwości użytkowania turystycznego obszarów bez określenia ich funkcji i sposobu zagospodarowania. Chłonność turystyczna obszarów jest uzależniona od odporności poszczególnych ekosystemów na użytkowanie turystyczne. Zależność ta jest wprost proporcjonalna, im wyższa odporność tym wyższa chłonność.

subiektywne poczucie uciążliwości wynikającej z różnego rodzaju aktywności turystycznej i przeinwestowania terenu w obiekty i urządzenia turystyczne.

Rozróżnia się również (Weaver 2006) pojemność turystyczna **stałą** *(fixed carring capacity)* oraz **zmienną** *(flexibile carring capacity)*. Stała pojemność obliczamy wtedy, gdy:

- w regionie znajduje się znaczna liczba atrakcji antropologicznych i naturalnych, które mogą być nieodwracalnie zniszczone przez nadmiar turystów,
- nieznana jest pojemność obszaru turystycznego,
- brak jest zasobów, które pozwalają na zwiększenie pojemności turystycznej obszaru,
- mieszkańcy są przeciwni intensyfikacji wielkości ruchu turystycznego.

Zwykle mieszkańcy jak i decydenci popierają zwiększenie wielkości ruchu turystycznego. Aby obyło się bez większych strat dla środowiska tak naturalnego jak i społecznego należy wypracować strategię stopniowego zwiększania pojemności turystycznej obszaru.

Zmienna pojemność turystyczna obszaru (liczba odwiedzających zmienia się wraz ze zmianą pojemności turystycznej) jest stosowana wtedy, gdy dostępne są zasoby pozwalające na zwiększenie pojemności turystycznej a mieszkańcy nie są przeciwni dalszemu wzrostowi ruchu turystycznego. Zbyt szybki przyrost napływu turystów powoduje niebezpieczeństwo „samozagłady turystyki" (strumienie turystów będą zmierzać do obszarów, które nie uległy dewastacji i degradacji). Zagadnienie to wiąże się również z teoria cyklu rozwoju obszaru turystycznego R.W. Butlera.

6.1 Pojemność turystyczna wynikowa dla powiatu tureckiego

Ustalenie aktualnej pojemności turystycznej powiatu tureckiego dokonano poprzez obliczenie pojemności bazy noclegowej gmin wchodzących w skład omawianego obszaru. Dane te zebrano w poniższej tabeli.

Tabela 1: Baza noclegowa w powiecie tureckim.

Lp.	Gmina	Nazwa obiektu	Liczba miejsc noclegowych
1	Brudzew	Agroturystyka Agnieszka Galoch	20
2	Tuliszków	Gospodarstwo agroturystyczne Malwa	8
		Gospodarstwo agroturystyczne Jaśmin	12
3	Kawęczyn	Hostel „Karczma Pod Kasztanami" Kowale	16
		Gosp. Agroturystyczne Jaskiewiczów w Żdżarach	6
4	Malanów	Motel Domal w Malanowie	50
		Dębowe Zacisze	4
5	Dobra M. i Gmina	Ośrodek Wypoczynkowo – Żeglarski „RAFA"	100
		Ośrodek wypoczynkowy Nadleśnictwa Turek	20
		Gospodarstwo Agroturystyczne „Bliżej Natury" Alina Janik	20
		Gospodarstwo Agroturystyczne Danuta Misiak	10
		Zajazd Jagoda	10
		Zajazd Zapiecek	22
6	Turek Miasto	Hotel „Koloseum" ***	15
		Hotel „Sława" **	25
		Hotel „Eden"	52
		Hotel „Arkady" *	42
		Hotel „Monika"	55

7	Przykona	Zajazd Staropolski	45
		Hotel Olsza	70
		Gosp. Agroturystyczne U Pawlaków	6
		Gosp. Agroturystyczne Agronatura	8
8	Władysławów	Agro-Integracja Barbara Karaszewska	5
		Wigwam Russocice	Namioty (30 miejsc)
9	RAZEM		601

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Jednorazowa pojemność bazy noclegowej nieco tylko przekracza 600 miejsc. Trzeba dodać, że część obiektów – przyczepy kempingowe, namioty, gospodarstwa agroturystyczne funkcjonuje tylko w sezonie letnim. Znaczna część obiektów ma niski standard, obiekty hotelowe w mieście Turek znajdują się w złym stanie technicznym. Baza noclegowa skupiona nad sztucznym zbiornikiem Jeziorsko (Miasto i Gmina Dobra), mieście Turek oraz w gminie Przykona.

Tabela 2: Baza gastronomiczna gmin powiatu tureckiego.

Lp.	Gmina	Nazwa obiektu
1	**Brudzew**	Pizzeria Impresso
		Pizzeria Remi
		Restauracja Ambrozja w Brudzewie
		Restauracja U Joli w Kolnicy
		Cukiernia Hubert Murawski i Ewa Rosicka w Brudzewie
2.	**Tuliszków**	Restauracja Apetito – pizzeria kebab
		Restauracja Meteora
		Pablo Pizza
3	**Kawęczyn**	Restauracja „Karczma pod Kasztanami" Kowale
4	**Malanów**	Restauracja Domal
		Restauracja Hacjenda
		Restauracja Vagabunda
5	**Dobra**	Bar przy ośrodku rafa, 2 zajazdy w Rzymsku i Linne, restauracja i cukiernia w Dobrej, usługi w gospodarstwach agroturystycznych i 2 sale bankietowe
6	**Turek Miasto**	6 restauracji w obiektach noclegowych, 5 restauracji poza obiektami zbiorowego zakwaterowania, 5 pizzerii, 8 barów – pub, 2 stołówki, 1 cukiernia, 3 punkty małej gastronomii
7	**Przykona**	2 restauracje w obiektach noclegowych, 1 bar, żywienie w gospodarstwach agroturystycznych, sezonowa gastronomia nad zbiornikiem Przykona
8	**Władysławów**	1 pizzeria

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Przeprowadzona inwentaryzacja bazy gastronomicznej nie pozwoliła na precyzyjne określenie liczby miejsc gastronomicznych. Podobnie jak baza noclegowa jest ona na stosunkowo niskim poziomie, poza obiektami w hotelach i nielicznych ośrodkach wypoczynkowych jest ona zorientowana raczej na miejscowych niż turystów. Cechuje ja tez znaczna sezonowość, zwłaszcza w odniesieniu do agroturystyki. Założyć można, że aktualna wielkość bazy gastronomicznej jest adekwatna do liczby miejsc noclegowych.

Jednorazową pojemność turystyczna powiatu tureckiego określić można na 600 osób[44]. Wskaźnik Deferta intensywności (gęstości) ruchu jest niski: 11 (dla woj. wielkopolskiego wynosi 55, a dla Polski 68; największa wartość wskaźnika dotyczy woj. małopolskiego – 206). Kreowanie i rozwijanie nowych produktów turystycznych wymagać będzie rozwoju bazy noclegowej i jej restrukturyzacji pod względem ilościowym, jakościowym i przestrzennym.

[44] Za turystę uważamy osobę, która skorzystała z usługi noclegowej w miejscowej bazie. Osoby, które podróżują tranzytem przez powiat, bez skorzystania z noclegu to ruch zwany pasanckim (jednodniowi odwiedzający), który nie zalicza się do ruch turystycznego.

Dane odnośnie ruchu turystycznego: Ruch Turystyczny – 2011, 7 477 udzielonych noclegów, w tym 104 dla turystów zagranicznych, to daje 0,5% ruchu turystycznego województwie wielkopolskim.

Tabela 3: Ruch turystyczny w powiecie tureckim.

Ruchu tur. Województwa Wielkopolskiego %	Turyści korzystający z zbiorowego zakwaterowania	Odwiedzający jednodniowi lub korzystający z indywidualnego zakwaterowania	Szacunek ruchu turystycznego 2011
0,5%	7981	2 280	10 261

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Zintegrowana strategia rozwoju gospodarczego gmin powiatu tureckiego na lata 2015 2025, studium Ecorys podaje, że powiat turecki cechuje słabo rozwinięta baza noclegowa, jak również słabo rozwinięta funkcja turystyczna.[45]

7 Rynek turystyczny powiatu tureckiego

7.1 Kategorie produktowe

Dotychczasowe kategorie produktów turystycznych powiatu tureckiego to:

- Turystyka biznesowa
- Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna, w tym na obszarach przyrodniczych oraz zrekultywowanych w różnym stopniu terenach pokopalnianych
- Turystyka kulturowa
- Turystyka na obszarach wiejskich

Ich znaczenie i udział w rynku turystycznym wynikają często z czynników niezwiązanych bezpośrednio z działaniami samorządów lokalnych w zakresie wsparcia rozwoju turystyki (turystyka biznesowa), albo są uwarunkowane aktywnością władz gminnych i powiatowych mającymi na celu rozwój kultury i sportu, w tym zapewnienie rekreacji dla mieszkańców. Przykładem są tutaj gminne imprezy kulturalne oraz stworzenie przez Starostwo Powiatowe w Turku we współpracy z Nadleśnictwem Turek ścieżek dydaktycznych i tras rowerowych na terenach atrakcyjnych przyrodniczo. Oczywiście korzystają również z nich turyści (jeśli pojawiają się w powiecie i mają taką sposobność). Mogą to być m.in. odwiedzający rodziny w powiecie tureckim. Taki ruch turystyczny (podobnie jak w zakresie turystyki biznesowej) jest trudny do zdiagnozowania bez badań odwiedzających powiat turecki. Poniższa tabela przedstawia charakterystykę najważniejszych obecnie kategorii produktu turystycznego powiatu tureckiego.

Tabela 4: Opis kategorii produktowych istotnych obecnie dla powiatu tureckiego.

Lp.	Kategoria produktu	Formy i produkty (obecne i potencjalne)	Dotychczasowy udział	Perspektywy rozwoju
1.	Turystyka biznesowa	• indywidulana – pobyty krótkookresowe osób odwiedzających Turek w celach służbowych, • spotkania biznesowe, szkolenia i konferencje w hotelach i zajazdach	Obecność tej grupy wpływa w największym stopniu na liczbę korzystających z bazy zbiorowego zakwaterowania w powiecie tureckim (Turek i gmina Przykona). Przedstawiciele tego	W związku z powstawaniem nowych obiektów posiadających sale konferencyjne na terenie powiatu zarządzający nimi będą zabiegać o zapewnienie obłożenia i będą pozyskiwać grupy szkoleniowo-

[45] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

		położonych w Turku i okolicach.	segmentu są najczęściej tutaj przypadkowo, nie korzystają z żadnej infrastruktury poza miejscem zakwaterowania, nie są zainteresowani turystycznym poznaniem powiatu.	konferencyjne. Z punktu widzenia celów stawianych opracowywanej strategii (rozwój produktu turystycznego i wzrost przyjazdów osób zainteresowanych typową turystyką, grupa ta nie będzie miała istotnego znaczenia. Należy podkreślić relatywnie niską konkurencyjność tego typu oferty względem stolic sąsiednich powiatów (Kalisza, Konina).
2.	Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna	1. Turystyka i rekreacja wodna - głównie nad Zbiornikiem Jeziorsko oraz w coraz większym stopniu nad Zbiornikiem Przykona i rzece Warcie: • żeglarska, • kajakowa, • windsurfingowa, • rekreacja wodna nad zbiornikami 2. Turystyka i rekreacja rowerowa wytyczonymi i oznakowanymi trasami rowerowymi, w tym o zasięgu ponad powiatowym. 3. Turystyka i rekreacja konna wyznaczonymi szlakami konnymi. 4. Turystyka i rekreacja piesza wyznaczonymi przez Starostwo Powiatowe i Nadleśnictwo Turek ścieżkami dydaktycznymi, głównie z Uroczysku Zdrojki. 5. Wędkarstwo (zbiorniki Jeziorsko, Przykona, Bogdałów, stawy rybne w Smaszewie i Wymysłowie). 6. Udział w imprezach turystycznych. 7. Inne specjalistyczne rodzaje aktywności: paralotniarstwo, downhill.	Ta kategoria ma największy obecnie udział w rynku turystycznym powiatu tureckiego (głównie dzięki turystyce i rekreacji wodnej). Duży udział w tej kategorii mają mieszkańcy powiatu, stąd podkreślane jest, że jest to rekreacja dla mieszkańców. Najdłuższe tradycje i największy udział ma turystyka wodna nad Zbiornikiem Jeziorsko. Ośrodek „Rafa" i organizowane imprezy sportowe są atrakcyjne dla turystów. W dalszym ciągu słabością jest zagospodarowanie turystyczne. Dotyczy to szczególnie Zbiornika Przykona i innych powstających zbiorników (również z uwagi na strukturę własnościową). Szlak kajakowy na Warcie i organizowane imprezy (spływy kajakowe) są produktami turystycznymi, które jednak mają większa znaczenie dla powiatów ościennych, niż dla Tureckiego (zagospodarowanie turystyczne i obszary objęte NATURA 2000). Turystyka i rekreacja konna, piesza, rowerowa oraz wędkarstwo dotyczą raczej mieszkańców powiatu tureckiego i powiatów ościennych. Mniejszy udział mają w nich turyści (wg definicji UNWTO).	Opisana aktywność jest realizowana przede wszystkim na obszarach przyrodniczych (Złotogórski i Uniejowski Obszar Chronionego Krajobrazu, NATURA 2000 Dolina Środkowej Warty, Zbiornik Jeziorsko) i rekultywowanych terenach pokopalnianych (zbiorniki, hałdy). Powiat turecki nie ma jednak obszarów chronionych o dużym i wyróżniającym się stopniu atrakcyjności (parki krajobrazowe, parki narodowe, rezerwaty przyrody). Pod tym względem (pomimo niewątpliwej urody tego terenu), obszary przyrodnicze nie są atrakcyjne i konkurencyjne w takim stopniu i zakresie, aby budować w oparciu o nie produkty turystyczne odnoszące sukces. Turystyka wodna może mieć duże potencjalne znaczenie w przyszłości, jeśli powstanie postulowane „Pojezierze Turkowskie" – sieć zbiorników wodnych na byłych terenach pokopalnianych, jak to zrobiono w powiecie konińskim i w Niederlausitz. W związku z wysokimi barierami finansowymi oraz polityką Elektrowni „Adamów" skala przyszłych inwestycji jest obarczona dużym stopniem ryzyka i niepewności.
3.	Turystyka kulturowa	1. Zwiedzanie Turku, w tym zwiedzanie Muzeum Miasta Turku, kościoła z witrażami i polichromiami Mehoffera.	Największym problemem zabytków powiatu tureckiego jest stan ich zachowania i różny stopień dostępności.	Turystyka kulturowa jest najbardziej perspektywiczną kategorią produktu turystycznego dla powiatu

		2. Uczestnictwo w imprezach kulturalnych (m.in. Festiwal Mehofferowski, Festiwal Sera). 3. Podróże religijno-poznawcze i pielgrzymkowe (Wyszyna, Galewo). 4. Zwiedzanie zabytków powiatu tureckiego (również związanych z kulturą wiejską). 5. Zwiedzanie obiektów poprzemysłowych (tereny pokopalniane). 6. Zwiedzanie obiektów pomilitarnych i miejsc związanych z działaniami wojennymi (bunkry).	Z wymienionych form i produktów kluczowe znaczenie mają trzy pierwsze: dwie związane z zabytkami i innymi atrakcjami kulturowymi Turku oraz z odwiedzaniem miejsc związanych z kultem, w tym leżącym na szlaku z Lichenia do Częstochowy. Udział dotychczasowy po turystyce rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej wynik a z liczby odwiedzających, jacy podróżują turystycznie do powiatu tureckiego w celach związanych z poznawaniem jego historii i kultury. Sławo wykorzystania jest obecność Żydów na tych terenach. Jest to związane z tym, że większość obiektów związanych z kulturą żydowską zostało całkowicie zniszczonych (synagoga w Turku, cmentarze żydowskie, getto wiejskie w Kawęczynie) lub są w bardzo złym, czy też szczątkowym stanie.	tureckiego. Takie twierdzenie wynika z potencjału tradycji związanych z :tkactwem, produkcją sera, kulturą żydowską, twórczością Mehoffera, możliwością wykorzystania terenów pokopalnianych w inny sposób, niż związany z niezależnego powstawania zbiorników wodnych (będzie to miało miejsce w czasie nie krótszym, niż 5 lat). Brudzew jest jedyna gminą, która została tak dobrze rozpoznana archeologicznie i oprócz znaczenia turystyki religijnej poznawczej i pielgrzymkowej może być miejscem, gdzie można zrobić np. replikę osady wczesnośredniowiecznej. Tutaj znajduje się również trzeciorzędowy skamieniały las (będący raczej potencjalną atrakcją przyrodniczo-geologiczną). Potencjalnie produkt można zrobić w oparciu o bunkry z czasów 2-giej Wojny Św.
4.	Turystyka na obszarach wiejskich	1. Pobyty w gospodarstwach agroturystycznych i rolnych. 2. Rzemiosło wiejskie. 3. Udział w imprezach folklorystycznych. 4. Poznawanie tradycyjnego życia w gospodarstwach wiejskich. 5. Poznawanie tradycji wiejskiej i folkloru. 6. Poznawanie lokalnej kuchni i tradycji kulinarnych.	Ta kategoria ma obecnie najmniejszy udział, co jest związane z słabo rozwiniętą bazą noclegową na obszarach wiejskich, w tym gospodarstw agroturystycznych. Wprawdzie dokumenty strategiczne powiatu tureckiego, jak i poszczególnych gmin (Turek, Tuliszków) zwracają uwagę na konieczność wspierania powstawania gospodarstw agroturystycznych (szczególnie w Złotogórskim Obszarze Chronionego Krajobrazu), jednak takich obiektów jest ciągle niewiele. Turyści nielicznie uczestniczą w imprezach folklorystycznych, w ograniczonym stopniu mają styczność z rzemiosłem, folklorem i kuchnią lokalną. Dzieje się tak z powodu stosunkowo nielicznych turystów na obszarach wiejskich powiatu tureckiego.	Kategoria ta ma duży potencjał rozwojowy (w nawiązaniu do turystyki kulturowej – kultura obszaru powiatu tureckiego to kultura rolna, wiejska). Opracowując produkty turystyki na obszarach wiejskich należy uwzględnić potencjał lokalnych rzemieślników oraz inicjatywy Lokalnej Grupy Działania „Kraina Tura”, integrujących lokalną społeczność oraz inicjujących ponownie odkrywanie przez mieszkańców kultury i tradycji tego obszaru, nakładanie na nie swoich własnych doświadczeń kulturowych i tradycji z regionów, z których przybyli po 2 Wojnie Światowej.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

7.2 Segmenty w poszczególnych kategoriach produktowych – segmentacja rynku

Tabela przedstawia charakterystykę demograficzną, geograficzną i psychograficzną segmentów w opisanych kategoriach produktowych. Segmenty zostały określone na podstawie informacji uzyskanej od uczestników spotkań/warsztatów i wywiadów indywidualnych oraz badania ankietowego, w których wzięli udział przedstawiciele partnerów projektu (samorządu powiatowego i samorządów gminnych), przedstawiciele branży turystycznej powiatu tureckiego, rzemieślnicy, pasjonaci, przedstawiciele instytucji zarządzających obszarami chronionymi i leśnymi obszaru. Nie przeprowadzono badania odwiedzających powiat turecki.

Tabela 5: Charakterystyka odwiedzających aktualnie powiat turecki.

Nazwa segmentu	Profil geograficzny	Profil demograficzny	Profil psychograficzny
Turystyka biznesowa			
Turecki biznes	Wszystkie segmenty rynku. Odwiedzający w celach służbowych przedsiębiorstwa w Turku, przedstawiciele handlowi zatrzymujący się w Turku. Trudno jest określić zarówno profil demograficzny i geograficzny, gdyż jest on uzależniony od powiązań o charakterze biznesowym, jak również demograficzny, który w tym przypadku nie mają żadnego znaczenia. Obiekty noclegowe nie prowadzą statystyk pozwalających na określenie charakterystyki tego segmentu.		
Uczestnicy szkoleń, konferencji spotkań	Wszystkie segmenty rynku. Grupy pozyskane w wyniku działań marketingowych realizowanych przez zarządzających obiektami z potencjałem do świadczenia tego typu usług. Trudno jest określić zarówno profil demograficzny i geograficzny. Psychograficzny nie ma obecnie większego znaczenia, ponieważ przedstawiciele tego segmentu nie uprawiają typowej turystyki. Właściciele i zarządzający obiektami nie udzielają handlowych informacji nt. swoich klientów.		
Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna			
Uczestnicy imprez i zawodów sportowych	Mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych, a w przypadku imprez nad Zbiornikiem Dobra – Polski Centralnej i ew. innych obszarów	Osoby w różnym wieku, ale głównie ludzie młodzi. Rodziny uczestniczące w imprezach i zawodach (jako uczestnicy i widzowie).	Osoby aktywne, posiadające pasje i zainteresowania, które realizują na świeżym powietrzu, lubiące rywalizację. Osoby preferujące rodzinne spotkania, które łączy fascynacja sportem.
Wodniacy	Mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych, a w przypadku imprez nad Zbiornikiem Dobra – Polski Centralnej (Łódź i Poznań) i innych obszarów. Osoby z zagranicy (Niemcy, Holandia, Francja).	Osoby młode: dzieci i młodzież, osoby w wieku 18-40 lat. Rodziny, single, pary młodych ludzi.	Osoby aktywne, zaangażowane, które łączy fascynacja sportami wodnymi, lubiące przyrodę i uprawianie sportów w kontakcie z przyrodą.
Koniarze	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, w szczególności mieszkańcy powiatów ościennych, województw łódzkiego i wielkopolskiego.	Wszystkie segmenty demograficzne rynku.	Osoby lubiące kontakt z przyrodą, zwierzętami, ceniące sport na świeżym powietrzu. Osoby czujące się wyjątkowe, poszukujące czegoś odmiennego, niż inni. Poszukiwacze wyciszenia, spełnienia.
Cykliści	Mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych, a także osoby odwiedzające rodziny mieszkające w powiecie tureckim.	Wszystkie segmenty demograficzne rynku.	Osoby ceniące ruch na świeżym powietrzu. Kolarze amatorzy, jak również uprawiający profesjonalne kolarstwo. Osoby dbające o zdrowie i kondycję fizyczną. Poszukujące atrakcyjnych krajoznawczo miejsc, które mogą odwiedzać na rowerze. Osoby podróżujące na rowerach po Polsce, dla których powiat turecki jest jednym z punktów na trasie.

Pasjonaci	Przede wszystkim mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych.	Przede wszystkim ludzie młodzi, single.	Osoby potrzebujące adrenaliny, wyzwań, lubiące mierzyć się ze sobą, odwiedzać nowe miejsca, w których mogą realizować swoje pasje (np. off-road, paralotnie, trekking po moczarach).
Turystyka kulturowa			
Poszukiwacz inności	Wszystkie geograficzne segmenty rynku.	Osoby w różnym wieku, zarówno młode, jak również dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby odwiedzające miejsca jeszcze nieodkryte, nieznane, nieskomercjalizowane, odwiedzane przez niewielu turystów. Mają sprecyzowane pasje i odwiedzają miejsca związane z ich realizacją. Interesują ich wrażenia, miejsca do odkrycia. Jednocześnie chcą wypocząć i zrelaksować się podczas wyjazdu. Czas spędzają w towarzystwie rodzin i przyjaciół.
Uczestnik imprez kulturalnych	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych i ew. woje-wództw wielkopolskiego i łódzkiego.	Wszystkie demograficzne segmenty rynku, ale dotychczas głównie ludzie młodzi.	Osoby towarzyskie, lubiące przebywać i bawić się w większej grupie. Liczy się dla nich głównie rozrywka, dobra zabawa, kontakt z ludźmi, ale również nauka. Są ciekawi świata i innych. Często uczestniczą w imprezach rodzinnie lub w grupach rodzin i znajomych.
Odkrywca dziedzictwa kulturowego	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy województw wielkopolskiego i łódzkiego.	Przede wszystkim osoby dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby zainteresowane historią, kulturą, jeżdżą chętnie do nowych miejsc, zwiedzają głównie indywidualnie, dobrze przygotowują się do wyjazdu. Chcą zobaczyć jak najwięcej. są ukierunkowane przede wszystkim na zwiedzanie.
Pielgrzym na szlaku	Wszystkie geograficzne segmenty rynku.	Osoby w różnym wieku, ale głównie dojrzałe i starsze, samotne, ale również rodziny.	Osoby posiadające sprecyzowany cel, ukierunkowane na pobyt w obiektach kultu, korzystający z innych usług w ograni czonym zakresie. Korzystają z zakwaterowania i wyżywienia w miejscach proponowanych przez instytucje kościelne.
Turystyka na obszarach wiejskich			
Poszukiwacz inności	Wszystkie geograficzne segmenty rynku.	Osoby w różnym wieku, zarówno młode, jak również dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby jeżdżą do miejsc odwiedzanych przez niewiele osób, oryginalnych, jeszcze nieskomercjalizowanych. Poszukują miejsc autentycznych, związanych z lokalną. Chcą poznawać życie lokalne i wybierają noclegi „blisko ludzi". Jednocześnie chcą wypocząć i zrelaksować się podczas wyjazdu. Czas spędzają w towarzystwie rodzin i przyjaciół.
Miłośnik natury	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych.	Wszystkie segmenty demograficzne rynku.	Osoby odpoczywające w kontakcie z naturą, z dala od cywilizacji, często na obszary wiejskie i leśne. Lubią spokojnie spędzać czas w towarzystwie rodziny i przyjaciół, nie chcą za dużo wydawać na pobyt.
Odkrywca dziedzictwa kulturowego (wiejskiego)	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy województw wielkopolskiego i łódzkiego.	Przede wszystkim osoby dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby zainteresowane wsią, jej kulturą, przejaw materialnymi i niematerialnymi jej dziedzictwa, folklorem. Podróżują do miejsc autentycznych, chcą poznawać panoramę wsi. Chętnie uczestniczą w imprezach folklorystycznych, poznają lokalną kuchnię i rzemiosło.
Smakosz lokalnych tradycji	Wszystkie geograficzne segmenty rynku.	Przede wszystkim osoby dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby zwracające uwagę na jedzenie, starające się żyć zdrowo, ekologicznie, chętnie uczestniczą w jarmarkach i festynach, podczas których można spróbować lokalnej kuchni. Gromadzą tradycyjne i regionalne przepisy kulinarne.

Rodzinny	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy województw wielkopolskiego i łódzkiego.	Rodzice z dziećmi w wieku szkolnym, dziadkowie z dziećmi.	Dla tych osób priorytetem jest rodzinny wypoczynek na wsi. Łączą cechy poprzednich segmentów.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

8 Produkty turystyczne powiatu tureckiego – analiza i ocena

Produkt turystyczny należy definiować jako kompozycję atrakcji turystycznych, infrastruktury i usług miejsca podróży i dostępności do infrastruktury i usług, wizerunku miejsca podróży oraz ceny płaconej przez turystę.[46] Atrakcja jest składnikiem produktu turystycznego (według Middeltona), nie może być z nim mylona. Z. Kruczek twierdzi, że atrakcje turystyczne to elementy składowe produktu turystycznego, który tworzą w połączeniu z usługami. Są to: walory miejsca, wydarzenia, obiekty i autentyczne walory kultury wyższej.[47] Zgodnie z koncepcją przedstawianą przez Kaczmarka, Stasiaka i Włodarczyka w produkcie turystycznym można wyodrębnić następujące jego poziomy:[48]

- rzecz (np. pamiątki, mapy, przewodniki),
- usługi (pojedyncze usługi turystyczne odpłatne i nieodpłatne, np. przewodnicka),
- wydarzenia kulturalne i sportowe (określane również jako imprezy kulturalne i sportowe),
- imprezy turystyczne (impreza turystyczna w rozumieniu Ustawy o usługach turystycznych oznacza zestaw kilku usług i/lub dóbr materialnych oferowanych przez organizatorów turystycznych, zestaw ten jest nazwany, objęty jedną ceną, ubezpieczeniem, transportem, impreza turystyczna może zostać uznana za tożsamą z tzw. „sieciowym produktem turystycznym),
- obiekt (stanowi kategorię produktu turystycznego, gdzie jednej głównej usłudze i/lub atrakcji towarzyszy kilka usług uzupełniających. Jest on skupiony w jednym miejscu -punkcie np. muzeum),
- szlak turystyczny (produkt będący połączeniem równych punktów na trasie i/lub obiektów, objętych wspólnym motywem przewodnim, tematycznym, wytyczony, oznakowany, wyposażony w infrastrukturę towarzyszącą, potrzebną do korzystania ze szlaku),
- obszar (jest rodzajem produktu określonym geograficznie/obszarowo, należy go rozumieć, jako zróżnicowany zestaw różnych produktów i usług turystycznych, posiadający określoną lokalizację i charakteryzujący się określonymi walorami turystycznymi, za taki produkt można uznać ościenną gminę Uniejów – pierwsze termalne uzdrowisko w Polsce, zaś na terenie powiatu tureckiego będzie to m.in. dolina rzeki Warty).

Identyfikując produkty turystyczne według przedstawionych definicji należy stwierdzić, że produkt – rzecz ogranicza się w zasadzie do nieodpłatnych i częściowo odpłatnych publikacji, map, pamiątek znajdujących się w Punkcie Informacji Turystycznej przy Muzeum Miasta Turku. Usługi mają ograniczony charakter i zasięg: nie we wszystkich gminach jest dostępna ta forma produktu turystycznego. Można stwierdzić, że najkorzystniej pod tym względem wypada gmina Dobra, m.in. dzięki usługom świadczonym przez OW Rafa. Nie wszystkie wydarzenia kulturalne i sportowe organizowane w powiecie tureckim można uznać za takie, w którym uczestniczą turyści (są

[46] Middleton V.T.C., Marketing w turystyce, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa. 1996.
[47] Kruczek Z., *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*, Ibidem.
[48] Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny. Pomysł. Organizacja. Zarządzanie*, PWE, Warszawa 2010.

adresowane do turystów). Są to imprezy kulturalne i sportowe o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim. Na rynku turystycznym nie funkcjonuje impreza turystyczna jako produkt turystyczny powiatu tureckiego. Do obiektów turystycznych można obecnie zaliczyć (oprócz Muzeum Miasta Turku) przede wszystkim obiekty sakralne. Dobrze reprezentowane są przykłady szlaków pieszych, rowerowych, konnych i wodnych, które mają potencjał do bycia produktami turystycznymi (część z tych szlaków jest adresowana obecnie do mieszkańców). Za produkt turystyczny – obszar w powiecie tureckim można uznać obecnie obszary objęte ochroną przyrody. Poniżej znajduje się zastawienie najważniejszych usług, wydarzeń, obiektów, szlaków i miejsc, które można uznać za produkty turystyczne powiatu tureckiego. Produkty te zostały wyodrębnione na podstawie inwentaryzacji potencjału turystycznego poszczególnych gmin, zweryfikowane o informacje zawarte w waloryzacji turystycznej i kulturowej. Należy podkreślić, że nie istnieją dane dotyczące tego, jaki jest faktyczny udział turystów (np. w wydarzeniach kulturalnych), ilu turystów korzysta z szlaków pieszych, rowerowych, konnych. Część wydarzeń, szlaków, miejsc mogą stanowić produkty potencjalne. Znajduje to potwierdzenie również w wielkości ruchu turystycznego. Można powiedzieć, że w powiedzieć, że w tabeli zamieszczono te elementy, które mają największy potencjał rozwojowy i mogą być atrakcyjne dla turystów. Wyszczególniono łącznie 72 pozycje, w podziale na produkty turystyki kulturowej, rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej oraz na obszarach wiejskich, w podziale na gminy, a także te obejmujące swoim zasięgiem kilka gmin (produkty powiatu).

Tabela 6: Produkty turystyczne powiatu tureckiego.

Lp.	Produkt	Turystyki kulturowej	Turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej	Turystyki na obszarach wiejskich	Istotność turys-tyczna
Miasto Turek					
1	Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera (obiekt, wstęp bezpłatny)	X			D
2	Kościół Parafialny p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa (obiekt, wstęp bezpłatny)	X			D
3	Festival SCABB (wydarzenie artystyczne)	X			D
4	Turkowskie Prezentacje Teatrów Ulicznych „Turkostrada” (wydarzenie kulturalne)	X			D
5	„Tour de Turek” – quest (trasa turystyczna)	X			Ś
6	Przegląd Studenckich Etiud Filmowych „Klaps”	X			Ś
7	Ogólnopolski Przegląd Nieprofesjonalnej Twórczości Tkackiej	X			M
8	Spotkanie Teatralne Młodych „Czwarta Ściana”	X			M
Gmina Brudzew					
9	Kościół p.w. Przemienienia Pańskiego w Galewie (obiekt, wstęp bezpłatny)	X			Ś
10	Noc Kupały (wydarzenie kulturalne)	X			M
11	21 kilometrowy szlak konny „Wozowni i czterech kul” (szlak turystyczny)		X		D
12	Pokoje gościnne (kwatery agroturystyczne Agnieszka Galoch)			X	M
Gmina Dobra					
14	Zbiornik Jeziorsko (obiekt)		X		D
15	Oferta turystyki wodnej Ośrodka „Rafa” nad Zbiornikiem Jeziorsko (obiekt) wraz z infrastrukturą (usługi)		X		D
16	2 przystanie wodne: Port RZGW w Skęczniewie – udostępniany turystom po wcześniejszym Uzgodnieniu (usługi)		X		D
17	Ośrodek wypoczynkowy Nadleśnictwa Turek w Linnem (usługi)			X	M

18	3 gospodarstwa agroturystyczne i 2 zajazdy w gminie Dobra (usługi)			X	M
19	Rafa Jeziorsko Cup – Puchar Polski w windsurfingu (wydarzenie sportowe)		X		D
20	Nadwarciański Turnieje Piłki Siatkowej Plażowej (wydarzenie sportowe)		X		D
Gmina Kawęczyn					
21	Stadnina w Żdżarach prowadzona przez Państwa Grudzińskich (usługi)		X		D
22	Cztery Trasy Rowerowe (szlak turystyczny): KLUCZ KOWALSKI, PĘTLA KAWĘCZYŃSKA, SZLAK BOCIANICH GNIAZD, Z WAŁU MALANOWSKIEGO NAD LIPICKIE MOKRADŁA		X		Ś
23	System szlaków konnych pn. „Kawęczyńska przygoda w siodle"(szlak turystyczny)		X		D
24	Bociani Szlak to 4 wytyczone i opisane ścieżki rowerowe przebiegające przez malownicze tereny gminy (szlak turystyczny)		X		Ś
25	Regionalne Zawody w Skokach przez Przeszkody (wydarzenie sportowe)		X		D
26	Otwarte Mistrzostwa w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi (wydarzenie sportowe)		X		D
27	Stadnina koni huculskich Skarbiec - Młodzianów (noclegi w przyczepach campingowych 4-osobowej i 3-osobowej lub w namiocie, usługi)		X	X	M
28	Hostel „Karczma Pod Kasztanami" Kowale Pańskie (usługi)			X	M
29	Gospodarstwo agroturystyczne Jadwigi i Ryszarda Jaskiewiczów w Żdżarach (usługi)			X	M
Gmina Malanów					
30	Trzy ścieżki pieszo-rowerowe: Do getta Czachulec, Do Dębu Bartek, Pętla wokół Malanowa		X		M
31	Kościół par. p.w. śś. Stanisława i Mikołaja w Malanowie	X			Ś
32	Obiekty noclegowe: Vagabunda i Dębowe Zacisze			X	Ś
Gmina Przykona					
33	Zbiornik Przykona, w raz z znajdującą się tu infrastrukturą, tym do uprawiania sportów wodnych (obiekt)		X		D
34	Regaty żeglarskie o Puchar Wójta Gminy Przykona (impreza sportowa)		X		Ś
35	Szlak konny brunatna ścieżka (szlak turystyczny)		X		M
36	2 gospodarstwa agroturystyczne w Bądkowie (gmina Przykona)			X	M
Gmina Tuliszków					
37	Rogal Kasztelański (rzecz)	X			M
38	Krainą Kwitnącej Czereśni (obszar)			X	M
39	Szlak rowerowy „Rowerowa Szóstka" (szlak turystyczny)		X		Ś
40	Szlak konny „Podkuta Szóstka" (szlak turystyczny)		X		Ś
41	2 gospodarstwa agroturystyczne			X	M
42	Stawy rybne w Smaszewie, Grzymiszewie i Wielopolu		X		M
43	Rajd Bursztynowy po Wielkopolsce Wschodniej (gmina Tuliszków jest współorganizatorem)		X		D
Gmina Turek					
44	Szlak jeździecki "Turkowski Szlak Konny"		X		M
45	Szlak jeździecki: odcinek dojściowy do MP Uroczysko Cisew		X		M
46	Szlak jeździecki: odcinek łącznikowy Kowale Księże - Leśnictwo		X		M
47	Szlak jeździecki: odcinek łącznikowy Cisew-		X		M

	Zdżenice				
48	Gospodarstwo Agroturystyczne w Kowalach-Księżach			X	M
49	Stadnina koni „Marklin”		X		M
50	Stadnina koni „Omega” w Cisewie		X		M
51	Stajnia „Roka” w Kowalach Księżych		X		M
Gmina Władysławów					
52	Kościół drewniany p.w. Narodzenia MB w Wyszynie	X			D
53	Szlak pieszy gminy Władysławów (szlak niebieski)				M
54	2 szlaki rowerowe gminy Władysławów				M
55	„Wigwam” w Rusocicach				D
56	Gospodarstwo agroturystyczne w Wyszynie				M
Produkty turystyczne powiatowe					
57	7 oznaczonych ścieżek dydaktycznych - tras pieszych, rowerowych i rowerowo-pieszych na terenie Uroczyska Zdrojki		X	X	D
58	Piesze i rowerowe ścieżki dydaktyczne „Bogdałów” (szlak turystyczny)		X	X	D
59	Dydaktyczny szlak rowerowy „Panorama”		X	X	D
60	Ścieżka Edukacyjna „Zieleń”		X	X	D
61	Regionalny Nadwarciański Szlak Rowerowy (szlak turystyczny)		X		D
62	Spływ Kajakowy Rzeką Wartą (wydarzenie, impreza sportowa)		X		D
63	Szlak kajakowy na rzece Warta		X		D
64	Złotogórski Obszar Chronionego Krajobrazu		X	X	D
65	Rzeka Warta			X	D
66	„Szlak pomników przyrody i starych cmentarzy” (jest to w rzeczywistości szlak rowerowy)		X		M
67	Szlak sakralny powiatu tureckiego	X			D
68	„Między Panem i Plebanem”	X			M
69	„Wojna i Pokój”	X			M
70	„Szlak z lornetką”	X			M
71	4 szlaki rowerowe (zielony, żółty, czerwony, niebieski) o łącznej długości 113,3 km		X		Ś
72	Szlak przyrodniczy „Z Przyrodą za Pan Brat”		X	X	M
Podsumowanie		17	40	18	
Istotność turystyczna **D** *– duża,* **M** *– mała,* **Ś** *- średnia*					

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Największą liczbę produktów turystycznych identyfikowano w kategorii turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej. Najważniejsze z nich dotyczą turystyki wodnej, rowerowej, konnej i pieszej i są realizowane głównie z postaci szlaków turystycznych. W zestawieniu znalazło się 17 produktów turystyki kulturowej, z których najważniejsze to: Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera, kościół Parafialny p.w. Najświętszego Serca Pana Jezusa w Turku, Sanktuarium w Wyszynie oraz wydarzenia kulturalne w Turku. W produktach dotyczących turystyki wiejskiej i oprócz gospodarstw turystycznych obecnie o niewielkim znaczeniu w generowaniu ruchu turystycznego znalazły się tutaj ścieżki dydaktyczne dla turystyki pieszej i rowerowej oraz cenne przyrodniczo obszary udostępnione dla ruchu turystycznego. Niektóre z produktów dotyczą zarówno kategorii turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej, jak i turystyki na obszarach wiejskich.

Z powyższego zastawienia wynika pewna sprzeczność: największa liczba obecnych i potencjalnych produktów turystycznych dotyczy turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej. Jednocześnie gminy powiatu tureckiego w swoich komunikatach promocyjnych (na stronach internetowych oraz z publikacjach) informują głównie o zabytkach, również o tych niedostępnych, nieistniejących lub

znajdujących się w złym stanie technicznym. Na dominującą rolę zabytków w promocji gmin wskazał również Ecorys w strategii rozwoju dla obszaru funkcjonalnego. Ponadto we wcześniejszych rozdziałach stwierdzono, że powiat turecki ma największy potencjał do kreowania produktów turystyki kulturowej. Sprzeczność tę można wyjaśnić trudnością w kreowaniu przez gminy (w większości o charakterze wiejskim) produktów turystyki kulturowej na potencjalne w jego aktualnym stanie. Jednak (na co również wskazano w ocenie elementów potencjału przyrodniczego), powiat turecki nie posiada szczególnie wyróżniających i unikatowych walorów przyrodniczych, w tym objętych formami prawnymi formami ochrony przyrody, jak park narodowy, krajobrazowy i rezerwa. Oprócz doliny Warty nie ma tutaj takich miejsc, które stwarzałoby warunki do uprawiania turystyki pieszej, rowerowej i tworzenia produktów zdolnych konkurować z innymi regionami, o znaczenie atrakcyjniejszym potencjale przyrodniczym. Z tego względu, mając na względzie duży i niewykorzystany do tej pory potencjał kulturowy, rekomendowane jest kreowanie głównie nowych produktów turystyki w kategorii produktowej turystyki kulturowej.

Należy zaznaczyć również, że większość wymienionych produktów (oprócz usług noclegowych i rekreacyjnych – jak wypożyczenie sprzętu) jest nieodpłatna. Przy jednoczesnym ograniczonym wolumenie miejsc noclegowych w powiecie tureckim można stwierdzić, że znaczenie gospodarcze turystyki jest obecnie na poziomie niedostatecznym.

9 Dystrybucja i promocja walorów, atrakcji i produktów turystycznych

Promocja jest jednym z instrumentów marketingu produktu i atrakcji turystycznych. Z. Kruczek i B. Walas definiują promocję jako komunikację marketingową, obejmującą narzędzia aktywizacji sprzedaży i badania marketingowe. Narzędziami promocji mix produktu turystycznego są: reklama, public relations, promocja sprzedaży, sprzedaż osobista oraz marketing bezpośredni. J. Kaczmarek, A. Stasiak B. Włodarczyk twierdzą, że promocja produktu turystycznego ma na celu również kreowanie wizerunku.[49]

Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025 zawiera następujące wnioski dotyczące promocji turystyki powiatu tureckiego:[50]

- wąski zakres promocji za pośrednictwem stron internetowych gmin,
- zabytki i aktywny wypoczynek dominującymi profilami promocji gmin,
- słaba promocja kultury powiatu tureckiego.

Jednocześnie dokument ten zawiera następujące

- włączenie oferty turystycznej powiatu tureckiego do ponadlokalnej sieci usług turystycznych wraz z rozwojem bazy noclegowej,
- poprawa promocji gmin poprzez strony internetowe.

Starostwo Powiatowe w Turku na swojej stronie internetowej ma zakładkę dotyczącą kultury, sportu i turystyki. Rola turystyki nie jest jednak w szczególny sposób wyeksponowana, o czym świadczy łączenie jej w jednym miejscu ze sportem i kulturą. W zakładce przedstawiono najważniejsze obiekty zabytkowe, atrakcje kulturowe (w tym przypadku organizacje zajmujące się kulturą, sylwetka

[49] Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny. Pomysł. Organizacja. Zarządzanie*, Ibidem.
[50] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

rzeźbiarza), wybrane obiekty bazy noclegowej i żywieniowej, placówki kultury (domy i ośrodki kultury oraz Muzeum Miasta Turku), propozycje odpoczynku aktywnego (spływy kajakowe Wartą, w tym oferta wypożyczalni z Uniejowa, ścieżki edukacyjne, stadniny 2 koni w gminie Kawęczyn oraz oba zbiorniki wodne), 4 gospodarstwa agroturystyczne. Zakłada w miejscu dotyczącym imprez jest pusta. Starostwo wydało m.in. zeszyty opisujące szlak zabytków architektury sakralnej, oraz broszury poświęcone ścieżkom dydaktycznym. Oprócz zeszytów nie ma na stronie internetowej powiatu wydawnictw promocyjnych w wersji elektronicznej. Starostwo uczestniczyło do 2013 r. w targach turystycznych (m.in. ITB w Berlinie i MTP „Tour Salon"). Jednak w 2014 r. powiat turecki nie był prezentowany na turystycznych imprezach wystawienniczych.

LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. wydało cytowany przewodnik po „Krainie TUR-a", publikacje albumowe prezentujące walory przyrodnicze i kulturowe tego obszaru. Wydawnictwa te nie są jednak dostępne dla szerszego grona turystów. LGD opracowało stronę internetową swojskieklimaty.org. na której prezentowany jest potencjał przyrodniczy i kulturowy, w tym pasjonaci i rękodzielnicy. Strona jest bardzo atrakcyjna wizualnie i zawiera szczegółowe opisy prezentowanych osób, obiektów, usług.

Miasto Turek było promowane przez 3 lata (2011-2013) jako „miasto w klimacie Mehoffera". W związku z tym zmieniono nazwę Muzeum Miasta Turku, wydano atrakcyjny wizualnie folder, który zawierał m.in. opisy poszczególnych edycji wydarzenia kulturalnego Festiwal „Mehofferowskie Klimaty". Istnieje profil na Facebooku tego wydarzenia, powstały nośniki reklamy zewnętrznej. Jednak ten kierunek promocji nie będzie kontynuowany. Na stronie internetowej Miasta Turku znajduje się w dalszym ciągu logo z hasłem w postaci tagline „miasto w klimacie Mehoffera". Strona jest podzielona na zakładki: miasto, biznes, kultura, sport i turystyka. W zakładce turystyka znajduje się prezentacja Punktu Informacji Turystycznej, dzieła Mehoffera w Turku, tradycji tkackich, pochodzącego z czasów II Wojny Światowej tzw. „Archiwum Igły", quest „Tour de Turek", baza noclegowa i żywieniowa oraz oferta zwiedzania kościoła Najświętszego Serca Pana Jezusa. Przy opisie tradycji tkackich jest link do strony Muzeum Miasta Turku, które jest jednostką organizacyjną miasta. Strona Muzeum jest bardzo atrakcyjna, zarówno pod względem treści, jak i formy przekazu. Podsumowując należy stwierdzić, że Turek koncentruje się na promocji oferty kulturalnej, nie ma jednak jednego wyraźnego kierunku, ani wskazania, co jest najważniejsze (tradycje tkackie, Mehoffer, czy kojarzony bardzo mocno z Turkiem ser). W tym miejscu należy podkreślić, że również „Festiwal Sera" nie będzie kontynuowany.

Kierunki promocji gmin zostały przenalizowane w cytowanej strategii rozwoju. Większość koncentruje się zatem w promocji na kulturze, walorach przyrodniczych i ich wykorzystaniu w aktywnym wypoczynku. Ten ostatni kierunek szczególnie dominuje w promocji gmin: Dobra, Kawęczyn i Przykona.

Jeśli chodzi o dystrybucję i sprzedaż oferty turystycznej, ogranicza się ona do podmiotów świadczących usługi turystyczne, w tym: OW „Rafa", gospodarstw agroturystycznych, stadnin koni i wypożyczalni sprzętu (w gminie Dobra i Przykona), organizatorów spływów kajakowych. Jak wspomniano wcześniej, oferta przyjazdów do powiatu tureckiego w celach turystycznych nie jest dystrybuowana przez biura turystyczne. Należy zwrócić uwagę na działalność pasjonatów, którzy m.in. opracowują programy wycieczek po tym obszarze (jedna z takich propozycji znajduje się na

cytowanym portalu turystykakulturowa.org), opracowują i zamieszczają w sieci internetowej artykuły prezentujące potencjał turystyczny i kulturowy powiatu tureckiego, ciekawostki. Ta działalność jest bardzo korzystna w kreowaniu wizerunku powiatu, ale nie przekłada się na razie na zmiany w wielkości ruchu turystycznego.

10 Analiza powiatów konkurencyjnych

Analiza konkurencji w marketingu miejsc jest trudnym zagadnieniem, z uwagi na bardzo złożony charakter produktu, jakim jest miejsce. Dodatkowo na tę trudność wpływa często niematerialny charakter oferty. Często trudno jest również zdefiniować kategorie i przesłanki, pozwalające wskazać, kto i w jakim zakresie jest obszarem konkurencyjnym. Mając na względzie charakter marketingowego produktu – obszar, przyjęto obszarową analizę konkurencji polegającą na wyznaczeniu obszarach charakteryzujących się podobnym potencjałem geograficznym, demograficznym i administracyjnym. Jeśli nie zostanie ustanowiona kategoria konkurowanie, jej zakres jest nieograniczony.

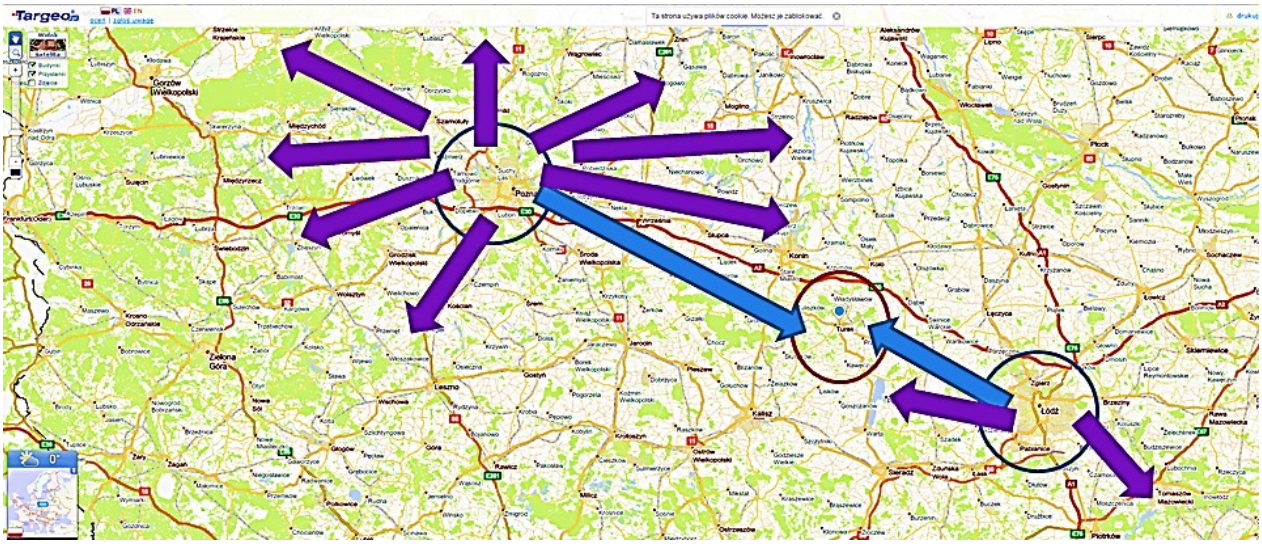
W analizie obszarów konkurencyjnych należy odpowiedzieć na następujące bazowe pytania:

- w jakich kategoriach/według jakich kryteriów powiat turecki konkuruje z innymi obszarami?
- jak zdefiniowany zostanie zasięg geograficzny obszarów konkurencyjnych?
- o kogo/o co konkuruje powiat turecki?

Kategoria konkurowania została wstępnie określona wytycznych dotyczących zawartości strategii. W analizie konkurencji należy uwzględnić obszary o podobnych uwarunkowaniach geograficznych, demograficznych i administracyjnych. Jedno z kryterium jest bardzo jasne: uwarunkowania administracyjne oznaczają, że w analizie zostaną uwzględnione powiaty. Uwarunkowania geograficzne to związane z położeniem w przestrzeni geograficznej czynniki związane z klimatem, ochroną i zanieczyszczeniem powietrza, występowaniem walorów przyrodniczych, w tym obszarów chronionych, jak również wykorzystaniem przemysłowym zasobów naturalnych. W takim kontekście należałoby w analizie uwzględnić powiaty położone w na obszarze Nizin Środkowopolskich, a więc obszarów na mapie Polski znajdujących się pomiędzy Wzniesieniami Żarskimi i Podlaskim Przełomem Bugu (według klasyfikacji regionów Kondrackiego). Uwzględniając położenie powiatu tureckiego pomiędzy dwoma dużymi ośrodkami wojewódzkimi, analizę można zawęzić do powiatów charakteryzujących się porównywalnymi walorami naturalnymi i antropogenicznymi. Chodzi o wskazanie powiatów, których odwiedzenie jest alternatywą dla mieszkańców tych ośrodków ze względu na odległość i walory.

Na mapie (rys. 6) pokazano najważniejsze kierunki wyjazdów mieszkańców metropolii Poznania i Łodzi do obszarów położonych w odległości max. 150 km (z Turka do Łodzi jest 80 km, a do Poznania – 140 km). W tym kontekście analizę należałoby rozszerzyć o pojezierza położone na północ i północny zachód od powiatu tureckiego, które leżą w atrakcyjnym zasięgu geograficznym podróżujących z obu wojewódzkich ośrodków miejskich. W szczególności chodzi o: Pojezierze Poznańskie, Dobiegniewskie, Wałeckie, Krajeńskie, Chodzieskie, Gnieźnieńskie, Kujawskie. Taki wybór jest uwarunkowany planami i aspiracjami powiatu w zakresie stworzenia „Pojezierza Turkowskiego” – zespołu zbiorników pokopalnianych.

Rysunek 6: Zasięg geograficzny konkurencji powiatu tureckiego i powiatów położonych w porównywalnej odległości od Poznania i Łodzi.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne na mapie targeo.pl.

W tym zakresie powiat turecki rywalizuje (zarówno o mieszkańców Łodzi, jak i Poznania) z wymienionymi naturalnymi pojezierzami, jak i obszarami, na których znajdują/będą znajdować się zbiorniki powstałe w wyniku rekultywacji obszarów pokopalnianych. Rozpatrując rekultywację terenów pokopalnianych na cele wodne, rekreacyjno-sportowe oraz leśne należy uwzględnić również obszar działania KWB Turów (Bogatynia, powiat zgorzelecki), a także 2 powiaty znajdujące się w pasie Nizin Środkowopolskich: bełchatowski i koniński. Wymienione obszary można traktować jako konkurencję bezpośrednią (rywalizacja przy porównywalnych zasobach o zbliżone segmenty uczestników rynku turystycznego. W kontekście terenów pokopalnianych można zidentyfikować powiaty konkurencyjne, gdzie zrekultywowano na cele związane z rekreacją i turystyką obszary działalności różnego typu kopani: złota, soli, węgla brunatnego. Są to powiaty na Śląsku (np. będziński), w województwie podkarpackim (np. tarnobrzeski), w województwie dolnośląskim (np. ząbkowicki). Jest to pośrednia konkurencja względem powiatu tureckiego, jeśli uwzględnić jego położenie w przestrzeni geograficznej i posiadane walory.

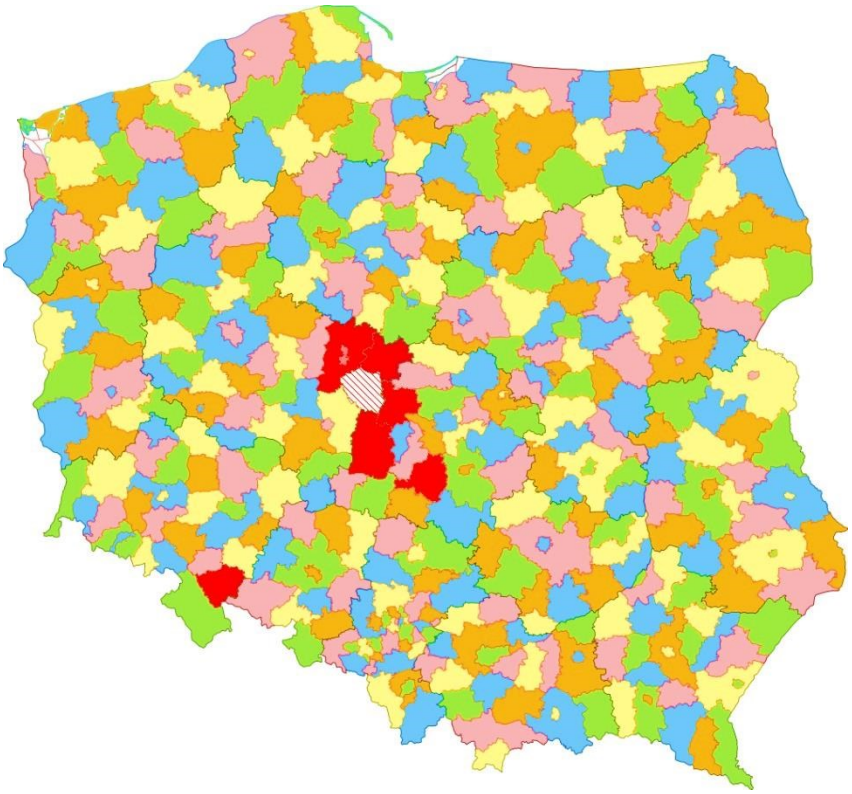
Analizując powiaty konkurencyjne na potrzeby strategii produktu turystycznego należy odnieść się również do podejścia, które zastosowali autorzy strategii rozwoju dla powiatu tureckiego jako obszaru funkcjonalnego. W dokumencie cytowanym wielokrotnie w niniejszym opracowaniu potencjał rozwojowy (w tym turystyczny) powiatu tureckiego odniesiono do powiatów ościennych: konińskiego (jednak bez Konina, jako miasta na prawach powiatu), kaliskiego (bez Kalisza), kolskiego, poddębickiego i sieradzkiego. Ponieważ są one również istotne dla określenia pozycji konkurencyjnej powiatu tureckiego w obszarze turystyki, uwzględniono je (razem z Koninem – miastem na prawach powiatu) w analizie opartej o dane GUS-u. Dodatkowo wzięto pod uwagę w tej analizie dwa powiaty: bełchatowski – położony na Nizinach Polskich powiat z terenami pokopalnianymi rewitalizowanymi na cele związane z rekreacją i turystyką oraz ząbkowicki – konkurencja pośrednia, powiat położony na Przedgórzu Sudeckim. Powiat ten uwzględniono z uwagi na podejście w zagospodarowaniu terenów pokopalnianych na produkt turystyczny o dużym znaczeniu w skali krajowej i transgranicznej.

Ostatecznie, do pogłębionej analizy konkurencji wybrano 3 następujące powiaty: koniński (największy bezpośredni konkurent ościenny), bełchatowski (największy bezpośredni konkurent w województwie łódzkim – docelowo w kontekście posiadanego zbiornika wodnego), ząbkowicki (pośredni konkurent,

odległy geograficznie, ale istotny w analizie benchmarkingowej). Te powiaty zostały scharakteryzowane pod względem najistotniejszych elementów potencjału, konkurencyjnych względem powiatu tureckiego.

Problematyczne jest określenie konkurencji pod względem kryterium demograficznego. Jeśli trzymać by się rygorystycznie, należałoby wybrać powiaty liczące ok. 85000 mieszkańców. Wówczas najbliżej tej wartości byłyby powiaty: kaliski, kolski i miasto Konin. Ościenny powiat poddębicki (w którym leży Uniejów) liczy znacznie mniej mieszkańców, podczas gdy istotny konkurent w postaci powiatu konińskiego jest ludniejszy o ok. 45 000. Przyjęto założenie, że do analizy przyjęte zostaną powiaty liczące w przedziale do 130 000 mieszkańców. Powierzchnię, liczbę mieszkańców i gęstość zaludnienia wymienionych powiatów przedstawia tabela 13.

Rysunek 7: Lokalizacja powiatu tureckiego i powiatów konkurencyjnych na mapie Polski.



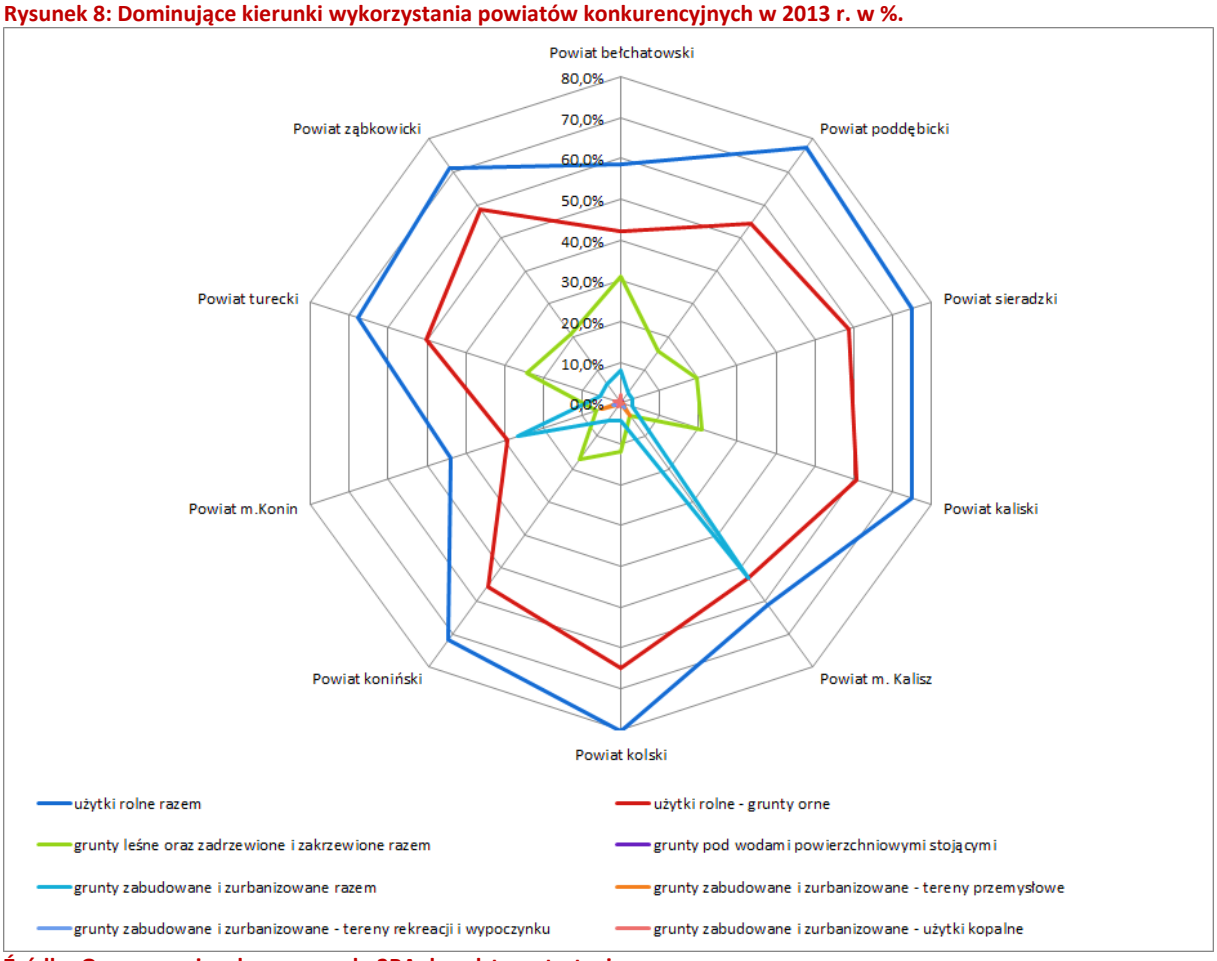
Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 7: Powierzchnia, liczba mieszkańców i gęstość zaludnienia powiatów uwzględnionych w analizie konkurencji.

Powiaty	Ludność ogółem w 2013 r.	Powierzchnia ogółem w ha	Gęstość zaludnienia w 2013 r.
Powiat bełchatowski	113 105	96 760	117
Powiat poddębicki	41 871	88 121	48
Powiat sieradzki	120 057	149 083	81
Powiat kaliski	82 585	115 999	71
Powiat m. Kalisz	103 997	6 942	1 498
Powiat kolski	89 077	101 071	88
Powiat koniński	128 698	157 835	82
Powiat m. Konin	77 224	8 220	939
Powiat turecki	**84 420**	**92 943**	**91**
Powiat ząbkowicki	67 875	80 153	85

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Rysunek 8: Dominujące kierunki wykorzystania powiatów konkurencyjnych w 2013 r. w %.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Powiat kolski jest najbardziej zbliżony do powiatu tureckiego pod względem liczby ludności i gęstości zaludnienia. Natomiast powiaty poddębicki i bełchatowski mają najbardziej porównywalną powierzchnię. Powiat bełchatowski jest (obok konińskiego i sieradzkiego) najbardziej wyróżniający się pod względem liczby mieszkańców. Czynniki te nie wpływają w istotny sposób na funkcję turystyczną (poza powiatami bełchatowskimi i konińskimi), o czym świadczy powiat poddębicki.

10.1 Potencjał dla turystyki kulturowej

Analizę potencjału dla turystyki kulturowej powiatu tureckiego względem powiatów konkurencyjnych oparto na danych GUS-u. Dotyczą one jednostek muzealnych i ich odwiedzalności, imprez organizowanych w muzeach, imprez kulturalnych według rodzaju, ich uczestników oraz zespołów i klubów artystycznych. W powiecie tureckim znajduje się wprawdzie tylko jedno muzeum – Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera (w powiecie kaliskim są 2 muzea, a łącznie z Kaliszem – 6, w powiecie sieradzkim są 4,a w powiatach kolskim i kaliskim oraz konińskim łącznie z Koninem po 2), wyróżnia się ono pozytywnie na tle liczby odwiedzających (tylko w mieście Kalisz i powiecie sieradzkim odwiedzalność, niż w powiecie tureckim, ale rozkłada się ona na 4 muzea). Również wskaźnik liczby zwiedzających na 10 tys. mieszkańców jest trzeci pod względem wielkości, po powiecie sieradzkim (tabela 8). Liczba imprez organizowanych w Turku przewyższa w sposób znaczący działalność muzeów w innych powiatach. Poza najwyższą łączną liczbą imprez ogółem, na którą składa się oferta warsztatów niespotykana w innych placówkach w takim zakresie, należy

odnotować najwyższą liczbę seansów filmowych i konkursów. Wskaźnik liczby imprez na 10 tys., mieszkańców jest również najwyższy (tabela 9).

Tabela 8: Muzea i ich odwiedzający w powiecie tureckim i powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Muzea łącznie z oddziałami	Zwiedzający muzea i oddziały	Zwiedzający muzea i oddziały na 10 tys. mieszkańców
Powiat bełchatowski	1	13 052	1 154
Powiat poddębicki	1	3 951	946
Powiat sieradzki	4	26 065	2 171
Powiat kaliski	2	13 500	1 644
Powiat m. Kalisz	4	42 126	4 039
Powiat kolski	2	11 088	1 245
Powiat m. Konin	1	12 185	1 572
Powiat koniński	1	1 890	147
Powiat turecki	**1**	**13 526**	**1 602**
Powiat ząbkowicki	1	2 324	342

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 9: Imprezy organizowane przez muzea w powiecie tureckim i powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Imprezy oświatowe w muzeach ogółem	Imprezy oświatowe w muzeach na 10 tys. mieszkańców	Odczyty/ prelekcje/ spotkania	Seanse filmowe	Koncerty	Konkursy	Warsztaty	Imprezy plenerowe
Powiat bełchatowski	199	17,6	6	0	11	2	4	9
Powiat poddębicki	81	19,4	0	0	0	1	1	7
Powiat sieradzki	78	6,5	8	1	1	2	6	4
Powiat kaliski	4	0,5	-	3	0	1	0	0
Powiat m. Kalisz	309	29,6	-	0	7	0	12	10
Powiat kolski	73	8,2	6	0	0	1	1	1
Powiat koniński	3	0,2	0	0	0	0	0	1
Powiat m. Konin	135	17,4	14	4	2	2	18	5
Powiat turecki	**450**	**53,3**	**2**	**35**	**0**	**4**	**345**	**1**
Powiat ząbkowicki	23	3,4	0	0	0	3	0	0

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

W powiecie tureckim odbyło się w 2013 r. 7 imprez masowych. To 2-krotnie mniej, niż w powiecie kaliskim 6-krotnie, niż w powiecie bełchatowskim. W Koninie i powiecie konińskim odbyły 23 imprezy, zaś w Kaliszu i powiecie kaliskim - 39. Tylko powiaty poddębicki, sieradzki i ząbkowicki zorganizowały mniej imprez (tabela 10). Pod względem liczby uczestników imprez powiat turecki odstaje znacząco od lidera, jakim jest powiat bełchatowski. Dzięki imprezom sportowym, w tym na zrekultywowanych obszarach pokopalnianych, liczba uczestników imprez w tym powiecie osiągnęła liczbę 137 646 osób. Powiat kaliski i Kalisz wyróżnia się liczbą koncertów i uczestnictwem w imprezach artystyczno-rozrywkowych. W samych imprezach artystyczno-rozrywkowych wzięło udział 13 500 osób, czyli więcej, niż w powiecie tureckim. We wszystkich powiatach ościennych (za wyjątkiem sieradzkiego i kolskiego oraz ząbkowickiego) frekwencja w imprezach była wyższa, niż w powiecie tureckim. Ten ostatni wyróżnia się jednak liczbą imprez interdyscyplinarnych, nieorganizowanych w innych powiatach.

Tabela 10: Imprezy kulturalne (masowe) organizowane w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Liczba imprez						
	Ogółem	Koncerty	Festiwale	Imprezy łączone	Inne imprezy artystyczno - rozrywkowe	Interdyscyplinarne	Sportowe
Powiat bełchatowski	42	0	0	0	7	0	35
Powiat poddębicki	4	3	0	0	1	0	0
Powiat sieradzki	4	1	0	0	2	0	1
Powiat kaliski	14	0	0	0	14	0	0
Powiat m. Kalisz	25	11	4	0	1	0	6
Powiat kolski	7	0	0	0	6	0	1
Powiat koniński	6	1	0	1	4	0	0
Powiat m. Konin	16	7	1	0	0	0	8
Powiat turecki	**7**	**3**	**2**	**0**	**0**	**2**	**0**
Powiat ząbkowicki	1	0	0	0	1	0	0

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 11: Uczestnicy imprez masowych organizowanych w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Uczestnicy imprez ogółem			
	Ogółem	Artystyczno - rozrywkowe	Interdyscyplinarne	Sportowe
Powiat bełchatowski	151 146	13 500	0	137 646
Powiat poddębicki	16 000	16 000	0	0
Powiat sieradzki	6 900	6 000	0	900
Powiat kaliski	21 000	21 000	0	0
Powiat m. Kalisz	59 800	40 860	0	18 940
Powiat kolski	9 800	9 500	0	300
Powiat koniński	18 600	18 600	0	0
Powiat m. Konin	27 300	20 300	0	7 000
Powiat turecki	**15 830**	**11 830**	**4 000**	**0**
Powiat ząbkowicki	1 000	1 000	0	0

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

W powiecie tureckim działa 6 domów, ośrodków kultury, klubów i świetlic. To 3-krotnie mniej, niż w powiecie bełchatowskim. W powiatach sieradzkim, konińskim i ząbkowickim funkcjonuje po 11 takich instytucji (w Koninie i powiecie konińskim 16 łącznie). Zorganizowały one w 2013 r. łącznie 326 imprez, tj. mniej, niż we wszystkich powiatach oprócz kaliskiego (bez Kalisza), poddębickiego i kolskiego. Dla porównania, w powiecie bełchatowskim omawiane instytucje zorganizowały 727 imprez, w powiecie konińskim – 676, w Koninie – 289, Pod względem liczby zespołów artystycznych liderem jest powiat sieradzki, jak również koniński łącznie z Koninem. Tylko w powiecie poddębickim jest mniej zespołów artystycznych, niż w powiecie konińskim. Analiza liczby kół (klubów) pozwala stwierdzić, że w tym zakresie powiat turecki odstaje znacząco, w szczególności od Konina i powiatu konińskiego. W powiecie tureckim najwięcej jest zespołów muzycznych (11), a najmniej wokalnych i chórów oraz tanecznych (po 3). Funkcjonuje 6 klubów folklorystycznych (w powiatach konińskim, kaliskim, ząbkowickim i sieradzkim takich klubów jest 2-krotnie więcej).

Taka statystyka pokazuje, że pomimo potencjału ludnościowego znajdującego się w połowie analizowanych powiatów, potencjał kulturalny mierzony liczbą kulturalnych imprez masowych, ich uczestników, jednostek kultury, zespołów artystycznych i kół (klubów) jest znacznie dalej, głównie od liderów w tych zestawieniach. Pokazuje to, z jaką konkurencją będzie musiał zmierzyć się powiat turecki w budowaniu produktów turystycznych turystyki kulturowej.

Tabela 12: Zespołu artystyczne i kluby działające w obszarze kultury w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice	Zespoły artystyczne	Koła (kluby)
Powiat bełchatowski	19	50	42
Powiat poddębicki	3	13	11
Powiat sieradzki	11	95	43
Powiat kaliski	7	40	27
Powiat m. Kalisz	2	0	5
Powiat kolski	5	31	21
Powiat koniński	11	79	109
Powiat m. Konin	5	44	185
Powiat turecki	**6**	**27**	**35**
Powiat ząbkowicki	11	41	49

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

10.2 Potencjał dla turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej związany z walorami środowiska przyrodniczego

W niniejszym opracowaniu podkreślano kilkakrotnie, że powiat turecki nie posiada unikatowych i szczególnie wartościowych obszarów cennych przyrodniczo, których znaczenie zostałoby potwierdzone utworzeniem parku narodowego, krajobrazowego lub rezerwatu. Cytowana strategia rozwoju obszaru funkcjonalnego wskazuje, że: „Potencjał turystyczny powiatu znajduje się w obszarach chronionych, które w 2012 r. zajmowały 34,4% powierzchni powiatu. Na obszarze powiatu tureckiego, a także w jego najbliższym sąsiedztwie nie występują parki narodowe oraz krajobrazowe. Natomiast na jego terenie znajdują się dwa obszary chronionego krajobrazu – Złotogórski oraz Uniejowski oraz dwa obszary Natura 2000 –obszary ptasie: Dolina środkowej Warty oraz Zbiornik Jeziorsko, które uzupełniane są przez 43 pomniki przyrody.” [51] Za mocną stronę uznano wysokie walory przyrodnicze (Natura 2000 , obszary chronionego krajobrazu, duża lesistość, Warta). To, czy tak jest w rzeczywistości należy oceniać w kontekście potencjału innych obszarów, szczególnie uznanych za konkurencyjne względem powiatu tureckiego.

Analizując powierzchnię obszarów prawnie chronionych w powiecie tureckim należy potwierdzić, że w istotnie duży obszar powiatu zajmują takie obszary (łącznie 32 124 ha, co daje powiatowi 13-te miejsce w województwie wielkopolskim w tej kategorii). Powiat koniński (4 lokata w województwie) posiada 64 190 ha obszarów chronionych, w tym 694 ha rezerwatów przyrody i 8 643 parków krajobrazowych. Jest to najsilniejszy konkurent wśród powiatów ościennych i przyjętych do analizy, zarówno pod względem powierzchni obszarów chronionych udostępnianych do celów związanych z turystyką rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną oraz na obszarach wiejskich. Mocna pozycja konkurencyjna powiatu konińskiego dotyczy nie tylko ich ilości, ale również „jakości” (stopień ochrony przyrody) i zagospodarowania turystycznego. Sąsiedni powiat sieradzki również posiada więcej powierzchni obszarów objętych ochroną przyrody, w tym również parki krajobrazowe i rezerwaty (największych powierzchniowo wśród analizowanych obszarów). W powiecie kaliskim i Kaliszu obszary chronionego krajobrazu zajmują podobną powierzchnię, jak w powiecie tureckim. Rezerwaty zajmują również dużo powierzchni powiatu poddębickiego, który jednak charakteryzuje

[51] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

się mniejszą powierzchnią obszarów chronionego krajobrazu. W tych dwóch powiatach istnieją zespołu przyrodniczo-krajobrazowe (tabela 13).

Przedstawiona analiza znajduje potwierdzenie również w wskaźniki udziału obszarów prawnie chronionych w powierzchni ogółem. W powiecie tureckim ten wskaźnik wynosi 34,6%, zaś w powiecie konińskim (uwzględniając całkowitą powierzchnię tej jednostki administracyjnej), 40,7%. W powiecie tureckim znajdowało się w 2013 r. 38 pomników przyrody (obecnie jest o 1 mniej). Niestety, w kontekście analizy konkurencji nie jest to mocna strona. W powiecie sieradzkim odnotowano 396 pomników przyrody, bełchatowskim – 95, ząbkowickim – 92, a poddębickim 77. Poza miastem Konin udział terenów zieleni w powierzchni jest najwyższy w powiecie ząbkowicki, w powiatach turecki i bełchatowski osiągnął wartość 0,2. Udział lasów i gruntów leśnych w powiecie tureckim był rzeczywiście w 2005 r. najwyższy, po powiecie sieradzkim, gdzie lasy zajmują blisko ¼ powierzchni (tabela 14).

Tabela 13: Charakterystyka obszarów prawnie chronionych w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Ogółem	Rezerwaty przyrody	Parki krajobrazowe razem	Obszary chronionego krajobrazu razem	Użytki ekologiczne	Stanowiska dokumentacyjne	Zespoły przyrodniczo-krajobrazowe
Powiat bełchatowski	27 090	41	144	26 652	253	0	0
Powiat poddębicki	21 291	1 029	0	21 148	19	10	104
Powiat sieradzki	36 706	1 625	5 980	29 722	89	0	726
Powiat kaliski	28 452	21,4	28 452	0	0	0	0
Powiat m. Kalisz	4,70	4,70	0	0	0	0	0
Powiat kolski	24 595	53	0	23 854	738	0	0
Powiat koniński	64 190	694	8 643	55 547	0	0	0
Powiat m. Konin	1 291	0	0	1 291	0	0	0
Powiat turecki	**32 124**	**0**	**0**	**32 124**	**0**	**0**	**0**
Powiat ząbkowicki	12 705	57	3 237	9 454	3	0	13

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 14: Pomniki przyrody oraz udział obszarów prawnie chronionych i terenów zielonych w powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Powiaty	Udział obszarów prawnie chronionych w powierzchni ogółem w 2013 r. w %	Pomniki przyrody w 2013 r. szt.	Udział terenów zieleni w powierzchni ogółem w % w 2013 r.	Lasy i grunty leśne w ha w 2005 r.	Udział lasów i gruntów leśnych w powierzchni ogółem 2005 r. w %
Powiat bełchatowski	28,0	95	0,2	27 355	28,3
Powiat poddębicki	24,2	77	0,1	12 969	14,7
Powiat sieradzki	24,6	296	0,1	28 544	24,6
Powiat kaliski	24,5	52	0,1	23 260	15,6
Powiat m. Kalisz	0,1	59	2,5	270	3,89
Powiat kolski	24,3	68	0,2	11 459	11,3
Powiat koniński	40,7	65	0,0	25 394	16,1
Powiat m. Konin	15,7	6	2,3	375	4,6
Powiat turecki	**34,6**	**38**	**0,2**	**21 284**	**22,9**
Powiat ząbkowicki	15,9	92	0,3	15 958	19,9

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

10.3 Baza noclegowa i jej wykorzystanie

Analiza bazy noclegowej i jej wykorzystanie została obszernie omówiona w cytowanej strategii rozwoju. Zwrócono uwagę na słabość potencjału turystycznego związanego z niedostatecznie rozwiniętą bazą noclegową.[52] Analizy jakościowe bazy (również tej nieujmowanych w statystykach GUS) dokonano w inwentaryzacjach. Ponieważ wspomniana strategia przedstawiła analizę, w tym wskaźnik dot. obiektów turystycznych, na wykresach, poniższa tabela prezentuje wartości liczbowe. Pokazują one na faktyczną słabość potencjału mierzonego liczbą obiektów, miejsc noclegowych w odniesieniu do liczby ludności. Wskaźnik funkcji turystycznej miejscowości, wyrażony liczbą turystycznych miejsc noclegowych, przypadającą na określoną liczbę ludności miejscowej (wskaźnik Baretje'a i Deferta) jest najniższy w powiecie tureckim, w którym znajdują się tylko 4 obiekty noclegowe oferujące zalewie 162 miejsca noclegowe). Liczba udzielonych noclegów na 1000 mieszkańców jest najniższa spośród analizowanych powiatów. Wskaźnik Schneidera (wskaźnik intensywności ruchu turystycznego, wyrażony liczbą turystów korzystających z noclegów, przypadającą na 1000 mieszkańców) jest również najniższy, pomimo, że powiat znajduje się w środku analizowanych obszarów pod względem liczby mieszkańców. Najwyższe wartości wskaźników osiąga miasto Kalisz, w którym znajduje się 10 obiektów noclegowych (tabela 15).

Tabela 15: Turystyczne obiekty noclegowe powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. – wskaźniki.

	Ogółem	Miejsca noclegowe na 1000 ludności	Udzielone noclegi na 1000 ludności	Korzystający z noclegów na 1000 ludności
	Ob.	Msc.	-	Osoba
Powiat bełchatowski	19	14	1 026	456,3
Powiat poddębicki	15	14	1 159	680,3
Powiat sieradzki	10	3	313	201,9
Powiat kaliski	10	1,86	87,83	67,61
Powiat m. Kalisz	10	6,29	460,54	287,12
Powiat kolski	10	3	146	84,1
Powiat koniński	53	31	1 627	1124,5
Powiat m. Konin	4	2	226	144,9
Powiat turecki	**4**	**2**	**142**	**49,6**
Powiat ząbkowicki	13	9	612	192,2

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Jak wspomniano, w powiecie tureckim znajdowały się w 2013 r. 4 obiekty noclegowe, które oferowały 162 miejsca noclegowe. Wszystkie obiekty mają charakter całoroczny. Udział miejsc sezonowych i sezonowość ruchu turystycznego wskazuje na obecność w danym powiecie turystów, którzy uprawiają tzw. typową turystykę, w tym związaną z uprawianiem turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej (np. wodnej). Największy udział takiej bazy jest w powiatach konińskim i bełchatowskim. Powiat koniński łącznie z Koninem posiada najwięcej obiektów w bazie zbiorowego zakwaterowania (4 128 miejsc noclegowych w 57 obiektach, w tym 3 076 miejsc sezonowych w 34 obiektach). Powiat koniński cechuje również największy ruch turystyczny wśród analizowanych powiatów (mierzony liczbą korzystających, w tym zagranicznych). Udzielono tutaj również największą liczbę noclegów, jednak turystom zagranicznym udzielono ich więcej w powiecie bełchatowskim (tabela 16).

[52] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

Tabela 16: Obiekty turystyczne i ich wykorzystanie powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

	Obiekty		Miejsca noclegowe		Korzystający z noclegów		Udzielone noclegi	
	Ogółem	Całoroczne	Ogółem	Całoroczne	Ogółem	Zagraniczni	Ogółem	Zagraniczni
Powiat bełchatowski	19	17	1 582	1 265	51 624	2 713	116 057	9 765
Powiat poddębicki	15	12	592	447	28 407	821	48 391	3 342
Powiat sieradzki	10	9	408	346	24 236	1 391	37 597	2 434
Powiat kaliski	10	10	355	355	9 555	313	17 652	502
Powiat m. Kalisz	10	9	656	521	29 947	4 347	48 034	9 963
Powiat kolski	10	10	240	240	7 489	2 053	13 023	5 112
Powiat koniński	53	30	3 945	2 893	144 453	6 791	208 943	7 918
Powiat m. Konin	4	4	183	183	11 229	2 478	17 528	4 207
Powiat turecki	**4**	**4**	**162**	**162**	**4 186**	**214**	**12 030**	**2 180**
Powiat ząbkowicki	13	12	626	552	13 076	290	41 651	856

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Interesującym zjawiskiem jest długość pobytu w powiecie tureckim, która jest wyższa, niż w powiatach ościennych (2,87 doby). Należy tutaj jednak uwzględnić istotny czynnik związany z tym, że prawdopodobnie są to pobyty związane z pracą zawodową. Dla porównania, w powiecie ząbkowickim wynosi 3,18 doby). Charakterystyczną cechą bazy noclegowej powiatu tureckiego jest dominacja obiektów hotelowych i całkowity brak innych obiektów noclegowych. Ta ostatnia kategoria jest dominująca w powiecie konińskim (37 innych obiektów noclegowych względem 16 hotelowych, zaś w mieście Konin znajdują się 2 obiekty hotelowe). Odwrotna proporcja jest tutaj natomiast w strukturze miejsc noclegowych w obiektach hotelowych, które przeważają (2 225) nad tymi w innych obiektach noclegowych (1 720). W powiecie poddębickim proporcje pomiędzy obiema kategoriami są wyrównane (tabela 17).

Tabela 17: Struktura obiektów noclegowych powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r.

Turystyczne obiekty noclegowe	Obiekty ogółem		Miejsca noclegowe	
	Obiekty hotelowe	Inne obiekty noclegowe	Obiekty hotelowe	Inne obiekty noclegowe
	ob.	ob.	msc.	msc.
Powiat bełchatowski	11	8	867	715
Powiat poddębicki	8	7	398	194
Powiat sieradzki	6	4	276	132
Powiat kaliski	7	3	313	42
Powiat m. Kalisz	8	2	491	165
Powiat kolski	5	5	171	69
Powiat koniński	16	37	2 225	1 720
Powiat turecki	**4**	**0**	**162**	**0**
Powiat m. Konin	2	2	120	63
Powiat ząbkowicki	3	10	148	478

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Analiza bazy noclegowej i jej wykorzystania pokazuje duże zagrożenie konkurencyjne, w szczególności ze strony powiatu konińskiego i Konina, dla rozwoju turystyki w powiecie konińskim. Każdy z ościennych powiatów ma większy potencjał bazy noclegowej.[53] Ponadto analiza cen noclegów

[53] Statystyki GUS nie uwzględniają bazy noclegowej nad Zbiornikiem Jeziorsko w gminie Dobra.

wykazała, że w Turku (i Przykonie) są one wyższe, niż w sąsiednim Koninie i Kaliszu[54] Bogata oferta bazy noclegowej w Koninie oraz Uniejowie (powiat poddębicki) może hamować powstawanie nowych, konkurencyjnych obiektów noclegowych w powiecie tureckim.

10.4 Charakterystyka potencjały wybranych powiatów konkurencyjnych

Powiat koniński i Konin – miasto na prawach powiatu:

Powiat koniński położony jest w centralnej Polsce, we wschodniej części Wielkopolski. Zajmowany teren wchodzi w skład pasa nizin w obrębie Niziny Wielkopolskiej. W centralnej części powiatu rozpościera się szeroka dolina Warty. Na północ i południe od niej, wznoszą się zróżnicowane obszary wysoczyzn, na północy dodatkowo urozmaicone przez 23 jeziora polodowcowe. W powiecie znajduje się 6 rezerwatów przyrody (Mielno, Bieniszew, Sokółki, Pustelnik, Złota Góra), 2 parki krajobrazowe (Powidzki Park Krajobrazowy, Nadwarciański Park Krajobrazowy), 4 obszary chronionego krajobrazu (Powidzko-Bieniszewski, Goplańsko-Kujawski, Złotogórski, Pyzdreński). Cechą charakterystyczną powiatu jest dobrze rozwinięta baza noclegowa i towarzysząca). Powiat koniński otacza Konin – miasto na prawach powiatu. Miasto położone jest w Dolinie Konińskiej, nad Wartą. Było to miast królewskie Korony Królewska Polskiego i jest bogate w zabytki stwarzające dogodne warunki do uprawiania turystyki miejskiej i kulturowej.

Najważniejsze atrakcje powiatu konińskiego to:

- 23 jeziora polodowcowe, połączone systemem kanałów i śluz z Wartą, część tzw.Wielkiej Pętli Wielkopolski**,**
- lasy zajmują ogółem 15,9% powierzchni powiatu,
- 59 pomników przyrody,
- Nadwarciański Park Krajobrazowy,
- rezerwat "Złota Góra”,
- rezerwat Nadgoplański Park Tysiąclecia,
- oraz Puszcza Bieniszewska i Powidzko – Bieniszewski OKCH,
- ponad 600 km pieszych i rowerowych tras turystycznych,
- Sanktuarium Matki Bożej Licheńskiej w Licheniu Starym,
- skansen archeologiczny "Świętne" w Mrówkach (gmina Wilczyn),
- układ urbanistyczny - Ślesina wraz Bramą Napoleona,
- przez teren powiatu przebiegają szlaki historyczne: Bursztynowy, Romański, Cysterski, Niemiecki, Piastowski Szkocki, Zamków, Drewnianych Kościołów, Klasztorów.

W Koninie największą wartość stanowią następujące obiekty i wydarzenia:

- Słup Koniński – najstarszy znak drogowy w Europie Środkowo-Wschodniej,]
- Kościół św. Bartłomieja, gotycki, o układzie bazylikowym, trójnawowy. Pochodzi z XIV w.,
- Zespół klasztorny oo. Reformatów,
- klasycystyczny ratusz,
- Jatki Miejskie,
- Synagoga i Żydowski „dom nauki”,
- Rynek staromiejski wraz z zabudową,

[54] Analiza cen znajdujących się na portalu rezerwacyjnym Booking.com (dostęp 8.02.2015 r.).

- Zajazd "Pod Jelonkiem",
- zespół kamienic staromiejskich,
- Kościół ewangelicko-augsburski Świętego Ducha i jego plebania z XIX w.,
- Eklektyczny pałac E. Reymonda,
- Park Miejski im. Fryderyka Chopina z połowy XIX w.,
- Most Toruński,
- Zamek w Gosławicach,
- Skansen budownictwa wiejskiego przy zamku,
- zabytkowe wieże ciśnień,
- Międzynarodowy Dziecięcy Festiwal Piosenki i Tańca, w którym uczestniczą wykonawcy z Europy oraz miast partnerskich,
- Muzeum Okręgowe z 14 wystawami stałymi i skansenem etnograficznym,
- Międzynarodowy Festiwal Muzyki Gospel „Gospel nad Wartą”
- Międzynarodowy Festiwal „Bluesonalia”,
- Ogólnopolski Konkurs Pianistyczny dla Szkół Muzycznych,
- Ogólnopolski Festiwal Pianistyczny „Chopinowskie Interpretacje Młodych”,
- Ogólnopolski Konkurs Filmów Amatorskich,
- Ogólnopolski Konkurs Gitary Klasycznej,
- Ogólnopolski Konkurs Poetycki o „Nagrodę Milowego Słupa”,
- Festiwal Jazzonalia,
- Konińskie Derby Kabaretowo – Estradowe.

Powiat koniński i miasto Konin są szczególnie godne uwagi ze względu na podejście do zagospodarowania terenów pokopalnianych. Powstające tam obiekty są w wysokim stopniu konkurencyjne względem obecnej i przyszłej oferty powiatu tureckiego (powstającego „Pojezierza Turkowskiego”). W gminie Kleczew powstał przy wsparciu środków RPO Województwa Wielkopolskiego Park Rekreacji i Aktywności Fizycznej. Obejmuje on oczko wodne otoczone zielenią, alejkami żwirowymi i obiektami rekreacyjnymi - tak dziś przedstawia się obszar po odkrywce "Jóźwin". Park Rekreacji i Aktywności Fizycznej jest znakomitym przykładem pomysłowego zagospodarowania terenu pogórniczego.[55] Ciąg dalszy zagospodarowania terenów pokopalnianych to Rekultywacja wodna obszarów pokopalnianych obejmuje powstanie zbiorników wodnych o znacznych powierzchniach, głębokościach i pojemnościach znajdujących się w gminie Kazimierz. Zbiorniki te mogą być wykorzystywane w różnych celach: rekreacyjnym, retencyjno-sportowym, wędkarskim itp. Rekultywacja o kierunku rekreacyjno-wodno-sportowym jest w ostatnim okresie kierunkiem cieszącym się dużym zainteresowaniem samorządów gminnych. Przykładem już zrealizowanym i przekazanym do wykorzystywania jest zagospodarowane o kierunku wodnym wyrobisko o powierzchni ok. 110 ha w odkrywce Kazimierz Południe za specjalnie usypanymi wyspami, półwyspem i plażami oraz terenami rekreacyjnymi.[56] W Koninie znajdują się dwa jeziorka stanowiące pozostałość po odkrywce "Gosławice”. Rekultywacja polegała tutaj na wyplantowaniu terenu, uformowaniu skarp i wyspy. Zagospodarowany obszar to część strefy ochronnej rejonu przemysłowego Konina. Drugi zbiornik - Czarna Woda (32,5 ha) jest popularnym miejscem rekreacji. Zbiornikiem opiekują się wędkarze z kopalnianego koła PZW - zarybiają go, sprzątają otoczenie

[55] www.ppwb.org.pl
[56] geoland.pl/dodatek/infrastruktura-srodowisko-energia-10/rekultywacja-i-zagospodarowanie-terenow-pogorniczych-wegla-brunatnego/

i urządzają tam zawody wędkarskie. Po zakończeniu eksploatacji na odkrywce „Niesłusz" w miejscu wyrobiska powstało ostatecznie jezioro (18,5 ha). Są to obecnie znakomite tereny rekreacyjne. Są tam ścieżki rowerowe i spacerowe.[57]

Uwzględniając stan zaawansowania rekultywacji prowadzonej w powiecie konińskim i Koninie, w tym przy wsparciu środków unijnych należy krytycznie ocenić pozycję konkurencyjną powstającego „Pojezierza Turkowskiego". Po pierwsze, ze względu na zaplanowany rolniczo-leśno-wodny kierunek rekultywacji, po drugie, brak spójnych na chwilę obecną planów rekultywacji w gminach (głównie Brudzew i Władysławów). Do tego należy doliczyć niejasności w strukturze własnościowej terenów użytkownych objęcie przez KWB „Adamów" i szczupłość zasobów finansowych gmin. Szansą na powstanie konkurencyjnego „Pojezierza Turkowskiego" byłoby opracowanie zintegrowanego, partnerskiego projektu, w którym partycypowałby również Powiat Turecki (Starostwo Powiatowe w Turku w promocji podkreśla znaczenie zbiorników wodnych).

Jeśli chodzi o promocję powiatu konińskiego i Konina jest ona w obu przypadkach bardzo ukierunkowana, realizowana za pomocą wielu kanałów i narzędzi. Jakkolwiek, działania obu jednostek nie są ze sobą skoordynowane. Powiat koniński opracował niedawno strategię marki, która jest sukcesywnie realizowana, również poprzez nową, atrakcyjną stronę internetową i zestaw publikacji reklamowych. Powiat koniński jest obecny na targowych imprezach turystycznych (m.in. „Tour Salon" w Poznaniu). W Koninie działa Lokalna Organizacja Turystyczna „Marina", do której należą zarówno miasto, jak i powiat, która prowadzi Centrum Informacji Turystycznej *** w Koninie. Podejmowana działania przekładają się na wizerunek powiatu oraz wzrost ruchu turystycznego (co pokazała analiza przeprowadzona przez Ecorys).

Wykorzystując dobre praktyki stosowane w powiecie konińskim należałoby zabiegać o pozyskanie środków unijnych za rekultywację terenów pokopalnianych, nie tylko w kierunku leśnym i wodnym. Mając na względzie, że powiat koniński wyprzedził w tym zakresie turecki o jedną perspektywę programowania UE, należałoby poszukiwać nowatorskich rozwiązań, które nie będą kopiować zastosowanych rozwiązań, ale wskazywać na nowe możliwości zagospodarowania tych terenów.

Powiat bełchatowski:

Powiat bełchatowski zlokalizowany jest w centrum Polski. Powiat bełchatowski charakteryzuje duże zalesienie i liczne zbiorniki wodne, co stwarza dobre warunki do uprawiania turystyki. Na turystycznym szlaku znajduje się wiele zabytkowych kościołów i urokliwych zespołów dworsko-parkowych. Na terenie powiatu dostępnych jest 1000 miejsc noclegowych, w tym 350 o wysokim standardzie. Stwarza to dobre warunki dla turystyki biznesowej. Dzięki rozbudowanej i ciągle rozbudowywanej infrastrukturze sportowej w powiecie funkcjonuje baza sportowa, do której zaliczyć należy: baseny, hale sportowe, stadion ze sztucznym oświetleniem, boiska z syntetyczną nawierzchnią oraz korty tenisowe. Najważniejsze atrakcje turystyczne powiatu bełchatowskiego to:[58]

- Lasy zajmują 30% powierzchni,
- Rezerwat leśny „Łuszczanowice",
- Rezerwat Jodły – Łuczanowice oraz Święte Ługi (torfowiska),
- obszary chronionego krajobrazu Borowej Góry i Chrząstawsko–Widawski i Szczercowski,

[57] www.ppwb.org.pl
[58] www.powiat-belchatowski.pl.

- kaplica cmentarna, dworek na wyspie i zespół bunkrów w Szczercowie,
- dwór w Bełchatowie,
- kościół i plebanię w Kraszewicach z 1612 roku,
- 900 – letni dąb „Cygański" w gminie Kluki oraz prawie
- 500 – letni dąb „ Generał" w gminie Bełchatów,
- zbiorniki wodne Słok i Wawrzkowizna,
- największymi atrakcjami są ośrodki wypoczynkowe „Wawrzkowizna" oraz „Słok" (hotel, domki, baza namiotowa, zalew, wędkowanie, sprzęt wodny, plaża),
- OSiR Góra Kamieńsk,
- przez teren powiatu przebiega znakowany Szlak polskich umocnień wojskowych z 1939 r.

OSiR Góra Kamieńsk zlokalizowana jest w samym centrum Polski (woj. łódzkie) na zboczu zwałowiska zewnętrznego BOT KWB Bełchatów S.A. Jest najdłuższym stokiem w centralnej Polsce, z wyciągiem krzesełkowym. Główna trasa narciarska ma długość 760 metrów. W okresie letnim Góra Kamieńska dostępna jest dla wielbicieli jazdy na rowerach i pojazdach terenowych. W sezonie letnim działa wyciąg krzesełkowy. Góra Kamieńsk oferuje Mini Park Rozrywki składający się z euro-bungee, obrotowych rowerów, dmuchanej dżungli oraz zjeżdżalni.[59] Na obszarze terenów pogórniczych Kopalni Bełchatów dominuje kierunek leśny rekultywacji. Drugim pod względem powierzchni kierunkiem będzie kierunek wodny, pod który planuje się obszar wyrobisk końcowych obu pól o powierzchni sumarycznej około 4300 ha (2100 ha P/Bełchatów, ok. 2190 ha P/Szczerców). Jednak już w nieodległej perspektywie głównym zadaniem rekultywacyjnym Kopalni Bełchatów będzie rekultywacja obu wyrobisk końcowych w kierunku wodnym i utworzenie krajobrazu z dużym kompleksem wypoczynkowym.[60]

Mając na względzie powstanie w 2050 r. w powiecie bełchatowskim największego i najgłębszego zbiornika wodnego, spadnie niewątpliwie konkurencyjność Zbiornika Jeziorsko, który jest obecnie największym akwenem województwa łódzkiego. Powiat turecki ma szansę, aby do tego czasu pozyskać stałych odwiedzających z tego regionu, poprzez zapewnienie im atrakcyjnej oferty pobytu na terenach wodnych i leśnych.

Powiat ząbkowicki:

Powiat w południowo-zachodniej Polsce, w województwie dolnośląskim, położony w południowo-wschodniej części województwa dolnośląskiego, na terenie Przedgórza Sudeckiego pomiędzy Górami Złotymi, Bardzkimi i Sowimi, a wzgórzami Niemczańsko-Strzelińskimi. Główną rzeką przepływającą przez powiat przepływa Nysa Kłodzka, na której utworzono ciąg zbiorników zaporowych, pełniących również funkcję rekreacyjną i turystyczną. Stolicą powiatu są Ząbkowice Śląskie, siedziba powiatu ząbkowickiego i gminy miejsko-wiejskiej Ząbkowice Śląskie. Najważniejszymi atrakcjami turystycznymi powiatu ząbkowickiego są:

- Nysa Kłodzka i akweny wodne na Nysie Kłodzkiej,
- pasma górskie: Góry Złote, Góry Bardzkie,
- 4 rezerwaty (Cisy, Cisowa Góra, Muszkowicki Las Bukowy i Skałki Stoleckie),
- 2 obszary chronionego krajobrazu (Wzgórza Niemczańsko – Strzelińskie, Góry Bardzkie i Sowie),

[59] www.powiat-belchatowski.pl.
[60] geoland.pl

- Śnieżnicki Park Krajobrazowy,
- zabytkowe miasta: Ząbkowice Śląskie, Bardo, Złoty Stok,
- dzwonnica -krzywa wież, z 1413 r. w Ząbkowicach Śląskich,
- kościół parafialny pw. św. Anny, z XIV w./XV w. w Ząbkowicach Śląskich,
- zespół klasztorny dominikanów z XIV w.-XVIII w., kościół pw. Podwyższenia Krzyża Świętego w Ząbkowicach Śląskich,
- zamek ząbkowicki, z XIV w. (ruina),
- dom rycerza Kaufunga, obecnie Izba Pamiątek Regionalnych w Ząbkowicach Śląskich,
- Muzeum Sztuki Sakralnej w Bardzie
- Izba Pamiątek Regionalnych w Ząbkowicach Śląskich
- Muzeum Sprzętu Gospodarstwa Domowego w Ziębicach
- Muzeum Górnictwa i Hutnictwa Złota w Złotym Stoku
- Muzeum Minerałów w Złotym Stoku
- Kościół Nawiedzenia Najświętszej Panny Marii w Bardzie (1686-1704),
- Klasztor O.O. Redemptorystów w Bardzie (1712-1716),
- Kaplica Górska i Kalwaria, zbudowana w latach 1617 – 1619 na Górze Bardzkiej (582 m n.p.m.), zwanej obecnie Kalwarią,
- Zespół Archeologiczny Reliktów Zamku Kasztelańskiego nad rzeką Nysą w Bardzie, dobrze zachowane ślady grodziska wczesnośredniowiecznego z X-XIII w.,
- ruiny zamku rycerskiego z II połowy XIV wieku w Ciepłowodach,
- kamienne krzyże pokutne,
- opactwo cysterskie,
- Pałac w Kamieńcu Ząbkowickim,
- Kościół Św. Jerzego – Sanktuarium Męki Pańskiej w Ziębicach, powstały z połączenia hali dwunawowej wczesnogotyckiej z lat 1265-1275,
- Zespół klasztorny Krzyżowców w Ziębicach,
- Zespół Klasztorny zakonu Cystersów w Henrykowie (1222 r.),
- Twierdza Srebra Góra,
- Kopalnia Złota w Złotym Stoku- Podziemna trasa turystyczna „Kopalnia Złota" i Średniowieczny Park Techniki,
- Leśny Park Przygody "Skalisko" w Złotym Stoku,
- Centrum Turystyki Niekonwencjonalnej w Srebrnej Górze,
- ponad 2000 km szlaków turystycznych,
- szlaki kulturowe: Marianny Orańskiej, Bursztynowy, Między Złotem a Srebrem, Szlak Cysterski Ziemi Ząbkowickiej.

Jak wspomniano, powiat ząbkowicki jest konkurencją pośrednią i odległą geograficznie. Na uwagę zasługuje podejście do zagospodarowania terenów pokopalnianych. Wprawdzie jest to inny rozdaj górnictwa i podlega odmiennym regulacjom, ale w tym przypadku istotna jest koncepcja adaptacji na cele turystyczne kopalni złota, która od 1960 r. była nieczynna, a właścicielem gruntów była gmina. W 1996 r. uruchomiono tutaj w partnerstwie publiczno-prywatnym (spółka gminy i prywatnego inwestora) Muzeum Górnictwa i Hutnictwa Złota. Muzeum oferuje wystawę obrazującą historię górnictwa złota (stare mapy, narzędzia górnicze, kolekcja tablic ostrzegawczych i informacyjnych z czasów PRL). Obecnie Kopalnia Złota w Złotym Stoku jest atrakcją odwiedzaną rocznie przez blisko

200 000 turystów. Właściciele atrakcji uruchomili obok drugi obiekt: Średniowieczny Park Techniki. Firma „Aurum" zarządzająca obydwoma obiektami posiada status organizatora turystyki. Świadczy usługi w postaci pakietów turystycznych, obejmujących: zwiedzanie kopalni wraz z dodatkowymi atrakcjami, zwiedzanie z fabułą, zwiedzanie ekstremalne, paintball, usługi noclegowe, gastronomiczne, off road.[61] We współpracy z Leśnym Parkiem Przygody „Skalisko" proponowane są pakiety obejmujące zarówno ofertę „Aurum", jak również pobyt w parku linowym. Z kolei Średniowieczny Park Techniki zawiera przede wszystkim drewniane repliki średniowiecznych urządzeń technicznych, jak również Chatę Kata, czyli przewodnik po średniowiecznych torturach.[62] Podmiot uczestniczył w projekcie Turystyka Wspólna Sprawa i był koordynatorem produktu sieciowego Między Złotem a Srebrem. Kopalnia Złota otrzymała dwukrotnie certyfikat w Konkursie na Najlepszy Produkt Turystyczny Polskiej Organizacji Turystycznej. Można powiedzieć, że obecnie jest to park rozrywki – „fabryka turystyczna", która odniosła sukces na rynku turystycznym.

Uwzględniając przyjęte kierunki rekultywacji terenów pokopalnianych KWB „Adamów", w powiecie tureckim nie jest wprawdzie rekreacja, ale gminy, których dotyczy to zagadnienie, zamierzają opracować w ramach projektu „Partnerstwo lokalne na rzecz rozwoju gospodarczego gmin powiatu tureckiego" plan zagospodarowania obszarów wykorzystywanych do eksploatacji złóż węgla brunatnego. Teoretycznie można zaplanować zmiany, które doprowadziłyby do zmiany kierunków rekultywacji. Na tych terenach (oprócz zbiorników wodnych), mogłyby powstać np. trasy do down hill'u lub największy w Polsce środkowej „Park Linowy TUR-a". wzorem Kopalni Złota w Złotym Stoku i Średniowiecznego Parku techniki można by stworzyć „Muzeum Techniki Wydobywczej Węgla Brunatnego". Byłoby to jedyne tego typu muzeum w Polsce.

11 Podsumowanie, wnioski i rekomendacje z analizy w zakresie produktu turystycznego

Część analityczna i diagnostyczna zawiera elementy wymagane przez zamawiającego, jak: inwentaryzacja obiektów znajdujących się na terenie powiatu tureckiego (walory i atrakcje przyrodnicze i kulturowe), cykliczne imprezy turystyczne i kulturalne, zagospodarowanie turystyczne podstawowe (baza noclegowa i gastronomiczna) i towarzyszące, w tym infrastrukturę ogólną, ocena warunków środowiska przyrodniczego i dostępności do jego potencjału, szczegółowe wyselekcjonowanie obiektów w kontekście atrakcyjności, identyfikowalności i użyteczności w budowaniu produktów turystycznych, uwzględnienie potencjału gmin ościennych, pojemność turystyczna, segmentacja rynku i identyfikacja obszarów konkurencyjnych. Dodatkowo część ta zawiera: identyfikację walorów przyrodniczych i specjalistycznych, ocenę potencjału rozwoju turystyki kulturowej, analizę kategorii produktowych i produktów turystycznych, dystrybucji i promocję atrakcji i produktów turystycznych powiatu tureckiego. Uzupełnienie to pozwoliło na pełniejszą diagnozę potencjału turystycznego powiatu tureckiego.

Podsumowując inwentaryzację, analizę i diagnozę w zakresie potencjału obszaru powiatu turystycznego do kreowania produktów turystycznych należy odnieść się do analizy SWOT przedstawionej w komponencie przestrzennym w cytowanej strategii rozwoju. Firma Ecorys

[61] www.kopalniazlota.pl.
[62] www.parktechniki.pl.

zidentyfikowała również mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie turystyki (tabela poniżej).

Tabela 18: Mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie rozwoju turystyki w strategii rozwoju powiatu tureckiego.

Mocne strony	Słabe strony
• wysokie walory przyrodnicze (Natura 2000, obszary chronionego krajobrazu, duża lesistość, Warta), • potencjał turystyczny powiatu (szlaki rowerowe i piesze, lasy, stadniny, obiekty zabytkowe) poprzez ujęcie w miejscowych planach funkcji tych terenów.	• brak odpowiedniego zaplecza dla funkcjonowania usług ponadlokalnych (baza noclegowa, gastronomia, informacja turystyczna) na wskazanych terenach, • istnienie zdegradowanych obszarów pokopalnianych i brak koncepcji ich zagospodarowania.
Szanse	• Zagrożenia
• rozwój usług ponadlokalnych (m.in.. rekreacyjnych, turystycznych, kulturalnych) dzięki korzystnemu położeniu (autostrada A2, między Poznaniem a Łodzią), • wskazanie wspólnej sieci usług ponadlokalnych (np. turystycznych, rekreacyjnych, kulturalnych).	• niewystarczające zaplecze dla rozwoju usług ponadlokalnych (np. turystycznych, rekreacyjnych, kulturalnych).

Źródło: *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

Elementy analizy SWOT należy skomentować z analizami prowadzonymi na potrzeby strategii produktu turystycznego. Zidentyfikowano 2 mocne strony. Pierwsza wynika z posiadania wysokich walorów przyrodniczych. Trzeba jednak podkreślić, że znaczenie tych walorów wynika przede wszystkim z pokrycia powierzchni powiatu tureckiego obszarami podlegającymi prawnej ochronie przyrody oraz lesistości, nie na wartości pod względem formy objęcia ochroną (w powiecie nie ma parku narodowego, krajobrazowego, ani rezerwatów przyrody). Zestawiając tę mocną stronę z potencjałem ościennych powiatów konkurencyjnych pozwala stwierdzić, że posiadają one wyższe walory przyrodnicze, zarówno pod względem ilościowym (powierzchnia obszarów chronionych prawnie), jak i jakościowym (rezerwaty przyrody i parki krajobrazowe). Dotyczy to w szczególności powiatów konińskiego i sieradzkiego, w których znajduje się również znacząco wyższa ilość pomników przyrody. Na terenie powiatu konińskiego znajduje się również obszar Natura 2000 Dolina Środkowej Warty, a sieradzkiego - obszar Natura 2000 Zbiornik Jeziorsko. Faktyczne znaczenie tej mocnej strony ma raczej wymiar lokalny i charakter niszowy. Nie oznacza to jednak, że nie jest obecnie atrakcyjne dla turystów. Efektywne konkurowanie o turystów z powiatami ościennymi wyrażające się wzrostem liczby turystów wymaga jednak poprawy atrakcyjności obszarów przyrodniczych poprzez rozbudowę zagospodarowania turystycznego (m.in. powstawanie gospodarstw agroturystycznych i innych obiektów na obszarach wiejskich) i poprawę dostępności (m.in. oznakowanie tras przyrodniczych i pomników przyrody, w tym najważniejszego pomnika – dębu w Kotwasicach).

W mocnych stronach należałoby ująć Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera i jego działalność. Analiza konkurencji pozwala stwierdzić, że muzeum to jest obecnie najmocniejszym punktem turystycznym powiatu tureckiego i najważniejszym produktem turystycznym turystyki kulturowej. Obok muzeum na uwagę zasługują jeszcze 2 obiekty: sanktuarium w Wyszynie i kościół w Malanowie. Duża część zabytków jest w złym stanie technicznym, albo odrestaurowana i o ograniczonej lub całkowitej niedostępności. Znaczenie muzeum w Turku jest istotne w kontekście eksponowania tradycji tkackich, które są istotnym elementem tożsamości tego obszaru. Jest to obiekt o znaczeniu ponadlokalnym, rekomendowane przez Wielkopolską Regionalną Organizację Turystyczną i Lokalną Organizację Turystyczną „Marina" z Konina. Należałoby w większym stopniu wykorzystać istnienie i działalność tego muzeum, m.in. w włączenie obiektu w zintegrowane produkty turystyki kulturowej, w promocję nie tylko Turku, ale również całego obszaru.

Mocną stroną turystyczną powiatu tureckiego jest Zbiornik Jeziorsko i jego zagospodarowanie na terenie gminy Dobra, w szczególności funkcjonowanie i oferta OW „Rafa". Potencjał tego obiektu zostanie zwiększony w niedługim czasie o nowe miejsca noclegowe. Dzięki działalności ośrodka nad Zbiornikiem Jeziorsko organizowana jest impreza sportowa o znaczeniu krajowym: Rafa Jeziorsko Cup – Puchar Polski w windsurfingu. Ośrodek przyciąga gości z kraju i za granicą. Należy podkreślić również znaczenie rzeki Warty, które może być wykorzystana w większym niż obecnie stopniu i zakresie do budowania produktów turystycznych i generowania ruchu turystycznego. Podobnie, jak w przypadku Zbiornika Jeziorsko (dotyczy to również Zbiornika Przykona) należy skoncentrować się na rozbudowanie zagospodarowania turystycznego (również Ecorys podkreśla, że Zbiornik Jeziorsko jest lepiej zagospodarowany w powiatach ościennych, niż w powiecie tureckim). Ta sytuacja ulegnie w przyszłości poprawie, dzięki projektom, jakie zamierza zrealizować gmina Przykona (m.in. budowa przystani żeglarskiej).

Rozwój szlaków konnych w powiecie tureckim należy uznać za mocną stronę, a jednocześnie ich istnienie umożliwia lepsze wykorzystanie szansy, jaką jest zidentyfikowany w cytowanej strategii rozwój usług ponadlokalnych i wskazanie wspólnej sieci usług ponadlokalnych. Wskazanie niewystarczające zaplecze dla rozwoju usług ponadlokalnych jest bardziej słabą stroną, związaną z uwarunkowaniami wewnętrznymi powiatu tureckiego, niż zagrożeniem (niedostateczny rozwój współpracy sieciowej, mała inicjatywa lokalnego potencjału ludzkiego). Rozwój turystyki jeździeckiej jest obecnie w początkowej fazie rozwoju mierzonej wielkością ruchu turystycznego (aktualnie jest to ruch pasjonacki). Jednak należy podkreślić kompleksowe podejście do tworzenia, znakowania i zagospodarowania szlaków konnych w gminie Kawęczyn oraz rangę organizowanych imprez jeździeckich (Regionalne Zawody w Skokach przez Przeszkody, Otwarte Mistrzostwa w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi). Niektóre stadniny koni są jednak niedostępne dla turystów, np. Stadnina Koni Huculskich „Skarbiec", która jest stajnią rozrodową w Młodzianowie i Stadnina Koni „HEAA" w Żdżarach, organizująca profesjonalne zawody jeździeckie.

Potencjał turystyczny powiatu był przedmiotem szczegółowej inwentaryzacji, analizy w celu wyselekcjonowania najważniejszych elementów w niniejszym opracowaniu. Rzeczywiście, w strategiach i planach rozwoju części gmin (m.in. Turek, Przykona, Kawęczyn, Dobra) zostały ujęte zagadnienia dot. rozwoju turystyki (np. rozwoju bazy agroturystycznej w Uroczysku „Zdrojki" w gminie Turek). Trudno ocenić jednak z perspektywy realizacji funkcji turystycznej na terenie powiatu tureckiego faktyczne znaczenie tej mocnej strony. Obszar ten posiada w istocie potencjał, ale niski stopień zagospodarowania turystycznego (w szczególności bazy noclegowej), stanu zachowania części zabytków, dostępności do walorów przyrodniczych i kulturowych pozwala wyciągnąć wniosek, że potencjał ten jest obecnie niedostatecznie wykorzystany. Przekłada się to na niską wartość wskaźnika intensywności (gęstości) ruchu turystycznego. Również w cytowanej strategii rozwoju podkreślany jest brak odpowiedniego zaplecza dla funkcjonowania usług ponadlokalnych.

Szanse i zagrożenia są związane z czynnikami o charakterze międzynarodowym, krajowym, regionalnym i najbliższym otoczeniem konkurencyjnym. Zagrożeniem o charakterze międzynarodowym są zmiany w modelu finansowania projektów aplikujących o wsparcie ze środków UE. Obecnie duży nacisk jest położony na wykazanie efektów gospodarczych i wysoką innowacyjność. Powiat turecki będzie miał mniejszą możliwość pozyskiwania źródeł zewnętrznych na realizację

projektów kulturowych i rekreacyjno-sportowych. W tym kontekście zagrożeniem są działania realizowane w poprzedniej perspektywie finansowania środków UE przez powiaty ościenne (zagospodarowanie terenów pokopalnianych dla celów związanych z turystyką rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną w powiecie konińskim, inwestycje w infrastrukturę dla turystyki kulturowej w powiecie poddębickim, zagospodarowanie Zbiornika Jeziorsko). Może to mieć niekorzystny wpływ na rozwój turystyki w powiecie tureckim. Zagrożenie należy upatrywać również w marginalizacji powiatu tureckiego w polityce turystycznej i promocyjnej prowadzonej przez Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego i Wielkopolską Organizację Turystyczną. Rekomendowane działania powinny dotyczyć jednocześnie kilku kierunków.

Pierwszy kierunek związany jest z tworzeniem nowych produktów turystycznych, które powinny być innowacyjne i konkurencyjne względem oferty konkurencji. Powinny to być duże i mocne punkty, jak opisywana Kopalnia Złota w Złotym Stoku i Średniowieczny Park Techniki. Innowacyjność produktów pozwoli na ich sfinansowanie, m.in. ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Wielkopolskiego.

Drugi kierunek wiąże się z wchodzeniem w nowe alianse w ramach ponadlokalnej współpracy sieciowej, przy jednoczesnym wzmacnianiu własnego potencjału współpracy. Rekomendowane będzie nie tylko utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej Krainy „TUR-a", ale jednoczesne nawiązanie współpracy – przystąpienie do Lokalnej Organizacji Turystycznej „Marina" z Konina i/lub Lokalnej Organizacji Turystycznej „ŁUK" z Uniejowa. W tym kontekście istotne znaczenie ma współpraca z gminami ościennymi: Uniejowem, Goszczanowem i Kościelcem. Jak stwierdzono, dwie ostatnie gminy nie mają wpływu na wizerunek powiatu tureckiego, a ich potencjał turystyczny jest niewielki. Mogą jednak stanowić istotny elementem w ramach łączenia potencjału w zakresie tworzenia ponadlokalnych sieci szlaków turystycznych (konnych, rowerowych, kulturowych, przyrodniczych). Wpływ gminy Uniejów na powiat turecki jest trudny do jednoznacznego sformułowania. Autorzy niniejszego opracowania nie ocenili pozytywnie wpływu sąsiedztwa gminy Uniejów na wizerunek i rozwój turystyczny tego obszaru. Należy jednak podkreślić istniejące również i w tym przypadku szanse związane z współpracą w zakresie tworzenia ponadlokalnych powiązań strukturalnych, ludzkich i finansowych. Koncepcja włączenia gminy Uniejów do Lokalnej Grupy Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. będzie w tym przypadku posunięciem korzystnym i może przyczynić się (oprócz pozyskania nowego, atrakcyjnego partnera do współpracy) do wzmocnienia potencjału turystycznego obszaru działalności tej organizacji.

Trzeci kierunek powinien dotyczyć lobbowania i pozyskiwania wsparcia na poziomie regionalnym (w województwie wielkopolskim, jak również łódzkim). Takie wsparcie pozwoli nie tylko promować lepiej, niż dotychczas walory turystyczne, atrakcje i powstające produkty, ale również włączyć szlaki i obiekty przyrodnicze i kulturowe powiatu tureckiego w regionalne i ponadregionalne systemy (np. w sieć szlaków konnych województwa łódzkiego, w system szlaków wodnych województwa wielkopolskiego).

Część II
Strategia marketingowa produktu turystycznego dla obszaru powiatu tureckiego z uwzględnieniem procesu budowania marki

1 Założenia do strategii marketingowej produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego

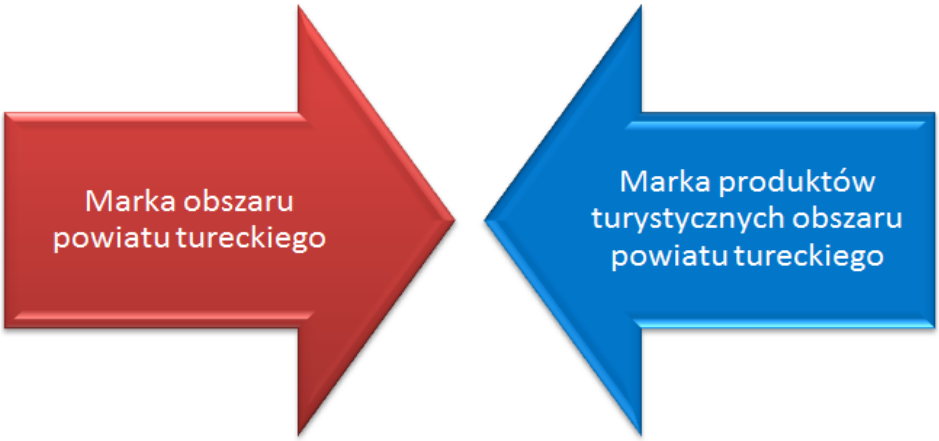
Przedmiotem niniejszego dokumentu jest opracowanie „Strategii marki i produktu turystycznego dla obszaru powiatu tureckiego". Zawartość przedmiotu zamówienia wskazuje, że jest to jednak strategia marketingowa produktu turystycznego z uwzględnieniem procesu budowania marki, wraz z przygotowaniem systemu wdrożenia operacyjnego (projekty, wskazanie liderów osobowych i instytucjonalnych, propozycja metod aktywizacji społeczności lokalnej). Zakres procesu brandingowego został przypisany opracowaniu koncepcji budowy marki poszczególnych produktów. Można zatem stwierdzić, że strategia ta ma charakter strategii markowych produktów turystycznych.

Markowy produkt turystyczny powinien wyróżniać ofertę produktów obszaru powiatu tureckiego poprzez dostarczenie wyjątkowych korzyści i wartości, motywujących turystę do skorzystania. Istotnymi elementami składowymi markowego produktu turystycznego jest odpowiednia nazwa, wyróżniający zestaw cech, za pomocą których będzie on identyfikowany przez odbiorców, a także koncepcja pozycjonowania, która pozwala na wyróżnienie go na rynku spośród innych produktów.
Koncepcja markowych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego opiera się na podejściu, wg którego „produkt turystyczny" to złożona konfiguracja różnych elementów oferty turystycznej, oparta o różne atrakcje, wydarzenia i imprezy turystyczne, zespolone usługami turystycznymi (usługa noclegowa, gastronomiczna, transportowa, przewodnicka). Cechą charakterystyczną markowego produkty turystycznego jest rozbudowana struktura. Struktura markowych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego odnosi się do poziomów produktu turystycznego (rdzeń, produkt podstawowy i produkt poszerzony). Rdzeń produktu, związany jest z podstawową korzyścią funkcjonalną, główną motywacją do skorzystania z produktu. Stanowi jeden z kluczowych elementów funkcjonowania produktu.

Można mówić o dwóch kierunkach oddziaływania wzajemnego marki obszaru/miejsca w place brandingu. Stosowane są dwa podejścia. Jedno podejście zakłada opracowanie w pierwszej kolejności programu marki dla danego obszaru, a następnie (w oparciu o wytyczne dla tego programu) marki produktów (turystycznych, inwestycyjnych, dla mieszkańców, innych produktów). W tym przypadku kierunek transferu wizerunku przebiega w dół: wizerunek każdego z produktów musi być podporządkowany budowaniu wizerunku marki obszaru. Jest to podejście zapewniające dużą kontrolę nad kreowaniem spójnego wizerunku obszaru. Zgodnie z drugim podejściem najpierw budowane są różnego rodzaju produkty, adresowane do różnych grup, zgodnie z koncepcją megaproduktu T. Markowskiego, który produkt turystyczny traktuje jako jeden z subproduktów obszaru/miejsca.[63] Równolegle lub w następnej kolejności opracowywany jest program budowy marki obszaru. Kierunek transferu wizerunku przebiega w górę, z produktów na obszar. Wizerunek obszaru jest pochodną wizerunków poszczególnych produktów. W tym podejściu istotne znaczenie ma zapewnienie spójności wizerunku obszaru i duża kontrola nad kreowanymi wizerunkami, aby nie doprowadzić do rozmycia wizerunku obszaru. Oba podejścia są realizowane w praktyce i każde z nich ma swoje wady i zalety. Wizerunki marki produktów turystycznych i obszaru przenikają się wzajemnie w obu podejściach (rysunek 9).

[63] Markowski T. (red), Marketing terytorialny, za: Szromnik A., „Marketing terytorialny", Oficyna Wolters Kluwer business, Kraków 2007.

Rysunek 9: Marka obszaru powiatu tureckiego i marka produktów turystycznych tego obszaru.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Opracowując strategię produktu turystycznego dla obszaru powiatu tureckiego należy określić jej zawartość. Według koncepcji V.T.C. Middeltona marketing mix w turystyce oprócz instrumentów ujętych w formule 4P (produkt, cena, dystrybucja i promocja) obejmuje personel, elementy materialne i procesy jako elementy składowe produktu turystycznego. Elementy materialne w przypadku strategii marketingowej produktu to elementy zagospodarowania turystycznego, zaś procesy to interakcje, działania i współpraca sieciowa pomiędzy podmiotami uczestniczącymi w rozwoju turystyki, kreowaniu i realizacji polityki marketingowej w zakresie produktu turystycznego. Tak definiowany marketing turystyczny mieści się w koncepcji marketingu terytorialnego i odnosi się przede wszystkim do działalności jednostek samorządowych. Marketing produktów zarządzanych przez jednostki administracji skupia się przede głównie na odpowiedzialności za koordynację i prezentację poszczególnych składników. Angażują się one przede wszystkim w ułatwianie kontaktów pomiędzy podmiotami rynku turystycznego turystami oraz wspólny marketing. Marketing produktu turystycznego realizowany jest poprzez jego kształtowanie i pozycjonowanie za pomocą instrumentów marketingu mix.

Niniejsza część dokumentu składa się w propozycji konkretnych produktów turystycznych, mieszczących się w 3 kategoriach produktowych: turystyce kulturowej, na obszarach wiejskich (z uwzględnieniem turystyki przyrodniczej) oraz rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej (wykorzystującej potencjał przyrodniczy obszaru powiatu tureckiego). W zakresie polityki cenowej, na którą samorządy partnerów realizujących niniejszą strategię mają niewielki wpływ, ograniczono się do głównych wytycznych. Koncepcja dystrybucji i sprzedaży zawiera propozycję utworzenia Lokalnej Organizacji Turystycznej „Kraina TUR-a" jako centrum obsługi ruchu turystycznego, informacji turystycznej, a także touroperatora lokalnego, który będzie komercjalizował i sprzedawał ofertę turystyczną obszaru powiatu turystycznego powiększoną o gminy ościenne, należące obecnie lub mogące należeć w przyszłości do Lokalnej Grupy Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. Bardziej szczegółowo potraktowane zostało zagadnienie promocji produktów turystycznych. Rozwój infrastruktury został zawarty w strukturze celów. Rozwój infrastruktury turystycznej (podstawowej i towarzyszącej) jest czynnikiem niezbędnym w kreowaniu, wprowadzeniu na rynek i zarządzaniu zaproponowanymi produktami turystycznymi. W ślad za tym w części operacyjnej, wśród zaproponowanych projektów zintegrowanych, znalazły się projekty dotyczące infrastruktury

turystycznej. Natomiast obszar związany z procesami został opisany przy propozycjach poszczególnych produktów, we wskazaniu grup, jakie powinny być odpowiedzialne (odpowiedzialne) za ich budowanie, wprowadzanie na rynek i utrzymanie. W części operacyjnej zawarto uszczegółowienie i jednocześnie syntezę dotyczącą wskazania liderów instytucjonalnych i osobowych odpowiedzialnych za realizację strategii w obszarze kreowania, wprowadzania na rynek i utrzymania poszczególnych produktów i grup produktów.

Dla obszaru powiatu tureckiego zaproponowano łącznie 6 produktów. Po konsultacjach dokonanych wśród partnerów gmin odpowiedzialnych za opracowanie i wdrażanie niniejszej strategii wybrano:

- 2 produkty wiodące: „Tkane wioski tureckie" i „Turecki Park Kulturowy",
- 3 produkty uzupełniające: „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej", „W siodle (na wsi i w siodle" oraz „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda".

Dodatkowo zaproponowano produkt „Muzeum Sera", który jest rekomendowany przez autorów strategii jako produkt wyróżniający, charakteryzujący się dużą unikalnością, potencjałem wizerunkowym oraz w zakresie generowania ruchu turystycznego. Byłoby to jedyne takie muzeum w Polsce. Jego uzasadnienie wynika ze wskazań dokonanych przez uczestników badania ankietowego: najważniejsze skojarzenie z powiatem tureckim to sery Turek. Niezależnie od badania ankietowego zespół ekspertów przeprowadzili sondaż wśród mieszkańców Krakowa, Nysy i Wrocławia, który potwierdził, że powiat turecki kojarzy się przede wszystkim z serem. Dopiero na dalszych miejscach pojawiają się KWB „Adamów", rzeka Warta, Zbiornik Jeziorsko.

Niniejsza część strategii rozpoczyna się od wyznaczenia celów strategicznych i operacyjnych w zakresie produktu turystycznego. Następnie doprecyzowano rynki produktowe identyfikowane w części analityczno-diagnostycznej, wskazano segmenty rynku turystycznego dla poszczególnych produktów. Kolejne rozdziały zawierają koncepcję kreowania zaproponowanych produktów z uwzględnieniem procesu budowania marki, wskazanie grup odpowiedzialnych za budowanie, wprowadzenie na rynek i utrzymanie produktów, wytyczne związane z dystrybucją i sprzedażą oraz propozycję działań w zakresie promocji produktów.

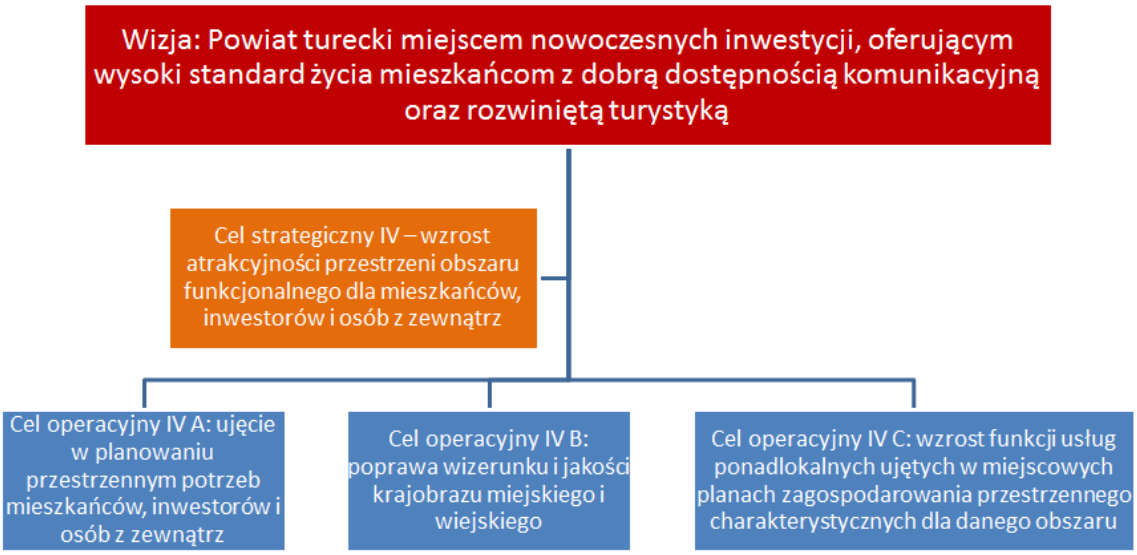
2 Cele w zakresie kreowania i zarządzania produktem turystycznym powiatu tureckiego

2.1 Uwzględnienie turystyki w strategii obszaru funkcjonalnego powiatu tureckiego

Formułując cele w zakresie przedmiotu niniejszej strategii należy odnieść się do wskazań i wytycznych, jakie zostały zawarte w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego. Po pierwsze, autorzy niniejszej strategii, w oparciu o analizę SWOT, dla komponentu zagospodarowania przestrzennego, środowiska, kultury i turystyki, zaproponowali strategię konkurencyjną. Opiera się ona na optymalnym wykorzystaniu szans przeważających w otoczeniu zewnętrznym w celu zniwelowania słabych stron, które dominują nad mocnymi stronami, przy jednoczesnym wzmocnieniu tych ostatnich. Jedną z kluczowych rekomendacji tej strategii jest przekształcenie terenów

poprzemysłowych na cele turystyczno-rekreacyjne podnosi atrakcyjność obszaru i sprzyja poprawie wizerunku powiatu tureckiego. Turystyka mieści się w celu strategicznym IV.[64]

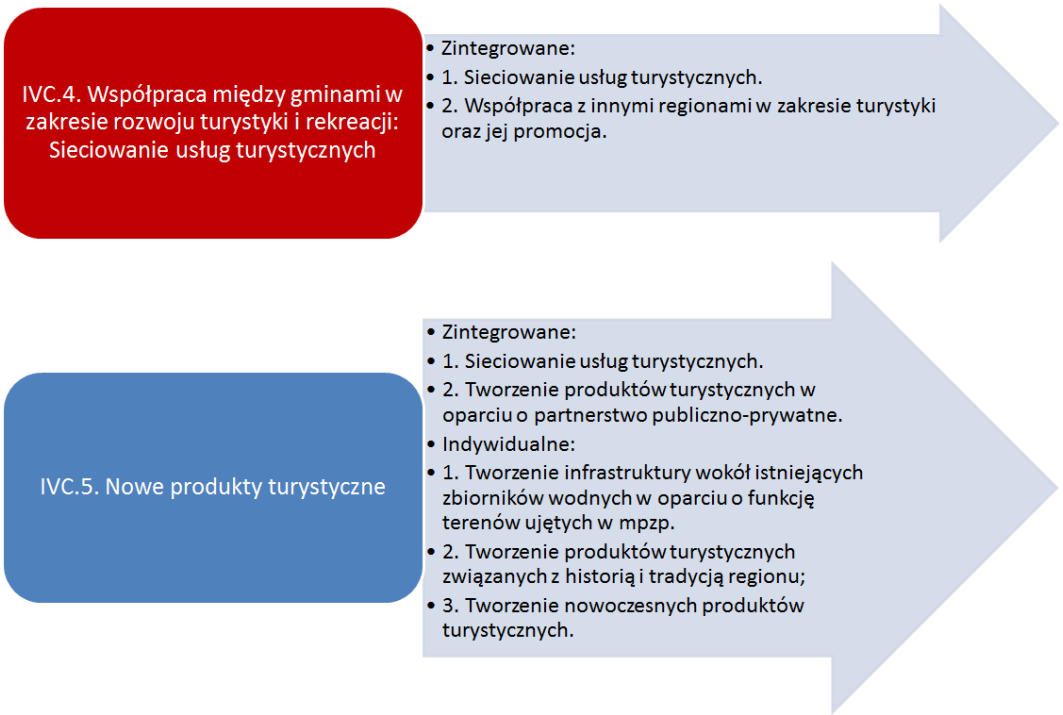
Rysunek 10: Ujęcie turystyki w *Zintegrowanej Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025.*



Źródło: *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

Bezpośrednie do turystyki odnosi się cel strategiczny operacyjny IV C celu strategicznego komponentu zagospodarowania przestrzennego, środowiska, kultury i turystyki. Z kolei w tym celu ujęto dwa priorytety inwestycyjne w obszarze turystyki, którym przyporządkowano działania o charakterze zintegrowanym i indywidualnym (rysunek 11).

Rysunek 11: Priorytety strategiczne i działania dedykowane turystyce w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego.



Źródło: *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

[64] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

Zaproponowano trzy projekty strategiczne, w których znalazły się również rekomendacje istotne dla planowania rozwoju produktów turystycznych:[65]

- projekt strategiczny 10: rekultywacja, poprawa zagospodarowania i wprowadzanie nowych funkcji na tereny powiatu tureckiego pod względem przestrzennym i turystycznym,
- projekt strategiczny 11: poprawa wizerunku miasta Turek oraz miast obszaru funkcjonalnego na terenie powiatu tureckiego poprzez ich rewitalizację,
- projekt strategiczny 12: zagospodarowanie terenów rekreacyjno-turystycznych nad zbiornikami wodnymi Przykona i Jeziorsko.

W każdym z nich ujęte zostały następujące działania:

- tworzenie produktów turystycznych związanych z historią i tradycją regionu,
- tworzenie nowoczesnych produktów turystycznych.

Dodatkowo projekt 10 zakłada tworzenie nowoczesnych sieciowanie usług turystycznych. Zarówno projekty strategiczne, działania, priorytety, jak również cele operacyjne i strategiczne mają doprowadzić do spełnienia wizji rozwoju powiatu tureckiego, która zakłada, że obszar ten stanie się miejscem z dobrze rozwiniętą turystyką (rysunek 10).

2.2 Cel nadrzędny, cele strategiczne i operacyjne dla strategii

Niniejsza strategia nie jest planem rozwoju jednostki samorządowej, stanowi sektorowy długookresowy program dotyczący budowania produktu turystycznego. Dokumentem nadrzędnym dla tej strategii jest *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025.* To ona wyznacza cel nadrzędny, jakim jest wizja rozwoju i sektorowe cele strategiczne, w tym dotyczące turystyki. Dlatego wymienione wcześniej elementy struktury celów, zawarte w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego, powinny znaleźć odzwierciedlenie w celach strategicznych, operacyjnych i zintegrowanych projektach dla strategii produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego. W nawiązaniu do tych celów, priorytetów strategicznych i działań zaproponowano cele w zakresie produktu turystycznego.

Określając cel nadrzędny dla niniejszej strategii wzięto pod uwagę, że opracowanie koncepcji produktów turystycznych dla obszaru powiatu tureckiego, ich wykreowanie i wprowadzenie na rynek nie jest celem samym w sobie. Stanowi narzędzie do realizacji innego celu, który zostanie osiągnięty dzięki tym produktom. Ten cel określono jako podniesienie atrakcyjności i konkurencyjności powiatu tureckiego oraz zwiększenie ruchu turystycznego dzięki atrakcyjnej ofercie markowych produktów turystycznych obszaru. Cel nawiązuje do celu strategicznego IV strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego, jaki jest wzrost atrakcyjności przestrzeni obszaru funkcjonalnego – chodzi tu również o przestrzeń turystyczną, która ma być bardziej atrakcyjna dla osób z zewnątrz, czyli odwiedzających powiat turecki w celach turystycznych.

Z tak określonego celu strategicznego wynikają cztery cele strategiczne. Pierwszy odnosi się bezpośrednio do produktów turystycznych. Drugi dotyczy promocji produktów turystycznych, kreowania wizerunku obszaru powiatu tureckiego, również poprzez produkty turystyczne. Trzeci cel wskazuje, jak zorganizować system zarządzania i zapewnić współpracę sieciową, aby zapewnić skuteczną dystrybucję i sprzedaż produktów turystycznych. Ostatni, czwarty, cel ma zapewnić

[65] *Zintegrowana Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025*, Ibidem.

infrastrukturę turystyczną niezbędną do wprowadzenia na rynek i utrzymania na nim tych produktów (rysunek 12).

Rysunek 12: Struktura celów dla strategii marketingowej produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

2.3 Uzasadnienie realizacji celów

Zaproponowane cele strategiczne i operacyjne, jak również cel nadrzędny wpisują się w strategię rozwoju obszaru funkcjonalnego powiatu tureckiego. Są również zgodne z dokumentami wyższego rzędu, w szczególności *z Zaktualizowaną Strategią Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku* i *Wielkopolskim Regionalnym Programem Operacyjnym na lata 2014-2020 WRPO 2014+*. Dzięki temu powiat turecki i partnerzy uczestniczący w opracowywaniu i realizacji niniejszej strategii będą mogli wpisać zaplanowane działania i zadania w strategiczne dokumenty regionalne i aplikować o wsparcie z środków zewnętrznych, nie tylko regionalnych (poprzez zgodność z wymienionymi dokumentami strategia wpisuje się w strategiczne dokumenty i polityki krajowe i unijne). Cele niniejszej strategii powinny zostać zrealizowane do 2020 r. (perspektywa 2014-2020).

Cel strategiczny 1:

Zaistnienie na rynku turystycznym atrakcyjnych, innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego.

Cel ten bezpośrednio realizuje cel nadrzędny. Kreując i wprowadzając na rynek zaproponowane markowe produkty turystyczne obszaru powiatu tureckiego lider i partnerzy projektu doprowadzą do ich faktycznego zaistnienia na rynku turystycznym. Aby tak się stało, niezbędne jest zapewnienie odpowiedniej struktur instytucjonalnych i osobowych, które będą odpowiedzialne za proces budowania, wybór adekwatnych podejść i technik budowy produktów, będą posiadały odpowiednie kompetencje i umiejętności w zakresie współpracy, które pozwolą na stworzenie sieci powiązań kooperacyjnych. Istotne jest, aby w budowaniu produktów wykorzystać w sposób optymalny najważniejsze elementy potencjału przyrodniczo-kulturowego. Realizacja tego celu jest uzależniona od trzech pozostałych celów strategicznych: wprowadzenie na rynek produktów wymaga zarówno zapewnienia odpowiedniej infrastruktury, organizacji systemu dystrybucji i sprzedaży (z czym wiąże się stworzenie zaplecza instytucjonalnego, rzeczowego, organizacyjnego, procesowego), jak również odpowiedniej promocji. Cel ten jest zgodny z priorytetem strategicznym IVC.5. Nowe produkty turystyczne i działaniami przewidzianymi dal tego priorytetu.

Cel strategiczny 2.:

Zwiększenie zainteresowania ofertą turystyczną powiatu turystycznego poprzez wypromowanie produktów turystycznych i zbudowanie wizerunku marki obszaru.

Promocja jest niezbędnym narzędziem marketingowym, bez którego nie jest możliwe skuteczne wprowadzenie produktu na rynek. Ponieważ (zgodnie z przyjętym założeniem i oczekiwaniami) w opracowaniu w strategii marketingowej produktu turystycznego uwzględniono elementy procesu budowania marki, będą to tzw. markowe produkty turystyczne. Zbudowanie marki wymaga zaplanowanych, spójnych, skoncentrowanych i systematycznych działań, które mają na celu wykreowanie pożądanego wizerunku marki. Mając na względzie założenia przyjęte na wstępie tej części dokumentu, działania promocyjne mają przyczynić się również do wykreowania wizerunku turystycznego obszaru powiatu tureckiego. Uzyskanie takich rezultatów wymaga badania i monitorowania, czy wizerunek, jaki zaistniał w wyniku działań promocyjnych i czy jest zgodny z oczekiwanym. Należy badać również, czy realizacja tego celu przyczynia się do osiągnięcia celu nadrzędnego, jakim jest podniesienie atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej obszaru i zwiększenie ruchu turystycznego.

Cel strategiczny 3.:

Zapewnienie skuteczności w dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych powiatu tureckiego dzięki zbudowaniu i wzmocnieniu systemu zarządzania i współpracy sieciowej w turystyce.

Dystrybucja i sprzedaż produktów turystycznych obszaru jest dużym wyzwaniem. Opracowujące produkt terytorialny samorządy lokalne nie mogą komercjalizować produktu samodzielnie. W przypadku produktów złożonych, do jakich należą pakiety turystyczne, mogą one być tworzone wyłączenie przez uprawnione do tego podmioty, czyli biura turystyczne będące organizatorami turystycznymi, znajdujące się w rejestrze prowadzonym przez marszałka właściwego województwa. Proste produkty turystyczne mogą być sprzedawane przez pojedynczych usługodawców (usługa noclegowa, gastronomiczna, rekreacyjna, przewodnicka, pilotażu, związana z uczestnictwem w kulturze). Dlatego powodzenie we wprowadzeniu na rynek i utrzymaniu na nim produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego wymaga zaplanowania adekwatnej struktury dystrybucji i sprzedaży. Należy powołać podmiot, który obok promocji i informacji turystycznej, będzie

w przewidzianym zakresie realizować również zadania dotyczące dystrybucji i sprzedaży części usług. Realizacja tego celu związana jest również ze stworzeniem sieci współpracy różnych partnerów, implikuje zgodność celu z priorytetem strategicznym IVC.4. Współpraca pomiędzy gminami w zakresie rozwoju turystyki i rekreacji: Sieciowanie usług turystycznych.

Cel strategiczny 4.:
Rozwój zagospodarowania turystycznego niezbędnego do wprowadzenia na rynek i skutecznego utrzymania produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego.
Jak podkreślano kilkakrotnie, słabą stroną powiatu tureckiego jest niedostatecznie rozwinięta infrastruktura turystyczna, w szczególności noclegowa. Problemem jest również jakość i dostępność infrastruktury turystycznej, jak również braki w infrastrukturze towarzyszącej (oprócz dobrze zagospodarowanych i przygotowanych szlaków pieszych, rowerowych, konnych). Z tego względu niezbędnym elementem strategii jest zapewnienie infrastruktury dla proponowanych produktów turystycznych. Oprócz obiektów dla poszczególnych produktów należy stymulować powstawanie nowych obiektów noclegowych, rozwój obecnie funkcjonujących, zapewnienie odpowiedniej jakości technicznej (standardu) infrastruktury, tworzenie infrastruktury uzupełniającej (oznakowanie turystyczne). Cel ten jest powiązany z pozostałymi celami strategicznymi. Wpisuje się również we wszystkie cele operacyjne celu strategicznego IV strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego.

3 Strategiczne rynki produktowe – kategorie produktowe

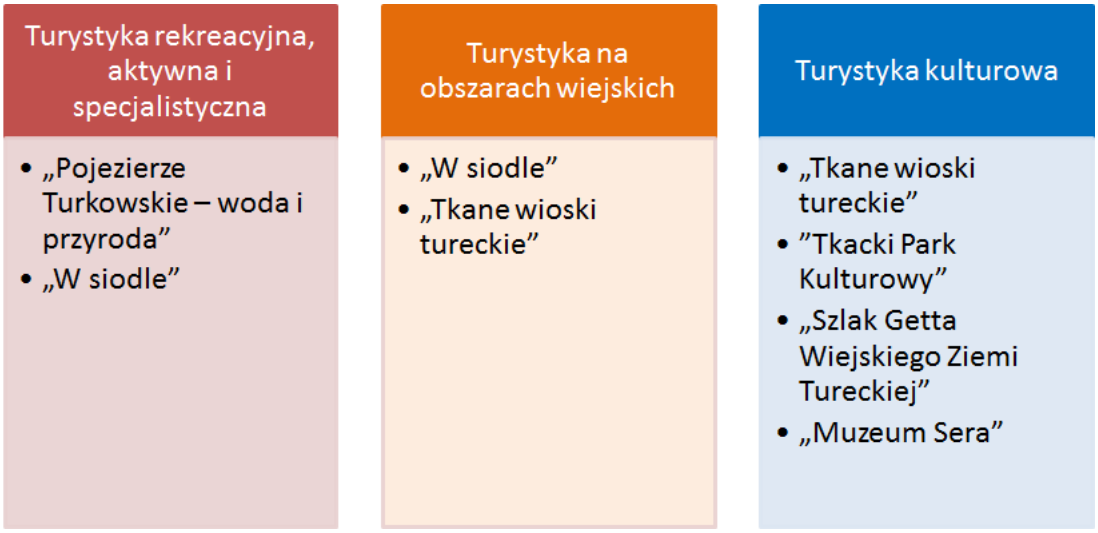
Analiza popytowej strony rynku turystycznego obejmowała cztery rodzaje-kategorie produktowe, które występują aktualnie w powiecie tureckim. Na podstawie analizy stwierdzono, że turystyka biznesowa nie jest istotna dla niniejszej strategii, ponieważ powiat nie dysponuje wystarczająco atrakcyjnym potencjałem w tym zakresie, ma dużą konkurencję bezpośrednią w tym obszarze (powiat koniński i Konin), a samorządy lokalne nie mają wpływu na działalność zarządzających obiektami hotelarskimi, które świadczą usługi dla biznesu. Dlatego powiat turecki powinien skoncentrować się na trzech kategoriach produktowych: turystyce rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej, turystyce na obszarach wiejskich oraz turystyce kulturowej.

Analiza wykazała również, że najbardziej perspektywiczną kategorią jest turystyka kulturowa. To stwierdzenie jest uzasadnione w kontekście potencjału posiadanego przez powiat turecki. Potencjał ten, mający uzasadnienie w tożsamości regionu, powiązany jest z wiejskim dziedzictwem kulturowym. Należy pamiętać, że większość gmin powiatu tureckiego ma charakter wiejski, lub miejsko-wiejski, z małymi ośrodkami miejskimi. Historia i dziedzictwo tego obszaru ukształtowały jej tożsamość. Tożsamość ta związana jest z tradycjami tkackimi, jak również tradycyjnymi profesjami mieszkańców obszarów wiejskich. Te ostatnie znajdują odzwierciedlenie w pszczelarstwie, sadownictwie, jak również są reaktywowane przez rękodzielników-pasjonatów, których twórczość może stanowić bardzo atrakcyjny element produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego. Turystyka na obszarach wiejskich wiąże się nie tylko z wiejskim dziedzictwem kulturowym, ale również potencjałem przyrodniczo-kulturowym, w tym z wykorzystaniem zasobów przyrodniczych do odpoczynku i rekreacji na obszarach wiejskich. Obie kategorie produktowe (turystyka kulturowa i turystyka na obszarach wiejskich) nawiązują do działania wyznaczonego w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego: tworzenie produktów turystycznych związanych z historią i tradycją regionu.

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna również wiąże się z wykorzystaniem zasobów przyrodniczych. Ponieważ zasoby te znajdują się w przeważającej części na obszarach wiejskich powiatu tureckiego, można dostrzec również związek pomiędzy turystyką na obszarach wiejskich i turystyką rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną. Turystyka ta jest realizowana w powiecie tureckim głównie poprzez następujące formy: turystyka wodna, konna i rowerowa. Największy potencjał tkwi w turystyce wodnej i konnej. Turystyka wodna dotyczy obecnie wykorzystania zasobów Zbiornika Jeziorsko, Zbiornika Przykona i rzeki Warty. Jest najbardziej perspektywiczną formą w tej kategorii produktu. W przyszłości powstanie "Pojezierze Turkowskie", zapoczątkowane utworzeniem i sukcesywnym zagospodarowywaniem Zbiornika Przykona. Na chwilę obecną planowanie powstania tego pojezierza jest bardzo utrudnione, ponieważ dopiero opracowywana będzie koncepcja zagospodarowania przestrzennego terenów pokopalnianych, jakie znajdują się na terenie powiatu tureckiego.

Przedstawione uwarunkowania leżały u podstaw opracowania koncepcji produktów turystycznych dla powiatu tureckiego. Na rysunku 13 znajduje się przyporządkowanie omówionym kategoriom produktowym propozycji konkretnych produktów, jakie uznano za najbardziej charakterystyczne i perspektywiczne dla tego obszaru. Dwa produkty zostały ujęte jednocześnie w dwóch kategoriach (produkty: „W siodle" i „Tkane wioski tureckie"). Najwięcej produktów zostało zaproponowanych dla kategorii turystyki kulturowej.

Rysunek 13: Kategorie produktowe produktów turystycznych powiatu tureckiego o znaczeniu strategicznym.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

4 Segmentacja rynku turystycznego dla nowych produktów

Segmenty wyszczególnia się na podstawie badań marketingowych. Mają za zadanie wyodrębnienie grup według określonych kryteriów, takich jak: cechy demograficzne, cechy psychograficzne (np. style życia), siła nabywcza, korzyści (oczekiwane, racjonalne, symboliczne), zachowania rynkowe czy style konsumpcji. Podczas prób zidentyfikowania turystów wielokrotnie spotykamy się z charakterystyką ze względu na podstawowe cechy społeczno-zawodowe, takie jak płeć, wiek, zawód czy miejsce zamieszkania.

Tabela 19: Segmentacja rynku uczestników ruchu turystycznego dla proponowanych produktów.

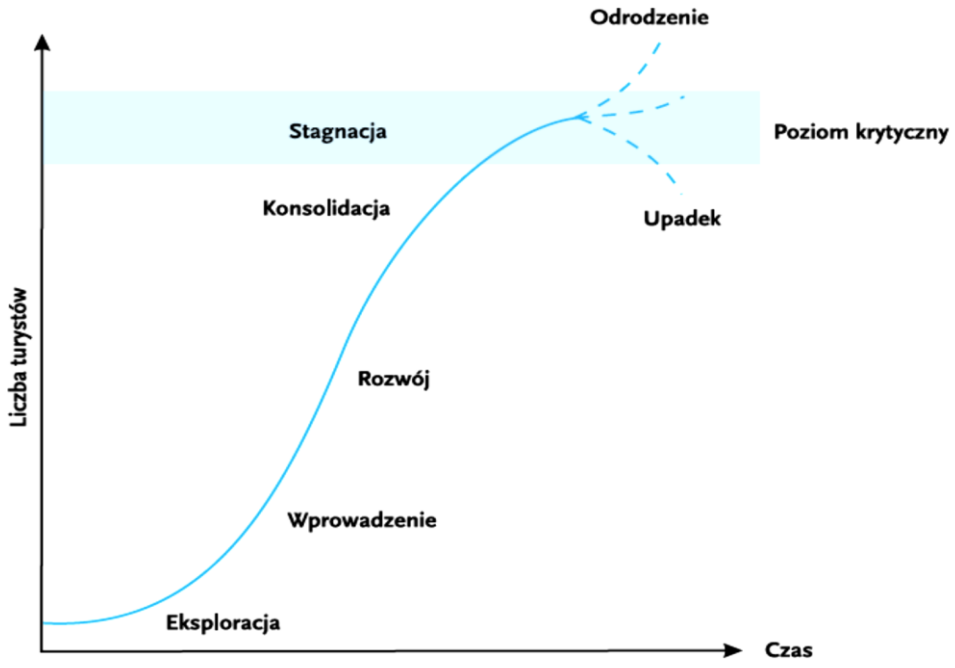
Nazwa segmentu	Profil geograficzny	Profil demograficzny	Profil psychograficzny
„Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda”			
Uczestnicy imprez i zawodów sportowych	Mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych, a w przypadku imprez nad Zbiornikiem Dobra – Polski Centralnej i innych obszarów	Osoby w różnym wieku, ale głównie ludzie młodzi. Rodziny uczestniczące w imprezach i zawodach (jako uczestnicy i widzowie).	Osoby aktywne, posiadające pasje i zainteresowania, które realizują na świeżym powietrzu, lubiące rywalizację. Osoby preferujące rodzinne spotkania, które łączy fascynacja sportem.
Wodniacy	Mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych, a w przypadku imprez nad Zbiornikiem Dobra – Polski Centralnej (Łódź i Poznań) i innych obszarów. Osoby z zagranicy (Niemcy, Holandia, Francja).	Osoby młode: dzieci i młodzież, osoby w wieku 18-40 lat. Rodziny, single, pary młodych ludzi.	Osoby aktywne, zaangażowane, które łączy fascynacja sportami wodnymi, lubiące przyrodę i uprawianie sportów w kontakcie z przyrodą.
Rodziny	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy województw wielkopolskiego i łódzkiego.	Rodzice z dziećmi w wieku szkolnym, dziadkowie z dziećmi.	Dla tych osób priorytetem jest rodzinny wypoczynek nad wodą.
„W siodle”			
Koniarze	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, w szczególności mieszkańcy województw łódzkiego i wielkopolskiego.	Wszystkie segmenty demograficzne rynku.	Osoby lubiące kontakt z przyrodą, zwierzętami, ceniące sport na świeżym powietrzu. Osoby czujące się wyjątkowo, poszukujące czegoś odmiennego, niż inni. Poszukiwacze wyciszenia, spełnienia.
Uczestnicy imprez i zawodów sportowych	Mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych, a w przypadku imprez nad Zbiornikiem Dobra – Polski Centralnej i innych obszarów	Osoby w różnym wieku, ale głównie ludzie młodzi. Rodziny uczestniczące w imprezach i zawodach (jako uczestnicy i widzowie).	Osoby aktywne, posiadające pasje i zainteresowania, które realizują na świeżym powietrzu, lubiące rywalizację. Osoby preferujące rodzinne spotkania, które łączy fascynacja sportem.
„Tkane wioski tureckie”, ”Tkacki Park Kulturowy”, „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej”, „Muzeum Sera”			
Poszukiwacz inności	Wszystkie geograficzne segmenty rynku.	Osoby w różnym wieku, zarówno młode, jak również dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby odwiedzające miejsca jeszcze nieodkryte, nieznane, nieskomercjalizowane. Mają sprecyzowane pasje i odwiedzają miejsca związane z ich realizacją. Interesują ich wrażenia, miejsca do odkrycia. Jednocześnie chcą wypocząć i zrelaksować się podczas wyjazdu. Czas spędzają w towarzystwie rodzin i przyjaciół.
Uczestnik imprez kulturalnych	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy powiatu tureckiego, powiatów ościennych i województw wielkopolskiego i łódzkiego.	Wszystkie demograficzne segmenty rynku, ale dotychczas głównie ludzie młodzi.	Osoby towarzyskie, lubiące przebywać i bawić się w większej grupie. Liczy się dla nich głównie rozrywka, dobra zabawa, kontakt z ludźmi, ale również nauka. Są ciekawi świata i innych. Często uczestniczą w imprezach rodzinnie lub w grupach rodzin i znajomych.
Odkrywca dziedzictwa kulturowego	Wszystkie geograficzne segmenty rynku, ale przede wszystkim mieszkańcy województw wielkopolskiego i łódzkiego.	Przede wszystkim osoby dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby zainteresowane historią, kulturą, jeżdżą chętnie do nowych miejsc, zwiedzają głównie indywidualnie, dobrze przygotowują się do wyjazdu. Chcą

			zobaczyć jak najwięcej. są ukierunkowane przede wszystkim na zwiedzanie.
Smakosz lokalnych tradycji	Wszystkie geograficzne segmenty rynku.	Przede wszystkim osoby dojrzałe, rodziny, osoby podróżujące samotnie po Polsce.	Osoby zwracające uwagę na jedzenie, starające się żyć zdrowo, ekologicznie, chętnie uczestniczą w jarmarkach i festynach, podczas których można spróbować lokalnej kuchni. Gromadzą tradycyjne i regionalne przepisy kulinarne.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Określając segmenty i kategorie produktowe oraz planując poszczególne, konkretne produkty, należy uwzględnić, w jakiej fazie cyklu życia produktu obszarowego znajduje się obecnie powiat tureckim Koncepcja cyklu życia produktu jako obszaru – destynacji turystycznej została zaproponowana przez R.W. Butlera. Określa ona trendy, etapy i fazy rozwoju obszarowego produktu turystycznego. Cykl ten składa się z następujących faz: eksploracja (odkrycie przez turystów), wprowadzenie (na rynek), rozwój (instytucjonalizm struktury zarządzania obszarem jako produktem turystycznym), konsolidacja (umacnianie pozycji na rynku turystycznym), stagnacji, której rezultatem może być faktyczna, długotrwała stagnacja, upadek, bądź ożywienie (ponowny rozwój i wzrost).[66]

Rysunek 14: Cykl życia produktów (obszarów).



Źródło: 1: R.W. Butler, *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*, "The Canadian Geographer" 1980, No. 24, [w:] Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny. Pomysł. Organizacja. Zarządzanie*, PWE, Warszawa 2010.

Z analizowanych produktów na etapie 1-szym, czyli eksploracji jest Pojezierze Turkowskie (niepełny produkt, w czasie tworzenia). Pozostałe można uznać za będące w fazie projektowej.

[66] Butler R.W., *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*, "The Canadian Geographer" 1980, No. 24, [w:] Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny. Pomysł. Organizacja. Zarządzanie*, PWE, Warszawa 2010.

W koncepcji produktów turystycznych dla obszaru powiatu tureckiego należy uwzględnić również konkurencyjne produkty, jak:

- zagospodarowane dla celów rekreacyjno-sportowych tereny po kopalniach odkrywkowych w Bełchatowie i Koninie,
- Łódzki Szlak Konny,
- Łódź – miasto czterech kultur, w tym żydowskiej. Pamiątki dziedzictwa kulturowego Żydów.

Dla produktów takich jak, „Tkane wioski tureckie", „Tkacki Park Kulturowy" i „Muzeum Sera" nie istnieją konkurencyjne produkty w sąsiednich obszarach.

5 Propozycje produktów turystycznych wiodących i uzupełniających dla powiatu tureckiego

5.1 Założenia koncepcji markowych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

Z uwagi na wiejski charakter obszaru powiatu tureckiego, tradycje rzemieślnicze (w szczególności tkackie), sadownictwo, potencjał do rozwoju (reaktywacji) tradycji kulinarnych tej części Wielkopolski, dawnej guberni kaliskiej proponowane nowe produkty będą przede wszystkim produktami turystyki kulturowej i turystyki na obszarach wiejskich, które uznano za posiadające największy potencjał do generowania ruchu turystycznego. Równolegle należy dążyć do wykorzystania i dalszego rozwoju już istniejącej infrastruktury dla turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej. Dotyczy to również szlaków konnych, których istnienie łączy się z pobytem i wypoczynkiem na wsi tureckiej.

Należy uwzględnić również zagospodarowania terenów pokopalnianych na postulowane „Pojezierze Turkowskie". Sieć zbiorników z całą pewnością powstanie. Nie można jednak obecnie planować „Pojezierza Turkowskiego" jako marketingowego produktu turystycznego, który będzie mógł być realizowany w perspektywie czasowej 2015-2020. W ciągu najbliższych lat Kopalnia „Adamów" zakończy swoją działalność i wówczas eksploatowane przez nią tereny zostaną zrekultywowane i zwrócone właścicielom tych terenów zgodnie z planem opracowanym w momencie uruchomienia inwestycji. To zagadnienie jest związane z zakresem planowania rozwoju turystyki, nie produktu turystycznego. Niemniej, można budować markę produktu „Pojezierze Turkowskie" w oparciu o Zbiornik Jeziorsko i Zbiornik Przykona (pierwszy zbiornik, który jest zagospodarowywany dla celów związanych z turystyką rekreacyjną i aktywną).

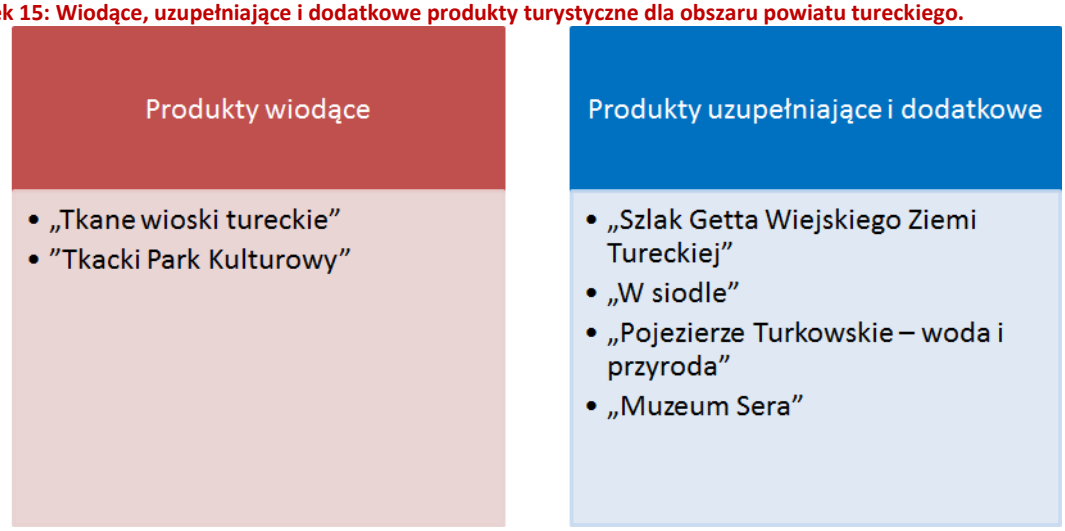
Koncepcja markowych produktów turystycznych powiatu tureckiego opracowana została w oparciu o procedurę zawierającą następujące elementy składowe:

- nazwa produktu – stworzona na potrzeby „markowa" nazwa dla każdego z produktów, którą należy posługiwać się na etapie wdrażania,
- preferowany rodzaj turystyki – kategoria strategicznego rynku produktowego, odpowiadająca produktowi,

- filozofia funkcjonowania produktu - główna motywacja skorzystania z produktu (rdzeń produktu), opis cech, doświadczeń i korzyści funkcjonalnych, emocjonalnych i symbolicznych związanych z produktem (poziom rzeczywisty i poszerzony produktu), grupy docelowe, czasokres produktu,
- na czym będzie oparty produkt – kluczowe atrakcje, najważniejsze komponenty i nowe propozycje wzbogacające produkt, wchodzące w jego skład,
- co wyróżnia produkt – jakie są przesłanki jego „markowości", unikalności i wyróżnialności, czyli realizacji koncepcji pozycjonowania,
- wdrażanie produktu – kto będzie odpowiedzialny za wdrożenie, jakich partnerów wsparcie jest zalecane, jakie są zalecane kroki wdrożeniowe,
- finansowanie produktu – jakie zewnętrzne źródła finansowania produktu mogą być pozyskane na wykreowanie produktu i jego wprowadzenie na rynek,
- inspiracje do produktu – inspiracje polskie i europejskie, które wskazują na wdrożenie z sukcesem markowych produktów turystycznych,
- wskazania do promocji produktu – jakie działania promocyjne będą skutecznie promować produkt, zostały one ujęte oddzielnie, w rozdziale 7 tej części opracowania (promocja obszaru powiatu tureckiego i produktów turystycznych).

Produkty wiodące zostały opisane bardziej szczegółowo, niż produkty uzupełniające. W szczególności skupiono się na nowych propozycjach dotyczących wzbogacenia każdego z dwóch wiodących produktów. Produkty te mają kluczowe znaczenie dla osiągnięcia zaplanowanych celów i są zgodne z rekomendowanymi działaniami, jakie zostały zawarte w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego. Wszystkie produkty zostały opisane w kontekście uwzględnienia procesu budowania marki (cechy wizerunkowe, korzyści emocjonalne i symboliczne, wartości, obietnica, zawarte w rdzeniu produktu). Wymienione elementy są niezbędne do zbudowania marki, niezależnie od tego, czy jest to marka produktu turystycznego, czy marka obszaru.

Rysunek 15: Wiodące, uzupełniające i dodatkowe produkty turystyczne dla obszaru powiatu tureckiego.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

5.2 Produkty wiodące

5.2.1 „Tkane wioski tureckie" – zintegrowany (sieciowy) produktu turystyki na obszarach wiejskich

Nazwa produktu: „Tkane wioski tureckie".

Kategoria produktu: turystyka na obszarach wiejskich, turystyka kulturowa.

Idea produktu: wykorzystuje on tradycje związane z rzemiosłem, nie tylko tkackim, powiatu tureckiego. Obecnie w gminach powiatu prowadzą swoją działalność rzemieślnicy i rękodzielnicy: snycerze, rzeźbiarze, koronkarze, hafciarze, wikliniarze, stolarze, piekarze, pszczelarze, ale także sadownicy, producenci przetworów mlecznych, przetworów owocowo-warzywnych. W oparciu o ten potencjał i umiejętności można stworzyć sieć wiosek tematycznych, dla których pretekstem i motywem przewodnim będzie tkactwo, a zatem tkane wioski. Ta nazwa ma również drugie znaczenie: tradycje rzemieślnicze Turku i otaczających miasto wsi to tkana opowieść ziemi tureckiej, miejsca przeplatane miejscowymi tradycjami. Każda z takich tematycznych miejscowości specjalizowałaby się w czymś innym: np. Brudzew mógłby specjalizować się w rzeźbiarstwie, co jest uzasadnione działalnością dwóch rzeźbiarzy. W każdej takiej miejscowości tworzyłoby się charakterystyczne elementy wpisane w jej krajobraz (np. rzeźby w Brudzewie), stwarzałoby się możliwość obejrzenia warsztatu pracy rzeźbiarza, prowadzone byłyby cykliczne warsztaty rzeźbiarskie.

Proponowane wsie tematyczne to: pszczelarska, czereśniowa, serowa, koronkarska, smaków ziemi tureckiej. Na osobne potraktowanie zasługuje wieś serowa, która stanowiłaby przeciwwagę dla skomercjalizowanej produkcji dawnej OSM Turek i pozwoliłaby na kontynuowanie tradycji związanej z serowarstwem.

Główna motywacja do skorzystania z produktu (rdzeń produktu):
Wiedza i doświadczenie płynące z kontaktu z różnorodnością i bogactwem kultury i tradycji obszarów wiejskich ziemi tureckiej, realizacja potrzeb poznawczych związanych z podróżowaniem do miejsc o atrakcyjnej kulturze wiejskiej.

Cechy markowego produktu:
„Tkane wioski tureckie" są: spokojne, klimatyczne, artystyczne, malownicze, różnorodne, tradycyjne i gościnne, bogate kulturowo, zielone.

Korzyści funkcjonalne:
Główną korzyścią funkcjonalną będzie poznanie obszarów wiejskich powiatu tureckiego, spędzanie czasu w kontakcie z otoczeniem przyrodniczym i kulturowym tego terenu, wytchnienie wśród tureckich wsi. Korzyści funkcjonalne są związane z faktyczną realizacją pobytu na obszarach wiejskich, w „tkanych wioskach". Wiążą się zapewnieniem podstawowych usług, jakie są niezbędne turyście do realizacji/konsumpcji produktu. Wymagają zapewnienia infrastruktury niezbędnej do realizacji pobytu, w tym: zapewnienia noclegu w gospodarstwach agroturystycznych i ekologicznych oraz innych obiektach noclegowych w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich obszaru powiatu tureckiego (jest możliwość poszerzenia produktu o gminy ościenne, w tym będące członkami LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.). Nabywcom produktu należy zapewnić usługi gastronomiczne, zgodnie z ideą

funkcjonowania produktu, a zatem oparte na lokalnych daniach, produktach. Istotne jest zapewnienie zwiedzania obiektów znajdujących się w „tkanych wioskach", w tym pracowni artystycznych. Produkt będzie obejmować prezentacje kulinarne, pszczelarskie i warsztaty. Turystom należy zapewnić możliwość zakupu wyrobów rękodzielniczych, kulinarnych, pszczelarskich oraz uczestnictwo w ich tworzeniu/przygotowaniu.

Korzyści emocjonalne i symboliczne związane z produktem:

Korzyści emocjonalne tego produktu związane są z kontaktu z żywą, barwną i interesującą kulturą obszaru tureckiego, z tradycjami, obrzędami, efektami pracy rękodzielników i pasjonatów ziemi tureckiej. Odwiedzający będą mieli okazji doświadczyć gościnności i ciepła mieszkańców tych terenów, poznać symbiozę natury i kultury wiejskiej, doświadczyć spokoju i ciszy. Najważniejszą korzyścią symboliczną jest świadomość, że trafiło się do miejsca, które jest kolebką tradycji tkackich w tej części Polski – to do Turka i Władysławowa zostali sprowadzeni na początku XIX w. tkacze z Saksonii i Czech. Tę wartość należy eksponować i komunikować, jako „tkaną opowieść" tego obszaru.

Grupy docelowe:

Nabywcami produktu będą segmenty scharakteryzowane w rozdziale 4 tej części: poszukiwacze inności, odkrywcy wiejskiego dziedzictwa kulturowego, smakosze lokalnych tradycji, uczestnicy imprez kulturalnych. Ponadto produkt powinien być adresowany do rodzin.

Czasokres produktu:

Produkty turystyki kulturowej mają największy potencjał do tego, aby funkcjonować całorocznie. Produkt ten należy jednocześnie do kategorii produktów turystyki na obszarach wiejskich, w zakresie wiejskiego dziedzictwa kulturowego. Ograniczeniem całorocznego funkcjonowania produktu może być sezonowa działalność gospodarstw agroturystycznych i ich obecny niedobór. Niezbędnym elementem organizacji wdrożenia będzie symulowanie zwiększania potencjału bazy noclegowej ma obszarach wiejskich i wydłużanie okresu jej funkcjonowania poza sezon letni.

Kluczowe walory i atrakcje, na których będzie oparty produkt:

Do produktu mogą zostać włączone następujące imprezy kulturalne oraz walory tradycyjnej kultury ludowej: Noc Kupały w Brudzewie (gmina Brudzew), Festyn Miód Malina (gmina Brudzew), Festyn Kasztelański (gmina Brudzew), Święto Plinzy – Rzechta (gmina Dobra), Święto Pieczonego Ziemniaka (gmina Kawęczyn), Festyn Folklorystyczny w Dziadowicach– „My kochamy naszą ziemię" (gmina Malanów), Prezentacja Tradycji Wielkanocnych (gmina Tuliszków), Tuliszków – „Czereśniowa Kraina", tradycje tkackie (gmina Władysławów), Straż Grobu Pańskiego (gmina Dobra), Procesja Emaus (gmina Dobra), dywany kwiatowe układane w Skęczniewie (gmina Dobra), rękodzielnictwo i rzemiosło, koła gospodyń wiejskich, tradycje kulinarne, odkrywane przez LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., zespoły folklorystyczne, w tym Zespół „Tradycja" z Malanowa, Rogal Kasztelański (gmina Tuliszków), Krainą Kwitnącej Czereśni (gmina Tuliszków). Z uwagi na tradycje tkackie istotnym elementem produktu jest Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehofferta, w którym prezentowana jest ekspozycja dot. tkactwa oraz domy tkaczy w Turku.

Nowe propozycje dla produktu:

- **sieć tkanych wiosek tureckich** składałaby się w wsi tematycznych. Jako lokalizację poszczególnych wsi tematycznych proponowane są następujące wsie tematyczne, które byłoby zlokalizowane w poszczególnych gminach:
  - **„Plecione i w drewnie rzeźbione”** – gminy Brudzew i Władysławów (dodatkowo Kościelec i Goszczanów): rozwinięcie tematu związane z drewnianymi rzeźbami, już obecnymi w krajobrazie gminy Brudzew, dodatkowo tematyczne wsie zawierałyby ofertę warsztatów rzeźbiarskich, plenerów, zwiedzanie warsztatu rzeźbiarza i wikliniarza, tematyczne imprezy, z prezentacją i możliwością zakupu wyrobów rzemieślniczych,
  - **„Malowane wioski”** – gminy Władysławów i Dobra: w gminie Władysławów powstają barwne kwiaty z papieru, obrazy na szkle, natomiast w Skęczniewie – kobierce z kwiatów, gmina Dobra słynie również z kultywowania barwnych tradycji, jak Straż Grobu Pańskiego i Procesja Emaus, temat „malowanych wiosek” byłby rozwinięty o utrwalanie różnymi technikami urody ziemi tureckiej, prezentację malowniczości wsi tureckich, w postaci produktów rękodzielniczych, które stanowiłyby jednocześnie doskonałą formę promocji tego obszaru,
  - **„Koronkowa robota”** – gminy Turek i Malanów: w gminie Turek tworzy swoje małe dzieła liczna grupa rękodzielniczek, dlatego zasadne jest połączenie miejsc związanych z tą twórczością „koronkowym szlakiem”, który objąłby również gminę Malanów.
  - **„Sery z gminy Turek”** – gmina Turek: w gminie Turek działa mała mleczarnia, które pozwoli wykorzystać potencjał wizerunkowy drzemiący w serach, kojarzonych w silny sposób nie tylko z Turkiem, ale całym obszarem powiatu tureckiego, krowy są charakterystycznym elementem krajobrazu tego terenu, sery z gminy Turek mogłyby strać się produktem regionalnym, który byłby dostępny w sprzedaży na tym obszarze, w oparciu o który byłyby opracowywane oryginalne receptury kulinarne, ziemia turecka (nie tylko miasto i gmina Turek) powinny być znane z produktów regionalnych i tradycyjnych na bazie sera „made in Turek”,
  - **„Ziemia turecka miodem płynąca”** – gmina Kawęczyn, gmina Brudzew: w gminie Kawęczyn powstają miody z pasją, natomiast w gminie Brudzew jest organizowany Festyn Miód Malina, również miód mógłby stać się wyróżnikiem ziemi tureckiej, tym bardziej, że jest to teren zasobny w lasy i czyste obszary objęte ochroną przyrody, co stwarza warunki do produkcji specjalnych miodów lub ziołomiodów.
  - **„Smak ziemniaka ziemi tureckiej** – gminy Kawęczyn i Dobra: Święto Plinzy – Rzechta (gmina Dobra), Święto Pieczonego Ziemniaka (gmina Kawęczyn) to dwie imprezy, które stanowiłyby podstawę do tego produktu, ziemniak jest natomiast kolejnym surowcem, na bazie którego mogłyby powstać oryginalne potrawy regionalna ziemi tureckiej, ziemniak może być tematem konkursów kulinarnych, pomagających wykreować te potrawy,
  - **„Kraina Kwitnącej Czereśni”** – gmina Tuliszków: we współpracy z gminą Tuliszków można rozwinąć ideę tego potencjalnego produktu o opracowanie oryginalnych przetworów owocowych, wykorzystujących produkty sadów obszaru, w tym nie tylko czereśnie (sady owocowe znajdują się również w gminach Turek, Władysławów), produkt można poszerzyć o festyn czereśniowy, konkursy na przetwory owocowe oraz wypieki z owocami, organizowane przez LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.,

- **„Smak wiejskiego chleba”** – gmina Goszczanów oraz gminy na obszarze powiatu tureckiego: w Goszczanowie powstaje „chleb z duszą”, który może stać się kolejnym charakterystycznym produktem kulinarnym powiatu tureckiego i może zostać implementowany w innych gminach,
- **„Smaki Krainy TUR-a”** – wszystkie gminy obszaru: byłby to szlak kulinarnych wsi tematycznych, które łączyłyby wsie związane z tradycjami kulinarnymi, dzięki temu obszar powiatu tureckiego (poszerzony o gminy ościenne) mógłby stać się znanym z prostej, domowej kuchni, opartej na wysokiej jakości produktach z czystych obszarów wiejskich: serze, miodzie, ziemniaku, owocach i chlebie,

- **Tureckie Centrum Rękodzieła:** stworzenie produktu wymaga promowania lokalnych wytwórców i rzemieślników, umożliwienie im prezentacji ich produktów, centrum mogłoby się mieścić w Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera lub z niezależnym obiekcie (rekomendowane, z uwagi na możliwość pozyskania środków finansowanych przez LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. poza Turkiem, kolejnym argumentem jest również ograniczona powierzchnia w Muzeum), w ramach Tureckiego Centrum Rzemiosła mogłyby działać:
  - **Galeria Rzemiosła Ziemi Tureckiej:** ekspozycja prezentująca najbardziej interesujące prace związane z tradycją, folklorem i rzemiosłem (również np. zespoły folklorystyczne, imprezy),
  - **Sklep w rodzaju „Cepelii” („Sklep Swojskich Klimatów”):** regularna sprzedaż wyrobów rzemiosła, produktów rolniczych, kulinarnych pochodzących z tego obszaru,
  - **Warsztaty rzemiosła:** oferta adresowana zarówno do mieszkańców, jak również do odwiedzających, którym w ramach pobytów na obszarach wiejskich proponowano by udział w takich warsztatach, można również organizować lekcje kulinarne dla grup dzieci i młodzieży, pokazy i prezentacje,
  - **Klub Rzemiosła Ziemi Tureckiej**: organizacja (zalecane, aby była to sformalizowana forma), która skupiałaby w ramach Tureckiego Centrum Rzemiosła wszystkich rękodzielników, pasjonatów, którzy wystawiają i sprzedają swoje wyroby w centrum,

- **Katalog Rzemiosła Ziemi Tureckiej**: katalog w formie publikacji (z wymienną wkładką obejmującą ceny prezentowanych produktów), jak również w formie prezentacji i sprzedaży on-line,
- **Portal internetowy „Tkane wioski ziemi tureckiej”**: prezentacja wiosek, tkanej historii ziemi tureckiej, twórców, oferty, obiektów znajdujących się na szlaku, w tym obiektów agroturystycznych, oferujących lokalne potrawy, prezentujących katalog rzemiosła on-line, umożliwiający prezentację centrum, galerii, sklepu, informujący o wydarzeniach, imprezach, jakie odbywają się na obszarach wiejskich i są związane tematycznie z tym produktem,
- **Wyprawy odkrywców tkanych wiosek tureckich**: quest dotyczący tradycji rzemieślniczych, które są „skarbem” tego obszaru i wytworów lokalnych rzemieślników, ta promocyjna wpisują się w sieć questów, bardzo popularnych w szczególności w województwach wielkopolskim i łódzkim,
- **Mapa tkanych wiosek tureckich:** mapa w formie analogowej i cyfrowej, która zawierałaby najważniejsze punktu – miejsce pracy i zamieszkania rękodzielników, punkty sprzedaży, wraz

z opisem, informacją o wydarzeniach i imprezach, zaznaczeniem tras tematycznych (np. „Smaki Kariny TUR-a"), w miarę rozwoju produktu będzie można dodawać nowe trasy tematyczne, uwzględniające również gminy ościenne,

- **Certyfikacja produktów rzemieślniczych i kulinarnych ziemi tureckiej:** prowadzenie konkursów, szkoleń, certyfikacji, która ma na celu m.in. wykreowanie oryginalnych produktów lokalnych, potraw, które będą zgłaszane jako produkty regionalne i tradycyjne, produkty te będą w przyszłości uatrakcyjniać i wzbogacać szlak „Smaki Krainy TUR-a" i w rezultacie produkt „tkane wioski tureckie",
- **Dni Rzemiosła Ziemi Tureckiej**: cykliczna impreza kulturalna, podczas której wytwórcy prezentowaliby swoje produktu, docelowo mogłaby stać się rodzajem targów tradycji tego regionu i mogłaby być organizowana również poza powiatem tureckim (np. jako prezentacja w galeriach handlowych, stoisko podczas targów turystycznych).

Co wyróżnia produkt:

Cecha wyróżniającą produktu jest to, że ani w województwie wielkopolskim, ani w łódzkim nie ma takiej sieci wiosek tematycznych. Zatem produkt nie miałby istotnej konkurencji w najbliższym sąsiedztwie, co dobrze rokuje na jego rozwój. Zaletą produktu jest jego otoczenie: przyrodniczo-kulturowy krajobraz pogranicza województw wielkopolskiego i łódzkiego, który ukształtowały specyficzne wpływy i historia. Tożsamość obszaru jest związana z tradycjami tkackimi, ale również z kulturą rolną.

Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie i partnerzy:

Lider projektu: LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.

Uzasadnieniem dla tego wyboru jest możliwość integracji przez tę organizację działań podejmowanych w związku z kreowaniem i wprowadzaniem na rynek tego produktu. Rzemieślnicy zaprezentowani na stronie SwojskieKlimaty.org.pl współpracują z LGD, są jej członkami, mają zaufanie do Zarządu organizacji, który podejmuje wiele inicjatyw integrujących to środowisko. Innym istotnym argumentem jest możliwość koordynacji przez LGD Turkowską Unię Rozwoju T.U.R. finansowania z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, dzięki promowaniu rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich. Operacyjnie za organizację produktu odpowiadać miałoby Tureckie Centrum Rękodzieła.

Partnerzy uczestniczący w budowaniu i wprowadzaniu produktu na rynek: gminy partnerów (ew. gminy ościenne), Powiat Turecki, rękodzielnicy, Muzeum Miasta Turki im. Józefa Mehoffera i Punkt Informacji Turystycznej, Miejski Dom Kultury w Turku, Stowarzyszenie „Przystań" w Turku, Gminny Ośrodek Kultury w Brudzewie, Towarzystwo Przyjaciół Brudzewa, Centrum Kultury w Dobrej, Gminne Centrum Kultury i Sztuki, Centrum Kultury Biblioteka Publiczna Gminy Przykona, Dom Kultury w Tuliszkowie, Wiejskie Centrum Lokalnej Aktywności w Kowalach Księżach (gmina Turek), Koło Rzemiosła przy Muzeum w Turku, koła gospodyń wiejskich, Zespół Tańca Ludowego „Brudzewiacy" (gmina Brudzew), Zespół śpiewaczy „SERENADA" w Dobrej, Zespół śpiewaczy „ALEBABKI" ze Skęczniewa, Zespół „Jarzębinki" (gmina Malanów), Zespół „Tradycja" (gmina Malanów), Zespół ludowy „Zgoda" (gmina Przykona), Zespół Ludowy „Wrzos" (gmina Tuliszków), Zespół „Szadowiacy" (gmina Turek). Kiedy produkt będzie się rozwijać i będzie wprowadzany na rynek należałoby włączyć biura podróży działające w Turku, tym bardziej, jeśli produkt ma przyjąć postać pakietów pobytów na obszarach wiejskich.

Główne działania wdrożeniowe:

Główne działania niezbędne do wdrożenia produktu – „kroki milowe" są następujące:

- prace w zakresie kreacji produktu, polegające na ustaleniu dokładnego umiejscowienia wiosek tematycznych,
- opracowanie Katalogu Rzemiosła Krainy TUR-a,
- wyznaczenie tras zwiedzania (wirtualnych, niekoniecznie oznakowanych, jak to zrobiono w przypadku „Szlaku Tradycyjnego Rzemiosła"),
- szkolenia dla rękodzielników, opracowanie systemu sprzedaży ich produktów,
- utworzenie portalu internetowego „Tkanych wiosek tureckich",
- uruchomienie Tureckiego Centrum Rękodzieła,
- opracowanie zestawu usług świadczonych przez centrum,
- certyfikacja i ekocertyfikacja oraz organizacja konkursów mających na celu wykreowanie oryginalnych produktów, które będą mogły być wpisane na listę produktów tradycyjnych.

Finansowanie produktu:

Budżety gmin partnerów, budżet Powiatu Tureckiego. Głównym źródłem finansowania zewnętrznym będzie Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020 (szczególnie priorytet 1 i 6). Należy również uwzględnić Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014-2020 (8 oś priorytetowa), Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego, środki Ministerstwa Kultury, Funduszu Norweskiego.

Benchmarking – inspiracje dla produktu: dobrym wzorcem dla tego produktu są tematyczne wsie na Cyprze: Lefkara (koronkarstwo), Omodos (winiarstwo), Annogyra (przetwórstwo oliwy). W Polsce natomiast realizowany jest województwie zachodniopomorskim projekt „Wioski tematyczne". Natomiast w województwie małopolskim powstał „Szlak Tradycyjnego Rzemiosła". Ten ostatni produkt w największym stopniu koresponduje z ideą zaproponowanego produktu. W szczególności należałoby skorzystać z modelu funkcjonowania szlaku w Internecie (rysunek 16).

Rysunek 16: Inspiracja dla produktu „Tkane wioski tureckie" – „Szlak Tradycyjnego Rzemiosła" w Małopolsce.



Źródło: www.szlakrzemiosla.pl

5.2.2 „Tkacki Park Kulturowy" – obiekt

Nazwa produktu: „Tkacki Park Kulturowy" - interaktywny park rozrywki i edukacji
Kategoria produktu: turystyka kulturowa.

Idea produktu: w Muzeum Miasta Turku (dawniej Muzeum Rzemiosła Tkackiego w Turku) zorganizowano stałą ekspozycję poświęconą tradycjom tkackim miasta. W Muzeum działa Pracownia Tkacka, są organizowane cykliczne warsztaty. Do tej pory zorganizowano 9 edycji Ogólnopolskiego Konkursu Nieprofesjonalnej Twórczości Tkackiej. W mieście można zobaczyć domu tkaczy z połowy XIX w. Niewątpliwie, jest to obecnie najmocniejszy i najatrakcyjniejszy produkt kulturowy miasta.

Atrakcyjnym rozwinięciem i uzupełnieniem dotychczasowego produktu związanego z tkactwem byłoby stworzenie nowej atrakcji – „Tkackiego Parku Kulturowego bezpośrednio" w Turku, lub na terenie gminy wiejskiej Turek. Jest to uzasadnione tym, że eskpozycja tkacka w Muzeum Miasta Turku ma ze względów lokalowych ograniczone możliwości rozwoju (zajmuje 2 sale), a domy tkaczy w Turku nie są dostępne do zwiedzania. Ekspozycje w parku miałyby charakter interaktywny: manekiny, odgłosy „z epoki", wielkoformatowe zdjęcia Turku z połowy XIX w., oprowadzający i personel w strojach tkaczy, karczma, gdzie można będzie zamówić potrawy, jakie jedli tkacze, gdzie będzie można usiąść przy tkackich krosnach. Będzie to jedyny tego typu obiekt w województwie wielkopolskim.

Główna motywacja do skorzystania z produktu (rdzeń produktu):
Realizacja potrzeb poznawczych związanych z poznawaniem miejsc związanych z historią i kulturą obszaru powiatu tureckiego poprzez zwiedzanie „Tkackiego Parku Kulturowego", odkrywanie tożsamości obszaru powiatu tureckiego.

Cechy markowego produktu:
„Tkacki Park Kulturowy" jest: tradycyjny, otwarty, fascynujący, wciągający, żyjący, aktywny i interaktywny, gościnny, bogaty kulturowo.

Korzyści funkcjonalne:
Główną korzyścią funkcjonalną oferowaną zwiedzającym obiekty będzie zapewnienie nauki poprzez rozrywkę i zabawę oraz aktywny wypoczynek w kontakcie w kulturą obszaru powiatu tureckiego. Korzyści związane z pobytem w „Tkackim Parku Kulturowym" są związane z nauką, rozrywką, edukacją, przyjemnym, a jednocześnie twórczym i aktywnym spędzaniu wolnego czasu. Wiąże się to z zapewnieniem usług związanych z realizacją tych korzyści. Podstawowe usługi świadczone przez park to: zwiedzanie (samodzielnie lub z przewodnikiem), prezentacje pracy tkaczy, lekcje żywej historii, warsztaty tkackie na wolnym powietrzu, zwiedzanie tematyczne z fabułą, konkursy, questy historyczno-kulturowe, konkury prezentacje, imprezy kulturalne związane tematycznie z tkactwem i historię ziemi tureckiej. Dodatkowo byłoby świadczone usługi gastronomiczne, oferujące lokalne potrawy (ew. w przyszłości również noclegowe, w obiektach stylizowanych na domy tkaczy).

Korzyści emocjonalne i symboliczne związane z produktem:
Korzyści emocjonalne związane są z doświadczeniami płynącymi z kontaktu z historią i kulturą obszaru powiatu tureckiego, uczestnictwem w żywej historii, poznawaniem tradycji, odkrywaniem tożsamości tego terenu. Korzyścią emocjonalną będzie również umysłowe odprężenie i oderwanie się od rzeczywistości, dzięki dynamicznej i interaktywnej formie zwiedzania, dużym zaangażowaniu

zwiedzających, których obecność będzie częścią żywej ekspozycji parku. Najważniejszą korzyścią symboliczną jest świadomość, że trafiło się do miejsca, które jest kolebką tradycji tkackich w tej części Polski – to do Turka i Władysławowa zostali sprowadzeni na początku XIX w. tkacze z Saksonii i Czech.

Grupy docelowe:

Nabywcami produktu będą segmenty scharakteryzowane w rozdziale 4 tej części: poszukiwacze inności, odkrywcy dziedzictwa kulturowego, uczestnicy imprez kulturalnych. Ponadto produkt powinien być adresowany do rodzin.

Czasokres produktu:

Ponieważ jest to produkt turystyki Docelowo park może być otwarty całorocznie, jednak doświadczenia z innych tego typu obiektów pokazują, że parki i skanseny na wolnym powietrzu działają od wiosny do jesieni. Część usług, możliwych do realizacji w zamkniętych pomieszczeniach parku może być świadczona całorocznie (np. lekcje, warsztaty, prezentacje).

Kluczowe atrakcje, na których będzie oparty produkt:

„Tkacki Park Kulturowy" będzie funkcjonował w powiązaniu z Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera (dawniej Muzeum Rzemiosła Tkackiego) oraz ofertą tego obiektu w przedmiotowym zakresie: pracownia tkacka, warsztaty tkackie, Konkurs Nieprofesjonalnej Twórczości Tkackiej. Do produktu należy włączyć również domy tkaczy w Turku i w Władysławowie. Należałoby jednak wykonać oznakowanie turystyczne: w szczególności znaki informacyjne, tablice (przy domach tkaczy).

Nowe propozycje dla produktu:

Nową propozycją jest sam obiekt, którego obecnie nie ma i który trzeba utworzyć. Przyjęto założenie, że park ma być dużą atrakcją, którego organizacja wymaga przestrzeni. Dlatego nie jest zalecane, aby jego miejscem był jeden zrewitalizowany dom tkacki w Turku. Jest to zbyt mało miejsca, aby stworzyć miasteczko, będące w istocie kulturowym parkiem rozrywki, które oprócz oferty edukacyjnej, warsztatów i prezentacji tkackich będzie oferować masową rozrywkę. Park należałoby zatem utworzyć na terenie należącym do miasta, w granicach administracyjnych Turku, bądź na terenie gminy wiejskiej Turek. Zaletą tego drugiego rozwiązania jest możliwość sfinansowania w części projektu z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

Można wybrać jeden z następujących kierunków organizacji parku:

- stworzenie drewnianych lub drewniano-murowanych replik domów tkackich oraz innych elementów charakterystycznych dla infrastruktury XIX wiecznych osad tkackich: to rozwiązanie nie będzie wymagało tak dużych nakładów finansowych, jak rewitalizacja i przeniesienie na teren parku domów tkackich, znajdujących się na terenie powiatu tureckiego, poza tym ten wariant bardziej uzasadniałby stworzenie „Tkackiego Parku Kulturowego" jako parku rozrywki,
- rewitalizacja i przeniesienie na teren parku domów tkackich z terenu powiatu tureckiego (ew. zakup domów tkackich w innych miejscach): to rozwiązanie spowodowałoby, że projekt wymagałby większych nakładów finansowych, poza tym w ten sposób produkt ewoluowałby w kierunku Miasteczka Tkaczy w Zgierzu, co wpłynęłoby na jego niższą konkurencyjność,
- wariant mieszany: stworzenie kulturowego parku rozrywki, z replikami domów tkackich i innych elementów parku oraz umieszczenie na terenie parku (jeśli będzie taka możliwość)

zrewitalizowanych domów tkackich, które stanowiłyby mini-skansen tkacki na terenie parku, byłyby obiektami zabytkowymi, wzbogacałoby jego wartość historyczną i poznawczą.

Rekomendowane jest stworzenie na terenie „Tkackiego Parku Kulturowego" następujących elementów:

- **domy tkaczy**: w parku tym znajdowałyby się repliki domów tkaczy z Turku wraz z wyposażeniem, gdzie można będzie wejść do domu, zobaczyć tkaczy przy pracy, przy posiłku, podczas odpoczynku (manekiny, żywe eksponaty, inscenizacje, w tym z udziałem zwiedzających),
- **manufaktura tkacka/warsztat tkacki**: warsztat tkacza, z maszynami tkackimi i innymi urządzaniami niezbędnymi do tkania, zorganizowany jako ekspozycja odkupionych (ew. odrestaurowanych urządzeń), a także część interaktywna, warsztatowe, gdzie odbywałoby się pokazy, prezentacje, warsztaty, konkursy, umożliwiłoby się zwiedzającym samodzielne wykonanie pamiątkowej tkaniny,
- **sklep z pamiątkami**: w którym można będzie zakupić produkty tkackie, obrandowane logo parku, zastawy pamiątkowe, jak również produkty wytwarzane przez podmioty uczestniczące w produkcie „tkane wioski tureckie",
- **ogród wiatru:** podjęcie działań zmierzających do zakupy i odrestaurowania przynajmniej jednego drewnianego wiatraka (przedstawienie - historii wiatraków ziemi tureckiej), który jest nieodłącznymi elementem krajobrazu kulturowego tego obszaru (takie działanie wpisywałoby się ratowanie dziedzictwa kulturowego województwa wielkopolskiego i byłoby możliwe uzyskanie wsparcia finansowego z RPOWW), oraz interaktywne instalacje, rzeźby poruszane wiatrem (możliwość wykazania innowacyjności produktu),
- **kino tkaczy**: sala kinowa, w której odtwarzane byłoby archiwalne filmy, multimedialna prezentacja zdjęć i historii tkactwa na obszarze powiatu tureckiego,
- **elementy infrastruktury osady tkackiej**: m.in. studnia, karczma, repliki, umożliwiające zwiedzania, z elementami wyposażenia,
- **zwiedzanie z fabułą i questy**: forma zwiedzania interaktywnego, z konkursami, inscenizacjami, odnajdywaniem miejsc i przedmiotów,
- **Karczma Tkaczy**: obiekt gastronomiczny, replika karczmy z miasteczek tkackich, w karczmie kelnerzy w strojach stylizowanych na XIX wieczne serwowaliby potrawy regionalne, nawiązujące do pożywienia tkaczy,
- **Miejsca rozrywki:** plac zabaw osady tkaczy, riksze lub kolejka tkacka, miejsce do robienia zdjęć z tkaczem, ławeczki wypoczynku, letnie ogródki gastronomiczne,
- **Interaktywna strona internetowa „Tkackiego Parku Kulturowego":** portal z planem obiektu, ofertą, systemem rezerwacji, prezentacją obiektów znajdujących się w parku, oferty.

Co wyróżnia produkt:

Jednym z najważniejszych wyróżników tego obszaru i istotnym elementem tożsamości są tradycje tkackie. Tutaj zostali sprowadzenie tkacze z Saksonii i Czech, jeszcze przez rozwojem przemysłu

tkackiego w Łodzi. „Tkacki Park Kulturowy" jako kulturowy park rozrywki byłoby jedyną tego typu atrakcją. Produkt ten wiąże się z „tkanymi wioskami tureckimi" i może być jedną z wiosek tematycznych – tkacką wioską. Jest to produkt najbardziej związanych z tożsamością i historią obszaru powiatu tureckiego.

Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie i partnerzy:

Rekomendowane jest, aby liderem produktu było Miasto Turek poprzez swoja jednostkę organizacyjną, czyli Muzeum Miasta Turku. Jest to uzasadnione z uwagi na działalność muzeum i możliwość powiązania jego oferty z funkcjonowaniem „Tkackiego Parku Kulturowego". Istniałaby możliwość łączenia oferty, m.in. poprzez wykorzystanie potencjału i umiejętności osób pracujących w pracowni tkackiej. Dzięki temu działalność muzeum mogłaby nabrać innego charakteru: obiekt macierzysty koncentrowałby się na profesjonalnej edukacji i działalności muzealnej, a park na rozrywce. Proponowani partnerzy: LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R, Powiat Turkowski, gmina Turek.

Pod kierownictwem Muzeum Miasta Turku należałby utworzyć Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej", które byłoby odpowiedzialne za stworzenie parku, opracowanie projektu, pozyskanie partnerów, sponsorów, źródeł finansowania, nadzorowanie prowadzonych prac (w zależności od przyjętego modelu organizacji). Jednym z niezbędnych elementów utworzenia parku będzie pozyskanie zewnętrznych środków finansowych (możliwie z kilki źródeł), dlatego istotne jest wykazanie innowacyjności projektu, aby zwiększyć szansę na pozytywne rozpatrzenie wniosku. Powołanie Konsorcjum Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej zostało przedstawione jako projekt o charakterze zintegrowanym w części operacyjnej niniejszego dokumentu (rozdział 1 części III).

Główne działania wdrożeniowe:

Główne działania niezbędne do wdrożenia produktu – „kroki milowe" są następujące:

- podjęcie decyzji o lokalizacji parku,
- powołanie Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej" ,
- określenie modelu funkcjonowania (według propozycji),
- zapewnienie terenu, na którym zostanie utworzony park,
- pozyskanie partnerów/sponsorów („ogród wiatru" – koncern energetyczny),
- przygotowanie wniosku aplikującego o środki zewnętrzne,
- uruchomienie portalu internetowego parku (na etapie realizacji),
- nawiązanie współpracy z innymi miastami tkackimi w Polsce i w Europie, muzeami, parkami, przyłączenie się do sieci miast tkackich,
- prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, mających na celu zaistnienie atrakcji w świadomości uczestników ruchu turystycznego,
- organizacja obiektów i usług oferowanych przez park.

Finansowanie produktu:

Obiekt powinien być finansowany z kilku źródeł jednocześnie. Oprócz budżetu Miasta Turku, partnerów projektu, w tym Powiatu Tureckiego, należałoby podjąć próbę pozyskania sponsorów, sfinansować utworzenie parku z RPO WW, Programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój, Programu Inteligentny Rozwój, środków Ministra Kultury, Mechanizmu Norweskiego (jako

kontynuacja projektu, w ramach którego powstanie niniejsza strategia), inicjatyw wspólnotowych, jakie będą dostępne w perspektywie finansowej 2014-2020.

Rysunek 17: Inspiracja dla produktu „Tkacki Park Kulturowy" – Miasto Tkaczy w Zgierzu.



Źródło: www.miastotkaczy.pl

Rysunek 18: Inspiracja dla produktu „Tkacki Park Kulturowy" – Średniowieczny Park Techniki w Złotym Stoku.



Źródło: www.parktechniki.pl

Benchmarking – inspiracje: dobrym wzorcem dla tego produktu jest Park Kulturowy Miasto Tkaczy w Zgierzu, Miasteczko Galicyjskie w Nowym Sączu (województwo małopolskie), Muzeum Tkactwa w Kamiennej Górze (województwo dolnośląskie) i Interaktywny Park Rozrywki i Edukacji „Rosenau – Zaginione miasto". Na terenie województwa wielkopolskiego nie ma jednak takiej atrakcji. Inspiracją dla produktu jest również Średniowieczy Park Techniki przy Kopalni Złota w Złotym Stoku (województwo dolnośląskie). Kopalnia jest doskonałym przykładem, jak można zagospodarować tereny pokopalniane, natomiast park wyszedł poza konwencję związaną z górnictwem złota i poszedł w kierunku średniowiecznego górnictwa na Dolnym Śląsku w rozwoju techniki. Jest to inwestycja realizowana ze środków spółki zarządzającej obiektem, bez wsparcia środków zewnętrznych. Taki model mógłby zostać również zastosowany z proponowanym produkcie. Tym bardziej, że powiat turecki nie ma możliwości rewitalizacji całej osady tkackiej, jak to miało miejsce w Zgierzu, dlatego

należałoby raczej pójść w kierunki interaktywnego parku rozrywki opartego o motyw tkactwa np. z interaktywnym „ogrodem wiatru" (instalacje, rzeźby poruszane wiatrem). Dałoby to możliwość odróżnienia się od produktu w województwie łódzkim i osiągnięcie pożądanego efektu rozgłosu i masowego charakteru produktu, który zapewniłby zwiększenie ruchu turystycznego.

5.3 Produkty uzupełniające

5.3.1 „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej" – szlak kulturowy, produkt zintegrowany (sieciowy)

Nazwa produktu: „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej".

Kategoria produktu: turystyka kulturowa.

Idea produktu: Żydzi w znacznym stopniu przyczynili się do rozwoju przemysłu tkackiego w mieście. Oprócz Turku ludność żydowska mieszkała głównie w pozostałych miastach powiatu tureckiego: w Dobrej, Tuliszkowie, Władysławowie. W czasie II wojny światowej w Turku i w Dobrej zorganizowano getta żydowskie, z których Żydzi zostali przeniesieni do getta wiejskiego Heidemühle (Kowale Pańskie) które od centralnie położonej wsi nazwane zostało Czachulec (na granicy gmin Kawęczyn i Malanów). Część ludności żydowskiej została zatrudniona w warsztatach rzemieślniczych zorganizowanych na bazie przeniesionych go getta urządzeń i narzędzi (tkacze, szewcy, krawcy). Zabytki związane z obecnością Żydów w powiecie tureckim zostały zniszczone jeszcze przez Niemców. Jednak w Turku znajduje się tablica upamiętniająca synagogę, a w Czachulcu odsłonięto w 2013 r. tablicę pamiątkową. Szlak prowadziłby z Turku, przez Władysławów, Tuliszków, Dobrą do Czachulca, gdzie zakończyła się droga żydów ziemi tureckiej. Stworzenie szlaku wymaga nie tylko wytyczenia jego trasy i oznakowania, ale również stworzenia oprócz tablic pamiątkowych tablic informacyjnych ze zdjęciami, mapy, ekspozycji (np. na cmentarzu żydowskim w Turku, w miejscu getta w Czachulcu) w zadaszonych pawilonach z prezentacjami multimedialnymi, materiałami archiwalnymi, wywiady – wspomnienia nielicznych, którzy przeżyli zagładę. Można organizować coroczne obchody Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej.

Główna motywacja do skorzystania z produktu (rdzeń produktu):
Realizacja potrzeb poznawczych związanych z podróżowaniem do miejsc o ciekawej historii, bogatej i różnorodnej kulturze, związanej z doświadczeniami byłych mieszkańców obszaru powiatu tureckiego.

Cechy markowego produktu:
„Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej" jest: skłaniający do zadumy, położony wśród zieleni, pełen ciszy, zakorzeniony w historii.

Korzyści funkcjonalne:
Podróż po szlaku pozwoli zapoznać się odwiedzającym z trudną historią Żydów na obszarze powiatu tureckiego, odkryć związki w tożsamości tego terenu pomiędzy tradycjami tkackimi, a obecnością Żydów. Poznać powiązania pomiędzy historią Żydów, Polaków i Niemców na tym terenie. Będzie to lekcja historii i kultury, w otoczeniu przyrodniczo-kulturowym obszaru powiatu tureckiego.

Podróżowanie po szlaku wymaga stworzenia jego infrastruktury: oznakowania trasy, dojazdu do miejsc związanych ze szlakiem, umieszczenia tablic informacyjnych oraz innych elementów. Odwiedzający powinna mieć możliwość zapoznania się z historią Żydów ziemi tureckiej właśnie dzięki tym nośnikom informacji, mapie. Powinno się stworzyć możliwość zakupu pamiątek, jak również uczczenia zmarłych. Istotne jest również umożliwienie zamówienia usług przewodnickich, edukacyjnych (prelekcji, lekcji historycznych, wykładów, prezentacji). Istotne jest również powiązanie szlaku z usługami noclegowymi, gastronomicznymi, ewentualnie z innymi produktami (m.in. w „Tkackim Parku Kulturowym" można zrobić również ekspozycję dotyczącą związków Żydów z tradycjami tkackimi).

Korzyści emocjonalne i symboliczne związane z produktem:

Istotne znaczenie będą miały doznania wynikające z kontaktu odwiedzających z historią i kulturą żydowską na obszarze powiatu tureckiego. Emocjonalny wydźwięk będzie miała wizyta na terenie danego getta wiejskiego w Czachulcu, zaduma nad trudną historią Żydów. Symboliczna korzyść wiąże się z możliwością pobytu na terenie jedynego takiego miejsca – wiejskiego getta żydowskiego. Wrażenie to będzie wzmacnianie poprzez proponowane ekspozycje, w tym z wykorzystaniem multimediów.

Grupy docelowe:

Nabywcami produktu będą segmenty scharakteryzowane w rozdziale 4 tej części: poszukiwacze inności, odkrywcy dziedzictwa kulturowego.

Czasokres produktu:

Docelowo produkt może mieć charakter całoroczny, w szczególności, jeśli uda się stworzyć proponowaną infrastrukturę: zadaszony pawilon prezentacyjny, z ekspozycją, salą multimedialną, umożliwiającą oglądanie archiwalnych zdjęć, filmów, inscenizacji prezentujących historię i kulturę Żydów na ziemi tureckiej.

Kluczowe atrakcje, na których będzie oparty produkt:

Jak podkreślano wcześniej, nie zachowało się zbyt wiele miejsc związanych z Żydami: synagogi, cmentarze i getto w Czachulcu zostały zniszczone przez Niemców w czasie II Wojny Światowej. W produkcie należy zatem uwzględnić koniecznie: cmentarz żydowski w Turku, tablicę pamiątkową znajdującą się w miejscu dawnej synagogi, cmentarz żydowski w Russocicach (gmina Władysławów), cmentarz żydowski i dawna synagoga w Tuliszkowie, lapidarium na dawnym cmentarzu w Dobrej, miejsce upamiętniające dawne getto żydowskie w Czachulcu (getto obejmowało obszar dzisiejszych gmin Kawęczyn i Malanów). Dodatkowo (jako nowe propozycje dla tego produktu) należy stworzyć miejsca u usługi rekomendowane w opisie idei „Szlaku Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej".

Co wyróżnia produkt:

Czachulec kojarzy się przede wszystkim z jednym z niewielu w Europie gett wiejskich, zlokalizowanym na terenie osiemnastu wsi gminy Kowale Pańskie.

Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie i partnerzy:

Rekomendowane jest, aby liderem projektu była Gmina Kawęczyn, która była inicjatorem upamiętnienia getta wiejskiego w Czachulcu. Koordynatorem wykonawczym byłoby Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej. Proponowani partnerzy to: Miasto Turek, gminy: Władysławów, Tuliszków, Malanów, Kawęczyn, Dobra, Powiat Turecki, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Stowarzyszenie na

Rzecz Rozwoju Powiatu Tureckiego, Nadleśnictwo Turek, osoby prywatne – pasjonaci zaangażowane w upamiętnienie getta w Czachulcu.

Główne działania wdrożeniowe:

Główne działania niezbędne do wdrożenia produktu – „kroki milowe" są następujące:

- powołanie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej, które byłoby odpowiedzialne za stworzenie szlaku i zarządzanie produktem, jednak instytucją inicjującą projekt powinna być Gmina Kawęczyn, z uwagi na nawiązane kontakty w trakcie realizacji upamiętnienia getta, a co za tym idzie możliwością pozyskania partnerów i sponsorów na zewnątrz (utworzenie centrum jest uwzględnianie w części operacyjnej, w propozycji projektów o charakterze zintegrowanym),
- centrum pełnić mogłoby również rolę edukacyjną, pokazującą trudną historię narodu żydowskiego, jego związki z powiatem tureckim, a w szczególności podkreślałoby wielokulturowość tego obszaru, wzajemne relacje pomiędzy Polakami, Niemcami i Żydami, zarówno w okresie przedwojennym, w czasie wojny, jak i współcześnie,
- centrum odpowiadałoby za budowanie tego produktu i jego wprowadzenie na rynek, w tym opracowanie koncepcji, wyznaczenie trasy, konsultacje z partnerami, ekspertami, pozyskiwanie nowych partnerów i sponsorów, aplikowanie o fundusze zewnętrzne, działalność edukacyjną (która mogłaby w przyszłości stanowić dodatkowe źródło dochodu),
- istotną kwestią jest określenie statusu prawnego centrum: może to być stowarzyszenie, samorządowa jednostka organizacyjna lub konsorcjum/spółka utworzona w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego,
- stworzenie infrastruktury szlaku (oznakowanie, tablice, mapy, pawilon ekspozycyjny),
- określenie usług świadczonych przez centrum w związku z realizacją szlaku (przewodnickie, edukacyjne, w tym prelekcje, warsztaty, lekcje żywej historii, inne),
- przygotowanie niezbędnych narzędzi: filmy, archiwalne zdjęcia, prezentacje, inscenizacje.

Finansowanie produktu:

Budżety gmin, budżet Powiatu Tureckiego, budżet Lasów Państwowych, środki zewnętrzne pochodzące z: RPO WW, Programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój, środków Ministra Kultury, ewentualnie inicjatyw wspólnotowych.

Benchmarking – inspiracje: dobrym wzorcem dla tego produktu jest Szlak Dziedzictwa Żydowskiego w Białymstoku, Szlak Pamięci Żydów Lubelskich, jak również Muzeum Żydowskie Galicja. Należałoby w stworzeniu tego produktu wykorzystać materiały archiwalne posiadane przez Muzeum Miasta Turku (tzw. „Archiwum Igły").

5.3.2 „W siodle" – zintegrowany produkt łączący stadniny koni, szlaki konne na terenie powiatu tureckiego oraz gmin ościennych (Goszczanów, Kościelec i Uniejów), produkt zintegrowany

Nazwa produktu: „W siodle".

Kategoria produktu: turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna oraz turystyka na obszarach wiejskich.

Idea produktu: na terenie powiatu tureckiego i obszaru obejmującego działalność Lokalnej Grupę Działania Kraina Tura zostały wytyczone i oznakowane szlaki konne: Brudzewski Szlak Konny Szlak wozwoni i czterech kul, szlaki jeździeckie Z boćkiem na ogonie (pomarańczowy), Ratafi (zielony), Trasa nie w ciemię bita (pomarańczowy), Co ma koń do wiatraka (pomarańczowy), Turkowski szlak konny (pomarańczowy), Leśna Hałda (niebieski), Szlakiem ozów, wiatraka i kapliczek (pomarańczowy), szlak od polnej drogi stykającej się z terenem odkrywki Adamów na północ od Zbiornika Przykona do Zbiornika Bogdałów (pomarańczowy), Brunatna ścieżka, szlak łącznikowy Z rusztem pod Chocimiem (czarny), szlak Wadery (zielony), szlak Przez lasy pamiętające getto Czachulec (pomarańczowy), szlak Do Ptasiej Republiki nad Teleszynę (pomarańczowy), szlak Grety i Telimeny (pomarańczowy), szlak łącznikowy Kłusem na Szagę (czarny), odcinek dojściowy do MP Uroczysko Cisew (czarny), odcinek łącznikowy Kowale Księże – Leśnictwo (czarny), odcinek łącznikowy Cisew-Zdżernice (czarny). Wymienione szlaki sięgają poza teren powiatu tureckiego, m.in. do gminy Goszczanów.

Oprócz tego został opracowany wstępny zarys koncepcji 4 pętli, które zgodnie z projektem Turkowski Living Lab – Turkowska Strefa Aktywności mają połączyć szlaki konne ziemi tureckiej z siecią Łódzkiego Szlaku Konnego i szlakami subregionu konińskiego („Podkuta Szóstka"). Ponadto na terenie działa 9 stadnin koni, z czego 3 w gminie Kawęczyn. Organizowane są zawody jeździeckie. Z punktu widzenia działań prowadzonych przez Lokalną Grupę Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. istotne jest zintegrowanie ze zdygitalizowanymi szlakami województwa łódzkiego. Docelowo digitalizacja powinna objąć również szlaki w powiecie tureckim.

Zasadne jest uczynienie z podejmowanych inicjatyw markowego produktu turystycznego, integrującego stadniny, szlaki, pasjonatów. Kawęczyn, z uwagi na swój potencjał (Systemu Szlaków Konnych Kawęczyńska przygoda w siodle – 11 oznakowanych szlaków o łącznej długości 91 km) jest predestynowany do bycia Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle". Powinno to być centrum informacji turystycznej o szlakach konnych, centrum obsługi i rezerwacji turystyki konnej obszaru. Oprócz tego w ramach proponowanego projektu oznakowanie szlaków konnych powinno być uzupełniane o inne elementy niezbędne dla funkcjonowania szlaku: wiaty, tablice z regulaminem, nowe miejsca popasu, zagrody, miejsca do rozgrywania zawodów jeździeckich z infrastrukturą, infrastrukturę dla chcących poruszać się szlakami na własnych koniach, pobyty pakietowe połączone z uprawianiem turystyki konnej i hipoterapią.

Główna motywacja do skorzystania z produktu (rdzeń produktu):
Realizacja potrzeb związanych z uprawianiem aktywności fizycznej w kontakcie z naturą, realizacja potrzeb związanych z nawiązaniem więzi ze zwierzętami, z rywalizacją.

Cechy markowego produktu:
Produkt „W siodle" jest: aktywny, z pasją, pozwalający odpocząć i zmęczyć się jednocześnie, położony wśród zieleni i tureckich wsi, fascynujący, gościnny.

Korzyści funkcjonalne:
Korzyścią funkcjonalną uprawiania turystyki konnej na obszarze powiatu tureckiego jest doświadczanie przygody i rekreacji, realizacja potrzeby ruchu i relaksu w kontakcie z naturą, a także poprawa zdrowia i kondycji, odnowa ciała. Realizacja korzyści funkcjonalnych wymaga zapewnienia odpowiedniej infrastruktury i usług. Są to usługi specyficzne, dedykowane uprawianiu jeździectwa.

Obszar powiatu tureckiego jest dobrze przygotowany względem infrastrukturalnym (stadniny, szlaki konne, miejsca popasu, miejsca do organizacji zawodów jeździeckich) oraz imprez jeździeckich – zawodów o randzie ponadregionalnej i ogólnopolskiej. Ponadto infrastruktura ta jest systematycznie rozwijana. Niezbędne jest jednak również zapewnienie noclegu w gospodarstwach agroturystycznych i innych obiektach na obszarach wiejskich oraz systemu usług, które pozwolą na pozyskiwanie gości i ich obsługę na wysokim poziomie. Takie usługi zostały zarekomendowane w opisie idei produktu.

Korzyści emocjonalne i symboliczne związane z produktem:

Doświadczenia wynikające z kontaktu z przyrodą obszaru powiatu tureckiego, które są realizowane dzięki uprawianiu sportu w kontakcie z przyrodą. Korzyścią emocjonalną jest również możliwość doświadczenia wysokiej jakości usług, korzystanie z profesjonalnego zaplecza, udział w prestiżowych zawodach jeździeckich (zarówno jako uczestnik, jak również obserwator). W przypadku tego produktu dużą korzyścią w każdym wymiarze będzie włączenie go w ponadregionalną siec szlaków konnych.

Grupy docelowe:

Nabywcami produktu będą segmenty scharakteryzowane w rozdziale 4 tej części: koniarze, uczestnicy imprez i zawodów sportowych, jak również rodziny.

Czasokres produktu:

Produkt może mieć teoretycznie całoroczny charakter, jednak obecnie usługi jeździeckie są świadczone przede wszystkim sezonowo. Wydłużenie okresu realizacji produktu zapewniłoby powstawanie na obszarach wiejskich całorocznej bazy.

Kluczowe atrakcje, na których będzie oparty produkt:

Głównymi elementami produktu są obecnie: System Szlaków Konnych „Kawęczyńska Przygoda w Siodle", „Szlak Wozowni i czterech kul" w gminie Brudzew, Stadnina Koni Huculskich „Skarbiec" w Młodzianowie (gmina Kawęczyn), Stadnina w Żdżarach prowadzona przez Państwa Grudzińskich (gmina Kawęczyn), Stajnia „HEAA" w Żdżarach (gmina Kawęczyn), Stajnia Roka w Kowalach Księżach (gmina Turek), Stajnia „Omega" Cisew (gmina Turek), Klub Jeździecki ,,Mar-Klin" (miasto Turek), Klub Jeździecki ,,HEAA" (miasto Turek), imprezy organizowane w gminie Kawęczyn: Regionalne Zawody w Skokach przez Przeszkody, Otwarte Mistrzostwa w Powożeniu Zaprzęgami Konnymi. Nowe propozycje dla tego produktu zostały przedstawione w prezentacji jego idei. Najważniejsza propozycją jest utworzenie Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle", które zapewniłoby koordynację sieci szlaków oraz odpowiadałoby za budowanie, organizację i prowadzenie na rynek tego produktu.

Co wyróżnia produkt:

Głównym wyróżnikiem produktu jest to, że szlaki konne obszaru powiatu tureckiego mogą stanowić swoisty łącznik pomiędzy doskonale przygotowanym systemem szlaków województwa łódzkiego, a szlakami znajdującymi się w województwie wielkopolskim. Połączenie tych szlaków zapewni przede wszystkim wymierne korzyści dla obszaru powiatu tureckiego: wzrost znajomości oferowanego produktu, zwiększenie odwiedzających i korzystających.

Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie i partnerzy:

Liderem produktu powinna być Gmina Kawęczyn, która jest faktycznym liderem w organizacji jeździectwa na tym obszarze. Z inicjatywy Gminy Kawęczyn, przy wsparciu partnerów, zostałoby

utworzone Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle". Partnerami projektu powinny być: Miasto Turek, gminy: Turek, Brudzew (obecnie), LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Powiat Turecki. Docelowo sieć szlaków konnych powinna pokryć również inne gminy, również Tuliszków, przez który przebiega szlak „Podkuta Szóstka", gminy ościenne powiatu tureckiego, Konińska Lokalna Organizacja Turystyczna „Marina", Lokalna Organizacja Turystyczna „ŁUK", regionalne organizacje turystyczne obu województw. Istotne jest również uwzględnienie partnerów branżowych, w tym wymienione wcześniej stadniny koni, Nadleśnictwo Turek, na terenie którego przebiegają obecnie i będą przebiegać w przyszłość nowe propozycje szlaków, nad którymi pracuje obecnie LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.

Główne działania wdrożeniowe:

Główne działania niezbędne do wdrożenia produktu – „kroki milowe" są następujące:

- powołanie Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle", które byłoby odpowiedzialne za budowanie produktu i zarządzanie nim, jednak instytucją inicjującą projekt powinna być Gmina Kawęczyn (utworzenie centrum jest uwzględnianie w części operacyjnej, w propozycji projektów o charakterze zintegrowanym),
- centrum odpowiadałoby za budowanie tego produktu i jego wprowadzenie na rynek, konsultacje z partnerami, ekspertami, pozyskiwanie nowych partnerów i sponsorów, aplikowanie o fundusze zewnętrzne,
- istotną kwestią jest określenie statusu prawnego centrum: może to być stowarzyszenie, samorządowa jednostka organizacyjna lub konsorcjum/spółka utworzona w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego,
- zapewnienie przez centrum infrastruktury i usług proponowanych w opisie idei produktu.

Finansowanie produktu:

Budżety gmin, budżet Powiatu Tureckiego, budżet Lasów Państwowych, środki zewnętrzne pochodzące z: Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich, Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, Rozwój, środki inwestorów, sponsorów.

Benchmarking – inspiracje: dobrym przykładem i inspiracją dla tego produktu (oprócz szlaków konnych województwa łódzkiego) są szlaki tworzone przez inne lokalne grupy działania w Polsce, m.in. Lokalną Grupę Działania Stowarzyszenie Bory Dolnośląskie (Sieć Szlaków Konnych Borów Dolnośląskich), Stowarzyszenie Lokalną Grupę Działania Partnerstwo Izerskie.

5.3.3 „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda" – zintegrowany (sieciowy) produkt obejmujący walory, atrakcje (głównie istniejące) oraz obecnie funkcjonujące produkty

Nazwa produktu: „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda".

Kategoria produktu: turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna.

Idea produktu: tzw. „Pojezierze Turkowskie" powstaje w wyniku rekultywacji i zagospodarowywania terenów pokopalnianych KWB Adamów. Po Zbiorniku Przykona powstaną zbiorniki na odkrywkach Koźmin (gmina Brudzew) i Władysławów. Funkcjonują również 2 mniejsze zbiorniki: Bogdałów

i Janiszew (nie służą one jednak do rekreacji wodnej). Obiekty te (razem ze Zbiornikiem Jeziorsko na Warcie i rzeką Wartą) stwarzają warunki do uprawiania rekreacji i turystyki wodnej. Dlatego mając na względzie powstawanie nowych zbiorników, które zgodnie z kierunkami rekultywacji gruntów po górniczych w KWB Adamów mają być przeznaczone na wodną i leśną (nie zaplanowano rekultywacji rekreacyjno-sportowej), należy skupić się obecnie na zagospodarowywaniu turystycznym Zbiornika Przykona i w ramach działań powiązanych z niniejszą strategią produktu turystycznego. Zagospodarowanie to powinno objąć elementy niezbędne do stworzenia produktu turystyki wodnej: slip, stanica wodna, wypożyczalnia i przechowalnia sprzętu wodnego, oznakowanie drogi dojazdowej do zbiornika, tablice informacyjne nad zbiornikiem, sezonowy punkt informacji turystycznej nad Zbiornikiem Przykona (organizowany przez gminę, powiat turecki lub Lokalną Grupę Działania Kraina Tura), obiekty noclegowe, punkty gastronomiczne, infrastruktura plaży. Należy planować również dalszy rozwój infrastruktury nad Zbiornikiem Jeziorsko, w szczególności infrastruktury uzupełniającej. Produkt obejmie i zintegruje wszystkie imprezy wodniackie organizowane w powiecie tureckim, w tym spływ kajakowy rzeką Wartą.

Turystyka wodna nie wyczerpuje jednak produktu „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda". Zgodnie z nazwą będzie dotyczyć innych form turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej: turystyka rowerowa wokół zbiorników, nad rzeką Wartą, turystykę pieszą, off-road na terenach cennych przyrodniczo i zrekultywowanych terenach po kopalniach.

Główna motywacja do skorzystania z produktu (rdzeń produktu):

Realizacja potrzeb związanych z wypoczynkiem, rekreacją i uprawianiem turystyki aktywnej i specjalistycznej nad wodą, w otoczeniu przyrody, w tym na obszarach cennych przyrodniczo powiatu tureckiego.

Cechy markowego produktu:

„Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda" jest: zasobne w tereny zielone, aktywne, bogate w akweny wodne (docelowo), wypoczynkowe.

Korzyści funkcjonalne:

Najważniejsze korzyści funkcjonalne związane z tym produktem to: wypoczynek i relaks w kontakcie w przyrodą, poprawa zdrowia i kondycji, zabawa i dobra rozrywka podczas uczestnictwa w imprezach sportowych oraz uprawiania sportów, głównie wodnych. Zapewnienie tych korzyści wymaga organizacji zaplecza i usług niezbędnego do uprawiania turystyki aktywnej, szczególnie wodnej. Najważniejsze są usługi rekreacyjno-sportowe wraz z niezbędną infrastrukturą, które obecnie są niedoborowe: wypożyczanie sprzętu wodnego, instruktarz i szkolenia dla wodniaków, przechowywanie sprzętu wodnego, przystanie żeglarskie i stanice kajakowe, miejsca do slipowania sprzętu pływającego i inne wymienione w opisie idei produktu. Istotne jest również zapewnienie usług noclegowych, zwłaszcza nad Zbiornikiem Przykona, ponieważ Zbiornik Jeziorsko jest pod tym względem zagospodarowany.

Korzyści emocjonalne i symboliczne związane z produktem:

Korzyści emocjonalne będą realizowane przede wszystkim poprzez odprężenie umysłowe w kontakcie z przyrodą, naładowanie psychicznych akumulatorów, radość z uprawiania sportu na czystych przyrodniczo obszarach, doznanie przygody, wolności, zachwytu przyrodą, ciszy. Korzyści

symboliczne są trudne obecnie do uchwycenia i będą mogły być ewentualnie zidentyfikowane w przyszłości, w miarę rozwoju „Pojezierza Turkowskiego".

Grupy docelowe:

Nabywcami produktu będą segmenty scharakteryzowane w rozdziale 4 tej części: wodniacy, uczestnicy imprez i zawodów sportowych, jak również rodziny.

Czasokres produktu:

Z uwagi na charakter aktywności produkt ten ma charakter sezonowy, obecnie zaś obejmuje przede wszystkim sezon letni. Docelowo można myśleć o wydłużeniu czasu dostępności produktu od wiosny do jesieni. Uprawianie sportów wodnych w okresie jesienno-zimowym ma charakter niszowy. Produkt można rozciągnąć na inne formy turystyki rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej (np. rowerową i pieszą), co pozwoliłoby na zmniejszenie jego sezonowego charakteru.

Kluczowe atrakcje, na których będzie oparty produkt:

Obecnie produkt może być realizowany jedynie w oparciu o dwa zbiorniki wodne i rzekę Wartę, zatem używanie już obecnie nazwy „Pojezierze Turkowskie" jest trochę na wyrost i ma charakter przyszłościowy. Aktualnie potencjał dla produktu tworzą: Zbiornik Jeziorsko wraz z infrastrukturą znajdującą się przy linii brzegowej, OW „Rafa" nad Zbiornikiem Jeziorsko, Zbiornik Przykona wraz z infrastrukturą znajdującą się przy linii brzegowej, rzeka Warta, szlak kajakowy na Warcie, Spływ Kajakowy Rzeką Wartą, Rafa Jeziorsko Cup – Puchar Polski w windsurfingu, Nadwarciański Turnieje Piłki Siatkowej Plażowej, Stowarzyszenie „Przystań", Sekcja żeglarska Tureckiego Towarzystwa Turystycznego, Szkółka Pływacka AQUARIUS w Turku, Klub Żeglarski Złota Szekla przy ZP LOK w Turku, Szkółka żeglarstwa i windsurfingu - Armor Sailing Group Zimotki w Przykonie.

Dla rozwoju i sukcesu tego produktu konieczny jest rzeczywisty rozwój „Pojezierza Turkowskiego", czyli powstawanie nowych akwenów wodnych na rekultywowanych terenach pokopalnianych. Temu służyć ma zainicjowanie działań związanych z wykreowaniem produktu. Należy jednak mieć świadomość, że będzie to proces długotrwały i może się okazać, że nie będzie możliwe zbudowanie markowego produktu turystycznego „Pojezierze Turkowskie" do 2020 r., do kiedy zostało zaplanowane osiągnięcie celów strategicznych niniejszej strategii.

Co wyróżnia produkt:

Zaletą produktu może być to, że teoretycznie istnieje możliwość ujęcia/włącznie do „Pojezierza Turkowskiego" Zbiornika Jeziorsko, który jest istotnym akwenem – zbiornikiem zaporowym na Warcie. To może stanowić element potencjalnej przewagi konkurencyjnej tego produktu.

Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie i partnerzy:

Liderem produktu powinien być Powiat Turecki, jako podmiot już obecnie promujący „Pojezierze Turkowskie". Zasadne jest powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze", który składałby się z partnerów gmin, na terenie których powstają zbiorniki: Przykona, Brudzew, Władysławów. Należałoby również uwzględnić gminę Dobra, z uwagi na Zbiornik Jeziorsko. Partnerami wspierając powinny być podmioty wymienione wcześniej: stowarzyszenia, przedstawicieli branży turystycznej. Współpraca w ramach zespołu powinna obejmować szereg działań i zadań, jakie mogą doprowadzić do powstania w przyszłości w sposób faktyczny „Pojezierza Turkowskiego".

Główne działania wdrożeniowe:

Główne działania niezbędne do wdrożenia produktu – „kroki milowe" są następujące:

- powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze", które byłoby odpowiedzialne za budowanie produktu i zarządzanie nim (utworzenie zespołu jest uwzględnianie w części operacyjnej, w propozycji projektów o charakterze zintegrowanym) także z udziałem przedsiębiorców,
- pierwszym rekomendowanym krokiem będzie wypracowanie porozumienia pomiędzy gminami na terenie których znajdują się zbiorniki, Powiatem Tureckim i KWB „Adamów" w zakresie stworzenia spójnej koncepcji – zagospodarowania i promocji zbiorników,
- zespół odpowiadałby za nadanie spójnego kierunku powstawania koncepcji zagospodarowania przestrzennego i rewitalizacji terenów eksploatowanych obecnie przez KWB „Adamów", m.in. rozważanie możliwości zmiany kierunków rekultywacji z rolnej, leśnej i wodnej na związaną z funkcjami rekreacyjno-turystycznymi,
- zespół odpowiadałaby za budowanie tego produktu i jego wprowadzenie na rynek, konsultacje z partnerami, ekspertami, pozyskiwanie nowych partnerów i sponsorów, aplikowanie o fundusze zewnętrzne (przy uwzględnieniu, że formalnym liderem i podmiotem aplikującym o dofinansowanie może być Powiat Turecki, w zakresie związanym z promocją, tworzeniem infrastruktury uzupełniającej oraz gminny, aplikujące o środki zewnętrzne w zakresie pozyskiwania dofinansowania na projekty związane z zagospodarowaniem zbiorników),
- istotnym elementem realizacji produktu będzie lobbowanie rozwoju infrastruktury wokół dwóch istniejących zbiorników wodnych i rzeki Warty, w celu rozwoju zagospodarowania turystycznego, poprawy jego konkurencyjności.

Finansowanie produktu:

Budżety gmin, budżet Powiatu Tureckiego, Lasów Państwowych, środki zewnętrzne pochodzące z: RPO WW, Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska, Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, Rozwój, środki inwestorów.

Benchmarking – inspiracje: inspiracją (oprócz Niederlausitz) dla tego produktu jest zagospodarowanie terenów po Kopalni w Koninie i Bełchatowie. Dla odróżnienia się od działań konkurencji należałoby zaplanować w zagospodarowaniu przestrzennym takie działania, które nie będą powielać tych, które wdrożyły powiaty bełchatowski i koniński. Dobrym kierunkiem byłoby pójście w kierunku turystyki specjalistycznej i sportów ekstremalnych, jak również całorocznych usług spa nad zbiornikami.

5.4 Produkty dodatkowe: „Muzeum Sera Miasta Turek" - obiekt

Nazwa produktu: „Muzeum Sera".

Kategoria produktu: turystyka kulturowa.

Idea produktu: Produkty mleczne mają długoletnią i bogata tradycję w Polsce. Produkcja ta jest nierównomierna i rozproszona. Z przeprowadzonych badań wynika jednak, że najmocniejsze skojarzenia z Turkiem są związane z tradycjami produkcji sera o nazwie „Turek". Zmiany

własnościowe nie spowodowały, że skojarzenia te osłabły. Partnerstwo powinno wykorzystać fakt dalszej produkcji przez zagraniczny koncern sera pod nazwą „Turek" szczególnie, że jest on także eksportowany pod tą nazwą i może przynieść korzyści wizerunkowe samorządom przekładające się na rozwój, przedsiębiorczości i innowacyjnego myślenia. Stworzenia Muzeum Sera (lub szerzej muzeum nabiału/produktów mlecznych) we współpracy z Mleczarnią Turek (lub bez niej) wykorzystałoby potencjał tej marki dopóki istnieje (w wywiadach rozmówcy przytaczali często żal związany z zaniedbaniami prowadzącymi do zniszczenia np. kolejki wąskotorowej, rozebrania torów przez kopalnie do Władysławowa, zdekapitalizowanie ciekawych zabytków, historii, że włókiennictwo w Łodzi zaczęło się od Turku, itp.). W różnych miejscowościach procesy przekształceniowe wyrugowały zupełnie dawne „marki" (np. piwo EB kojarzone z Elblągiem zniknęło z rynku, pomimo faktu, że browar w Elblągu jest piątym co do wielkości browarem w Polsce). Opracowanie biznes planu przedsięwzięcia i podjęcie partnerskiej próby współpracy w tym zakresie przyczyniło by się do wzmocnienia marki „Turek" tym bardziej, że decyzje o jej funkcjonowaniu nie są podejmowane lokalnie (marka może szybko zniknąć, tym bardziej, że z logo usunięto już dominujące budynki – Rys. 19). Z drugiej strony Wielkopolska z wiodącą rolą Poznania jest przykładem współpracy i chwalenia się firmami i markami, które są produkowane na tym obszarze (kierunek pozycjonowania marki). Gouda, Edam, Camembert, Gorgonzola, to tylko kilka przykładów doskonałej promocji miejsca przez produkt. Współpraca powinna dotyczyć zakładów mleczarskich, lokalnej gastronomi, lokalnej sieci handlowej, ale także zakładami mleczarskimi z całej Polski i z innymi podobnymi przedsięwzięciami – (muzeum w Amsterdamie, Muzeum Twarożków Ołomunieckich – Loštice, Muzeum Nabiału - Laval).

Rysunek 19: Inspiracja dla produktu „Tkane wioski tureckie" –



Źródło: Logo Grupa Bongrain – zmiana logo, opracowanie własne.

Główna motywacja do skorzystania z produktu (rdzeń produktu):

Realizacja potrzeb poznawczych związanych z poznawaniem miejsc związanych z historią i kulturą materialna i kulinarną obszaru powiatu tureckiego, ale tez całej Polski.

Cechy markowego produktu:

„Muzeum Sera" jest: pobudzające, ze smakiem, pachnące, edukujące, tradycyjne, twórcze.

Grupy docelowe:

Nabywcami produktu będą segmenty scharakteryzowane w rozdziale 4 tej części: poszukiwacze inności, odkrywcy dziedzictwa kulturowego, uczestnicy imprez kulturalnych. Ponadto produkt powinien być adresowany do rodzin. Nabywcami produktu mogą być również osoby lubiące potrawy nabiałowe, miłośnicy kulinariów, młodzież szkolna.

Czasokres produktu:

Ponieważ jest to produkt turystyki ale połączony z działalnością handlową może być otwarty całorocznie. Większość usług możliwych do realizacji w zamkniętych pomieszczeniach muzeum może być świadczona całorocznie (np. lekcje, warsztaty, prezentacje).

Kluczowe atrakcje, na których będzie oparty produkt:

Jest to całkowicie nowy produkt i oprócz odwołań do serów „Turek" i tradycji mleczarskich powiatu tureckiego i krów obecnych w krajobrazie lokalnym, nie ma oparcia dla tego produktu. Nowe propozycje powinny uwzględniać następujące elementy: ekspozycja urządzeń i produktów mlecznych, pokazy produkcji, sklep, restauracja, warsztaty połączone z degustacją.

Nowe propozycje dla produktu:

Inicjatywa może być rozwinięta do powstania interaktywnego i edukacyjnego obiektu w którym będzie innowacyjne muzeum nabiału pełniące nie tylko funkcje muzealne, ale również edukacyjne, prezentacyjne, pokazowe, gastronomiczne wraz z laboratoriami dla lokalnych wytwórców (współpraca z laboratoriami, ośrodkami badawczymi, uczelniami, szkołami). Turek stałby się „polską Goudą" – miasta słynnego z wyrobu sera o tej nazwie. Powstanie serowej mapy Polski (wzorem np. Hiszpania - www.cheesefromspain.com/spanish-cheese-guide) i hasło promocyjne: SERdecznie – powiat turecki.

Co wyróżnia produkt:

Jednym z najważniejszych wyróżników tego obszaru i istotnym elementem tożsamości są miejscowe tradycje mleczarskie i utrzymujące się skojarzenia w Polsce nazwy Turek z serem. Istotny jest również duży udział hodowli krów w gospodarstwach rolnych.

Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie i partnerzy:

Turkowska Unia Rozwoju, Urząd Miejski w Turku, Starostwo Powiatowe w Turku, ew. gminy powiatu tureckiego, Grupa Bongrain, lokalna gastronomia, funkcjonujące w okolicy sieci handlowe, lokalni wytwórcy.

Finansowanie produktu:

Budżety Miasta Turku i Powiatu Tureckiego, środki partnerów i sponsorów, Fundusz Promocji Mleka (ARR) która m.in. finansuje pikniki produktów mlecznych, kampanie promujące sery, wydawnictwa, targi i wystawy, Program Operacyjny Wiedza i Rozwój, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, RPO WW.

Benchmarking – inspiracje: Muzeum Nabiału w Laval (Francja) Sulphur Springs (USA), Imavere (Estonia).

6 Koncepcja polityki cenowej, dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

6.1 Rekomendacje dla polityki cenowej produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

Analiza wykazała, że przeważająca część usług oferowanych przez samorządy lokalne obszaru powiatu tureckiego i ich jednostki organizacyjne jest świadczona nieopłatnie. Natomiast usługi noclegowe w Turku i okolicach są mało konkurencyjne pod względem cenowym względem sąsiednich miast: Konina i Kalisza. Podmioty, które będą zarządzać wdrażaniem niniejszej strategii (lider – Miasto Turek, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. i gminy powiatu tureckiego, mają ograniczony wpływ na politykę cenową usługodawców turystycznych. Obecnie ceny są mało konkurencyjne, ponieważ obiektów noclegowych jest niewiele i niewielu jest korzystających z tych usług (jak wykazała analiza przeprowadzona przez autorów strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego, wykorzystanie bazy noclegowej jest obecnie na niskim poziomie i wynosi ok. 20%).

Budowanie i wprowadzanie na rynek zaproponowanych produktów turystycznych powinno zapewnić większy wpływ na politykę cenową. Aby tak się stało, zalecane jest opracowanie i wdrożenie w ramach niniejszej strategii marketingowej produktu turystycznego systemu dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych. Umożliwi to również większą kontrolę nad budowaniem i wprowadzaniem na rynek produktów turystycznych dla obszaru powiatu tureckiego i zwiększy szansę za ich utrzymanie. Proponowane rozwiązanie dotyczy powołanie Lokalnej Organizacji Turystycznej – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej. Był by to podmiot koordynujący całościowe wdrażanie niniejszej strategii, w tym nadzorowanie budowania i wprowadzania na rynek wszystkich produktów, określanie polityki cenowej, świadczący usługi informacji turystycznej całego obszaru, będący lokalnym biurem podróży. Koordynowałby również wszystkie działania dotyczące informacji i promocji turystycznej, w tym organizacji systemu badań. Koncepcja ta zastanie rozwinięta w części operacyjnej, w propozycji projektów o charakterze zintegrowanym.

Większość produktów turystycznych, jakie będą wprowadzane na rynek w wyniku realizacji niniejszej strategii, to nowe produkty: „tkane wioski tureckie”, „Turecki Park Kulturowy”, „Szlak Getta Ziemi Tureckiej”, „Muzeum Sera”. Aktualnie istnieją (i są sprzedawane) elementy następujących produktów: „W siodle” i „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda”. Niemniej, również dla tych produktów zaproponowano nowe elementy, które w zespoleniu z już istniejącymi będą tworzyć markowy produkt turystyczny. Te nowe propozycje będę stanowić elementy łącznikowe, spajające koncepcję wymienionych produktów zintegrowanych. Stworzenie tych elementów będzie gwarantować, że uda się wykreować i wprowadzić na rynek produkty te, jako markowe produkty turystyczne. Przedstawione uzasadnienie implikuje konieczność określenia strategii cenowej dla produktów turystycznych obszaru powiatu turystycznego.

Istnieją dwa zasadnicze modele ustalania strategii cenowej, również w odniesieniu do produktu turystycznego: strategia według formuły popytowej i strategia według formuły konkurencyjnej. W przypadku obszaru powiatu tureckiego produkty proponowane do opracowania i wdrożenia są produktami nowymi, co uzasadniałoby zastosowanie formuły popytowej. Jednocześnie, strategia rozwoju obszaru funkcjonalnego zalecała zastosowanie w przedmiotowym zakresie strategii

konkurencyjnej, przy czym rekomendacja ta odnosi się zasadniczo do strategii rozwoju turystyki. Uzasadnieniem dla strategii konkurencyjnej jest to, że obecnie powiat turecki zamierza zaistnieć ze swoimi produktami na rynku turystycznym. Należy pamiętać, że obszar ten ma silną konkurencję bezpośrednią w najbliższym otoczeniu geograficzny, która ma atrakcyjny produkt, rozpoznany przez rynek i dostępny w różnych kanałach dystrybucji (chodzi o powiat koniński). Wprowadzający na rynek nowe produkty zarządzające wdrażaniem niniejszej strategii powinni uważnie badać rynek konkurencyjny i rejestrować zachodząca na nim zmiany, a następnie elastycznie dopasowywać politykę cenową. Dotyczy to zwłaszcza produktów, które będą komercjalizowane przez Lokalną Organizację Turystyczną – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej. W początkowej fazie należało będzie zastosować ceny promocyjne, które pozwolą na zainteresowanie potencjalnych nabywców i będą stanowić czynnik decydujące o wyborze oferty powiatu tureckiego, zamiast ościennych konkurentów, np. w przypadku produktów związanych z turystyką rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną).

Rysunek 20: schemat wyznaczania polityki cenowej dla produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

6.2 Założenia dystrybucji produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

Wdrażanie zaproponowanych markowych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego powinno znaleźć kontynuację w postaci następujących działań:

- sieciowanie produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego,
- komercjalizacja produktów w postaci ofert gotowych do wprowadzenia do kanałów dystrybucji,
- umieszczenie produktów w kanałach dystrybucji,
- promocja skomercjalizowanych produktów turystycznych w formule sieciowej (opisana w kolejnym punkcie tego rozdziału).

Przedstawione w punktach główne działania wdrożeniowe dla produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego powinno przebiegać zgodnie z wskazaniami zawartymi przy każdym z produktów,

natomiast na poziomie ogólnym w procedurach wdrożeniowych powinny zawierać się następujące etapy:

- podział zadań pomiędzy lidera i partnerów oraz ustalenie szczegółowego harmonogramu wdrażania oraz sporządzenie kosztorysów poszczególnych produktów,
- nawiązanie współpracy z potencjalnymi partnerami zewnętrznymi,
- pozyskanie merytorycznych współrealizatorów i ekspertów (np. historyków, ekspertów w zakresie rekultywacji terenów pokopalnianych, etnologów, ekspertów w zakresie produkcji mleczarskiej, przedstawicieli SANEPID-u),
- zabezpieczenie wkładu własnego i pozyskanie źródeł zewnętrznych,
- zbudowanie/kreowanie produktów turystycznych, pozyskanie środków na realizację (w szczególności na projekty infrastrukturalne, najbardziej kapitałochłonne i „mieszane", np. mała architektura szlaków),
- utworzenie podmiotu, który będzie mógł komercjalizować ofertę produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego (rekomendowana Lokalna Organizacja Turystyczna – Touroperator Lokalny Ziemi Tureckiej),
- docelowo Lokalna Organizacja Turystyczna – Touroperator Lokalny Ziemi Tureckiej powinna pełnić rolę Destination Marketing Organisation (DMO) – na wzór działających takich organizacji w Niemczech, Hiszpanii,
- zaproszenie do współpracy biur podróży działających w Turku, które będą zainteresowane wsparciem w budowaniu, komercjalizacji i sprzedaży produktów turystycznych obszaru (jako organizatorzy turystyczni, pośrednicy i agenci, np. dla produktów wprowadzanych na rynek przez rekomendowaną organizację, której kompetencje prezentuje rysunek 21).

Rysunek 21: Rola Lokalnej Organizacji Turystycznej – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej w kontekście systemu dystrybucji i sprzedaży.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Planując system dystrybucji produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego należy uwzględnić dostępne kanały komunikacyjne i ich dopasowanie do charakteru produktu, trendów rynkowych,

w tym oczekiwań turystów. Oprócz dystrybucji bezpośredniej, prowadzonej głównie przez Lokalną Organizację Turystyczną – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej, usługodawców (sprzedających pojedyncze usługi składające się na poszczególne produkty turystyczne) oraz w pewnym zakresie przez partnerów samorządowych, należy uwzględnić również kanały dystrybucji pośredniej, przez biura podróży, katalogi oraz portale rezerwacyjne, zyskujące coraz bardziej na znaczeniu. Należy uwzględnić, że obecnie zarówno w kanałach dystrybucji bezpośredniej, jak i pośredniej największe znaczenie ma zastosowanie mediów elektronicznych (rezerwacja on-line, telemarketing i sprzedaż telefoniczna, aplikacje na smartfony. Mając na uwadze, że powiat turystyczny nie jest postrzegany na rynku jako destynacja turystyczna, duże znaczenie będzie miało uruchomienie internetowych kanałów, przy jednoczesnym wsparciu za pomocą reklamy w mediach tradycyjnych (reklama w telewizji regionalnej, reklama w intrenecie, promocja za pomocą mediów społecznościowych).

7 Promocja obszaru powiatu tureckiego i produktów turystycznych

7.1 Promocja obszaru powiatu tureckiego

Promocja produktów turystycznych jest bardzo istotnym instrumentem działań marketingowych, który może przesądzać o sukcesie produktów. Jej głównym celem jest przekazanie na informacji o produktach turystycznych powiatu tureckiego, które będą zachęcać do skorzystania z produktu. Promocja poszczególnych produktów turystycznych nie może być oderwana od promocji i wizerunku obszaru. Na chwilę obecną nie istnieje ani strategia promocji powiatu turystycznego (promocji turystycznej, gospodarczej, adresowanej do mieszkańców), ani strategia marki obszaru. Wizerunek powiatu jest nieciągły, niespójny, brak mu zakorzenienia w tożsamości. Zaobserwować można również niespójność w komunikacji (wyrażającą się chociażby w braku konsekwencji w używaniu nazwy: powiat turecki – ziemia turecka – ziemia turkowska – „Kraina Tura", niejednoznaczności etymologii nazwy: turkowski – jak tur, czy turecki – jak Turek). Powiat nie posiada systemu identyfikacji wizualnej, ani werbalnej. Pod tym względem posiada znaczenie mniejszą pozycję konkurencyjną, niż ościenny powiat koniński, który opracował strategię marki i promocji, którą konsekwentnie realizuje, budując markę obszaru („powiat koniński – od pokoleń).

Ponieważ realizacja niniejszej strategii dotyczy przede wszystkim produktów turystycznych z uwzględnieniem procesu budowania marki dla tych produktów, kolejnym krokiem powinno być zbudowanie marki dla obszaru powiatu tureckiego. Budowanie i wprowadzanie na rynek zaproponowanych produktów turystycznych, w tym kreowanie ich wizerunku, powinny następować równolegle do prac dotyczących kreowania marki. Budowanie marki powinno być realizowane w oparciu o strategię kreowania i promocji marki obszaru powiatu tureckiego. Strategia ta powinna obejmować zarówno program budowy, jak również promocji marki. Program marki obszaru powiatu tureckiego powinien zawierać następujące elementy:

- wizję marki, zawierającą jej esencję,
- strukturę marki,
- powiązania pomiędzy marką, a produktami turystycznymi,
- wartości marki,
- pozycjonowanie marki,
- osobowość marki.

Dopiero na tej podstawie można określić kierunki wyróżniania, określić kanały komunikacyjne, dobrać adekwatne narzędzia i zaprojektować przekazy dla poszczególnych grup adresatów (czyli zaplanować promocję marki powiatu). Jak wspomniano na początku tej części opracowania, kierunek transferu marki powinien przebiegać w kierunku od produktów turystycznych, do obszaru. Opracowując koncepcję poszczególnych produktów uwzględniono wymienione wyżej elementy procesu budowania marki, właściwe dla marek produktów. Jednocześnie jednym z elementów części operacyjnej strategii jest promocja marki powiatu. Zgodnie z opisem przedmiotu zamówienia i oczekiwaniami zamawiającego rozdział ten zawiera dwa elementy: logo i hasło promocyjne dla powiatu tureckiego – ziemi tureckiej. Aby przygotować te elementy, należy zdefiniować bazowe założenia strategiczne marki powiatu tureckiego, w oparciu o które opracowano logo – znak promocyjny i hasło promocyjne. Założenia te przygotowano w oparciu o elementy procesu budowania marki, jakie zostały przypisane dla poszczególnych produktów.

Wizję marki, jaka wyraża się poprzez produkty turystyczne, można ująć w następujący sposób:

Powiat turecki to kraina o bogatym i tradycyjnym krajobrazie przyrodniczo-kulturowym, w której mieszkają gościnni i aktywni ludzie, pasjonaci gotowi dzielić się swoim doświadczeniem z odwiedzającymi.

Wizja ta ma swoje uzasadnienie i zakorzenienie w tradycjach tkackim i rolniczych tego wiejskiego w przeważającej części obszaru. W krajobrazie powiatu tureckiego – ziemi tureckiej dominują obszary zielone, spokojne, gościnne miasteczka, wsie i przysiółki, które kryją w sobie bogactwo tradycji, które nie jest dostrzegalne na pierwszy rzut oka, wymaga odkrywania, bycia prawdziwym pasjonatem. Odkrywcy ziemi tureckiej będą mogli przekonać się, że jest to kraina mlekiem i miodem płynąca, osłodzona owocami, pachnąca chlebem i potrawami regionalnymi, w tym opartymi na ziemniakach. Wprawdzie górnictwo węgla brunatnego przekształciło krajobraz tego terenu, jednak wkrótce wzbogaci go jednak o nowe tereny zielone, rekreacyjne i rolne. Powiat turecki stanie się jeszcze bardziej spokojny, tradycyjny, zwrócony na swoją tożsamość związaną z rzemiosłem tkackim i przetwórstwem mleka. Tak sformułowana wizja koresponduje z zaproponowanymi produktami, w szczególności z: „Tkanymi wioskami tureckimi", „Tkackim Parkiem Kulturowym" i „Muzeum Sera". Powiat turecki ma jednak swoją drugą twarz, zaakcentowaną w wizji przez aktywność mieszkańców. Powstające zbiorniki wodne i ich otoczenie stwarzają warunki do uprawiania różnego rodzaju sportów, również ekstremalnych.

Struktura marki to poziomy, przez które będzie realizowana strategia. Pierwszym opracowanym poziomem jest koncepcja markowych produktów turystycznych powiatu tureckiego. Równolegle mogą powstawać również produkty dla przedsiębiorców i mieszkańców (np. w efekcie realizacji strategii rozwoju dla obszaru funkcjonalnego). Produkty te są powiązane z pierwszym poziomem, jakim jest marka obszaru powiatu tureckiego. Poziomem pośrednim są akcentowane dwie twarze powiatu tureckiego, który można określić, jako tradycyjny i aktywny jednocześnie. Jest to poziom submarek. Przy tak sformułowanych założeniach strategicznych produkty turystyczne będą wpływać na budowanie marki obszaru.

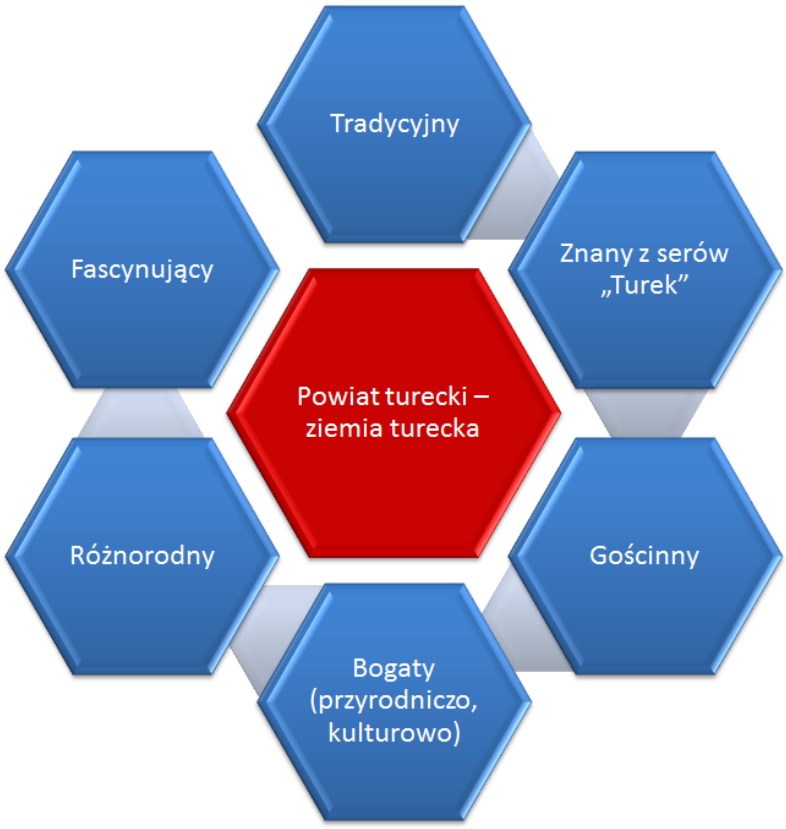
Wartości marki zawierają się przede wszystkim z tradycjach powiatu tureckiego, w tym, co określa jego tożsamość: tradycjach tkackich, rolnych, wytwarzaniu produktów mlecznych. Ten ostatni element jest „bramą" do wytwarzania produktów tradycyjnych i regionalnych, z których będzie znany powiat turecki. Wartości te wyrażają się poprzez sielski wypoczynek wśród lasów i wsi powiatu

tureckiego, odrywaniu bogactwa lokalnej kultury, możliwościach relaksu i wytchnienia, jak również rozrywki i zabawy. Na drugim biegunie są wartości związane z aktywnością mieszkańców, ich zaangażowaniem, pasją, twórczym nastawieniem, jak również wchodzeniem w interaktywne i dynamiczne relacje z odwiedzającymi.

Propozycja pozycjonowania marki odwołuje się do wspominanych dwóch twarzy, a więc różnorodności obszaru: z jednej strony tradycja i spokój, z drugiej aktywność, pasja, zabawa, rozrywka i sporty ekstremalne. Powiat turecki powinien być pozycjonowany, jako różnorodny obszar „na styku" (województw, kultur, spokoju i aktywności, szlaków, wpływów).

Osobowość marki to jej charakter, wyrażający się w cechach wizerunkowych oraz temperament. Powiat turecki odnosi się w swojej symbolice zawartej w herbie i herbach niektórych gmin do tura. Tur to zwierzę pierwotne, silne, tradycyjne, żyjące w puszczy, symbolizujące stałość, oparcie, fascynujące (ponieważ wymarłe). Te cechy charakterologiczne korespondują z przedstawionymi wcześniej elementami marki obszaru powiatu tureckiego. Jednocześnie odpowiednie cechy wizerunkowe zostały przypisane poszczególnym produktom turystycznym. Cechy te również wykazują spójność z przedstawioną koncepcją strategii marki. Z charakterystyką tura produkty i koncepcję strategii marki łączą 2 cechy: tradycyjny u fascynujący. Poniższy schemat (rysunek 22) prezentuje cechy, jakie wybrano z produktów turystycznych, które są wspólne dla tych produktów i które najlepiej oddają osobowość marki powiatu tureckiego.

Rysunek 22: Kluczowe cechy wizerunkowe wyrażone w produktach turystycznych dla obszaru powiatu tureckiego.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

7.2 Promocja produktów turystycznych

Promocja produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego powinna uwzględniać wszystkie narzędzia mix-u promocyjnego:

- reklama
- public Relations
- promocja sprzedaży,
- sprzedaż bezpośrednia
- informacja turystyczna,
- badania rynkowe.

Wskazania do promocji produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego powinny za każdym razem uwzględniać specyfikę konkretnego produktu, charakter odbiorcy docelowego oraz możliwości współpracy. Zaleca się korzystanie z mediów elektronicznych, nowych form marketingu, jak marketing wirusowy i szeptany, współpracy sponsoringowej i z mediami branżowymi. Zrezygnować natomiast powinno się z szerokiej promocji walorów i atrakcji, w tym na targach turystycznych, w mediach, która jest kosztowna i w tym przypadku nieadekwatna do fazy cyklu życia produktu oraz jego charakteru.

- stworzenie podstron www produktów na stronach podmiotów zaangażowanych w jego tworzenie,
- strony www partnerów,
- lokalna i regionalna prasa,
- telewizja regionalna województw wielkopolskiego i łódzkiego,
- kanały telewizji internetowej,
- specjalistyczne portale internetowe,
- regionalne media, w tym specjalistyczne,
- branżowe media (turystyka, kultura, sport, kulinaria),
- stworzenie platformy internetowej wymiany informacji na portalach społecznościowych (np. Facebook),
- wykorzystanie aplikacji na urządzania mobilne,
- nośniki reklamy zewnętrznej, w tym reklama mobilna, city light, reklama na telebimach w Poznaniu i Łodzi (zalecana szczególnie dla produktów „Tkacki Park Kulturowy" i „Muzeum Sera Miasta Turku"),
- powiadamianie SMS,
- specjalne stoisko na prezentacje targowe i w centrach handlowych, nawiązujące do konwencji „tkanych wiosek tureckich",
- opracowanie systemu jednolitej identyfikacji wizualnej linii markowych produktów turystycznych, nawiązującej do koncepcji strategii marki i zaproponowanego logo,
- opracowanie w i wdrożenie jednolitego oznakowania szlaków i atrakcji,
- opracowanie i wydanie folderu, map do poszczególnych produktów,
- współpraca z lokalnymi agencjami promocyjnymi w pozyskaniu środków na promocję.

Kluczowe znaczenie będzie miało stworzenie w ramach odrębnego opracowania strategicznego planu promocji turystyki i produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego, zaproponowanych

w niniejszej strategii. Kolejnym krokiem powinna być zatem strategia kreowania i promocji marki powiatu tureckiego, opracowania w oparciu o koncepcję strategii, przedstawioną w niniejszym rozdziale

Część III
Część operacyjna: wdrażanie „Strategii marki i produktu turystycznego dla obszaru powiatu tureckiego”

1 Propozycje projektów o charakterze zintegrowanym z uwzględnieniem zasobów przyrodniczych i kulturowych oraz określeniem źródeł finansowania

1.1 Założenia do opracowania projektów zintegrowanych

Realizacja strategii marketingowej produktu turystycznego dla obszaru powiatu turystycznego wymaga zaplanowania systemu organizacji wdrożenia. Cel nadrzędny strategii będzie realizowany za pomocą celów strategicznych i operacyjnych:

- narzędziem do realizacji celu strategicznego 1.: Zaistnienie na rynku turystycznym atrakcyjnych, innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego będą zaproponowane produkty turystyczne,
- cel 2: Zwiększenie zainteresowania ofertą turystyczną powiatu turystycznego poprzez wypromowanie produktów turystycznych i zbudowanie wizerunku marki obszaru będzie realizowany poprzez opracowanie strategii promocji dla marki i produktów turystycznych,
- cel 3.: Zapewnienie skuteczności w dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych powiatu tureckiego dzięki zbudowaniu i wzmocnieniu systemu zarządzania i współpracy sieciowej w turystyce zostanie zrealizowana poprzez powołanie Lokalnej Organizacji Turystycznej – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej i wypełnienie przez ten podmiot zaplanowanych celów,
- cel 4.: Rozwój zagospodarowania turystycznego niezbędnego do wprowadzenia na rynek i skutecznego utrzymania produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego, jako niezbędny do osiągnięcia celu 1, będzie realizowany poprzez działania zaplanowane w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego (cele omówione również w rozdziale 1 części II niniejszego dokumentu).

Na poziomie operacyjnym cele będą realizowane poprzez projekty strategiczne. Projekty te wskazują na konkretne zadania, które będą podejmowane w określonym czasie, w uwzględnieniem zasobów przyrodniczych i kulturowych obszaru powiatu tureckiego oraz określeniem źródeł finansowania. W szczególny sposób uwzględniono projekty, które mają możliwość realizację pierwszego celu strategicznego. Są to projekty dedykowane poszczególnym produktom turystycznym. Obejmować będą zadania z zakresu organizacji wdrożenia, co ma umożliwić budowanie produktów i ich skuteczne wprowadzenie na rynek. Jak zaplanowano, całościową koordynację nad budowaniem i wprowadzeniem na rynek produktów sprawować będzie Lokalna Organizacja Turystyczna – Touroperator Lokalny Ziemi Tureckiej. Jest to 6 projektów, każdy odnosi się do innego z zaproponowanych produktów.

Poniżej przedstawione są propozycje strategicznych projektów dla poszczególnych celów strategicznych. Każdy z 9 projektów dla 4 celów strategicznych zostanie opisany w dalszej części rozdziału w postaci kart projektu, w których zostaną zawarte wszystkie elementy niezbędne do realizacji projektów. Wszystkie projekty mają charakter zintegrowani: integrują nie tylko partnerów projektu (wszystkich, o ile jest taka możliwość), ale również zasoby przyrodnicze, kulturowe, rzeczowe i organizacyjne, pasje i umiejętności liderów i lokalnej społeczności. Pozwolą również zaktywizować lokalną społeczność.

Tabela 20: Projekty strategiczne dla poszczególnych celów strategicznych.

Cel strategiczny 1.: Zaistnienie na rynku turystycznym atrakcyjnych, innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego	
1.	Organizacja Tureckiego Centrum Rękodzieła
2.	Powołanie Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej”
3.	Stworzenie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej
4.	Organizacja Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle” w Kawęczynie
5.	Powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze”
6.	Powołanie zespołu programowego produktu „Muzeum Sera Miasta Turek”
Cel strategiczny 2.: Zwiększenie zainteresowania ofertą turystyczną powiatu turystycznego poprzez wypromowanie produktów turystycznych i zbudowanie wizerunku marki obszaru	
1.	Zbudowanie marki powiatu tureckiego poprzez m.in. opracowanie strategii promocji marki
Cel strategiczny 3.: Zapewnienie skuteczności w dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych powiatu tureckiego dzięki zbudowaniu i wzmocnieniu systemu zarządzania i współpracy sieciowej w turystyce	
1.	Utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej “Kraina Tura” wraz z systemem analogowej i cyfrowej informacji turystycznej
Cel strategiczny 4.: Rozwój zagospodarowania turystycznego niezbędnego do wprowadzenia na rynek i skutecznego utrzymania produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego	
1.	Stworzenie systemu zintegrowanego oznakowania turystycznego atrakcji turystycznych i szlaków kulturowych ziemi tureckiej

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

1.2 Propozycje projektów o charakterze zintegrowanym

1.2.1 Projekty dla celu strategicznego 1.: Zaistnienie na rynku turystycznym atrakcyjnych, innowacyjnych i konkurencyjnych produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

Tabela 21: Karta projektu Organizacja Tureckiego Centrum Rękodzieła.

Nazwa projektu: Organizacja Tureckiego Centrum Rękodzieła

Cele projektu i jego uzasadnienie:

1. Stworzenie miejsca i podmiotu konsolidującego środowiska twórcze i artystyczne obszaru powiatu tureckiego, z uwzględnieniem gmin ościennych.
2. Powołanie podmiotu odpowiedzialnego za operacyjne wdrażanie i koordynację działań zaplanowanych dla budowania i wprowadzenia na rynek produktu „Tkane wioski tureckie”.
3. Zapewnienie przestrzeni na organizację Galerii Rzemiosła Ziemi Tureckiej, sklepu.
4. Promocja rękodzielnictwa ziemi tureckiej.
5. Powstanie oryginalnych produktów regionalnych, w tym kulinarnych.
6. Zwiększenie atrakcyjności turystycznej obszarów wiejskich ziemi tureckiej.

Uzasadnienie realizacji projektu:

Obecnie brakuje przestrzeni i warunków organizacyjnych dla organizacji i koordynacji współpracy rękodzielników, pszczelarzy, producentów produktów lokalnych, pasjonatów. Nie istnieje zrzeszająca ich organizacja i działają w ramach współpracy z LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. poprzez to mają oni utrudnione dotarcie ze swoimi produktami do potencjalnych nabywców. Potrzebują wsparcia w zakresie promocji i sprzedaży, jak również ułatwienia organizacji (szkoleń w zakresie sprzedaży, uruchomienia tego typu działalności), jak również stworzenia dla nich forum współpracy i wymiany informacji. Tym forum będzie centrum, które będzie nie tylko budynkiem, ale przede wszystkim miejscem spotkań, prezentacji, szkoleń, warsztatów, a przede wszystkim „centrum dowodzenia” w budowaniu produktu „Tkane wioski tureckie”.

Rola centrum:

1. Prowadzenie Galerii Rzemiosła Ziemi Tureckiej.
2. Prowadzenie „Sklepu Swojskich Klimatów”.
3. Organizacja Klubu Rzemiosła Ziemi Tureckiej.
4. Uczestnictwo w budowaniu i wprowadzaniu na rynek produktu „Tkane wioski tureckie”.
5. Organizacja warsztatów rękodzielniczych, zajęć edukacyjnych.
6. Udział w opracowaniu Katalogu Rzemiosła Ziemi Tureckiej.

7. Współpraca przy organizacji Dni Rzemiosła Ziemi Tureckiej.
8. Tworzenie we współpracy z LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. oryginalnych produktów regionalnych.
9. Udział w administrowaniu i aktualizacji portalu internetowego „Tkane wioski ziemi tureckiej".
10. Udział w promocji produktu „Tkane wioski Tureckie".

Zadania przewidziane w projekcie:

1. Określenie lokalizacji centrum w kontekście możliwości finansowania jego uruchomienia.
2. Wynajęcie lub zakup siedziby centrum.
3. Pozyskanie źródła finansowania centrum (z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich, ew. z innych źródeł).
4. Powołanie i rejestracja Klubu Rzemiosła Ziemi Tureckiej.
5. Utworzenie struktur osobowych i rzeczowych, które będą organizować pracę centrum.
6. Opracowanie planu organizacji i funkcjonowania Centrum.
7. Opracowanie we współpracy z LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. planu budowania i wprowadzania na rynek produktu „Tkane wioski tureckie".
8. Realizacja przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.1. części II strategii, niezbędnych do zbudowania produktu.

Integrowane zasoby:

1. Jest to projekt o charakterze sieciowym, który integruje wszystkie gminy powiatu tureckiego, Powiat Turecki, Turkowską Unię Rozwoju T.U.R.
2. Integracja zasobów kulturowych obejmuje wszystkie podmioty wymienione w rozdziale 5.2.1. części II strategii, dotyczącym produktu „Tkane wioski tureckie", a także same wsie powiatu tureckiego, z ich historią, kulturą, tradycjami, potencjałem mieszkańców, ich umiejętnościami, charakterystycznymi cechami, odzwierciedlającymi tożsamość obszarów wiejskich powiatu tureckiego i gmin ościennych.
3. Projekt ten integruje w mniejszym stopniu zasoby przyrodnicze, które są raczej atrakcyjnym tłem dla produktu „Tkane wioski tureckie": korzystający z oferty centrum i innych elementów produktu będą mieli kontakt z otoczeniem przyrodniczym podczas podróży szlakiem „Tkanych wiosek tureckich".

Lider projektu:

Rekomendowanym liderem projektu jest LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., które została również zaproponowana na lidera produktu „Tkane wioski tureckie". Powołanie przez LGD Tureckiego Centrum Rękodzieła ma za zadanie odciążyć tę organizację od operacyjnych działań związanych z organizacją produktu, którymi może zajmować się centrum.

Partnerzy projektu:

Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki, gminy ościenne – członkowie LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., rękodzielnicy, pasjonaci, stowarzyszenia, zespoły artystyczne, folklorystyczne wymienione w rozdziale 5.2.1. części II strategii.

Planowany termin realizacji:

Lata 2015-2020.

Źródła finansowania projektu:

Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego na lata 2014-2020 (Oś Priorytetowa 4. Środowisko, CT 6.3 c.: Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego - Zwiększona atrakcyjność obiektów kultury regionu, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 (Oś VI Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego), środki Ministra Kultury.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 22: Karta projektu Powołanie Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej".

Nazwa projektu: Powołanie Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej"
Cele projektu: 1. Powołanie podmiotu odpowiedzialnego za koordynację budowy i prowadzania na rynek „Tkackiego Parku Kulturowego". 2. Wzrost atrakcyjności obszaru powiatu tureckiego poprzez podjęcie działań mających na celu stworzenie dużej i istotnej atrakcji kulturowej. 3. Promocja tożsamości obszaru poprzez tradycje tkacie, przedstawione w atrakcyjnej i nowoczesnej formie, jakiej oczekuje współczesny turysta.
Uzasadnienie realizacji projektu: W powiecie tureckim brakuje wyróżnialnego miejsca – atrakcji, w oparciu o którą budowany byłby produkt turystyczny, mający siłę przyciągania turysty masowego. Jednocześnie taki produkt powinien mieć silne zakorzenienie w tożsamości obszaru. W strategii marketingowej produktu zaproponowano utworzenie „Tkackiego Parku Kulturowego", określono, jaką

rolę i zadania miałby pełnić, jakie świadczyć usługi. Stworzenie parku jest przedsięwzięciem wymagającym zaangażowania i nakładów (organizacyjnych, osobowych, procesowych, rzeczowych, finansowych). Powodzenie parku jest również uzależnione od współpracy ze specjalistami i przemyślanej promocji. Z tego względu zakres przedsięwzięcia wykracza poza możliwości jednego podmiotu. Rekomendowane jest utworzenie konsorcjum projektowego, w którego skład wejdą samorządy powiatu tureckiego, instytucje kultury, eksperci. Zespołowa praca umożliwi realizację zaplanowanych celów, w tym zbudowanie i wprowadzenie na rynek produktu turystycznego „Tkacki Park Kulturowy" poprzez realizację przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.2. części II strategii.

Rola konsorcjum:

1. Koordynowanie prac związanych z opracowaniem koncepcji stworzenia parku, budową produktu i jego wprowadzaniem na rynek.
2. Konsultacje z partnerami i ekspertami oraz realizacja badań dokumentacyjnych związanych z utworzeniem parku.
3. Określenie i zarekomendowanie modelu funkcjonowania parku.
4. Poszukiwanie źródeł finansowania i przygotowywanie wniosków projektowych.
5. Opracowanie planu promocji parku.
6. Operacyjne zarządzanie produktem.
7. Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, mających na celu zaistnienie atrakcji w świadomości uczestników ruchu turystycznego.
8. Współpraca z Lokalną Grupą Działania Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. i Tureckim Centrum Rękodzieła w zakresie powiązań pomiędzy „Tkackim Parkiem Kulturowym", a „Tkanymi wioskami tureckimi" („Tkacki Park Kulturowy" jest rekomendowany jako jedna z tematycznych wiosek).
9. Opracowanie modelu wzajemnego funkcjonowania i współpracy Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera (ekspozycja tkacka, warsztaty, pracowania tkacka) i „Tkackiego Parku Kulturowego".

Zadania przewidziane w projekcie:

1. Określenie modelu funkcjonowania Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej".
2. Powołanie członków konsorcjum, formalizacja jego działania (zgodnie z przyjętym modelem).
3. Zaproszenie partnerów i sponsorów.
4. Ustalenie priorytetów organizacyjnych.
5. Zapewnienie zasobów kadrowych, ew. zatrudnienie ekspertów zewnętrznych.
6. Zapewnienie finansowania funkcjonowania konsorcjum w trakcie budowania i wprowadzania na rynek produktu „Tkacki Park Kulturowy".
7. Realizacja przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.2. części II strategii, niezbędnych do zbudowania produktu.
8. Nawiązanie współpracy z innymi miastami tkackimi w Polsce i w Europie, muzeami, parkami, przyłączenie się do sieci miast tkackich.

Integrowane zasoby:

1. Projekt integruje w mniejszym stopniu gminy i jest zaadresowany głównie do: Miasta Turek, Gminy Turek, Gminy Władysławów, powinien zaangażować się w niego również Powiat Turecki.
2. Istotne znaczenie mają w tym projekcie zasoby kulturowe, w szczególności instytucje kultury związane z tradycjami tkackimi, przede wszystkim Muzeum Miasta Turku, jak również walory i atrakcje związane z rzemiosłem tkackim.
3. Zasoby przyrodnicze mają w tym produkcie znacznie głównie w kontekście umiejscowienia „Tkackiego Parku Kulturowego" na otwartej przestrzeni, w otoczeniu kulturowo-przyrodniczym powiatu tureckiego.

Lider projektu:

Rekomendowanym liderem projektu jest Miasto Turek poprzez swoją jednostkę organizacyjną – Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera. Uzasadnienie takiego wyboru zostało przedstawione w koncepcji produktu „Tkacki Park Kulturowy", w rozdziale 5.2.2. części II strategii.

Partnerzy projektu:

Gmina Turek (przewidziano również możliwość utworzenia parku już na obszarach gminy wiejskiej Turek), Gmina Władysławów, Powiat Turecki, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., eksperci merytoryczni (historycy, etnolodzy, specjaliści w zakresie produktów turystyki kulturowej, w tym kulturowych parków rozrywki, parków tematycznych).

Planowany termin realizacji:

Lata 2015-2020.

Źródła finansowania projektu:

Budżety Miasta Turek, Gminy Turek, Gminy Władysławów i Powiatu Tureckiego, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego na lata 2014-2020 (Oś Priorytetowa 4. Środowisko, CT 6.3 c.: Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego - Zwiększona atrakcyjność obiektów kultury regionu, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 (Oś VI Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego), Program Operacyjny Wiedza, Edukacja, Rozwój, Program Inteligentny Rozwój, Mechanizmu Norweskiego, środki Ministra Kultury.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 23: Karta projektu Stworzenie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej.

Nazwa projektu: Stworzenie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej

Cele projektu:

1. Utworzenie podmiotu odpowiedzialnego za budowanie i wprowadzanie na rynek produktu turystycznego „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej".
2. Powołanie miejsca – obiektu, ale również instytucji i płaszczyzny współpracy zajmującej się historią Żydów na obszarze powiatu tureckiego oraz wzajemnego oddziaływania kultury żydowskiej, niemieckiej i polskiej.
3. Zapewnienie zaplecza lokalowego i instytucjonalnego dla produktu turystycznego „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej".
4. Zachowanie i ochrona dziedzictwa związanego z kulturą żydowską.
5. Promowanie miejsc i zachowanych obiektów związanych z kulturą żydowską w powiecie tureckim.

Uzasadnienie realizacji projektu:

Pamiątki kultury żydowskiej na ziemi tureckiej zostały zniszczone w czasie II Wojny Światowej przez Niemców. W innych powiatach (np. w konińskim) stan zachowania zabytków tej kultury jest lepszy. Utworzenie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej byłoby rozwinięciem inicjatywy podjętej przez Gminę Kawęczyn (tablica upamiętniająca getto w Czachulcu), pomogłoby gromadzić zachowane pamiątki po bytności Żydów na tym terenie, jak również budowania w oparciu o ten obiekt/instytucję szlak kulturowy, których obecnie brakuje w powiecie tureckim. Potrzebne jest miejsce, które będzie stanowić punkt centralny szlaku, który będzie można zwiedzać, a jednocześnie instytucja, która będzie organizować produkt, dbać o upamiętnienie tej nacji i jej historii. Podmiot ten mógłby stanowić docelowo równie rodzaj centrum pojednania, które edukowałoby różne grupy w zakresie trudniej historii trzech narodów, uczyłoby tolerancji i szacunku.

Rola centrum:

1. Odpowiedzialność za stworzenie „Szlaku Getta Ziemi Tureckiej" i zarządzanie tym produktem (od kreowania – opracowania koncepcji szlaku, po wprowadzenie na rynek i utrzymanie).
2. Operacyjne zarządzanie produktem.
3. Prowadzenie pawilonu wystawienniczego, prezentującego pamiątki związane z kulturą żydowską i obecnością tej nacji na ziemi tureckiej.
4. Działalność edukacyjna: prelekcje, warsztaty, zajęcia lekcyjne dla dzieci i młodzieży, prezentacje filmowe.
5. Prowadzenie badań historycznych i etnograficznych dot. kultury żydowskiej.
6. Współpraca z Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera, domami kultury gmin powiatu tureckiego.
7. Organizacja wydarzenia historyczno-kulturalnego obchody Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej.
8. Nawiązanie współpracy z zarządzającymi szlakami związanymi z kulturą żydowską w powiatach ościennych, w tym województwa łódzkiego, w celu włączenia szlaku w sieć szlaków o znaczeniu ponadregionalnych.
9. Współpraca ze środowiskami żydowskimi.
10. Promocja kultury żydowskiej oraz wielokulturowości obszaru powiatu tureckiego.

Zadania przewidziane w projekcie:

1. Wyznaczanie siedziby centrum, najlepiej w Czachulcu, na terenie dawnego getta.
2. Zbudowanie zespołu, które będzie stanowić trzon centrum (do czasu utworzenia siedziby centrum mogłoby funkcjonować jako komórka w siedzibie Gminy Kawęczy, Miasta Turku lub Powiatu Tureckiego): centrum powinno składać się z przedstawicieli gmin partnerów zaangażowanych w realizację projektu, instytucji kultury, historyków, pasjonatów, etnografów i etnologów, warto również zaprosić przedstawicieli społeczności żydowskich.
3. Wybór formy organizacyjnej centrum (stowarzyszenie, samorządowa jednostka organizacyjna, spółka, konsorcjum, paserstwo publiczno-prywatne).
4. Pozyskanie dofinansowania na zbudowanie i funkcjonowanie centrum.
5. Opracowanie planu funkcjonowania centrum i pracy nad budowaniem i wprowadzaniem na rynek produktu turystycznego „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej".
6. Organizacja funkcjonowania centrum.
7. Realizacja przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.3. części II strategii, niezbędnych do zbudowania produktu.

Integrowane zasoby:

1. Projekt integruje zasoby samorządów obszaru: Gminę Kawęczyn, Miasto Turek, Gminę Władysławów. Gmina Tuliszków, Gmina Malanów, Gminę Dobra.
2. Istotne znaczenie mają w tym projekcie zasoby kulturowe, w szczególności instytucje kultury związane z tradycjami tkackimi, przede wszystkim Muzeum Miasta Turku, jak również domy kultury gmin partnerów, organizacje zajmujące się zachowaniem i promocją dziedzictwa kulturowego.
3. Zasoby przyrodnicze są istotne poprzez poprowadzenie szlaku przez cenne przyrodniczo obszary powiatu tureckiego, w tym Złotogórski Obszar Chronionego Krajobrazu, a samo centrum powstałoby w otoczeniu lasu.

Lider projektu:

Rekomendowanym liderem projektu jest Gmina Kawęczyn. Uzasadnienie takiego wyboru zostało przedstawione

w koncepcji produktu „Szlaku Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej", w rozdziale 5.2.3. części II strategii.
Partnerzy projektu: Miasto Turek, Gmina Władysławów, Gmina Tuliszków, Gmina Malanów, Gmina Dobra, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Powiat Turecki, Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera, Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Powiatu Tureckiego, Nadleśnictwo Turek, osoby prywatne – pasjonaci zaangażowane w upamiętnienie getta w Czachulcu.
Planowany termin realizacji: Lata 2015-2020.
Źródła finansowania projektu: Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego na lata 2014-2020 (Oś Priorytetowa 4. Środowisko, CT 6.3 c.: Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego - Zwiększona atrakcyjność obiektów kultury regionu, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 (Oś VI Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego), Program Operacyjny Wiedza, Edukacja, środki Ministra Kultury, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, środki sponsorów i organizacji żydowskich.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 24: Karta projektu Organizacja Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle" w Kawęczynie.

Nazwa projektu: Organizacja Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle" w Kawęczynie
Cele projektu: 1. Integracja działań na rzecz rozwoju jeździectwa w powiecie tureckim, prowadzonych przez różne podmioty. 2. Powołanie organizacji odpowiedzialnej za integrację obiektów i podmiotów związanych z jeździectwem wokół zintegrowanego produktu turystycznego „W siodle". 3. Utworzenie organizacji zajmującej się budowaniem i wprowadzaniem rynek produktu turystycznego „W siodle". 4. Stymulowanie rozwoju i promocja turystyki jeździeckiej powiatu tureckiego. 5. Organizacja systemu informacji, dystrybucji i sprzedaży produktu turystycznego „W siodle".
Uzasadnienie realizacji projektu: Samorządy powiatu tureckiego podejmują działania związane z organizacją szlaków konnych, imprez jeździeckich, współpracą ze stadninami koni. Liderem w tych działaniach jest Gmina Kawęczyn, która stworzyła niedawno Systemu Szlaków Konnych Kawęczyńska przygoda w siodle. Jeden szlak konny znajduje się na terenie gminy Brudzew. Gmina Turek przystąpiła do wyznaczania szlaków konnych, przez obszar gminy Tuliszków przebiega szlak konny „Podkuta Szóstka". LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. podjęła działania zmierzające do wyznaczenia nowych szlaków i ich integracji, w tym ze szlakami województwa wielkopolskiego i łódzkiego. Dzięki temu obszar powiatu tureckiego stanie się atrakcyjnym „łącznikiem" pomiędzy szlakami obu województw. Niezbędna jest zatem integracja wszystkich podejmowanych działań w ramach jednego brandu produktowego. Jednocześnie istnieje potrzeba organizacji zintegrowanych działań w zakresie promocji i informacji turystycznej jeździectwa, jak również dystrybucji i sprzedaży ofert turystyki konnej – pakietów dla profesjonalistów i amatorów.
Rola centrum: 1. Integracja informacji o obiektach i podmiotach związanych z jeździectwem. 2. Koordynowanie działań związanych z tworzeniem, odnawianiem i rozwojem szlaków konnych (w tym rozbudowa i uzupełnianiem istniejących szlaków). 3. Digitalizacja szlaków konnych, w tym opracowanie aplikacji na urządzenia mobilne. 4. Prowadzenie informacji turystycznej (stacjonarnej, telefonicznej, internetowej) o obiektach, szlakach, imprezach związanych z jeździectwem. 5. Docelowo prowadzenie rezerwacji i sprzedaży usług dotyczących turystyki jeździeckiej, świadczonych przez podmioty znajdujące się na tym obszarze (oferowanie pakietów pobytów jeździeckich, organizowanych przez touroperatora lokalnego lub innych organizatorów). 6. Współpraca z lokalnymi usługodawcami: stadninami, instruktorami, agroturystami. 7. Opracowanie we współpracy z podmiotami zajmującymi się jeździectwem pakietów pobytowych, obejmujących m.in.: pobyt w gospodarstwach agroturystycznych, stadninach, jazdę konną, naukę, hipoterapię, udział w imprezach konnych. 8. Nawiązanie kontaktów i współpracy z obiektami związanymi z jeździectwem spoza obszaru powiatu tureckiego. 9. Promowanie turystyki jeździeckiej powiatu tureckiego. 10. Inicjowanie działań związanych z włączeniem szlaków obszaru powiatu tureckiego w sieć ponadregionalnych szlaków konnych.
Zadania przewidziane w projekcie: 1. Organizacja formy prawnej funkcjonowania centrum (może to być forma porozumienia gminno-powiatowego partnerów uczestniczących w projekcie). 2. Wybór lokalizacji centrum (może to być np. Urząd Gminy Kawęczyn – lidera projektu). 3. Określenie we współpracy z partnerami modelu funkcjonowania centrum (ustalenie, jaki zakres

zaproponowanych usług będzie świadczyć centrum). 4. Opracowanie planu funkcjonowania centrum 5. Zapewnienie środków na funkcjonowanie centrum (personel, lokal, wyposażenie). 6. Organizacja funkcjonowania centrum. 7. Realizacja przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.4. części II strategii, niezbędnych do zbudowania produktu.
Integrowane zasoby: 1. Projekt integruje zasoby samorządów obszaru: Miasto Turek, gminy: Turek, Brudzew (obecnie), Powiat Turecki. Docelowo sieć szlaków konnych powinna pokryć również inne gminy, również Tuliszków, przez który przebiega szlak „Podkuta Szóstka". 2. Projekt integruje zasoby instytucjonalne, infrastrukturalne i organizacyjne obiektów i podmiotów działających w obszarze jeździectwa, wymienionych w rozdziale 5.2.4. części II strategii. 3. Produkt ten integruje zasoby przyrodnicze obszaru powiatu tureckiego, ponieważ przebiega przez cenne przyrodniczo tereny: szlaki prowadzą m.in. przez Uroczysko Cisew, obszary leśne.
Lider projektu: Rekomendowanym liderem projektu jest Gmina Kawęczyn. Uzasadnienie takiego wyboru zostało przedstawione w koncepcji produktu „W siodle", w rozdziale 5.2.4. części II strategii.
Partnerzy projektu: Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Tuliszków, Powiat Turecki, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Nadleśnictwo Turek, stadniny koni wymienione w rozdziale 5.2.4. części II strategii.
Planowany termin realizacji: Lata 2015-2020.
Źródła finansowania projektu: Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego na lata 2014-2020 (Oś Priorytetowa 4. Środowisko), Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 (Oś II Ochrona środowiska, w tym adaptacja do zmian klimatu, Oś VI Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego), Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 25: Karta projektu Powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze".

Nazwa projektu: Powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze"
Cele projektu: 1. Wypracowanie spójnej koncepcji dotyczącej rekultywacji obszarów pokopalnianych na cele związane z turystyką rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną, w szczególności wodną. 2. Stworzenie organizacji (formalnej lub nieformalnej) integrującego partnerów zainteresowanych rozwojem „Pojezierze Turkowskie". 3. Długoterminowe zarządzaniem powstawaniem „Turkowskiego Pojezierza" i budowaniem produktu (produkt ten będzie powstawał w długim okresie czasu, w miarę powstawania zbiorników wodnych). 4. Promocja turystyki rekreacyjnej, wodnej i specjalistycznej jako rozwojowego kierunku dla powiatu tureckiego. **Uzasadnienie realizacji projektu:** Projekt ten jest kompatybilny z produktem turystycznym zaproponowanym w rozdziale 5.2.5. części II strategii („Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda"), jak również z projektem strategicznym 12 strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego („Zagospodarowanie terenów rekreacyjno-turystycznych nad zbiornikami wodnymi w gminach Przykona, Dobra i Brudzew"). Projekt ten nie uwzględnił zbiornika powstającego w gminie Władysławów, jakkolwiek, ma on potencjalnie istotne znaczenie dla długoterminowego rozwoju „Pojezierza Turkowskiego". Budowanie tego produktu jest obarczone dużym stopniem niepewności, ponieważ nie istnieje obecnie spójna koncepcja zagospodarowania przestrzennego terenów pokopalnianych. Opracowanie takiej koncepcji zostało również zaproponowane przez wykonawców strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego. Idąc o krok dalej należałoby powołać zespół składający się z partnerów samorządowych, biznesowych i ekspertów, który nie tylko opracuje wspomnianą koncepcję, ale będzie koordynować działania i zadania zaproponowane w niniejszym dokumencie oraz zintegrowanej strategii rozwoju. **Rola zespołu:** 1. Nadanie spójnego kierunku powstawania koncepcji zagospodarowania przestrzennego i rewitalizacji terenów eksploatowanych obecnie przez KWB „Adamów". 2. Koordynowanie współpracy i negocjacji z KWB „Adamów" i wypracowanie korzystnego dla obszaru przebiegu rewitalizacji (w szczególności uzyskanie od tej spółki wsparcia w zakresie budowy infrastruktury rekreacyjnej i sportowej na rekultywowanych terenach).

3. Współpraca z ekspertami w zakresie rekultywacji terenów pokopalnianych.
4. Monitorowanie działań prowadzonych w tym zakresie przez powiaty konkurencyjne, podpatrywanie dobrych wzorców i ich implementowanie w powiecie tureckim.
5. Pozyskiwanie partnerów i sponsorów.
6. Przygotowywanie i koordynacja działań w zakresie pozyskiwania środków zewnętrznych.
7. Promocja walorów przyrodniczych i turystyki wodnej na obszarze powiatu tureckiego.
8. Realizacja zadań zaplanowanych w projekcie strategicznym 12 strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego („Zagospodarowanie terenów rekreacyjno-turystycznych nad zbiornikami wodnymi w gminach Przykona, Dobra i Brudzew"), uwzględniając dodatkowo współpracę z Gminą Władysławów.
9. Koordynowanie działań związanych z budowaniem i promocją produktu turystycznego „Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda".

Zadania przewidziane w projekcie:

1. Powołanie zespołu, w skład którego weszliby przedstawiciele wszystkich partnerów, eksperci wewnętrzni, w tym ds. pozyskiwania środków unijnych i zewnętrzni (do zespołu powinno się również zaprosić przedstawicieli KWB „Adamów").
2. Ustalenie formy organizacyjnej i miejsca funkcjonowania zespołu (może to być zespół powołany zarządzaniem Starosty Tureckiego, którego siedziba będzie się mieścić w Starostwie Powiatowym w Turku).
3. Opracowanie długoterminowego planu związanego z rozwojem zagospodarowania przestrzennego i produktu.
4. Pierwszym rekomendowanym zadaniem zespołu powinno wypracowanie porozumienia pomiędzy gminami na terenie których znajdują się zbiorniki, Powiatem Tureckim i KWB „Adamów" w zakresie stworzenia spójnej koncepcji – zagospodarowania i promocji zbiorników.
5. Realizacja przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.5. części II strategii, niezbędnych do zbudowania produktu.

Integrowane zasoby:

1. Projekt integruje zasoby samorządów obszaru, gminy: Przykona, Dobra, Brudzew, Władysławów.
2. Projekt integruje zasoby instytucjonalne, infrastrukturalne i organizacyjne obiektów i podmiotów działających w obszarze turystyki wodnej, wymienionych w rozdziale 5.2.5. części II strategii.
3. Produkt ten integruje zasoby przyrodnicze obszaru powiatu tureckiego, obszar Natura 2000 „Zbiornik Jeziorsko", Uniejowski Obszar Chronionego Krajobrazu, Złotogórski Obszar Chronionego Krajobrazu.

Lider projektu:

Rekomendowanym liderem projektu jest Powiat Turecki. Uzasadnienie takiego wyboru zostało przedstawione w koncepcji produktu „Pojezierza Turkowskie – woda i przyroda", w rozdziale 5.2.5. części II strategii.

Partnerzy projektu:

Gmina Przykona, Gmina Dobra, Gmina Brudzew, Gmina Władysławów, Powiat Turecki, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Nadleśnictwo Turek, partnerzy branżowi i organizacje wymienione w rozdziale 5.2.5. części II strategii.

Planowany termin realizacji:

Lata 2015-2020.

Źródła finansowania projektu:

Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego na lata 2014-2020 (Oś Priorytetowa 4. Środowisko), Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 (Oś II Ochrona środowiska, w tym adaptacja do zmian klimatu, Oś VI Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego), Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 (w zakresie rozwoju małej infrastruktury, usług – np. wypożyczalnia kajaków), Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Tabela 26: Karta projektu Powołanie zespołu programowego produktu „Muzeum Sera Miasta Turek".

Nazwa projektu: Powołanie zespołu programowego produktu „Muzeum Sera Miasta Turek"
Cele projektu: 1. Lepsze wykorzystanie potencjału związanego z tradycjami mleczarniami i skojarzeniami wizerunkowymi z Turkiem i powiatem tureckim (sery „Turek"). 2. Utworzenie podmiotu odpowiedzialnego za budowanie i wprowadzanie na rynek produktu turystycznego „Muzeum Sera Miasta Turku. 3. Wzmocnienie konkurencyjności obszaru powiatu tureckiego poprzez wykreowanie unikatowego w skali kraju produktu turystycznego. **Uzasadnienie realizacji projektu:** „Muzeum Sera Miasta Turku" jest rekomendowane jako produkt posiadający największy potencjał do generowania ruchu turystycznego i zwiększenia rozpoznawalności, a poprzez to konkurencyjności powiatu turystycznego. Będzie to złożone

i długotrwałe przedsięwzięcie, wymagające zapewnienie zasobów finansowych, rzeczowych, organizacyjnych. Wymaga przemyślanych działań, a w szczególności opracowania planu budowy takiego produktu. Niezbędne jest powołanie zespołu programowego, który będzie pracował nad przygotowaniem szczegółowego programu budowania i wprowadzenia na rynek tego produktu.

Rola zespołu:

1. Koordynowanie prac związanych z opracowaniem studium wykonalności dla produktu.
2. Współpraca z ekspertami w dziedzinie serowarstwa, budowania podobnych obiektów.
3. Badanie rozwiązań stosowanych w podobnych obiektach w Europie i na Świecie (wskazanych w inspiracjach dla produktu w rozdziale 5.2.6. części II strategii).
4. Pozyskiwanie partnerów i sponsorów.
5. Przygotowywanie i koordynacja działań w zakresie pozyskiwania środków zewnętrznych.
6. Nawiązywanie kontaktów partnerskich z podobnymi obiektami.
7. Koordynowanie działań związanych z budowaniem i promocją produktu turystycznego.
8. Kreowanie i podtrzymywanie wizerunku regionu powiatu tureckiego – znanego z serowarstwa i serów „Turek".

Zadania przewidziane w projekcie:

1. Powołanie zespołu złożonego z przedstawiciel partnerów, ekspertów.
2. Zaproszenie do współpracy przedstawicieli zarządu Grupy Bongrain w Polsce.
3. Ustalenie formy organizacyjnej i miejsca funkcjonowania zespołu (może to być zespół powołany zarządzaniem Burmistrza Turku, który będzie miał swoją siedzibę w Urzędzie Miasta Turku).
4. Przygotowanie studium wykonalności projektu.
5. Opracowanie długoterminowego planu związanego z budowaniem i wprowadzeniem na rynek „Muzeum Sera Miasta Turku", w tym koncepcji funkcjonowania muzeum.
6. Przygotowanie wniosku projektowego, aplikującego o środki zewnętrzne.
7. Realizacja przedsięwzięć zaplanowanych w rozdziale 5.2.6. części II strategii, niezbędnych do zbudowania produktu.

Integrowane zasoby:

1. Projekt integruje w mniejszym stopniu gminy i jest zaadresowany głównie do: Miasta Turek, powinien zaangażować się w niego również Powiat Turecki.
2. Istotne znaczenie mają w tym projekcie zasoby kulturowe, w szczególności instytucje kultury i tradycji związanych z serowarstwem.
3. Zasoby przyrodnicze mają w tym produkcie niewielkie znaczenie.

Lider projektu:

Rekomendowanym liderem projektu jest Miasto Turek, na którego terenie powstałoby „Muzeum Sera Miasta Turek". Uzasadnieniem dla takiego wyboru jest również to, że jest to jednostka samorządowa z największym budżetem, która może zabezpieczyć wkład własny do projektu, który z uwagi na znaczenie dla regionu, unikalność i innowacyjność można sfinansować przy dużym wsparciu środków unijnych w bieżącej perspektywie finansowej.

Partnerzy projektu:

Powiat Turecki, LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., Grupy Bongrain, Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera, lokalna gastronomia, funkcjonujące w okolicy sieci handlowe, lokalni wytwórcy, eksperci w zakresie produkcji mleczarskiej, tworzenia podobnych obiektów.

Planowany termin realizacji:

Lata 2015-2020.

Źródła finansowania projektu:

Budżet Miasta Turek, ewentualnie Powiatu Tureckiego (w przypadku, jeśli będzie to instytucja miejsko-powiatowa, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego na lata 2014-2020 (Oś Priorytetowa 4. Środowisko, CT 6.3 c.: Zachowanie, ochrona, promowanie i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego - Zwiększona atrakcyjność obiektów kultury regionu, Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2014–2020 (Oś VI Ochrona i rozwój dziedzictwa kulturowego), Program Operacyjny Wiedza, Edukacja, Rozwój, Program Inteligentny Rozwój, Mechanizm Norweski, środki Ministra Kultury, Fundusz Promocji Mleka (ARR).

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

1.2.2 Projekty dla celu 2.: Zwiększenie zainteresowania ofertą turystyczną powiatu turystycznego poprzez wypromowanie produktów turystycznych i zbudowanie wizerunku marki obszaru

Tabela 27: Karta projektu Zbudowanie marki powiatu tureckiego poprzez m.in. opracowanie strategii promocji marki

Nazwa projektu: Zbudowanie marki powiatu tureckiego poprzez m.in. opracowanie strategii promocji marki
Cele projektu: 1. Wykreowanie marki powiatu tureckiego, charakteryzującej się wartościami i cechami zaproponowanymi w niniejszej strategii. 2. Zwiększenie rozpoznawalności powiatu tureckiego. 3. Wsparcie dla promocji produktów turystycznych powiatu tureckiego. 4. Zwiększenie atrakcyjności turystycznej powiatu tureckiego, a w rezultacie zwiększenie ruchu turystycznego. **Uzasadnienie realizacji projektu:** W niniejszej strategii została zaproponowana koncepcja strategii marki powiatu tureckiego oraz założenia do budowania marek produktowych (oddzielnie dla każdego z produktów turystycznych zaproponowanych w rozdziale 5. części II strategii). Promocja marki powiatu objęła w niniejszym opracowaniu opracowanie logo i hasła promocyjnego, w oparciu o koncepcję strategii marki, przedstawioną w rozdziale 7. Części II strategii. W rozdziale tym zarekomendowano, że kolejnym krokiem powinno być opracowanie strategii promocji marki powiatu tureckiego oraz produktów turystycznych (dokument zawiera wytyczne do promocji produktów turystycznych). Strategia promocji będzie narzędziem do promocji obszaru powiatu tureckiego, dzięki któremu zostaną osiągnięte pierwszy i drugi cel strategiczny. Strategia powinna określać co najmniej: cele i adresatów działań komunikacyjnych, rozwinięcie koncepcji strategii marki obszaru powiatu tureckiego, narzędzia i formy promocji, konkretne działania, kanały komunikacyjne. Ponadto strategia powinna uwzględniać potrzeby w zakresie promocji wizerunkowej i produktowej, być zgodna z koncepcją strategii marki, zawierać księgę znaku – logo promocyjnego, system identyfikacji wizualnej nośników, zaproponowanych w części dotyczącej narzędzi i form promocji, identyfikację wizualną poszczególnych produktów turystycznych, koncepcję oznakowania szlaków i atrakcji.
Zadania przewidziane w projekcie: 1. Wyznaczenie podmiotu odpowiedzialnego za merytoryczne koordynowanie opracowania strategii promocji marki powiatu tureckiego i produktu turystycznego (rekomendowanym podmiotem jest LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.). 2. Określenie zawartości strategii, koncepcji jej budowy (najlepiej z udziałem ekspertów, którzy będą współpracować przy opracowaniu, bądź niezależnego eksperta branżowego i/lub naukowego). 3. Podjęcie decyzji w zakresie metody opracowania strategii (metoda ekspercka, ekspercko-partycypacyjna lub partycypacyjna, rekomendowanym modelem jest metoda ekspercko-partycypacyjna, w której powołany zespół pracuje pod kierunkiem wybranych ekspertów merytorycznych, czuwających nad prawidłowością opracowania strategii). 4. Określenie zasad współpracy z ekspertami, zaplanowanie warsztatów strategicznych. 5. Realizacja działań komunikacyjnych wśród społeczności lokalnej i konsultacji społecznych, mających na celu pozyskanie akceptacji i poparcia mieszkańców dla realizowanych działań. 6. Komunikowanie branży turystycznej i społeczności lokalnej przekazu zawartego w koncepcji strategii marki i logo. 7. Zapewnienie zasobów i narzędzi do realizacji strategii, w tym uwzględnienie w jej treści środków na realizację działań promocyjnych dotyczących promocji marki i produktów turystycznych. 8. Zapewnienie koordynacji pomiędzy promocją produktów turystycznych, a promocją marki powiatu.
Integrowane zasoby: Projekt integruje przede wszystkim zasoby samorządów lokalnych obszaru powiatu tureckiego: Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki. Sam projekt nie angażuje zasobów przyrodniczych, jednak zasoby te zostaną uwzględnione w trakcie realizacji prac nad strategią promocji. Projekt integruje natomiast zasoby kulturowe, poprzez zaangażowanie w opracowanie strategii środowisk kultury (instytucje kultury, organizacje, pasjonaci).
Lider projektu: Rekomendowanym liderem projektu jest LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., z uwagi na wkład w promocję obszaru, podejmowanie i łączenie różnych inicjatyw w tym zakresie, w tym wykorzystywanie zaangażowania pasjonatów do promowania obszaru.
Partnerzy projektu: Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki, stowarzyszenia, instytucje kultury.
Planowany termin realizacji: Lata 2015-2020.
Źródła finansowania projektu: Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Mechanizm Norweski.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

1.2.3 Projekty operacyjne dla celu 3.: Zapewnienie skuteczności w dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych powiatu tureckiego dzięki zbudowaniu i wzmocnieniu systemu zarządzania i współpracy sieciowej w turystyce

Tabela 28: Karta projektu Utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej "Kraina Tura" wraz z systemem analogowej i cyfrowej informacji turystycznej

Nazwa projektu: Utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej "Kraina Tura" – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej wraz z systemem analogowej i cyfrowej informacji turystycznej
Cele projektu: 1. Zintegrowanie w jednym miejscu wszystkich działań związanych z promocją obszaru powiatu tureckiego i produktów turystycznych. 2. Skoordynowanie działań w zakresie budowy, komercjalizacji, wprowadzania na rynek, dystrybucji i sprzedaży zaproponowanych produktów turystycznych. 3. Powołanie podmiotu zarządzającego promocją, informacją turystyczną, monitorowaniem rynku, oraz dystrybucją i sprzedażą wykreowanych produktów turystycznych. 4. Zwiększenie znaczenia oferty turystycznej powiatu tureckiego poprzez włączenie jej w siec o znaczeniu ponadlokalnym. **Uzasadnienie realizacji projektu:** Analiza przeprowadzona na potrzeby niniejszej strategii wykazała, że promocja obszaru powiatu tureckiego jest nieskoordynowana, każda gmina realizuje swoją politykę promocyjną. Brakuje spójności działań na szczeblu powiatowym. Podkreślali to również autorzy strategii rozwoju dla obszaru funkcjonalnego powiatu tureckiego i wskazywali, że rezultatem tego jest słaba promocja. Mając na względzie potrzebę koordynacji działań mających na celu zbudowanie, komercjalizację, wprowadzenie na rynek, dystrybucję i sprzedaż zaproponowanych produktów turystycznych, powiązanie działań dotyczących wszystkich produktów z promocją (mając na względzie równoległe opracowanie strategii promocji), konieczne jest powołanie podmiotu, który jest przewidziany w strukturze zarządzania turystyką w Polsce do realizacji takich zadań. Takim podmiotem jest lokalna organizacja turystyczna, która zgodnie z Ustawą o Polskiej Organizacji Turystycznej stanowi najniższy szczebel w tym systemie. Regionalne i lokalne organizacje turystyczne są specyficznymi tworami, które zgodnie z wytycznymi Polskiej Organizacji Turystycznej odpowiadają za wspieranie rozwoju turystyki na poziomie regionalnym i lokalnym, kreowanie produkty turystycznego, zarządzanie informacją turystyczną, koordynowania współpracy turystycznej, a także (w nielicznych przypadkach) dystrybucją i sprzedażą produktów turystycznych. Lokalne organizacje turystyczne funkcjonują w powiatach konińskim i poddębickim. Rekomendowane jest również utworzenie takiego podmiotu w powiecie tureckim. Należy w tym miejscu podkreślić, że w Turku działa Punkt Informacji Turystycznej ** przy Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera. Jest to jednostką organizacyjna Miasta Turku, która świadczy również usługę informacji turystycznej o powiecie tureckim. Jednym z wyzwań tego projektu będzie określenie roli i wzajemnych powiązań pomiędzy tą instytucją, a postulowaną do utworzenia Lokalną Organizacją Turystyczną „Kraina Tura". **Rola organizacji:** 1. Skoordynowane zarządzanie rozwojem i promocją turystyki w powiecie tureckim. 2. Prowadzenie Centrum Informacji Turystycznej Ziemi Tureckiej (główna siedziba w Turku oraz sezonowe punkty nad Zbiornikiem Przykona i Zbiornikiem Jeziorsko). 3. Włączenie się (poprzez koordynatora projektu, LGD Turkowską Unię Rozwoju T.U.R.) w koordynację budowy i zarządzanie produktami turystycznymi. 4. Współpraca z branżą turystyczną powiatu tureckiego, instytucjami kultury, pasjonatami. 5. Ustalanie we współpracy z branżą turystyczną polityki cenowej produktów turystycznych obszaru. 6. Udział w opracowaniu strategii promocji marki obszaru powiatu turystycznego i produktów turystycznych. 7. Prowadzenie działań promocyjnych zgodnych z opracowanym planem strategicznym i planami rocznymi. 8. Koordynowanie zadań związanych z oznakowaniem turystycznym szlaków i atrakcji powiatu tureckiego. 9. Opracowanie i koordynacja imprez kulturalnych i sportowych organizowanych przez Powiat Turecki, gminy obszaru, LGD Turkowską Unię Rozwoju T.U.R., instytucje kultury i inne podmioty (w tym imprez proponowanych w poszczególnych produktach). 10. Inicjowanie kreowania nowych produktów turystycznych. 11. Prowadzenie badań i monitoringu rynku turystycznego. 12. Prowadzenie portalu internetowej informacji turystycznej obszaru powiatu tureckiego (walory, atrakcje, szlaki, inne produkty, w tym nowo opracowywane i budowane). 13. Zarządzanie dystrybucją i sprzedażą produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego. 14. Prowadzenie szkoleń dla branży turystycznej, rękodzielników. 15. Realizacja projektów w zakresie podnoszenia jakości usług turystycznych, w tym przeprowadzania certyfikacji obiektów, usług. 16. Współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi powiatów ościennych i Wielkopolską Regionalną Organizacją Turystyczną.

Zadania przewidziane w projekcie: 1. Określenie formy prawnej funkcjonowania lokalnej organizacji turystycznej (stowarzyszenie, fundacja, spółka samorządowa: wybór formy jest uzależniony od tego, czy podmiot ten będzie zajmować się dystrybucją i sprzedażą produktów turystycznych). 2. Wybór siedziby organizacji (biorąc przykład z Konina, Lokalna Organizacja Turystyczna „Marina" i Centrum Informacji Turystycznej mają tę samą siedzibę, w centrum miasta, rekomendowana jest podobna lokalizacja). 3. Rejestracja Lokalnej Organizacji Turystycznej „Kraina Tura", zgodnie z wybraną formą. 4. Opracowanie modelu finansowania i działalności organizacji. 5. Zapewnienie środków na organizację i funkcjonowanie organizacji, w tym środków zewnętrznych 6. Określenie zasad współpracy i podziału kompetencji pomiędzy Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera i Lokalną Organizację Turystyczną „Kraina Tura" w zakresie prowadzenia informacji turystycznej (możliwe jest również połączenie zasobów obu podmiotów i prowadzenie jednego centrum informacji turystycznej, np. w Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera). 7. Opracowanie strategii działania organizacji, z uwzględnieniem proponowanej roli i wyspecyfikowanych kompetencji. 8. Zapewnienie zasobów kadrowych i rzeczowych do uruchomienia i prowadzenia organizacji.
Integrowane zasoby: Projekt integruje przede wszystkim zasoby samorządów lokalnych obszaru powiatu tureckiego: Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki. Sam projekt nie angażuje zasobów przyrodniczych, będą one jednak promowane przez Lokalną Organizację Turystyczną „Kraina TUR-a", a produkty turystyki na obszarach wiejskich (w tym przyrodniczych) będą dystrybuowane i sprzedawane przez ten podmiot. Projekt integruje natomiast zasoby kulturowe, poprzez zaangażowanie w opracowanie strategii środowisk kultury (instytucje kultury, organizacje, pasjonaci).
Lider projektu: Rekomendowanym liderem projektu jest LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., z uwagi na wkład w promocję obszaru, podejmowanie i łączenie różnych inicjatyw w tym zakresie, w tym wykorzystywanie zaangażowania pasjonatów do promowania obszaru. Coraz częściej praktykowanym rozwiązaniem jest powoływanie przez lokalne grupy działania nowych podmiotów (stowarzyszeń lub fundacji), które pełnią rolę lokalnych organizacji turystycznych. Takie rozwiązanie jest rekomendowane również w tym przypadku.
Partnerzy projektu: Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki, stowarzyszenia, instytucje kultury.
Planowany termin realizacji: Lata 2015-2020.
Źródła finansowania projektu: Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

1.2.4 Projekty operacyjne dla celu 4.: Rozwój zagospodarowania turystycznego niezbędnego do wprowadzenia na rynek i skutecznego utrzymania produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

Tabela 29: Karta projektu Stworzenie systemu zintegrowanego oznakowania turystycznego atrakcji turystycznych i szlaków kulturowych ziemi tureckiej

Nazwa projektu: Stworzenie systemu zintegrowanego oznakowania turystycznego atrakcji turystycznych i szlaków kulturowych ziemi tureckiej
Cele projektu: 1. Integracja szlaków turystycznych i atrakcji powiatu tureckiego poprzez zapewnienie spójnego systemu oznakowania (dla istniejących i nowych atrakcji i szlaków). 2. Zapewnienie odwiedzającym powiat turecki sprawnego i bezpiecznego poruszania się po obszarze siecią oznakowanych szlaków. 3. Wyeksponowanie najbardziej intersujących miejsc w powiecie tureckim (np. dąb w Kotwasicach). 4. Zwiększenie dostępności atrakcji przyrodniczych i kulturowych poprzez ich oznakowanie drogowskazami i tablicami informacyjnymi. 5. Zwiększenie atrakcyjności obszaru powiatu tureckiego poprzez zapewnienie atrakcyjnego i identyfikowalnego oznakowania atrakcji i szlaków. 6. Zintegrowanie szlaków na obszarze powiatu tureckiego ze szlakami w powiatach ościennych, a także włączenie szlaków powiatowych w sieć szlaków turystycznych w województwach wielkopolskim i łódzkim.

Uzasadnienie realizacji projektu:

Na ternie powiatu tureckiego oznakowano do tej pory ścieżki dydaktyczne piesze i rowerowe oraz szlaki piesze i rowerowe (inicjatywa Nadleśnictwa Turek i Powiatu Tureckiego) oraz szlaki konne (inicjatywa Gminy Kawęczyn i Gminy Brudzew). Powiat Turecki opracował koncepcję szlaku sakralnego, który jednak nie jest oznakowany w terenie. Przez powiat turecki nie przechodzą szlaki kulturowe o znaczeniu ponadlokalnym (z wyjątkiem fragmentu szlaku łączącego Licheń z Częstochową, przez gminę Brudzew). Nie zostały oznakowane atrakcje, w tym w Turku. Na terenie powiatu nie funkcjonuje spójne turystyczne oznakowanie drogowe (tablice drogowe E-22, kierunkowskazy E-7, E-9, E-10, E-11, E-12). Oznakowane są tylko nieliczne miejsca. Mając na względzie wzrost atrakcyjności turystycznej, zwiększenie dostępności atrakcji i szlaków turystycznych (istniejących i proponowanych do utworzenia), należy stworzyć system zintegrowanego oznakowania turystycznego.

Proponowane szlaki kulturowe i przyrodnicze, w tym zaplanowane w proponowanych produktach turystycznych:

1. Trasy tematyczne „Tkanych wiosek tureckich" (np. „Trasa Smaków Ziemi Tureckiej", „Trasa śladami wikliny i drewna", „Trasa Tureckich Koronek", „Trasa Tkaczy").
2. „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej" (szlak kulturowy).
3. „Szlak Wiejskich Rezydencji i Parków" (przy założeniu, że partnerzy będą realizować strategiczny projekt 11 ze strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego: „Poprawa wizerunku miasta Turek poprzez rewitalizację centrum", który zakłada zakup i rewitalizację dworków i pałaców na obszarze powiatu tureckiego).
4. Zintegrowany System Szlaków Ziemi Tureckiej „W siodle".
5. „Szlak Pomników Przyrody Ziemi Tureckiej" (szlak przyrodniczy).
6. „Szlak Pojezierza Turkowskiego" (szlak wodno-rowerowy od Zbiornika Jeziorko, Wartą i wzdłuż jej biegu, do Zbiornika Przykona, dalej w kierunku gminy Brudzew).
7. „Szlak Ptasi" na obszarze Natura 2000 „Zbiornik Jeziorko" i wzdłuż Warty, na terenie Uniejowskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu.

Zadania przewidziane w projekcie:

1. Inwentaryzacja obiektów i szlaków w zakresie ich oznakowania (istniejące oznakowanie, projektowane zapotrzebowanie na oznakowanie).
2. Opracowanie koncepcji zintegrowanego oznakowania turystycznego, z wskazaniem realizowanych przedsięwzięć.
3. Nawiązanie współpracy z Wielkopolską Regionalną Organizacją Turystyczną i lokalnymi organizacjami turystycznymi w zakresie oznakowania i włączenia szlaków powiatu tureckiego w sieć szlaków turystycznych o znaczeniu ponadlokalnym.
4. Współpraca z liderami i koordynatorami poszczególnych produktów turystycznych w zakresie zapewnienia spójności tworzonego oznakowania.
5. Opracowanie i wdrożenie systemu tablic informacyjnych, umieszczonych przy najważniejszych atrakcjach turystycznych (wymienionych w szczegółowym wyselekcjonowaniu walorów i atrakcji).
6. Włączenie w oznakowanie szlaków lokalnych twórców, którzy mogą wykonać oznakowanie atrakcji (np. tablica, ławka i specjalne miejsce do robienia pamiątkowych zdjęć – stojak, plansza, np. w formie drzewa lub liścia dębowego przy dębię w Kotwasicach).

Integrowane zasoby:

1. Projekt integruje zasoby samorządów obszaru: Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki.
2. Projekt integruje zasoby instytucjonalne, infrastrukturalne i organizacyjne obiektów i podmiotów zarządzającymi atrakcjami, na terenie których znajdują się atrakcje lub przechodzą szlaki (np. Nadleśnictwo Turek).
3. Projekt integruje zasoby przyrodnicze obszaru powiatu tureckiego, ponieważ atrakcje i szlaki znajdują się obecnie (i są planowane w przyszłości) na cennych przyrodniczo terenach: szlaki prowadzą m.in. przez Uroczysko Cisew, Uroczysko Zdrojki, Złotogórski Obszar Krajobrazu Chronionego, Uniejowski Obszar Chronionego Krajobrazu, obszary leśne.
4. Projekt integruje zasoby kulturowe atrakcji i szlaków kulturowych, które są rekomendowane do utworzenia w rozdziale 5. części II strategii.

Lider projektu:

Rekomendowanym liderem projektu jest LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R., z uwagi na wkład w promocję obszaru, podejmowanie i łączenie różnych inicjatyw w tym zakresie, w tym wykorzystywanie zaangażowania pasjonatów do promowania obszaru (rzemieślnicy skupieni w LGD i docelowo działający w Tureckim Centrum Rękodzieła mogą stworzyć oryginalne oznakowanie atrakcji i szlaków, które będzie identyfikować obszar powiatu tureckiego.

Partnerzy projektu:

Miasto Turek, Gmina Turek, Gmina Brudzew, Gmina Dobra, Gmina Kawęczyn, Gmina Malanów, Gmina Przykona, Gmina Tuliszków, Gmina Władysławów, Powiat Turecki, Nadleśnictwo Turek, PTTK w Turku, inne organizacje zajmujące się promocją turystyki, podmioty branży turystycznej, Wielkopolska Regionalna Organizacja Turystyczna.

Planowany termin realizacji: Lata 2015-2020.
Źródła finansowania projektu: Budżety gmin i Powiatu Tureckiego, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Regionalny Program Operacyjny Województwa Wielkopolskiego.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

2 Wytyczne w zakresie realizacji strategii marketingowej produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego

2.1 Struktura zarządzania wdrożeniem

Niniejsza strategia jest sektorowym programem w obszarze marketingu turystycznego powiatu tureckiego. Wdrożenie strategii wymaga zaangażowania trzech istotnych czynników: ludzkiego, technicznego i finansowego. Niezbędne jest zaproponowanie wielopoziomowej struktury organizacyjnej, czyli stworzenie trwałej podstawy organizacyjnej i finansowej dla sprawnej i efektywnej realizacji. Instytucjonalny system wdrażania strategii obejmuje cztery podsystemy: obszarowy, terminowy, programowy i zadaniowy, które zawierają przedmiotową, podmiotową i organizacyjną ocenę realizacji przyjętych założeń.

Podsystemy te opisać można następująco:

- podsystem obszarowy jest zgodny z zidentyfikowanymi w strategii obszarami problemowymi i odnosi się do pięciu zidentyfikowanych celów strategicznych, obszary te zostały opisane za pomocą struktury właściwych celów,
- podsystem programowy jest zgodny z zaproponowanymi do realizacji strategicznymi programami działań, a zaproponowane projekty strategiczne odnoszą się do realizacji pod względem programowym,
- podsystem terminowy jest zgodny z przyjętymi perspektywami czasowymi, a założenia harmonogramu wdrażania przedstawione zostały w dalszej części,
- podsystem sektorowy jest zgodny z wyodrębnionymi sektorami, których dotyczy strategia i postępów w przemianach w poszczególnych sektorach, w nawiązaniu do koncepcji zrównoważonego rozwoju (wdrażanie pod względem sektorowym dotyczy funkcjonowania podmiotów bazy noclegowej, gastronomicznej, rekreacyjno – sportowej, pośredników, organizatorów, z uwzględnieniem ich specyfiki i potrzeb w zakresie włączenia w realizację strategii).

2.2 Harmonogram realizacji

Przedstawiona wyżej strategia powinna być realizowana w wymiarze (podsystemie) terminowym w podziale na trzy etapy. Etapy te uwzględniają zarówno charakter programu, który zawiera koncepcję programową odnoszącą się do konkretnych produktów turystycznych oraz marki obszaru powiatu tureckiego. Za perspektywę czasową realizacji strategii przyjmuje się lata 2015-2020 (rok bieżący, w którym została opracowana oraz rok, do kiedy trwać będzie kolejny okres programowania środków UE). Jest to istotne, ponieważ proponowane w strategii projekty wymagają wsparcia zewnętrznego i opracowane zostały w taki sposób, aby możliwe było pozyskanie na ich realizację zewnętrznych środków z dostępnych programów UE.

Uwzględniając możliwość finansowania przedsięwzięć zaplanowanych w strategii ze środków zewnętrznych, realizację strategii podzielono na 3 etapy:

- 2015-2016: etap przygotowawczy do wdrożenia, w ramach którego zostałyby szczegółowo zaplanowane, podzielone zadania, utworzone proponowane struktury organizacyjne odpowiedzialne bezpośrednio za wdrożenie, na tym etapie nastąpiłoby szczegółowe zaplanowanie budowania produktów i realizacji projektów zintegrowanych, zabezpieczenie środków na realizację w budżetach JST,
- 2017-2019: etap realizacyjny obejmowałby działania wdrożeniowe – budowanie i wprowadzanie na rynek produktów turystycznych, realizacja projektów zintegrowanych, zgodnie z harmonogramem i dostępnymi środkami finansowymi, realizacja pozostałych zadań, monitoring programów i bieżąca korekta - dopasowywanie strategii do zaistniałych zmian, w tym korekta po rozpoznaniu możliwości wdrażania poszczególnych produktów,
- 2020-2021: etap rozliczenia i zakończenia obejmowałby sformułowanie wniosków końcowych monitoringu, ocena skuteczności wdrożeń i wpływu podjętych działań na rozwój turystki na obszarze powiatu tureckiego.

2.3 Finansowanie strategii

Realizacja niniejszej strategii wymaga zabezpieczenia środków finansowych. Mając na względzie ograniczone możliwości finansowania zaplanowanych przedsięwzięć bez wsparcia zewnętrznego, należy uwzględnić sięganie po różne rodzaje źródeł (rysunek 23). Źródła te zostały uwzględnione szczegółowo dla każdego z produktów oraz strategicznych projektów o charakterze zintegrowanym. W szczególności istotne będzie sięganie po środki z programów dostępnych w bieżącej perspektywie finansowania UE. Ostateczne wersje dokumentów programowych zostały zatwierdzone na przełomie 2014 i 2015 r.

Rysunek 23: Źródła finansowania strategii.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Mając na względzie, że niniejsza strategia jest dokumentem programowym o charakterze ogólnym, nie ma możliwości określenia na tym etapie kosztów realizacji. Można przyjąć następujące szacunki:

- budżet na promocję turystyczną Powiatu Tureckiego powinien wynosić ok. 200 000 zł rocznie, w tym część wydzielona na wkład własny do proponowanych produktów i projektów,
- budżet promocji turystycznej Miasta Turku powinien wynosić 250 000 zł rocznie,
- budżety każdych z 8 gmin na promocję turystyczną powinny wynosić średnio 50 000 zł rocznie,
- budżet na promocję turystyczną, w tym zabezpieczenie wkładów własnych do projektu jednostek samorządowych łącznie powinien wynosić 500 000 rocznie,
- budżet w latach 2015-2020 na promocję turystyczną powinien wynieść ok. 3 000 zł,
- jeśli przyjąć założenie, że połowa budżetu będzie stanowić wkład własny do projektów, będzie on wynosić 250 000 zł rocznie, co daje 1 500 000 w latach 2015-2020,
- przy założeniu, że wkład własny stanowi średnio ok. 30% wartości projektu, partnerzy samorządowi mogą pozyskać, całkowity budżet na realizację strategii w latach 2015-2020 wyniesie 4 150 000 zł,
- w budżecie należy również uwzględnić udział finansowy LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. oraz przedsiębiorców turystycznych, innych partnerów i sponsorów.

3 Metody aktywizacji mieszkańców

Kapitał ludzki jest najważniejszym czynnikiem wzrostu gospodarczego obszaru, także powiatu tureckiego, ponieważ jest ścisły związek między podwyższaniem wykształcenia oraz zdobywaniem nowych kwalifikacji a skłonnością do prowadzenia działalności gospodarczej. Elementem rozwoju szczególnie obszarów wiejskich jest drobna przedsiębiorczość. Jednakże niski poziom kwalifikacji mieszkańców wsi i ich niewystarczająca wiedza są istotną barierą aktywizacji społeczno-gospodarczej i rozwoju działalności pozarolniczej. Oprócz prowadzenia działalności gospodarczej skutecznym instrumentem aktywizacji społeczno-zawodowej jest tworzenie spółdzielni socjalnych.

Pierwszym krokiem jest jednak zaprogramowanie działań służących kształtowaniu warunków sprzyjających powstawaniu więzi społecznych na terenie danego obszaru poprzez zachęcanie mieszkańców do społecznej odpowiedzialności i aktywnego zaangażowania (prowadzenie różnego rodzaju zajęć: manualnych, kulinarnych, zajęć plastycznych i technicznych, ruchowych). Uczestnictwo w takich zajęciach wyzwala pasję, pobudza do działania i jest wstępem do myślenia o swojej pasji, jako elemencie rozwoju i przedsiębiorczości.

Inicjatywa odnowy miejscowości czy wsi poprzez myślenie gospodarcze oraz sposób na uzyskanie dochodu dla mieszkańców wsi są wioski tematyczne, jako nowa, ale zdobywająca coraz większą popularność, forma przedsiębiorczości społecznej. Tworzą one całościowy projekt, który ożywiają gospodarkę wiejską, pod warunkiem integracji lokalnej społeczności wokół zagadnień związanych z jakimś produktem, usługą, lub kulturą danego miejsca. Miejscowości, których rozwój podporządkowany jest jakiemuś konkretnemu pomysłowi, stanowią swoisty produkt turystyczny, wokół którego tworzone są sposoby na alternatywne dochody mieszkańców (www.wioskitematyczne.org.pl). Ten przykład benchmarkingowy – dobry wzorzec wpisuje się w

zaproponowany produkt: „Tkane wioski tureckie". Można wyróżnić kilka podstawowych etapów na drodze do powstania wioski tematycznej[67]:

- wstępne działania polegające na spotkaniach integracyjne służących zapoznaniu mieszkańców wsi z ideą wioski tematycznej,
- inwentaryzacja zasobów miejscowości i wstępne wybranie tematu specjalizacji,
- zbieranie informacji i kontaktów dotyczących wybranej specjalizacji. Opracowanie zestawu skojarzeń związanych z tematem specjalizacji oraz analiza zebranych zasobów,
- stworzenie planu tworzenia wioski tematycznej przy udziale i zaangażowaniu mieszkańców wsi,
- tworzenie systemu wsparcia wioski tematycznej poprzez nawiązanie współpracy z osobami i instytucjami powiązanymi ze specjalizacją wsi, współpraca z samorządem gminnym, szkołą, świetlicą, kościołem, itp.,
- kreacja oferty wioski tematycznej: badanie rynku, szkolenia osób obsługujących ofertę, tworzenie technicznego zaplecza oferty oraz przygotowanie zaplecza organizacyjnego oferty (stowarzyszenia, firmy),
- promocja i sprzedaż oferty wioski tematycznej,
- ocena jakości oferty i poziomu zadowolenia klientów i wprowadzanie poprawek,
- stopniowe poszerzanie oferty, przechodzenie od imprez jednorazowych do działalności sezonowej lub całorocznej.

Agroturystyka jest popularną formą wykorzystania potencjału gospodarstw i otoczenia, przyczyniającą się do poprawy życia rolników oraz aktywizacji przedsiębiorczości, rozwoju infrastruktury i rzemiosła oraz produkcji rolniczej prowadzonej metodami przyjaznymi dla środowiska jest. Na terenach wiejskich obserwowane jest dużo większe zainteresowanie kwaterodawców procesami integracyjnymi (stowarzyszenia agroturystyczne, współpraca z organizacjami i instytucjami) w stosunku do innych aktywności gospodarczych podejmowanych na tych terenach. Niestety proces powstawania kwater agroturystycznych na terenie powiatu tureckiego jest powolny. Należałoby poprzez „dobre przykłady" i spotkania z gospodarzami funkcjonujących obiektów pobudzić ich powstawanie.

Prowadzenie egzotycznych hodowli (ślimaki, alpaki, strusi, daniele) to efekt przedsiębiorczości, ale również oferta, która może być skierowaną do turystów. Działalność taka może być elementem głównym, a przy niej rozwijać się agroturystyka oraz realizacja np. rzemieślniczych pasji. Jest sposobem na pozyskiwanie dodatkowych źródeł dochodów dla wielu gospodarstw rolnych i agroturystycznych. Zaproponowanie takiej formy działalności i pomoc w jej rozpoczęciu może zintegrować środowisko, a przykłady takich mogących być ciekawymi także dla turysty hodowli znajdują się także na obszarze powiatu tureckiego (Farma Yoshikigoi w Chocimiu) lub w pobliżu (alpaki – Magdalenów k. Kalisza)

Uczestnictwo w dyskusjach dotyczących ważnych spraw związanych z życiem danej społeczności pobudza do działania i może być wstępem do podejmowania działalności gospodarczej. Metody, która pomagają zebrać grupę osób zaangażowanych w daną sprawę oraz wzbudzić zainteresowanie

[67] www.wioskitematyczne.org.pl/publikacje/W.%20Idziak,Wioski%20tematyczne.pdf

tematem u innych służą także budowaniu społeczeństwa obywatelskiego (World Cafe, Sąd obywatelski, Warsztaty przyszłościowe, Otwarta przestrzeń[68]) . Metody takie pomagają budowaniu procesu związanego z przygotowaniem i realizacją inicjatywy obywatelskich ponieważ obserwuje się pokaźne zmniejszenie zaangażowania obywatelskiego w działalność samorządową, a partycypacja obywatelska jest często tylko pozorna i spowodowana zawłaszczenia mechanizmów partycypacyjnych przez wybrane środowiska. Dlatego w rzeczywistości brakuje partnerstwa publiczno-społecznego i publicznej przestrzeni aktywności obywatelskiej. Dominuje natomiast pouczanie organizacji obywatelskich przez władzę i bagatelizowanie głosów społecznych, a konsultacje społeczne mają jedynie charakter fasadowy. Znacząca jest również obojętność obywateli wobec naruszania dobra publicznego. Obywatele są wypierani do sfery prywatnej i sprowadzani do roli klientów władzy. Dlatego konieczne jest praktyczne zastosowanie mechanizmu rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność polegającego na tworzeniu lokalnych strategii rozwoju i budowaniu lokalnych partnerstw[69].

4 Wskazanie liderów instytucjonalnych i osobowych dla poszczególnych produktów i grup produktów

Opracowując koncepcję poszczególnych produktów turystycznych i strategicznych projektów o charakterze zintegrowanym, zarekomendowano liderów, a także uzasadniono ten wybór. Są to głównie liderzy instytucjonalni. Zaproponowane przedsięwzięcia są długotrwałe i bardzo złożone, co ogranicza możliwość i zasadność wskazywania konkretnych liderów osobowych. Będą to wyznaczone osoby reprezentujące poszczególne instytucje, które zostały zarekomendowane do roli lidera. Dodatkowo w opisie strategicznych projektów określono, jakie rodzaje zasobów będą one integrować. Poniższa tabela zawiera zbiorcze zestawienie produktów, wraz z wskazaniem liderów i ich potencjału, jaki można wykorzystać.

Tabela 30: Liderzy dla poszczególnych produktów turystycznych powiatu tureckiego.

Lp.	Produkt	Lider	Potencjał techniczny i osobowy rekomendowany do wykorzystania w produkcie
1.	„Tkane wioski tureckie”	LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R.	LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. została zarekomendowana jako lidera produktu, który w największym stopniu dotyczy rozwoju obszarów wiejskich. Jednocześnie podmiot ten będzie liderem 3 istotnych projektów strategicznych o charterze zintegrowanym (w tym utworzenia Tureckiego Centrum Rękodzieła), co powoduje, że obciążenie pracą i obowiązkami będzie duże. W przypadku tego produktu kluczowe znaczenie ma potencjał osobowy i zaangażowanie przedstawicieli zarządu organizacji. Prezes LGD, Pani Magdalena Ciołek, może zostać zarekomendowana jako lider osobowy w ramach tej instytucji. Nie mniej ważne jest zaangażowanie i umiejętności pracowników biura LGD Turkowska Unia Rozwoju T.U.R. Docelowo część zadań związanych z koordynacją produktu może zostać powierzona przedstawicielowi Tureckiego Centrum Rękodzieła, aby odciążyć prezesa LGD w pełnieniu funkcji lidera tego projektu.

[68] www.maszglos.pl/wp-content/uploads/2013/02/Poradnik-Rozmowa-z-mieszkancami.pdf

[69] *Narastające dysfunkcje, zasadnicze dylematy, konieczne działania. Raport o stanie samorządności terytorialnej w Polsce* praca zbiorowa Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie Małopolska Szkoła Administracji Publicznej, Kraków 2013

			Potencjał techniczny wiąże się z możliwością zapewnienia zaplecza lokalowego, sprzętu biurowego, niezbędnego w początkowej fazie budowania produktu, szczególnie przez uruchomieniem Tureckiego Centrum Rękodzieła. Możliwie jest, że docelowo siedziba organizacji i centrum będą w tym samym miejscu, co zwiększyłoby możliwości samej LGD w zakresie koordynacji zarządzania produktem.
2.	„Tkacki Park Kulturowy”	Miasto Turek- Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera	W budowaniu i zarządzaniu tym produktem istotne będzie zarówno zaplecze instytucjonalne, jak również osobowe i techniczne lidera. Jednocześnie będzie również liderem projektu strategicznego Powołanie Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej”. Faktyczną funkcję lidera produktu będzie pełnić Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera. Jako lider osobowy rekomendowany jest dyrektor muzeum, Pan Bartosz Stachowiak. Jest to jednocześnie osoba kierująca Punktem Informacji Turystycznej w Turku. Wymieniony podmiot posiada zarówno warunki osobowe (zatrudniony personel, w tym osoby prowadzące pracownię tkacką i warsztaty), merytoryczne w postaci wiedzy, umiejętności i kontaktów dyrektora instytucji i pracowników, jak również potencjał techniczny. Potencjał ten wiąże się z tym, że jeszcze do 2012 r. jednostka ta nosiła nazwę Muzeum Rzemiosła Tkackiego i w dalszym ciągu jest znana z ekspozycji prezentującej tradycje tkackie ziemi tureckiej, jak również z organizacji pracowni trackiej, warsztatów i wydarzeń kulturalnych i artystycznych związanych z tkactwem. Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera może zatem wnieść zasoby niezbędne do utworzenia w korelacji z nimi „Tkackiego Parku Kulturowego”.
3.	„Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej”	Gmina Kawęczyn	Gmina Kawęczyn została zarekomendowana jako lider instytucjonalny dla dwóch produktów: „Szlakiem Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej” i „W siodle”. Trudno na chwilę obecną jednoznacznie zarekomendować osobę, która mogłaby być liderem osobowym w tej instytucji. Z uwagi na charakter pełnionej funkcji wójt Gminy Kawęczyn mógłby być liderem formalnym, natomiast zakres prac zostałby powierzony merytorycznemu przedstawicielowi gminy. Bardzo istotny będzie w przypadku tego produktu potencjał techniczny, ponieważ utworzenie Stworzenie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej wymaga udostępnienia obiektu, w którym będzie znajdowało się centrum, zabezpieczenia wyposażenia jak również personelu i osób współpracujących w centrum w charakterze ekspertów. Docelowo zostało zarekomendowane utworzenie centrum na terenie/w pobliżu miejsca upamiętniającego getto wiejskie w Czachulcu. Jednak do tego czasu zespół osób tworzących docelowo centrum powinien mieścić się przy Urzędzie Gminy Kawęczyn.
4.	„W siodle”	Gmina Kawęczyn	„W siodle” jest drugim produktem, do którego liderowania zaproponowana została Gmina Kawęczyn. Uzasadnienie dla wyboru lidera osobowego w tej instytucji jest takie samo, jak dla produktu „Szlak Getta Wiejskiego Ziemi Tureckiej”. Liderowanie tym projektom będzie dużym obciążeniem dla gminy, dlatego rekomendowane jest włączenie partnerów, w szczególności Powiatu Tureckiego oraz Gminy Turek, Gminy Brudzew i Miasta Turek. Gmina Kawęczyn będzie jednocześnie liderem projektu strategicznego Organizacja Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle” w Kawęczynie. W ramach tego centrum ma być prowadzona informacja turystyczna – centrum obsługi

			turystyki konnej obszaru powiatu tureckiego. Utworzenie centrum wymaga wykorzystania potencjału gminy. Zgodnie z rekomendacją zawartą w opisie projektu strategicznego, centrum powinno mieć swoją siedzibę w Urzędzie Gminy Kawęczyn. Wymaga to zapewnienia zarówno zasobów technicznych (pomieszczenie – biuro, wyposażenie w sprzęt biurowy, komputerowy, narzędzia niezbędne do prowadzenia punktu informacji turystycznej), osobowych (personel obsługujący centrum, w tym informator/informatorzy turystyczni), finansowych (środków władnych i zewnętrznych na uruchomienie i działalność centrum) i organizacyjnych Gminy Kawęczyn.
5.	„Pojezierze Turkowskie – woda i przyroda”	Powiat Turecki	Produkt ten będzie rozwijał się w miarę powstawania kolejnych zbiorników wodnych. Budowanie produktu będzie zatem rozłożone w czasie i mocno uzależnione od czynników zewnętrznych. Liderowania temu produktowy wymaga działań konsolidacyjnych, lobbingowych, negocjacyjnych. Z tego względu zaproponowano do tej roli Powiat Turecki, który będzie w tym przypadku reprezentantem interesów pozostałych gmin (np. w rozmowach i negocjacjach z KWB „Adamów”. Będzie również liderem projektu Powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze”. Na chwilę obecną trudno jest wskazać lidera osobowego dla tego produktu. Będzie to osoba powołana przez Starostę Tureckiego i powinien to być docelowo kierownik Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze”. Miejscem pracy zespołu powinna być siedziba Starostwa Powiatowego w Turku. Powiat Turecki mógłby zapewnić na czas przygotowania koncepcji projektu biuro, wraz z wyposażeniem. Zasoby personalne biura (oprócz przedstawicieli Powiatu Tureckiego) powinni tworzyć współpracujący partnerzy i eksperci, którzy będą uczestniczyć w spotkaniach roboczych.
6.	„Muzeum Sera Miasta Turku”	Miasto Turek	„Muzeum Sera Miasta Turku” jest drugim projektem, w którym funkcję lidera pełniłoby Miasto Turek. Również w tym przypadku do produktu został przypisany projekt strategiczny: Powołanie zespołu programowego produktu „Muzeum Sera Miasta Turek”, którego liderem będzie również Miasto Turek. Na chwilę obecną trudno jest wskazać lidera osobowego dla tego produktu. Będzie to osoba powołana przez Burmistrza Miasta Turku i powinien to być docelowo kierownik zespołu programowego tego produktu. Miejscem pracy zespołu powinna być siedziba Urzędu Miasta Turku. Budowanie tego produktu wymaga zapewnienia przez lidera w pierwszej fazie potencjału osobowego (osoby tworzące trzon zespołu programowego, które będą współpracować z partnerami i ekspertami), biura wraz z wyposażeniem.

Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

5 Promocja marki powiatu

Promocja marki powiatu opierać się powinna na koncepcji strategii marki, zaproponowanej w rozdziale 7 części II. strategii. Na obecnym etapie prac w ramach promocji marki powiatu zaproponowano dwa elementy: logo i hasło promocyjne. Oba te elementy zostały przygotowane w oparciu o cechy wizerunkowe, wartości i odniesieniu do koncepcji produktów turystycznych. Istotnym punktem odniesienia dla propozycji logo i hasło były dane zgromadzone od uczestników

spotkań i warsztatów oraz badań ankietowych. Na następnej stronie zaprezentowana jest propozycja logo oraz uzasadnienie symboliki tego znaku.

Rysunek 24: Propozycja logo powiatu tureckiego.

Logo CMYK



Logo monochromatyczne







Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Zgodnie z koncpecją strategii marki, powiat turecki jest: bogaty przyrodniczo i kulturowo, tradycyjny, goscinny, róznorodny, fascynujący, znany z serów „Turek". Większość z tych cech została zawarta w logo. Zielone płaszczyzny przywodzą na myśl cechę charakterystyczną obszaru, jaką jest

duża lesistość i obszary cenne przyrodniczo. Koncepcja sygmetu (wyrożnika graficznego) w kształcie rogów (w domysle tura) może być kojarzona z koronkową serwetką, a jednocześnie z mehofferowskim witrażem. Koronkarstwo jest tradycyjnym rękodziełem, pracochłonnym, delokalnym, ale jednoczesnie trwałym. W znaku tym można dostrzec również tkany gobelin, co podkreśla tradycje tkackie obszaru. Poprzez te skojarzenia podkreślany jest tradycyjny charakter obszaru powiatu tureckiego. Logo w tej formie jest fascynujące, bo niejeznoznacze (można dupatrywać się różnych odniesień, co również podkresla bogactwo i różnorodność). Tur, silne zwierzę, to wymarły krewny współczesnych krów, obecnych w krajobrazie ziemi tureckiego. Chodowla bydła mlecznego i przetwórstwo mleczarskie przyczyniły się do tego, że powiat turecki jest kojarzony z serami „Turek". jednocześnie komunikuje wiejsko-rolniczy charakter powiatu. Wymieniony zestaw cech odnosi się zarówno do kiloru, formy, jak również kształtu znaku (grafika na rysunku 25). Można stwierdzić, że w logo zostały zawarte wszystkie istotne elementy, definiujące powiat turecki.

Rysunek 25: Symbolika znaku.



Źródło: Opracowanie własne zespołu 2BA doradztwo strategiczne.

Należy jeszcze zwrócić uwagę na logotyp: nazwie ziemia turecka (pisanej w tym przypadku z dużych liter) towarzyszy tagline „partnerstwo lokalne". Zastosowanie tego tagline ma w tym przypadku podkreślić znaczenie partnerstwa w działaniach związanych z rozwojem lokalnym (w tym turystycznym), budowaniem produktów i promocją.

Logiczną konsekwencją jest zaproponowanie hasła promocyjnego, które jest spójne z logo, a przede wszystkim odwołuje się do koncepcji marki. Dla obszaru powiatu tureckiego zostało zaproponowane hasło „Serdecznie – Ziemia Turecka". Należy zwrócić uwagę na zabiega zastosowany w słowie „serdecznie": serdeczność z jednej strony nacechowuje partnerstwo, koresponduje z jedną z cech wizerunkowych (gościnność), z drugiej wyróżnia człon „ser". Dzięki temu w logo i hasło została odzwierciedlona większość cech i zaproponowanych produktów (w tym „Tkacki Park Kultury", „Tkane wioski tureckie" i „Muzeum Sera Miasta Turek".

Serdecznie - powiat turecki

Wnioski i rekomendacje

Opracowana strategia jest przede wszystkim strategią marketingową produktu turystycznego z uwzględnieniem procesu budowania marki. Zawiera również koncepcję strategii marki. Charakter, zakres i zawartość opracowania pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

1. Powiat turecki posiada duży, lecz niewykorzystany potencjał kulturowy, który możne zostać wykorzystany do budowania oryginalnych produktów turystycznych.
2. W społeczności lokalnej drzemie duży potencjał, widoczny m.in. w aktywności rękodzielników i artystów.
3. Zabytki znajdujące się na tym terenie są w dużej mierze w złym stanie technicznym i cechuje je ograniczona dostępność turystyczna. Obiekty odrestaurowane znajdują się w rękach prywatnych i również cechują się ograniczoną dostępnością.
4. Najważniejszym produktem turystyki kulturowej obszaru jest Muzeum Miasta Turku im. Józefa Mehoffera, które z uwagi na prowadzoną działalność, w istotny sposób odwołuje się do źródeł tożsamości obszaru, związanego z tradycjami tkackimi.
5. Na obszarze powiatu tureckiego można zidentyfikować niewiele produktów turystycznych o złożenia strukturze, są to przede wszystkim proste produkty, a w zasadzie usługi.
6. Teren ten charakteryzuje się dużym stopniem lesistości oraz dużym pokryciem obszarami cennymi przyrodniczo, jednak ilość tych obszarów nie koresponduje z ich rangą pod względem stopnia formy ochrony prawnej (brak rezerwatów, parków krajobrazowych).
7. Słabością powiatu tureckiego jest stand zagospodarowania turystycznego, w szczególności bazy noclegowej i gastronomicznej (dotyczy to w szczególności agroturystyki).
8. Na analizowanym obszarze funkcjonują nieliczne obiekty noclegowe na obszarach wiejskich, w tym gospodarstwa agroturystyczne, co w znaczącym stopniu utrudnia rozwój tej kategorii turystyki.
9. Rezultatem stanu zagospodarowania jest wielkość ruchu turystycznego mierzonego liczbą korzystających z obiektów noclegowych oraz niski wskaźnik funkcji turystycznej. Ponadto wykorzystanie bazy noclegowej jest na poziomie niższym, niż w powiatach konkurencyjnych.
10. Istotną kwestią analizy przeprowadzonej w niniejszym opracowaniu było sąsiedztwo i współpraca z gminami ościennymi: Uniejowem, Goszczanowem i Kościelcem. Stwierdzono, że gminy te nie wpływają w sposób pożądany na wizerunek powiatu tureckiego.
11. Często powtarzanym podczas spotkań i warsztatów argumentem było przyłączenie się do Uniejowa. Należy wyraźnie podkreślić, że analiza wykazała całkowitą odmienność rdzenia głównego produktu od produktów, jakie może zaoferować powiat turecki. Natomiast w zakresie turystyki rowerowej, konnej, kulturowej, na obszarach przyrodniczych gmina ta dysponuje konkurencyjnym potencjałem.
12. Analiza powiatów konkurencyjnych objęła wszystkie sąsiadujące z powiatem tureckim, a także powiaty bełchatowski i ząbkowicki. Analiza ta pokazała słabą aktualną konkurencyjność turystyczną obszaru, szczególnie w kontekście powiatów konińskiego i bełchatowskiego.
13. Analiza konkurencji miała również na celu ocenę zagospodarowania terenów pokopalnianych w powiecie tureckim i powiatach konkurencyjnych. Z analizy można wyciągnąć wniosek, że powiaty te (w szczególności koniński i bełchatowski) są bardziej zaawansowane pod względem zagospodarowania terenów pokopalnianych. Wykorzystały również szansę

w postaci środków unijnych dostępnych w perspektywie finansowej 2007-2013 na stworzenie atrakcyjnej infrastruktury turystycznej i rekreacyjno-sportowej, w tym nad zbiornikami wodnymi.

14. Cele niniejszej strategii mają pozwolić na rozwiązanie zidentyfikowanych problemów, niwelację słabych storn, przy jednoczesnym wykorzystaniu szans pojawiających się w otoczeniu. Tą szansą będą środki unijne. Jest to ostatnia perspektywa umożliwiająca intensyfikację rozwoju obszaru powiatu tureckiego, również rozwoju turystycznego.
15. Najistotniejszą rekomendacją kończącą część I niniejszego opracowania było budowanie w oparciu o potencjał kulturowy wyróżnialnych i konkurencyjnych produktów turystycznych. zarekomendowane zostały dwa produkty wiodące: „Tkane wioski tureckie" oraz „Tkacki Park Kulturowy". Aby umożliwić sukces w budowaniu i wprowadzaniu na rynek tych produktów, należy powołać zespoły projektowe, gdzie w pracach wezmą również udział eksperci zewnętrzni.
16. Opracowując produkty turystyczne dla powiatu tureckiego starano się uwzględnić kluczowe elementy potencjału, co spowodowało, że nie wszystkie potencjalnie przyszłościowe produkty zostały rozwinięte w tym dokumencie. Tak jest w przypadku skamieniałego lasu i osady wczesnośredniowiecznej na terenie gminy Brudzew. Z uwagi na trwające badania naukowe nie można jednak planować rozwoju tych produktów.
17. Budowanie produktów turystycznych i realizacja odpowiadających im projektów wymaga dużego zaangażowania lokalnej społeczności i budowania zespołów interdyscyplinarnych, które będą pracować nad przygotowaniem koncepcji realizacji, budowaniem i wprowadzaniem produktów na rynek.
18. Istotnym elementem strategii marketingowej produktu turystycznego było opracowanie założeń koncepcji dystrybucji i sprzedaży produktów turystycznych oraz integracja działań w zakresie promocji, informacji turystycznej i badań rynkowych. Dlatego zarekomendowane zostało utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej „Krainy Tura" – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej". Rekomendowane jest, aby organizacja ta pełniła rolę całościowego koordynatora wszystkich produktów turystycznych, jak również uczestniczyła w opracowaniu strategii promocji (kolejny punkt rekomendacji), jako główny podmiot realizujący politykę promocyjną powiatu tureckiego.
19. Kolejnym krokiem wynikającym z niemniejszego opracowania powinno być opracowanie strategii promocji marki i produktu turystycznego, która jest niezbędnym narzędziem służących do realizacji zaplanowanych celów strategicznych, w tym wykreowania wizerunku marki powiatu i wypromowanie produktów turystycznych zaproponowanych w dokumencie.
20. Analiza wykazała, że powiat turecki jest marginalizowany pod względem turystycznym w polityce województwa wielkopolskiego, w szczególności Wielkopolskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Rekomendowane jest podjęcie działań lobbujących na szczeblu regionalnym, w tym w zakresie uwzględniania powiatu tureckiego w kolejnych edycjach publikacji promocyjnych. Rolę taką powinna pełnić Lokalna Organizacja Turystyczna „Krainy Tura" – Touroperator Lokalny Ziemi Tureckiej".

Rekomendowane w strategii działania i zadania pozwolą na osiągnięcie zakładanych celów, w tym rozwoju turystyki, zwiększania rozpoznawalności i w konsekwencji wzrostu ruchu turystycznego.

Spis rysunków i tabel

Rysunek 1: Klasyfikacja walorów turystycznych. 6
Rysunek 2: Struktura zagospodarowania turystycznego. 22
Rysunek 3: Ocena waloryzacji kulturowej powiatu tureckiego na tle innych powiatów województwa wielkopolskiego. 30
Rysunek 4: Kategorie produktów turystycznych wg Z. Kruczka i B. Walasa. 34
Rysunek 5: Atrakcje kulturowe powiatu tureckiego na mapie atrakcji Wielkopolski Wschodniej. 37
Rysunek 6: Zasięg geograficzny konkurencji powiatu tureckiego i powiatów położonych w porównywalnej odległości od Poznania i Łodzi. 65
Rysunek 7: Lokalizacja powiatu tureckiego i powiatów konkurencyjnych na mapie Polski. 66
Rysunek 8: Dominujące kierunki wykorzystania powiatów konkurencyjnych w 2013 r. w %. 67
Rysunek 9: Marka obszaru powiatu tureckiego i marka produktów turystycznych tego obszaru. 85
Rysunek 10: Ujęcie turystyki w *Zintegrowanej Strategia Rozwoju Gospodarczego Gmin Powiatu Tureckiego na lata 2015-2025.* 87
Rysunek 11: Priorytety strategiczne i działania dedykowane turystyce w strategii rozwoju obszaru funkcjonalnego. 87
Rysunek 12: Struktura celów dla strategii marketingowej produktu turystycznego obszaru powiatu tureckiego. 89
Rysunek 13: Kategorie produktowe produktów turystycznych powiatu tureckiego o znaczeniu strategicznym. 92
Rysunek 14: Cykl życia produktów (obszarów). 94
Rysunek 15: Wiodące, uzupełniające i dodatkowe produkty turystyczne dla obszaru powiatu tureckiego. 96
Rysunek 16: Inspiracja dla produktu „Tkane wioski tureckie" – „Szlak Tradycyjnego Rzemiosła" w Małopolsce. 102
Rysunek 17: Inspiracja dla produktu „Tkacki Park Kulturowy" – Miasto Tkaczy w Zgierzu. 107
Rysunek 18: Inspiracja dla produktu „Tkacki Park Kulturowy" – Średniowieczny Park Techniki w Złotym Stoku. 107
Rysunek 19: Inspiracja dla produktu „Tkane wioski tureckie" –. 117
Rysunek 20: schemat wyznaczania polityki cenowej dla produktów turystycznych obszaru powiatu tureckiego. 120
Rysunek 21: Rola Lokalnej Organizacji Turystycznej – Touroperatora Lokalnego Ziemi Tureckiej w kontekście systemu dystrybucji i sprzedaży. 121
Rysunek 22: Kluczowe cechy wizerunkowe wyrażone w produktach turystycznych dla obszaru powiatu tureckiego. 124
Rysunek 23: Źródła finansowania strategii. 142
Rysunek 24: Propozycja logo powiatu tureckiego. 148
Rysunek 25: Symbolika znaku. 149

Tabela 1: Baza noclegowa w powiecie tureckim. 51
Tabela 2: Baza gastronomiczna gmin powiatu tureckiego. 52
Tabela 3: Ruch turystyczny w powiecie tureckim. 53
Tabela 4: Opis kategorii produktowych istotnych obecnie dla powiatu tureckiego. 53
Tabela 5: Charakterystyka odwiedzających aktualnie powiat turecki. 56
Tabela 6: Produkty turystyczne powiatu tureckiego. 59
Tabela 7: Powierzchnia, liczba mieszkańców i gęstość zaludnienia powiatów uwzględnionych w analizie konkurencji. 66
Tabela 8: Muzea i ich odwiedzający w powiecie tureckim i powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 68
Tabela 9: Imprezy organizowane przez muzea w powiecie tureckim i powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 68
Tabela 10: Imprezy kulturalne (masowe) organizowane w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 69
Tabela 11: Uczestnicy imprez masowych organizowanych w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. . 69
Tabela 12: Zespołu artystyczne i kluby działające w obszarze kultury w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 70
Tabela 13: Charakterystyka obszarów prawnie chronionych w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 71
Tabela 14: Pomniki przyrody oraz udział obszarów prawnie chronionych i terenów zielonych w powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 71
Tabela 15: Turystyczne obiekty noclegowe powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. – wskaźniki. 72
Tabela 16: Obiekty turystyczne i ich wykorzystanie powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. 73
Tabela 17: Struktura obiektów noclegowych powierzchni w powiecie tureckim i w powiatach konkurencyjnych w 2013 r. . 73

Tabela 18: Mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie rozwoju turystyki w strategii rozwoju powiatu tureckiego. 80
Tabela 19: Segmentacja rynku uczestników ruchu turystycznego dla proponowanych produktów. 93
Tabela 20: Projekty strategiczne dla poszczególnych celów strategicznych. 129
Tabela 21: Karta projektu Organizacja Tureckiego Centrum Rękodzieła. 129
Tabela 22: Karta projektu Powołanie Konsorcjum „Tkackiego Parku Kulturowego Ziemi Tureckiej”. 130
Tabela 23: Karta projektu Stworzenie Centrum Pamięci Żydów Ziemi Tureckiej. 132
Tabela 24: Karta projektu Organizacja Centrum Jeździeckim Ziemi Tureckiej „W siodle” w Kawęczynie. 133
Tabela 25: Karta projektu Powołanie Zespołu Projektu „Turkowskie Pojezierze”. 134
Tabela 26: Karta projektu Powołanie zespołu programowego produktu „Muzeum Sera Miasta Turek”. 135
Tabela 27: Karta projektu Zbudowanie marki powiatu tureckiego poprzez m.in. opracowanie strategii promocji marki 137
Tabela 28: Karta projektu Utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej “Kraina Tura” wraz z systemem analogowej i cyfrowej informacji turystycznej 138
Tabela 29: Karta projektu Stworzenie systemu zintegrowanego oznakowania turystycznego atrakcji turystycznych i szlaków kulturowych ziemi tureckiej 139
Tabela 30: Liderzy dla poszczególnych produktów turystycznych powiatu tureckiego. 145