

**SPRAWOZDANIE MERYTORYCZNE**  
**KUJAWSKO-POMORSKIEJ**  
**ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ**  
**ZA ROK 2015**

# I. KUJAWSKO-POMORSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA W 2015 ROKU

## 1. CZŁONKOWIE K-POT

Decyzją Zarządu w 2015 r. w poczet członków Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej przyjęto:

- Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy,
- Wyższą Szkołę Zarządzania Środowiskiem w Tucholi,
- Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie,
- Fundację GEOLIFE,
- Turystyczne Stowarzyszenie Pojezierza Brodnickiego.

Na prośbę zainteresowanego, z listy członków Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej skreślono:

- Łazienki II Resort Medical & SPA w Ciechocinku.

Uroczyste przyjęcie nowych członków i wręczenie pamiątkowych certyfikatów członkostwa w Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, tradycyjnie odbyło się podczas Wojewódzkich Obchodów Światowego Dnia Turystyki, 9 października 2015 r., w Hali Pomp Muzeum Wodociągów w Bydgoszczy.

Wykaz członków Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej (stan na 31.12.2015 r.):

<b>CZŁONKOWIE ZWYCZAJNI</b>		
<b>SAMORZĄDY</b>		
1	1	Województwo Kujawsko-Pomorskie
2	2	Miasto Bydgoszcz
3	3	Powiat Bydgoski
4	4	Powiat Mogileński
5	5	Powiat Świecki
6	6	Powiat Tucholski
7	7	Powiat Żniński
8	8	Gmina Miasta Brodnicy

9	9	Gmina Brześć Kujawski
10	10	Gmina Cekcyn
11	11	Gmina Miasto Chełmno
12	12	Gmina Miejska Ciechocinek
13	13	Gmina Miasto Grudziądz
14	14	Gmina Miasto Inowrocław
15	15	Gmina Koronowo
16	16	Gmina Miasta Lipno
17	17	Gmina Śliwice
18	18	Gmina Miasta Toruń
19	19	Gmina Miasto Włocławek
20	20	Gmina Żnin
<b>LOKALNE ORGANIZACJE TURYSTYCZNE</b>		
21	1	Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna „ByLOT”
22	2	Golubsko-Dobrzyńska Organizacja Turystyczna
23	3	Inowrocławska Lokalna Organizacja Turystyczna „InLOT”
24	4	Lokalna Organizacja Turystyczna KOCIEWIE
25	5	Lokalna Organizacja Turystyczna Toruń
<b>UCZELNIE</b>		
26	1	Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
27	2	Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy
28	3	Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu
29	4	Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy
30	5	Wyższa Szkoła Zarządzania Środowiskiem w Tucholi
<b>ORGANIZACJE, STOWARZYSZENIA, FUNDACJE</b>		
31	1	Europejskie Centrum Współpracy Młodzieży
32	2	Kujawsko-Pomorska Chorągiew ZHP
33	3	Oddział PTTK im. Zygmunta Kwiatkowskiego w Golubiu-Dobrzyniu
34	4	Pałucki Oddział PTTK
35	5	Polska Izba Turystyki Oddział Kujawsko-Pomorski
36	6	Stowarzyszenie „Partnerstwo dla Krajny i Pałuk”
37	7	Stowarzyszenie „Tilia”
38	8	Fundacja GEOLIFE
39	9	Turystyczne Stowarzyszenie Pojezierza Brodnickiego

<b>BRANŻA TURYSTYCZNA</b>		
40	1	Port Lotniczy Bydgoszcz
41	2	Klinika Uzdrawiskowa „Pod Tężniami” w Ciechocinku
42	3	Przedsiębiorstwo Uzdrawisko Ciechocinek
43	4	Sanatorium Uzdrawiskowe „Przy Tężni” im. dr J. Krzywińskiego w Inowrocławiu
44	5	„SOLANKI” Uzdrawisko Inowrocław
45	6	Herbarium Hotel&SPA**** w Chomiąży Szlacheckiej
46	7	Stowarzyszenie Delta – JuraPark w Solcu Kujawskim
47	8	Zaurolandia – Rodzinny Park Rozrywki w Rogowie
<b>INNE</b>		
48	1	Zespół Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego
49	2	Kujawsko-Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie
<b>CZŁONKOWIE WSPIERAJĄCY</b>		
50	1	Kujawsko-Dobrzyńska Organizacja Turystyczna
51	2	Kujawsko-Pomorski Impresaryjny Teatr Muzyczny w Toruniu
52	3	Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu
53	4	Sejmik Prezesów PTTK Województwa Kujawsko-Pomorskiego
54	5	Powiat Lipnowski

## **1. ZARZĄD K-POT**

<b>ZARZĄD KUJAWSKO-POMORSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ</b>	
<i>Imię i nazwisko</i>	<i>Funkcja</i>
Beata Sawińska	Prezes
Artur Kasproicz	Wiceprezes
Tomasz Moraczewski	Wiceprezes
Marlena Przybył	Skarbnik (do 20.07.2015)
Ryszard Kruk	Skarbnik (od 21.07.2015)
Daniel Kożuch	Sekretarz
Ryszard Konopka	Członek Zarządu
Ryszard Kruk	Członek Zarządu (do 20.07.2015)

## 2. KOMISJA REWIZYJNA K-POT

<b>KOMISJA REWIZYJNA</b>	
<i>Imię i nazwisko</i>	<i>Funkcja</i>
Czesław Łukomski	Przewodniczący
Andrzej Anszperger	Wiceprzewodniczący
Agnieszka Bulman	Sekretarz
Piotr Kończewski	Członek Komisji
Maciej Rzeński	Członek Komisji

## 3. BIURO K-POT

<b>BIURO KUJAWSKO-POMORSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ</b>	
<i>Imię i nazwisko</i>	<i>Stanowisko</i>
Agnieszka Kowalkowska	p.o. Dyrektora biura K-POT (do 3.05.2015) Dyrektor biura (od 4.05.2015)
Magdalena Bławat-Lewandowska	Specjalista ds. turystyki
Karolina Drużyńska	Specjalista ds. turystyki
Rafał Frąckiewicz	Koordynator projektów
Marcin Wasilewski (do 31.12.2015)	Koordynator projektu „Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej”
Małgorzata Hipnarowicz (do 30.11.2015)	Koordynator projektu „Promocja marki województwa kujawsko- pomorskiego jako destynacji turystycznej w latach 2014-2015”
Justyna Malinowska (do 3.06.2015)	Dyrektor biura K-POT (2015 r.: urlop rodzicielski + urlop wypoczynkowy)

## II. DZIAŁALNOŚĆ KUJAWSKO-POMORSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ W 2015 ROKU

Źródła pochodzenia przychodów:

<b>Przychody</b>	<b>1 736 471,73</b>
Składki	319 000,00
Przychody z odpłatnej działalności statutowej	103 275,19
Otrzymane dotacje	1 314 196,54
Odsetki otrzymane	0

### 1. PROJEKTY

**1.1. „Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej”** w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013. Oś priorytetowa 6. Wsparcie rozwoju turystyki. Działanie 6.2. rozwój usług turystycznych i uzdrowiskowych.

Lider: Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Partner: Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna

- a) Nowy portal turystyki w regionie: [www.kujawsko-pomorskie.travel](http://www.kujawsko-pomorskie.travel).
- b) Monitoring ruchu turystycznego w województwie: ponad 5000 wywiadów z turystami i odwiedzającymi w 17 destynacjach turystycznych.
- c) Cykl filmów promujących atrakcje turystyczne: 3 spoty internetowe, 1 spot telewizyjny wyemitowany w TVP Bydgoszcz oraz spot 3 min. z lektorem.
- d) Katalog 1600 zdjęć: produkty turystyczne, wydarzenia, zdjęcia lotnicze, regiony, miasta i pojedyncze obiekty turystyczne.
- e) Publikacja promocyjna: 300 tysięcy egzemplarzy w 3 wersjach językowych - „Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc”.

f) Teksty merytoryczne na portal dotyczące przyrodniczych i antropogenicznych walorów turystycznych regionu opisujące parki krajobrazowe, rezerваты, pomniki przyrody, miejscowości, obiekty krajoznawcze i inne obiekty istotne z punktu widzenia turystyki.

g) Stojaki z identyfikacją wizualną „Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc”, przekazane do 100 miejsc na terenie województwa, m.in. dla potrzeb punktów Informacji Turystycznej, hoteli, muzeów, instytucji kultury.

h) hot-spoty, tj. otwarte punkty dostępu, umożliwiające połączenie z Internetem zainstalowane w 16 punktów IT.

i) Kampania promocyjna województwa - media społecznościowe, portale, artykuły sponsorowane zamieszczone na 15 portalach regionalnych. Efekt: ponad 50 tysięcy unikalnych użytkowników.

**1.2. „Promocja marki województwa kujawsko-pomorskiego jako destynacji turystycznej w latach 2014-2015”** w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013. Oś priorytetowa 5. Wzmocnienie konkurencyjności przedsiębiorstw. Działanie 5.5. Promocja i rozwój markowych produktów.  
Lider: Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego  
Partner: Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna

- a) ITB Berlin (*informacja – str. 8*)
- b) IMEX we Frankfurcie (*informacja – str. 12*)
- c) Paszport Turystyczny (*informacja – str. 12*)
- d) Wizyty studyjne i prasowe (*informacja – str. 10-11*).

**1.3. „Kujawsko-Pomorskie – Konstelacje dobrych miejsc”. Cykl szkoleń dla kadr turystyki w województwie kujawsko-pomorskim** – zadanie dofinansowane z Ministerstwa Sportu i Turystyki, zrealizowane w ramach konkursu ofert na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki w 2015 r.

Całkowity koszt zadania: 32.316,00

Kwota dofinansowania z MSiT: 15.996,42

Wkład własny K-POT: 16.319,58

1.4. Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, w ramach konkursu ofert na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki w 2016 r., złożyła do Ministerstwa Sportu i Turystyki, ofertę na dofinansowanie zadania pn. **„Konstelacje na wakacje”**.

Całkowity koszt zadania: 40.586,50

Proponowana kwota dofinansowania: 19.887,38

Wkład własny K-POT: 20.699,12

## **2. PROMOCJA WOJEWÓDZTWA KUJAWSKO-POMORSKIEGO**

### **2.1. „Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc”**

Z początkiem roku 2015 Organizacja rozpoczęła proces budowania turystycznej marki regionu w oparciu o ideę „Konstelacji dobrych miejsc”. Przeprowadzono wywiady i spotkania konsultacyjne w gronie członków Stowarzyszenia skupionych w Zespole Kreatywnym K-POT. We współpracy z Agencją MSU Publishing stworzono System Identyfikacji Wizualnej „Kujawsko-pomorskie konstelacje dobrych miejsc” uwzględniający 6 głównych grup produktowych turystyki w naszym województwie (kulturowa, zdrowotna, aktywna, na obszarach wiejskich, biznesowa), co znalazło swój wyraz w kolorystyce (logotyp + tła). We wrześniu 2015 roku, podczas I Regionalnego Forum Turystyki „Konstelacje” zostały zaprezentowane szerokiej publiczności.

#### **▪ Nowe podejście do budowania oferty**

**„Konstelacje”** to nowy „sposób” opowiadania o regionie, wyobrażenie nieograniczonej ilości powiązań punktów – miejsc na mapie, tworzących szlaki, trasy, ścieżki o różnym zasięgu. Łączenie może przebiegać w dowolny sposób – poprzez budowanie tras tematycznych lub szlaków będących kompozycją różnych wątków (historia, aktywność, kulinaria, uzdrowiska) – oferowanych przez gestorów i organizatorów turystyki. „Konstelacja” może być też rozumiana jako kompozycja indywidualna turysty – zbudowana przed przyjazdem lub układana spontanicznie podczas pobytu w regionie.



### ▪ **Proces zachodzący w branży (zmiana jakościowa)**

Zadaniem branży na najbliższe lata jest tworzenie produktów sieciowych w znacznym stopniu stanowiących o przewadze konkurencyjnej regionu. Konstelacje mogą być rozumiane jako wszelkie powiązania kooperacyjne w turystyce.

Dla K-POT istotne jest włączenie wszystkich członków organizacji w proces budowania spójnego systemu zarządzania wizerunkiem regionu. Uświadomienie podziału zadań w tym procesie i zaangażowanie w dotarcie z informacją i promocją cech marki do szerokiego grona odbiorców: branży turystycznej, mieszkańców regionu, turystów. Zaangażowanie wszystkich podmiotów turystyki w jeden spójny proces ma tworzyć podstawy działań strategicznych w turystyce. Istotne jest także uświadomienie wartości płynących z działania synergicznego. Zarządzanie przez markę ma prowadzić do wzrostu rangi turystyki, pośród innych dziedzin gospodarki w regionie. Tym samym pozwoli regionowi kujawsko-pomorskiemu stworzyć markę gotową do konkurowania z innymi regionami, ale też wpływającą na prestiż regionu w całej branży – co stanowi zachętę do podejmowania wspólnych inicjatyw. W perspektywie wszystkie te działania mają się przyczynić do podniesienia atrakcyjności oferty województwa kujawsko - pomorskiego oraz wzrostu liczby turystów odwiedzających region.

## **2.2. Targi turystyczne**

### **2.2.1. ITB Berlin (4-8.03.2015)**

Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna po raz kolejny była koordynatorem wojewódzkiego stoiska na największych międzynarodowych targach turystycznych - ITB w Berlinie. Województwo kujawsko-pomorskie reprezentowane było w strefie „zwiedzania, odkrywania i rozrywki” przez Bydgoszcz, Toruń, Grudziądz, Włocławek, Nakło oraz biuro K-POT (występujące z ofertą pozostałych członków Organizacji). Specjalnie na tę okazję K-POT wydała katalog ukazujący unikatowe walory, a także gotowe propozycje zwiedzania i pobytu w regionie. Dzięki dobrej współpracy z Zamiejscowym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej w Berlinie, Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna otrzymała zaproszenie dla Bydgoszczy i Torunia do przygotowania prezentacji dla dziennikarzy.

### **2.2.2. Targi Turystyczne WYPOCZYNEK, Toruń (14-15.03.2015)**

Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna zaprezentowała ofertę turystyczną regionu podczas V edycji targów Turystycznych WYPOCZYNEK, odbywających się w Toruniu. K-POT od początku wspiera to wydarzenie, obejmując je honorowym patronatem.

### **2.2.3. Targi Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON, Poznań (15-17.10.2015)**

Targi Regionów i Produktów Turystycznych TOUR SALON to dla środowiska turystyki największe wydarzenie w Polsce. W 2015 r. Kujawsko-Pomorskie po raz pierwszy wystąpiło jako „Konstelacje dobrych miejsc”. Na stoisku K-POT zaprezentowali się następujący członkowie Organizacji: Koronowo, Pałuki, Toruń, Bydgoszcz, Inowrocław, Ciechocinek, Chełmno, Włocławek i Bory Tucholskie. Stoisko przyciągało odwiedzających swoją nową „konstelacyjną” oprawą, jak również nieustanną aktywnością w strefie animacyjnej stoiska. Pod okiem piernikarzy z Muzeum Toruńskiego Piernika każdy mógł wyrobić swój własny korzenny przysmak, górnicy z Borów Tucholskich zapraszali do Wioski Górniczej w Pile-Młyn, „Alfred Nobel” do wizyty w bydgoskim EXPLOSEUM, „cystersi” do Koronowa, a „mieszkańcy” terrarium do odwiedzin bydgoskiego Myślęcinka. Można było zasmakować szlacheckiej kuchni z Pałacu w Sypniewie i przysmaków z „Ptasiego Ogrodu” z Rogowa, a także zrelaksować się w strefie Łazienek II Resort Medical&SPA z Ciechocinka. „Konstelacje” wzbudzały zainteresowanie zarówno zwiedzających, jak i kolegów z branży. Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna zdobyła nagrodę „ACANTHUS AUREUS” za uczestnictwo w targach ze „stoiskiem najbardziej sprzyjającym realizacji strategii marketingowej”. To pierwsza nagroda dla „Konstelacji dobrych miejsc”.

## **2.3. Wydarzenia wystawiennicze**

### **2.3.1. Inauguracja Sezonu Turystycznego, Toruń (9.05.2015)**

Inauguracja Sezonu Turystycznego 2015 odbyła się na Rynku Nowomiejskim w Toruniu. Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, zgodnie z tradycją, przeprowadziła konkurs na Najciekawsze Regionalne Stoisko. Jury jednogłośnie wskazało zwycięzcę, którym został Powiat Świecki.

### **2.3.2. Ster na Bydgoszcz, Bydgoszcz (20.06.2015) – stoisko promujące kampanię „Paszport Turystyczny”**

### **2.3.3. Bajkowy Toruń (27.06.2015) – stoisko promujące kampanię „Paszport Turystyczny”**

## 2.4. Wizyty prasowe

- **Niemcy** (24-26 kwietnia 2015) – 5 dziennikarzy. Program: Toruń, Bydgoszcz. Współpraca z ZOPOT w Berlinie.

Rezultaty:

- ✚ <http://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.polen-zauberhafte-rivalinnen.b3e1c13b-7a72-47b8-a0fb-89a7b12c481d.html>
- ✚ [http://visitkujawsko-pomorskie.pl/upload/Sonntag\\_Aktuell.pdf](http://visitkujawsko-pomorskie.pl/upload/Sonntag_Aktuell.pdf)
- ✚ [http://www.k-pot.pl/images/stories/2015/23.05.\\_polen.pdf](http://www.k-pot.pl/images/stories/2015/23.05._polen.pdf)

- **Belgia/Holandia** (17-21 czerwca 2015) – 3 dziennikarzy. Program: Gzin (Wioska Rytuałów), Chełmno, Bory Tucholskie (Zalew Żurski, Rezerwat Cisów Staropolskich w Wierzchlesie, Fojutowo, Krąg), Dolina Dolnej Wisły (Gruczno, Chrystkowo, Winnica pod Talerzykiem w Topolnie), Bydgoszcz.

Współpraca z ZOPOT w Brukseli.

- **Holandia** (24-25 czerwca 2015) – dziennikarz i fotoreporter. Program: Toruń. Współpraca z ZOPOT w Brukseli.

- **Belgia** (24-25 lipca 2015) – dziennikarz – podróż motocyklowa. Program: Biskupin. Współpraca z ZOPOT w Brukseli.

Dziennikarz z Motoren & Toerisme (magazyn poświęcony tematyce motocyklowej) nie zwiedza dużych miast, - stawia na „doświadczenie bycia w drodze”, odkrywanie uroków małych i większych miejscowości, krajobrazu, natury, dziedzictwa. Materiały pozyskane w trakcie lipcowej wizyty mają być wykorzystane w obszernym reportażu o Polsce w 2016 roku.

- **Włochy** (20-26 sierpnia 2015) – 2 dziennikarzy – podróż rowerowa. Program: Bydgoszcz, Zalew Koronowski, Gruczno – Festiwal Smaku, Chrystkowo, Bory Tucholskie (wioski tematyczne: ptasia i górnicza), Grudziądz, Chełmno Toruń – Bella Skyway Festival. Współpraca z ZOPOT w Rzymie.

Celem podróży studyjnej było przygotowanie (na zlecenie redakcji Latitudeslife) reportażu o ciekawej, ale mało znanej trasie rowerowej.

Rezultat:

- ✚ <http://www.agendaviaggi.com/viaggiare-in-polonia-in-bicicletta/>

- **„Odkryj Kujawsko-Pomorskie” - study press dla dziennikarzy z mediów ogólnopolskich** (23-31 sierpnia 2015)

Założeniem organizowanych przez K-POT study pressów było ukazanie wyjątkowego potencjału naszych miejsc, walorów i ludzi. Powstała w tym celu niepowtarzalna kompozycja, ponieważ zaproszeni dziennikarze nie otrzymali gotowego programu, ale mieli możliwość współtworzenia go przed przyjazdem. Zaangażowana w projekt krakowska agencja marketingu regionalnego LOCATIVO przeprowadziła rekrutację mediów. Na podstawie ankiety, dziennikarze i blogerzy wybrali te atrakcje, które wzbudziły ich zainteresowanie oraz odpowiadały profilowi ich czytelników. Powstały w ten sposób trzy programy wizyt: przygoda, lifestyle oraz citybreak. Niezwykłą wartością study pressów była ich realizacja w ścisłej współpracy i przy ogromnym zaangażowaniu: Bydgoskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej „ByLOT”, Kujawsko-Dobrzyńskiej Organizacji Turystycznej, Inowrocławskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej „InLOT”, LOT Pałuki i Lokalnej Grupy Działania Bory Tucholskie.

Niestandardowa forma study press (tzw. Content Hunt) wzbudziła zainteresowanie dziennikarzy następujących magazynów i portali, którzy zwiedzili nasz region: Wirtualna Polska, Kuk Buk, Logo, Slow Life Polska, Magazyn Usta, Wiadomości turystyczne, Los Wiaheros (blog), Piotr Horzela (bloge), Be Active, Magazyn Kontynenty, Zwykłe życie, Culture.pl, W podróży, Magazyn rowerowy, Weranda, Mówimy jak.

W badaniu satysfakcji uczestników uzyskaliśmy (w skali 1-5) ogólną ocenę 4,1.

Ze względu na czas realizacji projektu – koniec sierpnia większość artykułów, będących efektem study press ma się ukazać w roku 2016.

Dotychczasowe rezultaty:

- ✚ [http://www.k-pot.pl/images/stories/2015/W\\_Podrozy-Paluki.pdf](http://www.k-pot.pl/images/stories/2015/W_Podrozy-Paluki.pdf)
- ✚ <http://wp.tv/i,kujawsko-pomorskie-niedoceniana-perla-polski,mid,1776067,cid,5050,klip.html?ticaid=515b63e,mid,1797084,klip.html?ticaid=515b63>
- ✚ <http://www.loswiaheros.pl/polska/bory-tucholskie-tajemnice>
- ✚ <https://www.facebook.com/LosWiaheros/photos/a.10150320367830400.393656.308670920399/10154167425375400/?type=1&theater>
- ✚ [http://www.mowimyjak.pl/styl-zycia/podroze-i-wypoczynek/ostromecko-dlaczego-warto-je-odwiedzic,78\\_80684.html](http://www.mowimyjak.pl/styl-zycia/podroze-i-wypoczynek/ostromecko-dlaczego-warto-je-odwiedzic,78_80684.html)
- ✚ [http://www.mowimyjak.pl/styl-zycia/podroze-i-wypoczynek/kopalnia-wegla-brunatnego-w-borach-tucholskich-dlaczego-warto-odwiedzic-ten-zabytek,78\\_80686.html](http://www.mowimyjak.pl/styl-zycia/podroze-i-wypoczynek/kopalnia-wegla-brunatnego-w-borach-tucholskich-dlaczego-warto-odwiedzic-ten-zabytek,78_80686.html)

 [https://www.facebook.com/SlowLifeFoodGarden/posts/525654737586777?mref=message\\_bubble](https://www.facebook.com/SlowLifeFoodGarden/posts/525654737586777?mref=message_bubble)

### **2.5. „Come for sweet memories” – Targi IMEX, Frankfurt (19-21.05.2015)**

Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna wraz z partnerami: Portem Lotniczym Bydgoszcz, Miastem Bydgoszcz i Miastem Toruń, w dniu 20 maja zorganizowała wydarzenie promocyjne podczas targów IMEX we Frankfurcie. Działania to miało na celu promowanie turystyki - tym razem z akcentem na convention, stąd obecność na jednym z najważniejszych światowych spotkań branży MICE. Wystawcy i odwiedzający zaproszeni zostali na event „Come for sweet memories” (*Przyjeźdź po słodkie wspomnienia*). Słodkie markowe akcenty: praliny „Sowy” i wyroby „Kopernika” miały stanowić przedsmak wizyty w naszym regionie. Pretekstem akcji promocyjnej było uruchomienie połączenia lotniczego pomiędzy Bydgoszczą a Frankfurtem.

### **2.6. Paszport Turystyczny**

W 2015 r. Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna po raz czwarty zachęcała turystów i mieszkańców regionu do podróżowania z „Paszportem Turystycznym”. Szczególnie polecane były tym razem miejsca związane z wodą: Brodnica, Bydgoszcz, Cekcyn, Chełmno, Ciechocinek, Golub-Dobrzyń, Grudziądz, Inowrocław, Koronowo, Mogilno, Nakło, Świecie, Toruń, Włocławek, Woziwoda, Żnin. W sumie 16 miejsc i 16 pieczętek do zdobycia. „Paszportowcy” wzięli udział w kilku nieodpłatnych wycieczkach i zwiedzili z przewodnikami: Włocławek, Toruń, Grudziądz oraz „Szlak tradycji i smaku”, poznając kulinaria regionu. Wśród nagród znalazły się m. in. rodzinne vouchery pobytowe. Czas trwania kampanii: 1 czerwca - 20 września.

Kampania „Paszport Turystyczny” promowana była w regionalnej prasie (reklama prasowa) oraz podczas dużych eventów: „Ster na Bydgoszcz” i „Bajkowy Toruń” (stoiska promocyjne). Do biura K-POT nadesłano ponad 200 kuponów – poza naszym województwem również z Katowic, Kielc i Wrocławia. Wśród uczestników są osoby, które kolekcjonują pieczątki od pierwszej edycji „Paszportu”.

### **2.7. EXPO 2015 w Mediolanie – tydzień kujawsko-pomorski (17-23.08.2015)**

Na zaproszenie Polskiej Organizacji Turystycznej, Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna przygotowała prezentację regionu podczas Światowej Wystawy EXPO 2015 w Mediolanie. Temat przewodnim wystawy: „Wyżywienie planety. Energia dla życia” skłonił nas do zaprezentowania

ekologicznej żywności oraz produktów wytwarzanych tradycyjnymi metodami pozyskanych od członków „Kulinarne Dziedzictwa Kujaw i Pomorza” oraz „Spizarni Kujawsko-Pomorskiej”. Świadomie zachęciliśmy odwiedzających do kulinarnej konfrontacji. W kraju słynącym z niezliczonych odmian „pasty” zaprezentowaliśmy ciemne bio-makarony, a miłośników oliwy miały intrygować oleje z lnu i rzepaku. Wątki krajoznawcze i kulinarne wzbogacone zostały innymi motywami, które w zamyśle miały pomóc (zwłaszcza odwiedzającym z Włoch) zidentyfikować nasze miejsce w Europie. Elementem odniesienia były m.in. makiety składów kolejowych bydgoskiej PESY (której pojazdy są we Włoszech znane i cenione), a nasze miejsce w kosmosie miał wskazać Mikołaj Kopernik – związany z uniwersytetami w Bolonii, Padwie i Ferrarze. W ekspozycjach wizualnych towarzyszyła nam konsekwentnie promowana kreacja „Kujawsko-Pomorskie – constellations of good places”.

## **2.8. Star Force (18-20.09.2015)**

VII edycja StarForce była serią premier i niespodzianek. Po raz pierwszy w historii oficjalne rozpoczęcie imprezy nie zaczęło się paradą, a koncertem muzyki skomponowanej przez Johna Williamsa do wszystkich części „Gwiezdných Wojen”. Na uczestników czekała seria prelekcji, wystaw i spotkanie z JerOMEM Blake`em, aktorem, który zagrał w kultowej sadze. W zlocie uczestniczyło blisko 7000 osób.

Złot miłośników Gwiezdných Wojen „StarForce 2015” organizowany był przez Kujawsko-Pomorską Organizację Turystyczną przy udziale Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Wydarzeniu towarzyszyły liczne relacje medialne, w tym wejścia na żywo w telewizji Polsat News.

## **2.9. Motocyklowa Polska**

„Motocyklowa Polska” to tytuł programu telewizyjnego dedykowanego gł. podróżującym po Polsce motocyklistom, emitowanego w kanale MOTOWIZJA. Wiktor Kammer, prezenter telewizyjny, podczas wielodniowej wyprawy zwiedził najciekawsze miejsca w kraju, odwiedzając 13 województw. W lipcu powstały zdjęcia do odcinka o naszym regionie. Kujawsko-Pomorskie zaprezentowało 250-kilometrową trasę dla zmotoryzowanych. „Motocyklowa Polska” to wspólny projekt Polskiej Organizacji Turystycznej, Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej oraz 7 członków naszej organizacji: Brodnicy, Torunia, Grudziądz, Chełmna, Bydgoszczy, Żnina oraz LOTu Pałuki.

### **3. WSPÓŁPRACA REGIONALNA I KRAJOWA**

#### **3.1. Regionalne Forum Turystyki, Bydgoszcz, 3.09.2015**

Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną, zorganizowała w Bydgoszczy I Regionalne Forum Turystyki. Było to pierwsze od lat wydarzenie merytoryczne dedykowane wszystkim podmiotom turystyki w regionie. Poza elementami szkoleniowymi – wykładami i prezentacjami, które uwzględniały potrzeby kujawsko-pomorskiego rynku turystyki (stąd obecność ekspertów z zakresu marketingu regionalnego, badań ruchu turystycznego, Partnerstwa Publiczno-Prywatnego oraz rynku niemieckiego - kluczowego spośród wszystkich rynków zagranicznych), istotna była dyskusja panelowa z udziałem samorządowców, przedsiębiorców i przedstawicieli uczelni. Spotkanie otworzyło powszechną debatę nt. zadań, celów i przyszłości turystyki w naszym województwie. Podjęto temat przygotowania wszystkich podmiotów naszego sektora do kluczowych zadań: świadomego podziału ról, współodpowiedzialności i konsekwencji w długofalowym działaniu na rzecz rozwoju turystyki. Regionalne Forum Turystyki odbyło się w ramach projektu "Wiedza, Produkt i Współpraca - kluczem do sukcesu w turystyce" realizowanego przez Polską Organizację Turystyczną we współpracy z Kujawsko-Pomorską Organizacją Turystyczną i było współfinansowane ze środków Urzędu Marszałkowskiego.

#### **3.2. V Kujawsko-Pomorskie Forum Turystyki Wiejskiej, Ciechocinek, 22-24.09.2015**

We wrześniu odbyła się piąta edycja Kujawsko-Pomorskiego Forum Turystyki Wiejskiej. Motywem przewodnim tegorocznego Forum w Ciechocinku był „Produkt sieciowy turystyki wiejskiej”. Celem było zachęcenie właścicieli gospodarstw agroturystycznych, usługodawców i operatorów turystycznych funkcjonujących na terenach wiejskich regionu do łączenia sił i środków by oferować gościom pakietowe produkty turystyczne. Ekspertami i trenerami warsztatów Forum byli m.in.: wiceprezes K-POT dr Artur Kasprowicz, Michał Bucholz z Gminy Cekcyn (członek K-POT) oraz dyrektor biura K-POT – Agnieszka Kowalkowska, która przedstawiła założenia nowej marki województwa podczas prezentacji *„Konstelacje dobrych miejsc, idea, cel, wizualizacja. Turystyczna marka regionu”*.

Podczas Forum wręczono nagrody laureatom tegorocznej edycji regionalnego konkursu „AGRO-wczasy 2015”. Konkurs wyłania wiodące gospodarstwa agroturystyczne, najlepszych usługodawców turystyki wiejskiej oraz obiekty, które oferują najlepszą kuchnię regionalną.

Organizatorem Forum był Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, Departament Rolnictwa i Geodezji, Sekretariat Regionalny KSOW we współpracy z Kujawsko-Pomorskim Ośrodkiem Doradztwa Rolniczego oraz Kujawsko-Pomorską Organizacją Turystyczną.

### **3.3. „Turystyka na warsztacie” – spotkanie szkoleniowo-integracyjne, Przysiek, 7-8.12.2015**

Spotkanie szkoleniowo-integracyjne zorganizowane w Przysieku było wynikiem realizacji postulatów zgłoszonych podczas Regionalnego Forum Turystyki, a także założeń Walnego Zebrania członków Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej. Udział w nim wzięli przedstawiciele szeroko pojętego środowiska turystyki w regionie, w tym: zarząd i członkowie Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej (K-POT), Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK), reprezentanci Lokalnych Organizacji Turystycznych (LOT) oraz Lokalnych Grup Działania (LGD), członkowie innych organizacji zajmujących się promocją turystyki, upowszechnianiem krajoznawstwa; gestorzy wiodących produktów turystycznych regionu; pracownicy Departamentu Turystyki w Urzędzie Marszałkowskim oraz pracownicy biura K-POT. Spotkanie to zbiegło się w czasie z rozpoczęciem wdrażania nowej marki województwa, dlatego zaproszono reprezentantów Fundacji Best Place, odpowiedzialnych za stworzenie strategii marki Kujawsko-Pomorskie. Uczestnicy poznali założenia marki i wzięli udział w warsztatach z tworzenia produktów turystycznych. Ważnym elementem spotkania była dyskusja moderowana przez dra Piotra Zmyślonego, który od Regionalnego Forum Turystyki we wrześniu 2015 pełni rolę mentora procesu przemian Organizacji.

Wypracowano podstawowe założenia warunkujące rozwój turystyki w regionie, w perspektywie 5-letniej. Podczas warsztatów i dyskusji poruszone zostały zagadnienia związane z głównymi celami i kierunkami działań samorządu województwa w obszarze zarządzania rozwojem turystyki (do roku 2020). Poświęcono też uwagę rekomendowanym obszarom/zadaniom służącym realizacji tych celów. Wypracowano listę przedsięwzięć, które powinny zostać zrealizowane/zainicjowane w roku 2016:

- Rozpoczęcie prac nad stworzeniem markowego sieciowego produktu turystycznego województwa,
- Określenie kanonu produktów/miejsc wizerunkowych,
- Organizacja Lokalnych Forów Turystyki,
- Stworzenie systemu monitorowania ruchu turystycznego w regionie.

Podjęto temat podziału zadań pomiędzy samorząd województwa i ROT. Spotkanie zostało przez uczestników określone jako kamień milowy na drodze wyznaczania kierunków rozwoju turystyki w województwie.



### 3.4. Spotkania Zespołu Kreatywnego

W 2015 r. odbyło się pięć spotkań Zespołu Kreatywnego K-POT. Podczas pierwszego z nich wyspecyfikowano główne grupy produktowe turystyki w regionie. Za kryterium wyboru przyjęto te cechy produktów, które wyróżniają region na tle innych, są dobrze przygotowane na przyjęcie turystów (infrastruktura, inne czynniki), mają wysoki potencjał, co oznacza, że w znacznym stopniu mogą się przyczynić do rozwoju społeczno – gospodarczego województwa. Ponadto wpisują się w europejskie/światowe kierunki rozwoju turystyki. Kolejne spotkania służyły omówieniu założeń nowej kampanii wizerunkowej województwa kujawsko-pomorskiego pn. „Konstelacje dobrych miejsc”, a także zadań związanych z realizowanym przez K-POT projektem „Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej”.

### 3.5. Spotkania branżowe regionalne/krajowe

<b>SPOTKANIA BRANŻOWE REGIONALNE/KRAJOWE</b>		
<b>Lp.</b>	<b>Temat</b>	<b>Termin/miejsce</b>
1.	Spotkanie założycielskie wioski tematycznej Gzin – Wieś Rytuałów	4.02.2015 Gzin
2.	Spotkanie dotyczące rocznego planu współpracy pomiędzy POT a ROT	18.02.2015 Warszawa
3.	Gięda Produktów Turystycznych	24.02.2015 Bydgoszcz
4.	Spotkanie ws. założenia LOT-u w Chełmnie	2.04.2015 Chełmno
5.	Spotkanie dotyczące współpracy środowiska turystyki	14.05.2015 Toruń
6.	Posiedzenie Komisji Sportu i Turystyki Sejmiku Województwa Kujawsko-Pomorskiego	18.05.2015 Toruń
7.	Seminarium pt. „Europejski system ochrony produktów regionalnych i tradycyjnych – wskazówki praktyczne do budowy marki, promocji wytwarzania i dystrybucji”.	21.05.2015 Stary Młyn - Wierzchucice
8.	Doroczne spotkanie POT-ROT połączone z wizytą studyjną: Wielka Pętla Wielkopolski – promocja markowego produktu turystyki wodnej w Wielkopolsce	27-29.05.2015 Dolsk

9.	Upowszechnienie Partnerstwa Publiczno-Prywatnego	23.06.2015 Warszawa
10.	Bydgoskie Forum dla Turystyki	1-2.09.2015 Bydgoszcz
11.	Warsztat z projektu „Opracowanie tożsamości marki regionu kujawsko-pomorskiego wraz z programem działań marketingowych”	8.09.2015 Toruń
12.	Bydgoszcz Promo Festival	9.10.2015 Bydgoszcz
13.	Spotkanie poświęcone komercjalizacji produktów turystycznych	13.10.2015 Warszawa
14.	Posiedzenie Komisji Sportu i Turystyki Sejmiku Województwa Kujawsko-Pomorskiego	19.10.2015 Toruń
15.	Forum POT-ROT-LOT-ZOPOT-MIASTA	16-17.11.2015 Ossa
16.	13. Posiedzenie Rady Naukowo-Programowej ds. Szlaku Piastowskiego	24.11.2015 Gniezno
17.	Spotkanie ws. założenia LOT-u Ciechocinek	19.11.2015 Ciechocinek
18.	Udział merytoryczny K-POT w pracach Zespołu ds. rozwoju dróg rowerowych	2015 Toruń

#### 4. SZKOLENIA/WARSZTATY/KONFERENCJE

##### 4.1. „Kujawsko-Pomorskie – Konstelacja dobrych miejsc”. Cykl szkoleń dla kadr turystyki województwie kujawsko-pomorskim – szkolenia organizowane przez Kujawsko-Pomorską Organizację Turystyczną, współfinansowane przez Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Głównym celem przeprowadzonych szkoleń było włączenie członków Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej w świadome i aktywne budowanie marki regionu. Motywem przewodnim cyklu były „Konstelacje dobrych miejsc”. Sukces we wdrażaniu wartości tej idei jest uwarunkowany świadomością wszystkich interesariuszy procesu przemian, właściwym podziałem zadań w systemie zarządzania wizerunkiem regionu i zaangażowaniem ich w dotarcie z informacją i promocją cech marki „Kujawsko-Pomorskie” do szerokiego grona odbiorców: branży turystycznej, mieszkańców regionu i turystów. Zakres tematyczny szkoleń obejmował zagadnienia z budowania marki turystycznej regionu, komercjalizacji produktu turystycznego i skutecznej komunikacji.

W szkoleniach udział wzięły 52 osoby reprezentujące JST, punkty IT, Lokalne Organizacje Turystyczne i przedsiębiorstwa turystyczne. Ze względu na ich różne role/funkcje w turystyce, uczestniczyli w zajęciach o zróżnicowanym zakresie tematycznym: budowanie marki turystycznej regionu, komercjalizacja produktu turystycznego i skuteczna komunikacja.

#### **4.2. Pozostałe szkolenia/warsztaty/konferencje, w których uczestniczyli przedstawiciele K-POT**

<b>SZKOLENIA/WARSZTATY/KONFERENCJE</b>		
<b>Lp.</b>	<b>Temat</b>	<b>Termin/miejsce</b>
1.	Bydgoskie Forum dla Turystyki	1-2.09.2015 Bydgoszcz
2.	Bydgoszcz PromoFestival 2015 Forum	9.10.2015 Bydgoszcz
3.	Szkolenie: „Branding narodowy w Unii Europejskiej i na świecie”	12.10.2015 Bydgoszcz
4.	Warsztaty towarzyszące festiwalowi CAMERIMAGE: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ „Syreni śpiew, czyli jak zwabić zbłąkanego żeglarza”,</li> <li>▪ „Opowiedz mi historię – dobry storytelling w reklamie. Jak wykorzystać psychologię percepcji i emocji w tworzeniu reklam”,</li> <li>▪ Warsztat kreatywny.</li> </ul>	17-18.11.2015 Bydgoszcz
5.	Szkolenie: „Szlak piastowski jako flagowy produkt Wielkopolski”	19.12.2015 Poznań

## **5. KONKURSY**

### **5.1. „Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej”**

Po raz 13. turystyczne produkty naszego województwa walczyły z innymi regionami o Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej w konkursie na „Najlepszy Produkt Turystyczny 2015”, który promuje atrakcyjne, nowatorskie i przyjazne produkty turystyczne. W tym roku do regionalnego etapu konkursu koordynowanego przez Kujawsko-Pomorską Organizację Turystyczną zgłosiło się 9 produktów walczących o Certyfikat POT i dwa produkty ubiegające się o Złoty Certyfikat POT.

Certyfikat POT – kandydaci:

- Muzeum Archeologiczne w Biskupinie
- Muzeum Toruńskiego Piernika
- Bory Tucholskie – Rezerwat Biosfery UNESCO
- Szlak Wody, Przemysłu i Rzemiosła w Bydgoszczy TeH<sub>2</sub>O
- Bydgoski Festiwal Wodny „Ster na Bydgoszcz 53°N, 18°E”
- Przystań Powiat Nakielski
- Kujawsko-Pomorski Impresaryjny Teatr Muzyczny
- Festyn „Przystań w kolorze blue”
- Muzeum Historii Torunia

Złoty Certyfikat POT - kandydaci:

- Festyn Archeologiczny w Biskupinie
- Wyspa Młyńska Wyspą Kultury

Decyzją Kapituły konkursowej K-POT, zwycięzcy etapu regionalnego to: **Muzeum Archeologiczne w Biskupinie, Muzeum Toruńskiego Piernika** oraz **Bory Tucholskie Rezerwat Biosfery UNESCO**. Tym samym produkty te otrzymały tytuł „Najlepszego Produktu Turystycznego Regionu 2015”. O zaszczytny tytuł Złotego Certyfikatu walczył **Festyn Archeologiczny w Biskupinie**.

Oficjalna gala przyznania Certyfikatów POT odbyła się podczas targów TOUR SALON w Poznaniu. W gronie 10 laureatów Najlepszych Produktów Turystycznych 2015, **Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej uhonorowane zostało Muzeum Archeologiczne w Biskupinie**.

## 5.2. Konkursy zorganizowane przez K-POT

5.2.1. Druga edycja Konkursu Walentynkowego – współpraca z Miastem Chełmno.

5.2.2. Konkurs na „Najciekawsze Regionalne Stoisko” podczas Inauguracji Sezonu Turystycznego.

## 6. PATRONATY K-POT

PATRONATY			
Lp.	Nazwa	Termin/miejsce	Organizator
1.	„Walentynki Chełmińskie” – Obchody Dnia Świętego Walentego	11-15.02.2015 Chełmno	Urząd Miasta Chełmna, Chełmiński Dom Kultury
2.	Targi Turystyczne Wypoczynek i Toruński Festiwal Smaków – <i>patronat honorowy K-POT</i>	14-15.03.2015 Toruń	Targi Toruńskie Sp. z o.o.
3.	Bydgoszcz Promo Festival	Bydgoszcz	ByLOT
4.	V edycja Festiwalu Podróżnicy	24-26.04.2015 Bydgoszcz	Stowarzyszenie „W Drodze”
5.	Splywy kajakowe a) Splyw Kajakowy Odrodzonym Kanałem Bydgoskim b) Splyw Kajakowy Honorowych Dawców Krwi c) Kajakowy Zlot Fordoński	8-10.05.2015 19-21.06.2015 24-26.07.2015 16.06.2015	LOTTO Bydgoscia
6.	Bydgoski Festiwal Wodny „STER NA BYDGOSZCZ 53°N, 18°E” – <i>patronat honorowy K-POT</i>	19-21.06.2015 Bydgoszcz	Urząd Miasta Bydgoszczy
7.	IX Festiwal Rocka Progresywnego im. Tomasza Beksińskiego w Gniewkowie	4-5.07.2015 Gniewkowo	Stowarzyszenie Inicjatyw Niezależnych „PROGRES”
8.	XIII Jarmark Cysterski wraz z Inscenizacją Bitwy z Krzyżakami pod Koronowem	25-26.07.2015 Koronowo	Gmina Koronowo
9.	Tourism and Events Expo	8-9.10.2015 Ostróda	EXPO ARENA
10.	IV edycja imprezy historycznej „Jak Szwed pod Bydgoszczą wojował”	15-16.08.2015 Ostromecko	Miejskie Centrum Kultury w Bydgoszczy
11.	V inscenizacja historyczna na poligonie raketowym „Heidekraut” w Wierzchucinie	22.08.2015 Wierzchucin	Stowarzyszenie na Rzecz Ocalenia Śladów Przeszłości w Gminie Cekcyn „Światło”
12.	Jarmark Kujawsko-Pomorski w Bydgoszczy	13.09.2015 Bydgoszcz	Leśny Park Kultury i Wypoczynku „Myślęcinek”

13.	XXI Festyn Archeologiczny „Smaki w przeszłości”	12-20.09.2015 Biskupin	Muzeum Archeologiczne w Biskupinie
14.	„Kocham Boże Narodzenie po kociewsku”	12.12.2015 Bydgoszcz	LGD Jeżewo

## 7. MEDIA RELATIONS

W 2015 r. Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna współpracowała z mediami regionalnymi i branżowymi. Redakcjom dostarczano liczne preteksty medialne obejmujące różnorodne działania K-POT (we współpracy z członkami stowarzyszenia oraz instytucjami partnerskimi). Naszą aktywności w mediach dowodzi na bieżąco aktualizowany wykaz audycji radiowych i telewizyjnych/artykułów prasowych i internetowych/relacji, zamieszczony w zakładce „*Media o nas*” na stronie [www.k-pot.pl](http://www.k-pot.pl)

## 8. WYDAWNICTWA

W ramach projektu „Integracja i rozbudowa regionalnego systemu informacji turystycznej” Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna wydała katalog promocyjny pn. „*Kujawsko-Pomorskie – konstelacje dobrych miejsc*”, w wersji polskiej, angielskiej i niemieckiej.

Na targi ITB w Berlinie i IMEX we Frankfurcie, wydane zostały specjalne katalogi produktowe, zawierające propozycje pobytu wraz z cenami. Wersje językowe: niemiecka i angielska.