

Załącznik do Uchwały Nr 1600/2016  
Zarządu Województwa Wielkopolskiego  
z dnia 12 lutego 2016 roku

## ZARZĄD WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO



### SPRAWOZDANIE Z PRZEBIEGU I WYNIKÓW KONSULTACJI SPOŁECZNYCH PROJEKTU „STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM DO 2020 ROKU”

Poznań, luty 2016

## **SPIS TREŚCI**

1. Wprowadzenie.....	3
2. Zakres i przebieg konsultacji.....	3
3. Wynik konsultacji.....	6
4. Załączniki.....	9

## **1. Wprowadzenie**

Zarząd Województwa Wielkopolskiego, zgodnie z art. 6 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2014 poz. 1649 ze zm.), w dniu 14 grudnia 2015 r. ogłosił rozpoczęcie konsultacji społecznych projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.

W ramach konsultacji istniała możliwość zapoznania się oraz wyrażenia opinii do projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”, który udostępniono na stronie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego ([www.umww.pl](http://www.umww.pl)) oraz w Biuletynie Informacji Publicznej ([www.bip.umww.pl](http://www.bip.umww.pl)).

## **2. Zakres i przebieg konsultacji**

Konsultacje społeczne, w ramach których można było zapoznać się z projektem „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” oraz wyrazić do niego opinię, odbyły się w terminie od 14 grudnia 2015 roku do 18 stycznia 2016 roku włącznie i trwały 35 dni. Ogłoszenie o rozpoczęciu konsultacji opublikowano:

- w Biuletynie Informacji Publicznej: [www.bip.umww.pl](http://www.bip.umww.pl) (dział: Ogłoszenia),
- na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego: [www.umww.pl](http://www.umww.pl) (dział: Aktualności Sejmiku i Urzędu oraz podstrona Departamentu Sportu i Turystyki),
- w dzienniku o zasięgu regionalnym (dwukrotna publikacja w „Głosie Wielkopolskim” – 14 i 15 grudnia 2015 r.),
- na tablicy ogłoszeń w siedzibie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu przy al. Niepodległości 34.

Poza ww. publikacją ogłoszenia, informacja o rozpoczęciu konsultacji zamieszczona została na stronie internetowej oraz w newsletterze Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej ([www.wot.org.pl](http://www.wot.org.pl)). Dodatkowo do pomiotów zaangażowanych w rozwój turystyki w Wielkopolsce skierowano pisemne zaproszenia do udziału w konsultacjach. Pisemne zaproszenia do udziału w dyskusji rozesłano do:

1. Członków Zespołu Programowego ds. Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku.

2. Właściwych merytorycznie komórek Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego oraz jednostek podległych:
  - Departamentu Edukacji i Nauki,
  - Departamentu Gospodarki,
  - Departamentu Infrastruktury,
  - Departamentu Kultury,
  - Departamentu Polityki Regionalnej,
  - Departamentu Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich,
  - Departamentu Rolnictwa i Rozwoju Wsi,
  - Departamentu Środowiska,
  - Departamentu Transportu,
  - Departamentu Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego,
  - Departamentu Wdrażania Programu Regionalnego,
  - Departamentu Zdrowia,
  - Regionalnego Ośrodka Polityki Społecznej w Poznaniu,
  - Wielkopolskiego Biura Planowania Przestrzennego w Poznaniu,
  - Wojewódzkiego Urzędu Pracy,
  - Wielkopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego,
  - Zespołu Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego.
3. Przewodniczącego Komisji Kultury Fizycznej i Turystyki Sejmiku Województwa Wielkopolskiego.
4. Przewodniczącego Komisji Strategii Rozwoju Regionalnego i Współpracy Międzynarodowej Sejmiku Województwa Wielkopolskiego.
5. Przewodniczącej Wielkopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego.
6. Wszystkich jednostek samorządu terytorialnego z terenu województwa wielkopolskiego (4 miast na prawach powiatu, 31 powiatów i 226 miast i gmin).
7. Przewodniczącego Stowarzyszenia Gmin i Powiatów Wielkopolski.
8. Lokalnych grup działania z terenu województwa wielkopolskiego (33 podmiotów).
9. Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej.
10. Lokalnych organizacji turystycznych (10 podmiotów).
11. Organizacji pozarządowych działających statutowo w obszarze turystyki (45 podmiotów, głównie oddziałów Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego).
12. Samorządów branżowych: Wielkopolskiej Izby Turystycznej oraz Polskiej Izby Turystyki Oddział Wielkopolski w Poznaniu.
13. Autostrady Wielkopolskiej S.A.

14. Portu Lotniczego POZNAŃ-ŁAWICA Sp. z o.o.
15. Muzeów: Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy, Muzeum Narodowego Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie, Centrum Turystyki Kulturowej TRAKT w Poznaniu.
16. Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Poznaniu.
17. Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Pile.
18. Dyrekcji Wielkopolskiego Parku Narodowego oraz Drawieńskiego Parku Narodowego.
19. Regionalnego Zarządu Gospodarki Wodnej w Poznaniu.
20. Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej i Centrum Animacji Kultury.
21. Zarządu Związku Międzygminnego „Puszcza Zielonka”.

W zaproszeniach pisemnych zwrócono się z prośbą o przekazanie informacji o rozpoczętych konsultacjach członkom danych podmiotów/organizacji pozarządowych oraz innym jednostkom z obszaru działania adresatów, czego efektem było ukazanie się stosownych komunikatów na stronach internetowych części urzędów miast, gmin, powiatów oraz organizacji pozarządowych.

W trakcie trwania konsultacji zorganizowano również następujące spotkania konsultacyjne m.in. z jednostkami samorządu terytorialnego, partnerami społecznymi i gospodarczymi:

- w Gnieźnie 12 stycznia 2016 roku (spotkanie odbyło się o godz. 11.00 w sali sesyjnej w Starostwie Powiatowym w Gnieźnie),
- w Lesznie 13 stycznia 2016 roku (spotkanie odbyło się o godz. 11.00 w sali konferencyjnej leszczyńskiego Ratusza),
- w Poznaniu 14 stycznia 2016 roku (spotkanie odbyło się o godz. 11.00 w sali sesyjnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu).

Projekt strategii, wraz z formularzem zgłaszania uwag (załącznik nr 1), zamieszczony został na stronie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego ([www.umww.pl](http://www.umww.pl)) oraz w Biuletynie Informacji Publicznej ([www.bip.umww.pl](http://www.bip.umww.pl)). Wypełnione formularze przesyłano za pomocą środków komunikacji elektronicznej, bez konieczności opatrywania ich bezpiecznym podpisem elektronicznym, o którym mowa w ustawie z dnia 18 września 2001 r. o podpisie elektronicznym, na adres: [strategia.turystyki@umww.pl](mailto:strategia.turystyki@umww.pl). Uwagi można było również zgłaszać pisemnie oraz ustnie do protokołu podczas spotkań konsultacyjnych. Nie przedstawienie opinii w terminie oznaczało rezygnację z prawa jej wyrażenia. Mimo formalnego zamknięcia procesu konsultacji 18 stycznia 2016 roku, uwzględniono uwagi, które napłynęły drogą elektroniczną po wyznaczonym terminie, to jest 19 i 20 stycznia 2016 roku.

Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, projekt Strategii przekazano również, celem konsultacji, Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego<sup>1</sup>. Projekt dokumentu zaprezentowano na posiedzeniu Zespołu ds. Edukacji, Kultury i Sportu Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego, które odbyło się 20 stycznia 2016 r. w Warszawie. Projekt ten był również przedmiotem obrad Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego na posiedzeniu, które odbyło się 26 stycznia 2016 r.

Strategia była również jednym z tematów posiedzenia Wielkopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego, które odbyło się 7 grudnia 2015 r. Po rozpoczęciu konsultacji społecznych pisemne zaproszenie do udziału w konsultacjach zostało skierowane do Przewodniczącej Wielkopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego.

### **3. Wynik konsultacji**

W trakcie trwania konsultacji 26 podmiotów/osób nadeszło szesnaście wypełnionych formularzy oraz dwa stanowiska w formie pisemnej, zawierające opinie, postulaty, komentarze. Struktura podmiotów zgłaszających uwagi kształtowała się następująco: jednostki samorządu terytorialnego – 14, organizacje pozarządowe – 5, pozostałe osoby i podmioty – 7. Zgłaszający uwagi reprezentowali powiaty: gostyński, kępiński, kolski, koniński, międzychodzki, obornicki, pilski, pleszewski, poznański, śremski, wrzesiński oraz miasta na prawach powiatu: Konin i Poznań.

W spotkaniach konsultacyjnych zorganizowanych na terenie województwa wzięło udział 61 osób, z tego: w Gnieźnie – 11 osób, w Lesznie – 23 osoby, w Poznaniu – 27 osób. W sumie w spotkaniach reprezentowane były 52 podmioty, jednostki i instytucje, w tym jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, uczelnie wyższe (załącznik nr 3). Podczas spotkań konsultacyjnych zgłoszono 25 uwag. Głosów w dyskusji było więcej, jednak część stanowisk miała charakter polemiczny i poruszała jedynie problemy ogólne.

Uprawnionym wydaje się być przypuszczenie, iż relatywnie niskie zainteresowanie konsultacjami społecznymi projektu Strategii wynikało z wcześniejszego zaangażowania zainteresowanych podmiotów w kształtowanie treści dokumentu. W kwietniu 2015 roku wraz z Uniwersytetem im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Akademią Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu oraz Uniwersytetem Przyrodniczym w Poznaniu zorganizowano Ogólnopolską Konferencję Naukowo-Branżową pt. „Diagnoza turystyki

---

<sup>1</sup> Pismo Marszałka Województwa Wielkopolskiego o sygn. DS-II.521.1.2015 z dnia 15 grudnia 2015 r. do Współprzewodniczących Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego panów Ministra Mariusza Błaszczaka i Prezydenta Zygmunta Frankiewicza.

w województwie wielkopolskim”, w której udział wzięło ponad 80 osób. Z kolei w październiku 2015 roku Zarząd Województwa Wielkopolskiego przyjął wstępny projekt Strategii<sup>2</sup>, który stał się punktem wyjścia do dyskusji nad kierunkami rozwoju turystyki w regionie. Dokument ten opublikowany został na stronie internetowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego, wraz z formularzem zgłaszania uwag. Równolegle, w październiku 2015 r., odbyły się wstępne spotkania konsultacyjne w Pile, Kaliszu, Koninie, Lesznie i Poznaniu, w których udział wzięło 109 osób, głównie przedstawiciele samorządów lokalnych i organizacji pozarządowych. W toku wstępnych konsultacji 45 podmiotów zgłosiło 345 uwag, na podstawie których przygotowano zaktualizowaną wersję dokumentu. W częściach różnił się on istotnie od pierwszej wersji dokumentu. Materiał uzupełniono m. in. o prognozę trendów rozwojowych w obszarze turystyki w okresie objętym Strategią. Dokonano przebudowy celów operacyjnych w obszarze produktów turystyki przyrodniczej, aktywnej i (częściowo) kulturowej. Uporządkowano również wskaźniki, doprecyzowano zapisy dotyczące systemu realizacji i monitoringu Strategii. Powstały w ten sposób nowy projekt Strategii przyjęty został 10 grudnia 2015 r. przez Zarząd Województwa Wielkopolskiego i skierowany do konsultacji społecznych, prowadzonych zgodnie z ustawą o zasadach prowadzenia polityki rozwoju<sup>3</sup>.

Uwagi przesłane w toku konsultacji społecznych dotyczyły głównie części diagnostycznej strategii (18) oraz Celu strategicznego I.2 „Rozwój produktów turystyki kulturowej” (18). Część uwag obejmowała kwestie ogólne (15). Żaden z uczestników konsultacji nie zgłosił zastrzeżeń do prognozy trendów rozwojowych w obszarze turystyki w okresie objętym strategią oraz systemu realizacji i monitoringu. Struktura zgłoszonych uwag prezentuje się następująco:

Część strategii, do której odnoszą się zgłoszone uwagi	Liczba uwag
Uwagi ogólne	15
Wprowadzenie	1
Analiza SWOT	9
Prognoza trendów rozwojowych w obszarze turystyki w okresie objętym strategią	0
Wizja i misja	2
Obszar priorytetowy: produkty turystyczne – uwagi ogólne	4
CEL STRATEGICZNY I.1 Rozwój turystyki biznesowej	1
CEL STRATEGICZNY I.2 Rozwój produktów turystyki kulturowej	18
CEL STRATEGICZNY I.3 Rozwój produktów turystyki przyrodniczej	7

<sup>2</sup> Uchwała Nr 1130/2015 Zarządu Województwa Wielkopolskiego z dnia 8 października 2015 roku w sprawie przyjęcia wstępnego projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.

<sup>3</sup> Uchwała Nr 1371/2015 Zarządu Województwa Wielkopolskiego z dnia 10 grudnia 2015 roku w sprawie przyjęcia projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” i skierowaniu go do konsultacji społecznych.

CEL STRATEGICZNY I.4 Rozwój turystyki aktywnej	9
CEL STRATEGICZNY I.5 Rozwój produktów turystyki wiejskiej	4
Obszar priorytetowy: kapitał ludzki – uwagi ogólne	2
CEL STRATEGICZNY II.1 Tworzenie nowych miejsc pracy w gospodarce turystycznej	1
CEL STRATEGICZNY II.2 Podnoszenie kompetencji kadr gospodarki turystycznej	1
CEL STRATEGICZNY II.3 Tworzenie warunków sprzyjających współpracy w gospodarce turystycznej	2
CEL STRATEGICZNY III Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w promocji i dystrybucji produktów turystycznych	3
CEL STRATEGICZNY IV.1 Poprawa stanu infrastruktury zwiększającej dostępność przestrzeni turystycznej województwa	2
CEL STRATEGICZNY IV.2 Wzrost ilościowy i jakościowy bazy noclegowej	2
System realizacji i monitoringu strategii	0
Diagnoza turystyki w województwie wielkopolskim	18

Zgłoszone propozycje zostały szczegółowo przeanalizowane, a ustosunkowanie się do uwag, wraz z uzasadnieniem, zawarto w załącznikach nr 4 i 5 do Sprawozdania.

Odnosząc się do treści zgłoszonych uwag, stwierdzić należy, iż stanowiska partnerów społecznych w większości odnosiły się do szczegółowych aspektów rozwoju turystyki w Wielkopolsce i dotyczyły możliwości ujęcia w Strategii konkretnej atrakcji, waloru, szlaku lub projektu. Zgodnie z przyjętą logiką dokumentu uznano, iż propozycje te stanowią zbyt szczegółowe rozwinięcie istniejących zapisów i powinny być wykorzystane ewentualnie na etapie samej realizacji Strategii. Mając to na uwadze postanowiono utrzymać ogólnie sformułowane kierunki działań, które pozwolą na wspieranie tych projektów, które dookreślone (sformułowane) zostaną w przyszłych latach (np. w ramach pomocy finansowej udzielanej jednostkom samorządu terytorialnego lub w otwartych konkursach ofert dedykowanych organizacjom pozarządowym). W konsultacjach wskazywano również szereg innych ważnych tematów, które nie mieszczą się jednak w regionalnej strategii sektorowej dla turystyki. Dodatkowo część uwag dotyczyła problemów innych sfer życia społeczno-gospodarczego województwa lub problemów prawnych i systemowych, które mogą zostać rozwiązane jedynie na poziomie krajowym.

W wyniku konsultacji społecznych podjęto decyzję o wprowadzeniu następujących zmian w treści Strategii:

- Dokonano korekty stylistycznej wizji, doprecyzowano zapis w analizie SWOT.
- Ujednolicono formę zapisu potencjalnych źródeł finansowania kierunków działań w celach operacyjnych.
- Poszerzono listę wskaźników dla produktów turystyki przyrodniczej.



- Dokonano korekty danych z części diagnostycznej, doprecyzowując lub uzupełniając informacje tam zawarte o zgłoszone lub brakujące elementy.
- Dokonano połączenia niektórych kierunków działań, podobnych pod względem kierunku interwencji, w taki sposób, aby się one nie powtarzały i odpowiadały właściwemu celowi.

Uwagi, które uznano za zasadne, zostaną wykorzystane przy redakcji skorygowanej, ostatecznej wersji projektu Strategii. Na tym etapie znane będą również efekty strategicznej oceny oddziaływania na środowisko oraz ewaluacji ex-ante.

#### **4. Załączniki**

1. Wzór formularza zgłaszania uwag.
2. Wykaz podmiotów zgłaszających propozycje i uwagi do projektu Strategii (dotyczy uwag nadesłanych w wersji pisemnej lub drogą elektroniczną; pominięto głosy polemiczne, nie proponujące zmian tekstu).
3. Wykaz podmiotów, które wzięły udział w spotkaniach konsultacyjnych.
4. Zestawienie propozycji i uwag do projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” zgłoszonych w wersji pisemnej lub drogą elektroniczną.
5. Zestawienie propozycji i uwag do projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku” zgłoszonych podczas spotkań konsultacyjnych.

**Załącznik nr 1**

**Do Sprawozdania z przebiegu i wyników konsultacji społecznych projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.**

**KONSULTACJE SPOŁECZNE PROJEKTU „STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM DO 2020 ROKU”**

**FORMULARZ ZGŁASZANIA UWAG**

p.	Podmiot/instytucja zgłaszająca uwagę	Część Strategii, do której odnosi się uwaga (np. rozdział, numer celu strategicznego/operacyjnego)	Strona nr	Treść uwagi (propozycja zmian)	Uzasadnienie
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					

**Informacje o zgłaszającym uwagi:**

Imię i nazwisko	
Reprezentowany podmiot/instytucja	
e-mail	
tel.	

**Wypełniony formularz prosimy przesłać na adres: [strategia.turystyki@umww.pl](mailto:strategia.turystyki@umww.pl)**

**Załącznik nr 2****Do Sprawozdania z przebiegu i wyników konsultacji społecznych projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.****WYKAZ PODMIOTÓW ZGŁASZAJĄCYCH PROPOZYCJE I UWAGI DO PROJEKTU STRATEGII**

(dotyczy uwag nadesłanych w wersji pisemnej lub drogą elektroniczną; pominięto głosy polemiczne, nie proponujące zmian tekstu).

Lp.	Zgłaszający uwagę	Data zgłoszenia uwag
1.	Urząd Miejski w Śremie	23.12.2015
2.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	29.12.2015
3.	Lokalna Organizacja Turystyczna „Puszcza Pyzdrska”	04.01.2016
4.	Port Lotniczy Poznań-Ławica sp. z o.o.	05.01.2016
5.	Wójt Gminy Trzcinica	05.01.2016
6.	Fundacja Ziemi Krobskiej im. prof. Rajmunda Teofila Hałasa/Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi	07.01.2016
7.	Nadleśnictwo Łopuchówko	12.01.2016
8.	Gmina Wyrzysk	13.01.2016
9.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego	13.01.2016
10.	Gmina Miejska Koło	18.01.2016
11.	Starostwo Powiatowe w Koninie	18.01.2016
12.	Gmina Krobia	18.01.2016
13.	RTM sp. z o.o. (OLANDIA)	18.01.2016
14.	Posel na Sejm RP Zbigniew Ajchler	18.01.2016
15.	Fundacja Olandia – Lider Klastra Turystycznego 100 Jezior	18.01.2016
16.	Stowarzyszenie Puszcza Notecka	18.01.2016
17.	Gmina Międzychód	18.01.2016
18.	Gmina Sieraków	18.01.2016
19.	Gmina Kwilcz	18.01.2016
20.	Gmina Chrzypsko Wielkie	18.01.2016
21.	Starostwo Powiatowe w Międzychodzie	18.01.2016
22.	Centrum Edukacji Regionalnej i Przyrodniczej w Mniszkach	18.01.2016
23.	Urząd Gminy Stare Miasto	18.01.2016
24.	Fundacja Przestrzeń Aktywności Rozwoju i Kreatywności	19.01.2016
25.	Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu	20.01.2016
26.	Gmina Oborniki	20.01.2016

**Załącznik nr 3****Do Sprawozdania z przebiegu i wyników konsultacji społecznych projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.****WYKAZ PODMIOTÓW, KTÓRE WZIĘŁY UDZIAŁ W SPOTKANIACH KONSULTACYJNYCH**

<b>Lp.</b>	<b>Podmiot/jednostka</b>	<b>Miejsce spotkania</b>	<b>Termin spotkania</b>
1.	Hotel Nest w Gnieźnie, Hotel Biały w Skorzęcinie	Gniezno	12.01.2016
2.	Hotel w Starej Kamienicy w Gnieźnie	Gniezno	12.01.2016
3.	Organizacja Turystyczna „Szlak Piastowski”	Gniezno	12.01.2016
4.	Starostwo Powiatowe w Gnieźnie	Gniezno	12.01.2016
5.	Stowarzyszenie Na Rzecz Aktywizacji Społeczności Lokalnej „Siedlisko” w Lubochni	Gniezno	12.01.2016
6.	Stowarzyszenie Pod Żaglami z siedzibą w Trzemesznie	Gniezno	12.01.2016
7.	Urząd Gminy Gniezno	Gniezno	12.01.2016
8.	Urząd Gminy Kiszkowo	Gniezno	12.01.2016
9.	Urząd Gminy Łubowo	Gniezno	12.01.2016
10.	Urząd Miejski w Gnieźnie	Gniezno	12.01.2016
11.	Burmistrz Miasta i Gminy Jutrosin	Leszno	13.01.2016
12.	Burmistrz Miasta i Gminy Osieczna	Leszno	13.01.2016
13.	Centrum Konferencji i Rekreacji „Akwawit” Sp. z o.o.	Leszno	13.01.2016
14.	FreeFlyCenter (tunel aerodynamiczny)	Leszno	13.01.2016
15.	Fundacja Ziemi Krobskiej im. prof. Rajmunda Teofila Hałasa / Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi	Leszno	13.01.2016
16.	Kanclerz Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Lesznie	Leszno	13.01.2016
17.	Leszno Gliding Hotel	Leszno	13.01.2016
18.	Międzygminny Związek Turystyczny „Wielkopolska Gościnna”	Leszno	13.01.2016
19.	Muzeum Młynarstwa i Rolnictwa w Osiecznej / Stowarzyszenie Wiatraki Wielkopolski	Leszno	13.01.2016
20.	Organizacja Turystyczna Leszno-Region	Leszno	13.01.2016
21.	Panorama Leszczyńska	Leszno	13.01.2016
22.	Starostwo Powiatowe w Lesznie	Leszno	13.01.2016
23.	Stowarzyszenie „Na szlaku” z siedzibą w Krobi	Leszno	13.01.2016
24.	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	Leszno	13.01.2016
25.	Urząd Gminy Krobia	Leszno	13.01.2016
26.	Urząd Gminy Lipno	Leszno	13.01.2016
27.	Urząd Gminy Przemęt	Leszno	13.01.2016
28.	Urząd Gminy Świąciechowa	Leszno	13.01.2016

29.	Urząd Miasta Leszna	Leszno	13.01.2016
30.	Wójt Gminy Pakosław	Leszno	13.01.2016
31.	Zastępca Wójta Gminy Kościan	Leszno	13.01.2016
32.	Zastępca Wójta Gminy Krzemieniewo	Leszno	13.01.2016
33.	Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
34.	Departament Edukacji i Nauki UMWW / Towarzystwo Opieki nad Zabytkami, Oddział w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
35.	Departament Gospodarki UMWW	Poznań	14.01.2016
36.	Departament Polityki Regionalnej UMWW	Poznań	14.01.2016
37.	Departament Rolnictwa i Rozwoju Wsi UMWW	Poznań	14.01.2016
38.	Konsulting Konrad Tuszewski	Poznań	14.01.2016
39.	Lokalna Grupa Działania „Progres”	Poznań	14.01.2016
40.	Port Lotniczy Poznań-Ławica	Poznań	14.01.2016
41.	Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
42.	Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
43.	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
44.	Urząd Gminy Ostrów Wielkopolski	Poznań	14.01.2016
45.	Urząd Gminy w Grzegorzewie	Poznań	14.01.2016
46.	Urząd Miasta i Gminy Swarzędz	Poznań	14.01.2016
47.	Urząd Miejski w Mosinie	Poznań	14.01.2016
48.	Urząd Miejski w Obornikach	Poznań	14.01.2016
49.	Wielkopolska Izba Turystyczna	Poznań	14.01.2016
50.	Wielkopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
51.	Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu	Poznań	14.01.2016
52.	Wojewódzka Biblioteka Publiczna i Centrum Animacji Kultury w Poznaniu	Poznań	14.01.2016

Załącznik nr 4

Do Sprawozdania z przebiegu i wyników konsultacji społecznych projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.

**PROPOZYCJE I UWAGI DO PROJEKTU  
„STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM DO 2020 ROKU”  
ZGŁOSZONE W WERSJI PISEMNEJ LUB DROGĄ ELEKTORNICZĄ**

Lp.	Podmiot/instytucja zgłaszająca uwagę	Część Strategii, do której odnosi się uwaga (np. rozdział, numer celu strategicznego/operacyjnego)	Str. nr	Treść uwagi (propozycja zmian)	Uzasadnienie zgłoszonej uwagi/propozycji zmian	Odniesienie do zgłoszonej uwagi wraz z uzasadnieniem
<b>UWAGI OGÓLNE</b>						
1.	Port Lotniczy Poznań-Ławica sp. z o.o.	Uwaga ogólna	---	Rozszerzenie roli lotniska Ławica na pozostałe formy turystyki – turystykę kulturową, przyrodniczą, aktywną i agroturystykę.	Większy nacisk na rozwój turystyki lotniczej pozwoli aktywować większe rzesze turystów z bardziej odległych krajów, dla których jedynym sensownym środkiem transportu, by dostać się do Wielkopolski jest samolot. Proponowane w raporcie oparcie dostępności województwa na sieci dróg kołowych i kolejowych ogranicza możliwości dojazdowe głównie do najbliższego zagranicznego sąsiada – Niemiec. Długie czasy podróży pojazdami do Polski praktycznie wykluczają turystów z innych krajów, ograniczając jednocześnie podaż turystyczną. Celem Portu Lotniczego nie jest umniejszenie roli transportu drogowego i transportu	Uwaga nieuwzględniona. Szeroko rozumiana dostępność komunikacyjna regionu leży poza zakresem kompetencyjnym Strategii rozwoju turystyki. Transport lotniczy uwzględniony został w kontekście turystyki biznesowej ze względu na szczególne oczekiwania turysty biznesowego względem szybkości dotarcia do miejsca docelowego oraz znaczenie tej formy transportu dla organizacji dużych, międzynarodowych wydarzeń kongresowo-konferencyjnych.

					kolejowego, ale wskazanie na możliwości łączenia potencjałów w jeden pasażerski transport intermodalny.	
2.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Uwaga ogólna	---	Instytucje kultury zostały potraktowane, jako sfera niezaangażowana w rozwój turystyki w województwie wielkopolskim.	---	Działalność instytucji kultury, w tym jednostek podległych Samorządowi Województwa Wielkopolskiego została uwzględniona w projekcie Strategii.  Pisma z prośbą o uwagi do wstępnego, jak i drugiego projektu Strategii zostały skierowane do Departamentu Kultury UMWW 9.10.2015 r. oraz 14.12.2015 r. Jednocześnie Wielkopolska Organizacja Turystyczna (której członkiem jest Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy) została poproszona pismami z dnia 12.10.2015 r. oraz 14.12.2015 r. o przekazanie informacji o możliwości konsultacji zapisów obu projektów Strategii wszystkim członkom tego stowarzyszenia.
3.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Uwaga ogólna	---	Nie uwzględniono „Programu Rozwoju Kultury w województwie wielkopolskim do roku 2020”.	---	Projekt strategii nie stoi w sprzeczności z „Programem Rozwoju Kultury w Wielkopolsce na lata 2012-2020”.
4.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Uwaga ogólna	---	Niespójność tego dokumentu jest bardzo widoczna, gdy czytamy o obszarach priorytetowych i celach	---	Powiązanie turystyki kulturowej z innymi formami turystyki podkreślono w Celu operacyjnym I.1.3: „Zwiększenie

				operacyjnych, gdzie prawie wszystkie działania w mniejszym czy szerszym zakresie powiązane są z kulturą, a nie tylko powiązane z wykształceniem i wyposażeniem obsługi ruchu turystycznego. I to właśnie działalność instytucji kultury i organizacji społecznych (oraz grup nieformalnych) w tym obszarze, będą stanowić o wartości nowych produktów turystycznych. Zarówno atrakcyjność turystyki biznesowej, przyrodniczej jak i generowanie miejsc pracy powiązane są z aktywnością w sferze kultury. I w tym obszarze powinien być położony nacisk na budowę powiązań planów działania rozwoju tych wszystkich narzędzi obsługi i promocji turystyki z planowanym generowaniem atrakcji i wydarzeń kulturalnych.		synergii pomiędzy turystyką biznesową i innymi formami turystyki w regionie”, a także w kierunkach działań Celu operacyjnego I.4.1: „Rozwój Wielkiej Pętli Wielkopolski”.
5.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Uwaga ogólna	---	Trzeba zintegrować lokalny, samorządowy program poprawy infrastruktury (drogi, oświetlenie, toalety, parkingi, punkty gastronomiczne), z planami działalności instytucji i organizacji społecznych oferujących zagospodarowanie czasu, z rozwojem promocji i obsługi ruchu turystycznego. Ze strategii trudno wyczytać, że takie programy pozwalające na	---	Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności. Chociaż wskazany w uwadze postulat jest niezwykle istotny, Strategia regionalna nie może odnosić się bezpośrednio do szczegółowych działań lokalnych. Konieczność współpracy wszystkich podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki podkreślono w



				integrację działań będą tworzone dla jej realizacji.		Celu operacyjnym II.3.2: „Wsparcie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej”, dla którego wskazano odpowiednie kierunki działań.
6.	Gmina Krobia	Uwaga ogólna	---	Mocny akcent powinien zostać postawiony na edukację najmłodszych (dzieci od wieku przedszkolnego) w kierunku aktywności turystycznej, poznawania najbliższego środowiska, wrażliwości na otoczenie, ciekawość dotyczącą dziedzictwa kulturowego. Aktywne włączanie dzieci w wydarzenia kulturalne, czy turystyczne, budowanie umiejętności organizacji czasu wolnego przy niewielkich nakładach. Pilotażowe programy edukacyjne z tego zakresu powinny uzyskiwać wsparcie finansowe. Mogłyby one być realizowane przez zainteresowane samorządy lub za pośrednictwem organizacji pozarządowych. Obecnie coraz większą wagę należy przykładać do „wychowania” i „ukształtowania” sobie przyszłego klienta, czy nawet generowania i stymulowania mody na pewnego rodzaju aktywność (podobnie jak czynią duże korporacje w odniesieniu do konsumentów). Branża	Uwaga ogólna	Działania edukacyjne mogą być realizowane w ramach istniejących zapisów Strategii, jednakże realizacja konkretnych projektów będzie wymagać inicjatywy i zaangażowania takich podmiotów, jak organizacje pozarządowe i samorządy lokalne. Wsparcie ich inicjatyw znalazło odzwierciedlenie w kierunku działań Celu operacyjnego II.3.2: „Wspieranie działalności organizacji pozarządowych, lokalnych grup działania, lokalnych organizacji turystycznych działających statutowo w obszarze turystyki”.  Dodatkowo w zakresie turystyki kulturowej w Celu operacyjnym I.2.1 wskazano kierunek działań: „Podnoszenie poziomu wiedzy i informacji o historii oraz wartości kulturowej obiektów znajdujących się na szlakach (...)”, a w Celu operacyjnym I.2.3 „Wspieranie oferty aktywnych form spotkań z kulturą (...)”. W zakresie turystyki

				turystyki i rekreacji rządzi się tymi samymi prawami.		przyrodniczej w Celu operacyjnym I.3.2 wskazano kierunki działań: „Rozwijanie oferty Ośrodków Edukacji Przyrodniczej w Chalinie i Łądzie”, „Tworzenie i promowanie ścieżek dydaktycznych, gier terenowych i innych przedsięwzięć mających na celu edukację przyrodniczą w terenie” oraz „Współpraca z jednostkami prowadzącymi działania w zakresie turystyki i edukacji przyrodniczej”.
<b>WPROWADZENIE</b>						
7.	Urząd Miejski w Śremie	Wprowadzenie	5	Dopisać dokument: „Strategia zintegrowanych inwestycji terytorialnych w miejskim obszarze funkcjonalnym Poznania”	Rada Metropolii zatwierdziła strategię w dniu 6.11.2015. 15 grudnia strategia została pozytywnie zaopiniowana przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju (MliR).	Uwaga nieuwzględniona. Rozważania i propozycje ujęte w projekcie Strategii (jako dokumencie o charakterze regionalnym) zostały odniesione przede wszystkim do dokumentów strategicznych krajowych i regionalnych. Podkreślić należy, iż zapisy „Strategii zintegrowanych inwestycji terytorialnych w miejskim obszarze funkcjonalnym Poznania” nie stoją w sprzeczności z zapisami projektu Strategii.
<b>ANALIZA SWOT</b>						
8.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	7	Wykreślenie zapisu	Zapis: „Niedostateczne wykorzystanie obszarów leśnych na potrzeby turystyki” jest nieprawdziwy. Tereny leśne są w mniemaniu Nadleśnictwa	Uwaga nieuwzględniona. Zapis w analizie SWOT stanowi uogólniony zapis dla całego województwa wielkopolskiego. Przykładowo, we wschodniej

					Łopuchówko aż nadto wykorzystywane na potrzeby turystyki. Na terenie Nadleśnictwa odbywają się dziesiątki imprez masowych związanych ze sportem i turystyką, podczas których lasy są penetrowane przez tysiące osób. Istnieją uczęszczane szlaki konne (np. Wilczy szlak konny), szlaki rowerowe (m.in. Wielka pętla wokół Poznania, itp.), szlaki piesze.	części Wielkopolski obszary leśne mogą być lepiej wykorzystane na potrzeby turystyki.
9.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	8	Wykreślenie zapisu	Zapis „brak spójnych działań w sferze promocji turystycznej” nie powinien być w ogóle brany pod uwagę w analizie SWOT. Każdy podmiot w branży turystycznej ma prawo do indywidualnej promocji danego obszaru czy terenu. Poszczególne gminy mają odmienne programy promocyjne dot. turystyki i nie można im narzucać ujednolicenia promocji. Lasy Państwowe, jako jednostka organizacyjna ma wśród wszystkich nadleśnictw i jednostek ujednolicone działania w sferze promocji turystycznej.	Uwaga nieuwzględniona. Skuteczna promocja turystyczna regionu na poziomie województwa, kreowanie wizerunku turystycznego Wielkopolski w świadomości turystów krajowych i zagranicznych, wymaga podjęcia wspólnych, skoordynowanych działań. Spójne działania w sferze promocji turystycznej są kluczowe dla kreowania wizerunku regionu, dają lepsze efekty z ponoszonych nakładów i pozwalają zaistnieć na mocno konkurencyjny rynku.
10.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	8	Należałoby wskazać źródła pochodzenia nakładów	Zapis „niedostateczne nakłady na rozwój infrastruktury turystycznej” przy jednoczesnym braku wskazania źródła pochodzenia nakładów	Uwaga nieuwzględniona. Wskazywanie źródeł finansowania nie jest elementem analizy SWOT. Istotą analizy SWOT jest

						zidentyfikowanie determinant rozwoju turystyki w województwie - zewnętrznych (szanse i zagrożenia) oraz wewnętrznych (mocne i słabe strony). Potencjalne źródła finansowania działań wskazano w dalszej części dokumentu.
11.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	8	Zapisy „Systematyczna poprawa stanu środowiska przyrodniczego i kulturowego” oraz „Postępująca degradacja obszarów atrakcyjnych turystycznie np. w subregionie konińskim” wzajemnie się wykluczają	---	Uwaga nieuwzględniona. Ogólny stan środowiska przyrodniczego i kulturowego ulega systematycznej poprawie. Mimo to w pewnych obszarach obserwuje się degradację obszarów atrakcyjnych z punktu widzenia turystyki. Przykładem jest subregion koniński, w którym obserwuje się obniżanie poziomu wód w jeziorach (stanowi to zagrożenie dla dalszego rozwoju turystyki na obszarach intensywnej działalności przemysłu wydobywczego).
12.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	9	Wykreślenie zapisu	Zapis „Częste zmiany przepisów prawnych dotyczących sektora turystyki” jest nieprawdziwy. Ostatnia ustawa o usługach turystycznych pochodzi z 1997r.	Uwaga nieuwzględniona. Ostatnie zmiany w ustawie o usługach turystycznych obowiązują od stycznia 2016 roku. Dodatkowo pamiętać należy również o innych przepisach dotyczących działalności poszczególnych aktorów rynku turystycznego (jednostek samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych,

						przedsiębiorców), związanych bezpośrednio z prowadzoną przez nich działalnością.
13.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	9		Zapisy „Kreowanie i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w obsłudze ruchu turystycznego” oraz „Niespójna polityka przestrzenna państwa hamująca rozwój infrastruktury turystycznej” wzajemnie się wykluczają.	Uwaga nieuwzględniona. Elementy zacytowane w przedmiotowej uwadze dotyczą dwóch odmiennych aspektów. Kreowanie innowacyjnych rozwiązań to domena podmiotów bezpośrednio zaangażowanych w turystykę. Z kolei polityka przestrzenna jest, na dzień dzisiejszy, niespójna – jest to domena decyzji na poziomie rządowym, a później samorządowym.
14.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	9	Wykreślenie zapisu	Zapis „poprawa stanu środowiska naturalnego” jest już ujęty w potencjale wewnętrznym.	Uwaga nieuwzględniona. Chodzi o działania organów rządowych, które mogą przyczynić się do dalszej poprawy stanu środowiska przyrodniczego.
15.	Fundacja Przestrzeń Aktywności Rozwoju i Kreatywności	Analiza SWOT	9	Możliwość wykorzystania środków z UE na realizację <u>wielu celów Strategii Rozwoju Turystyki</u>	Sformułowanie „Możliwość wykorzystania środków z UE na realizację projektów turystycznych” wydaje się nieprecyzyjne, bo w obecnym okresie finansowania nie ma środków bezpośrednio dedykowanych rozwojowi turystyki. Nie wiem czy zaproponowana zmiana jest idealna, ale sygnalizuję potrzebę korekty.	Uwaga uwzględniona. Dokonano modyfikacji zapisu.
16.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Analiza SWOT	14		Zapisy z analizy SWOT, które mówią o niedostatecznym	Uwaga nieuwzględniona. Analiza SWOT nie jest tożsama z

					wykorzystaniu terenów województwa Wielkopolskiego są niezgodne z zapisem z pkt.4 „Województwo Wielkopolskie jest jednym z lepiej rozwiniętych turystycznie regionów Polski, o rozpoznawalnej marce zarówno w kraju jak i na wybranych rynkach zagranicznych (...)”	wizją określoną w rozdziale 4. Wizja jest marzeniem, do którego się zmierza, stanem pożądanym regionu, możliwym do osiągnięcia w przyszłości.
<b>PROGNOZA TRENDÓW ROZWOJOWYCH W OBSZARZE TURYSTYKI W OKRESIE OBJĘTYM STRATEGIĄ</b>						
<i>nie zgłoszono uwag</i>						
<b>WIZJA I MISJA</b>						
17.	Fundacja Przerzeń Aktywności Rozwoju i Kreatywności	Wizja – rozdział 4	14	Propozycja modyfikacji szyku zdania: Województwo wielkopolskie stanowi atrakcyjny, bezpieczny region do życia i spędzania czasu wolnego zarówno dla mieszkańców, jak i turystów, dzięki zróżnicowaniu potencjałów turystyczno-rekreacyjnych oraz współdziałaniu w zakresie ich optymalnego wykorzystania przez podmioty zaangażowane w rozwój turystyki <u>w warunkach zrównoważonego rozwoju</u> na: Województwo wielkopolskie stanowi atrakcyjny, bezpieczny region do życia i spędzania czasu wolnego <u>w warunkach zrównoważonego rozwoju</u> zarówno dla mieszkańców, jak i turystów, dzięki zróżnicowaniu	Ta poprawka stylistyczna zwiększy czytelność przekazu.	Uwaga częściowo uwzględniona. Zapis o zrównoważonym rozwoju w większym stopniu wiąże się ze sposobami wykorzystania potencjału turystycznego i działalnością podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki. Efektem tych działań ma być "bezpieczny region do życia...". Mając to na uwadze proponuje się pozostawienie zapisu w pierwotnym miejscu, z następującą zmianą: „Województwo wielkopolskie stanowi atrakcyjny, bezpieczny region do życia i spędzania czasu wolnego zarówno dla mieszkańców, jak i turystów, dzięki zróżnicowaniu potencjałów turystyczno-rekreacyjnych oraz współdziałaniu w zakresie ich optymalnego wykorzystania

				potencjałów turystyczno-rekreacyjnych oraz współdziałaniu w zakresie ich optymalnego wykorzystania przez podmioty zaangażowane w rozwój turystyki		przez podmioty zaangażowane w rozwój turystyki, z <u>uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju</u> ".
<b>OBSZAR PRIORYTETOWY – PRODUKTY TURYSTYCZNE</b>						
18.	Posel na Sejm RP Zbigniew Ajchler, Fundacja Olandia – Lider Klastra Turystycznego Kraina 100 Jezior, Stowarzyszenie Puszcza Notecka, Gmina Międzychód, Gmina Sieraków, Gmina Kwilcz, Gmina Chrzypsko Wielkie, Starostwo Powiatu Międzychodzkiego, CEPiR Mniszki	Obszar priorytetowy: Produkty turystyczne	20	Dodanie nowej kategorii: „5.1.6 Rozwój produktów dla turystyki zdrowotnej” oraz umieszczenie w tej kategorii obszaru turystycznego KRAINA 100 JEZIOR	Powiat międzychodzki to obszar wyjątkowy. Za sprawą położenia w Krainie 100 Jezior czterech turystycznych gmin: Międzychód, Sieraków, Kwilcz oraz Chrzypsko Wielkie, od lat przybywa tutaj coraz większa rzesza turystów. Atuty, jakie o tym decydują to przede wszystkim: – Sierakowski Park Krajobrazowy, – Puszcza Notecka, – Ponad 100 jezior z obszaru Pojezierza Międzychodzko- Sierakowskiego, – Obszar kulturowy za sprawą 21 historycznych osad na prawie holenderskim, – Rzeką Warta stanowiąca część Wielkiej Pętli Wielkopolski, – Liczne szlaki piesze, rowerowe oraz nordic walkingowe, – Liczne przykłady borowin oraz wody o właściwościach lecniczych, – Obszar historycznego	Uwaga częściowo uwzględniona. Obszar Krainy 100 Jezior wyróżniono w części diagnostycznej Strategii (rozdziały 2.1.1.5 oraz 3.2.3), a także we wstępach do Celu strategicznego I.3 „Rozwój produktów turystyki przyrodniczej” oraz Celu strategicznego I.4 „Rozwój turystyki aktywnej”.  Brak jednak zasadności wyodrębnienia nowego celu strategicznego w obszarze priorytetowym: Produkty turystyczne. Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności i nie może wymieniać wszystkich lokalnych aspektów rozwoju turystyki w województwie, lokalnych projektów i atrakcji. Wskazane w uwadze atrakcje turystyczne Krainy 100 Jezior mogą być z powodzeniem rozwijane w ramach istniejących zapisów

				<p>uzdrowiska.</p> <p>Do atrakcji regionu można zaliczyć również CEPiR w Mniszkach, CEP w Chalinie, Skansenu Olandia, najstarsze w Polsce Stado Ogierów w Sierakowie, największą w Polsce farmę tulipanową w Chrzypsku, liczne obiekty historyczne np. Pałac w Kwilczu, Rozbitku, czy też przystanie nadwarciańskie w Sierakowie i Międzychodzie stanowiące część Wielkiej Pętli Wielkopolski.</p> <p>Chcąc jeszcze lepiej wykorzystać olbrzymi potencjał, należy wykonać szereg działań inwestycyjnych, do których zaliczają się:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Poprawa stanu infrastruktury turystycznej,</li> <li>– pielęgnacja środowiska naturalnego,</li> <li>– rozwój energii odnawialnej wpisującej się w ekologiczny charakter Krainy 100 Jezior</li> <li>– promocja marki produktu turystycznego Kraina 100 Jezior.</li> </ul> <p>Podejmując wyzwanie zdobycia środków na realizację powyższych zadań, niezbędne jest wsparcie Urzędu Marszałkowskiego w zakresie</p>	<p>projektu Strategii i mieszczą się przede wszystkim w obszarze turystyki aktywnej.</p> <p>Przykładowo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Turystyka na terenie Sierakowskiego Parku Krajobrazowego i Puszczy Noteckiej (zarówno wypoczynkowa, jak i aktywna) została ujęta w Celu operacyjnym I.4.3 „Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji”, w którym mowa m.in. o wsparciu inwestycji w infrastrukturę wypoczynkowo-rekreacyjną. Wyżej wymieniony cel operacyjny obejmuje również wykorzystanie dla turystyki jezior z obszaru Pojezierza Międzychodzko-Sierakowskiego.</li> <li>– Turystyka kulturowa na tym obszarze może być rozwijana w ramach tworzenia tematycznych szlaków kulturowych, wraz z ich oznakowaniem i wyposażeniem i ogólnodostępną infrastrukturą wokół obiektów położonych na szlakach. Dziedzictwo historyczne na obszarach</li> </ul>
--	--	--	--	--	--



				<p>umieszczenia obszaru turystycznego Kraina 100 Jezior w strategii. Strategia, w którym określone zostały kierunki rozwoju turystyki województwa wielkopolskiego: zdrowotnej, kulturowej, kulinarnej, sportowej i innych, jest podstawowym dokumentem, za sprawą którego łatwiej będzie pozyskać środki pomocowe przez beneficjentów publicznych i prywatnych. Łatwiej będzie także pozyskać inwestorów, którzy dziś nie mają świadomości potencjału Krainy 100 Jezior oraz kierunków, w których Kraina w perspektywie 2014-2020 będzie się rozwijała. Strategia z ujętą w niej Krainą 100 Jezior będzie wspomagała rozwój wszystkich grup społecznych, samorządowych i biznesowych czterech gmin, podkreśli komplementarność naszego zróżnicowanego obszaru, a przede wszystkim będzie stymulowała współpracę i rozwój w naszym powiecie.</p> <p>W związku z powyższym proszę o umieszczenie Krainy 100 Jezior w strategii, bowiem perspektywa 2014-2020 to ostatnia wielka szansa, z której chcemy skorzystać, jak inne obszary w Wielkopolsce.</p>	<p>wiejskich rozwijane będzie z kolei w oparciu o działania wskazane w Celu operacyjnym I.5.1 „Wzrost atrakcyjności produktów turystyki wiejskiej”, to jest: „Wspieranie produktów specjalistycznych i konkurencyjnych, kładących nacisk na autentyczność, lokalność oraz kulturę (lokalne tradycje i zwyczaje), w tym tzw. „wiosek tematycznych”” oraz: "Wspieranie imprez i wydarzeń promujących lokalną kulturę – tradycje i zwyczaje wielkopolskiej wsi oraz kuchnię regionalną". W wyżej wymienione działania wpisuje się również działalność Centrum Edukacji Regionalnej i Przyrodniczej w Mniszkach.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rzece Warcie, stanowiącej część Wielkiej Pętli Wielkopolski, poświęcono w całości Cel operacyjny I.4.1 „Rozwój Wielkiej Pętli Wielkopolski”.</li> <li>– Szlakiem pieszym, rowerowym, nordic walking poświęcono działanie: „Wspieranie wytyczania, budowy i utrzymania szlaków turystycznych (rowerowych, pieszych, nordic walking,</li> </ul>
--	--	--	--	--	---

						<p>konnych, ścieżek dydaktycznych) wraz z infrastrukturą okołoszlakową”.</p> <p>– Rozwój oferty Ośrodków Edukacji Przyrodniczej w Chalinie i Łądzie stanowi kierunek działań wskazany w Celu operacyjnym I.3.2 „Rozwijanie oferty działań edukacyjnych turystyki przyrodniczej”.</p> <p>Zapisy projektu Strategii umożliwiają zatem zarówno poprawę stanu infrastruktury turystycznej na obszarze Krainy 100 Jezior, jak i rozwój oraz promocję produktów turystycznych oferowanych na tym terenie. Z kolei pielęgnacja środowiska naturalnego oraz rozwój energii odnawialnej, chociaż pośrednio ważne dla rozwoju turystyki, nie są bezpośrednio przedmiotem strategii rozwoju turystyki.</p>
19.	Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu	Uwaga ogólna	---	Należałoby rozważyć, czy jeden z kierunków działań <i>Celu operacyjnego I.3.1 Wspieranie działań w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki przyrodniczej 3. Współpraca i uzgadnianie (w miarę możliwości) podejmowanych działań m. in. z jednostkami Lasów</i>	---	Uwaga uwzględniona.

				<p><i>Państwowych, Regionalną Dyрекcyjną Ochrony Środowiska w Poznaniu, dyrekcjami parków narodowych</i> nie powinien odnosić się również do innych form turystyki (w szczególności wodnej związanej z rozwojem Wielkiej Pętli Wielkopolski), które realizowane będą na obszarach zarządzanych przez wymienione wyżej instytucje, realizując tym samym zasadę zrównoważonego rozwoju.</p>		
20.	<p>Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu</p>	<p>Cel operacyjny I.2.1 Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego 9. (...) redakcja kalendarza imprez oraz koordynacja chronologiczna ich realizacji tak, by - w miarę możliwości - nie nakładały się na siebie. Cel operacyjny I.2.4 Poprawa dostępu do informacji o obiektach i wydarzeniach kulturalnych Zasoby walorów kulturowych, odpowiednio zagospodarowane i udostępnione na potrzeby ruchu turystycznego, wzbogacone ofertą wydarzeń i imprez, wymagają realizacji kompleksowych działań promocyjnych i informacyjnych. Cel operacyjny III.1</p>	<p>32, 33, 58</p>	<p>Należy rozważyć czy rzeczywiście konieczne jest powtórzenie kierunku działania dotyczącego opracowania kalendarza imprez w trzech różnych celach operacyjnych. (Chyba, że jest to związane z pozyskiwaniem funduszy europejskich w ramach różnych celów). Jeżeli tak to czy inne zagadnienia również są konsekwentnie powtarzane.</p>	---	<p>Uwaga uwzględniona.</p>

		<p>Rozbudowa i integracja turystycznych treści w przestrzeni wirtualnej</p> <p>7. Stworzenie kalendarza imprez obejmującego wszystkie wydarzenia w województwie w ujęciu miesięcznym oraz podziale na ogólne kategorie, jak imprezy: kulturalne, sportowe itp. Wspólny kalendarz dla całego województwa zintegruje informacje o wydarzeniach umieszczane na różnych portalach, a ich dostępność powinna zachęcić turystów do udziału w tych imprezach podczas pobytu lub do zaplanowania podróży specjalnie w taki sposób, aby uczestniczyć w określonych wydarzeniach. Działanie obejmie przyłączenie kalendarza do strony <a href="http://www.wielkopolska.travel">www.wielkopolska.travel</a> oraz wskazanie podmiotu, odpowiedzialnego za jego aktualizację.</p>				
21.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Uwaga ogólna	---	<p>Zaniedbano wsparcie dla kreacji, jak produkty turystyczne mają powstawać, czy w jakim zakresie mają być „unowocześniane”. Autorzy założyli jakiejś wielkości zwiększenia ruchu turystycznego i starają się zbudować system bardziej nowoczesnej obsługi tej prognozy. Natomiast to tylko w</p>	---	<p>Wskazane obszary priorytetowe strategii są obszarami wzajemnie przenikającymi się. Produkty turystyczne Wielkopolski są i będą budowane w oparciu o atrakcje, będące motywem przyjazdu turystów. Rozwój produktów wsparty ma być działaniami</p>

				niewielkim zakresie stanowi o rozwoju całej sfery turystyki regionalnej. Jest komponentem wspierającym i bardzo ważnym. Ale strategia rozwoju turystyki w zdecydowanie w większym stopniu zależy od szerokiego spektrum atrakcji, dla których uczestnicy podejmują się ich zobaczenie, uczestniczenia w nich. I w przedstawionym dokumencie brakuje wskazania mechanizmów, jak integrować to całe otoczenie oferty dla turystyki, z planowanym tu rozwojem promocji, obsługi i udostępniania.		promocyjnymi (w tym z wykorzystaniem nowych technologii), rozwojem odpowiedniej infrastruktury oraz rozwojem szeroko rozumianych kadr turystycznych.
<b>ROZWÓJ PRODUKTÓW DLA TURYSTYKI BIZNESOWEJ</b>						
<i>nie zgłoszono uwag</i>						
<b>ROZWÓJ PRODUKTÓW DLA TURYSTYKI KULTUROWEJ</b>						
22.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Cel strategiczny I.2	30	Propozycje działań w Celu strategicznym I.2 Rozwój produktów turystyki kulturowej poza Celem operacyjnym I.2.1 Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego, opisane są bardzo zdawkowo. Stąd prawdopodobnie wynika brak propozycji oceny działań w obszarze turystyki kulturowej.	---	Zaproponowane wskaźniki odnoszą się do realizacji całego celu strategicznego i wynikają m.in. z dostępności danych.
23.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Cel strategiczny I.2	30	W Celu strategicznym „turystyka kulturowa” nie przedstawia się kierunków rozwoju mechanizmów aktywności dla wykorzystania potencjału takich	---	Jednym z kierunków działań wskazanych w Celu operacyjnym I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego” jest

				<p>obiektów jak Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy. Pojawią się punkty informacyjne, zaproponuje się lepszą bazę noclegową. Ale proponowanym miernikiem w Celu strategicznym I.2 Rozwój produktów turystyki kulturowej są jedynie: „liczba osób zwiedzających muzea” oraz „liczba imprez masowych artystyczno-rozrywkowych i interdyscyplinarnych”. Festyn dożynkowy organizowany od lat w tym samym terminie w wielu miejscowościach, będzie wypełnieniem celu strategicznego, natomiast brak jakiegokolwiek odniesienia do tworzenia regionalnych, sieciowych produktów turystycznych opartych o lokalne walory kulturowe czy tradycję.</p>		<p>wspieranie tworzenia tematycznych szlaków kulturowych, ich odpowiednie oznakowanie, rozwój ogólnodostępnej infrastruktury wokół obiektów położonych na szlakach oraz zwiększanie liczby wydarzeń kulturalnych na szlakach. Elementy te, uzupełnione współpracą podmiotów gospodarki turystycznej, sprzyjać mają tworzeniu sieciowych produktów turystycznych. Jednocześnie w ramach Celu operacyjnego I.5.1 „Wzrost atrakcyjności produktów turystyki wiejskiej” zwrócono uwagę na wspieranie produktów specjalistycznych i konkurencyjnych, kładących nacisk na autentyczność, lokalność oraz kulturę (lokalne tradycje i zwyczaje).</p>
24.	Fundacja Ziemi Krobskiej im. prof. Rajmunda Teofila Hałasa / Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi	Cel strategiczny I.2	30-35	<p>Utworzenie Wielkopolskiego Szlaku Dziedzictwa Przemysłowego.</p>	<p>Szlaki dziedzictwa przemysłowego obejmują dużą część Europy i kończą się na woj. dolnośląskim, są dobrze promowane i chętnie odwiedzane. W Wielkopolsce mamy wystarczająco obiektów tego typu godnych promowania, a dzięki stworzeniu szlaku wiele jeszcze będzie można uratować.</p>	<p>Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności. Utworzenie Wielkopolskiego Szlaku Dziedzictwa Przemysłowego mieści się w kierunkach działań Celu operacyjnego I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego” (kierunek działań: „Wspieranie tworzenia tematycznych szlaków</p>

						<p>kulturowych”) i możliwe jest do zrealizowania w ramach istniejących zapisów. Dla utworzenia szlaku konieczne będzie zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych i/lub organizacji pozarządowych, których działania będą mogły zostać wsparte działaniami/środkami Samorządu Województwa.</p>
25.	Gmina Krobia	---	---	<p>Wniosek o stworzenie szlaku techniki – dawnych, atrakcyjnych obiektów wskazujących duże dziedzictwo Wielkopolski w zakresie pracy organicznej, tradycji rzemieślniczych i rozwiniętej infrastruktury technicznej.</p>	Uwaga ogólna	<p>Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności. Utworzenie szlaku techniki mieści się w kierunkach działań Celu operacyjnego I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego” (kierunek działań: „Wspieranie tworzenia tematycznych szlaków kulturowych”) i możliwe jest do zrealizowania w ramach istniejących zapisów. Dla utworzenia szlaku konieczne będzie zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych i/lub organizacji pozarządowych, których działania będą mogły zostać wsparte działaniami/środkami Samorządu Województwa.</p>
26.	Muzeum Technik Ceramicznych w Kole	Cel operacyjny I.2.1 Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku	31	<p>Dodanie punktu 3 o treści: Utworzenie Szlaku Miast Kazimierza Wielkiego będącego</p>	Utworzenie Szlaku Miast Kazimierza Wielkiego poprawiłoby atrakcyjność Szlaku	<p>Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem</p>

		Piastowskiego		rozszerzeniem Szlaku Piastowskiego, zwłaszcza na terenie Wielkopolski Wschodniej	Piastowskiego, rozszerzyło zasięg jego oddziaływania, doprowadziło do zintegrowania działań w zakresie promocji i turystyki miast tworzących szlak, pozwoliło na zaprezentowanie walorów turystyczno – krajoznawczych miast związanych z Kazimierzem Wielkim m.in. Koła, Pyzdr, a również umożliwiło rozszerzenie jego oddziaływania poza Wielkopolskę – Łęczyca, Inowódz, Przedbórz, Kowal.	ogólności. Utworzenie Szlaku Miast Kazimierza Wielkiego mieści się w kierunkach działań Celu operacyjnego I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego” i możliwe jest do zrealizowania w ramach istniejących zapisów – kierunku działań: „Wspieranie tworzenia tematycznych szlaków kulturowych”. Dla utworzenia szlaku konieczne będzie zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych i/lub organizacji pozarządowych.
27.	Gmina Krobia	Cel operacyjny I.2.1 Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego	31	Odpowiednie oznakowanie turystyczne szlaków kulturowych i obiektów na szlakach. Można zaproponować standaryzowane jednolite, spójne wszędzie takie same.	Czytelność komunikatu skierowanego do turysty. Standaryzacja.	Podkreślić należy, iż nadal nie powstała (zapowiadana od wielu lat) ustawa o szlakach turystycznych. Jej brak utrudnia wprowadzenie jednolitej standaryzacji znakowania szlaków turystycznych. W obecnym systemie szlaki turystyczne piesze/rowerowe/ konne itp. powinny być znakowane zgodnie ze standaryzacją PTTK. Oznakowanie turystycznych szlaków samochodowych reguluje z kolei Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 3 lipca 2003 r. w sprawie szczegółowych warunków technicznych dla znaków i sygnałów drogowych oraz



						urządzeń bezpieczeństwa ruchu drogowego i warunków ich umieszczania na drogach. Kwestia graficznego oznakowania obiektów na danym szlaku turystyki kulturowej będzie zależna m.in. od tematyki danego szlaku i powinna zostać określona na etapie realizacyjnym przez podmiot wytyczający dany szlak. Takie podejście zastosowano np. w odniesieniu do oznakowania obiektów znajdujących się na Szlaku Piastowskim, dla którego opracowano system identyfikacji wizualnej.
28.	Gmina Krobia	Cel operacyjny I.2.3	33	Ująć festiwale, jako aktywne formy spotkań z kulturą	Poszerzenie grona odbiorców, co pozwoli w większym stopniu zrealizować cel operacyjny.	Uwaga uwzględniona.
29.	Urząd Miejski w Śremie	Cel operacyjny I.2.4	33	Link do strony poznan.travel na portalu wielkopolska.travel lub współpraca z portalem poznan.travel	Nazwa i marka Poznań jest rozpoznawalna wśród obcokrajowców. Portal poznan.travel zawiera wiele informacji, jest nowoczesny i responsywny, a informacje dotyczą sporego obszaru województwa (nie tylko gmin Metropolii Poznań)	Uwaga nieuwzględniona. Na obecnie funkcjonującym portalu wielkopolska.travel jest i będzie zamieszczony link do strony poznan.travel.
30.	Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu	Cel operacyjny I.2.4	33, 58	Należałoby zastanowić się nad zasadnością rozdzielania w takiej formie Celu operacyjnego I.2.4 od Celu strategicznego III.1.	Przypisane do Celu operacyjnego I.2.4 Poprawa dostępu do informacji o obiektach i wydarzeniach kulturalnych kierunku działań wpisują się w realizację Celu strategicznego III.1 Rozbudowa i	Uwaga nieuwzględniona.

					integracja turystycznych treści w przestrzeni wirtualnej.	
31.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Cel operacyjny I.2.2	34	W ramach wskazanego celu będą realizowane zadania w obszarze ochrony zabytków wobec powyższego w potencjalnych źródłach dofinansowania powinien znaleźć się z POIS PI 6c	W POIS w ramach PI 6c istnieje możliwość wsparcia projektów dot. zabytków	Uwaga uwzględniona.
32.	Społeczna Rada Kultury w Kole	---	---	Dodanie punktu: Kolski Kompleks Rekreacyjno-Turystyczny – Stworzenie edukacyjnej trasy turystycznej „Koło historii” poprzez: kompleksowe zagospodarowanie ruin i wzgórza zamkowego wraz z przeprawą promową, wyznaczenie trasy rowerowo-piesznej, stworzenie kompleksowego i ogólnodostępnego kąpieliska miejskiego, zagospodarowanie skweru w miejskim Parku 600-lecia na skrzyżowaniu Alei Parkowej i ul. Cz. Freudenreicha	Korzyści wynikające, ze stworzenia w Mieście Kole Kompleksu Rekreacyjno-Turystycznego: 1.Zwiększenie Watorów turystycznych miasta i województwa 2. Skuteczna ochrona i zabezpieczenie niszczących ruin zamku 3. Promocja lokalnego dziedzictwa kulturowego 4.Promowanie ważnego zabytku – obiektu kultury regionu 5.Lepsze wykorzystanie przestrzeni miejskiej i poprawa bezpieczeństwa uprawiania sportu i turystyki 6. Wypełnienie luki, jaką jest brak nadzorowanego kąpieliska miejskiego 7. Powstanie nowych możliwości edukacyjnych dla młodzieży szkolnej 8. Adaptacja ruin na cele kulturalne i ułatwienie	Uwaga nieuwzględniona. Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności i nie może wymieniać wszystkich lokalnych aspektów rozwoju turystyki w województwie. Zastosowane w projekcie Strategii ogólne zapisy umożliwiają realizację przedmiotowego projektu. Zapisy te obejmują bowiem tworzenie szlaków kulturowych, szlaków rowerowych wraz z infrastrukturą okołoszlakową, a także rozwój infrastruktury turystycznej dla turystyki aktywnej i rekreacji. Dla realizacji projektów lokalnych konieczne jest jednak zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych w tym zakresie.

					<p>dostępności</p> <p>9. Nowa atrakcja turystyczna w postaci uruchomienia przeprawy promowej</p> <p>10. Promocja tradycji garncarskich, poprzez upamiętnianie osób zasłużonych dla miasta Koła</p>	
33.	Spółeczna Rada Kultury w Kole	---	---	<p>Dodanie punktu: Stworzenie Inicjatywy Kulturalno-Historyczno-Turystycznej animującej społeczność lokalną, promującą miasto pn.: „Koło historią się toczy. Miasto rowerów i szlaków historycznych”.</p>	<p>1.Promocja historyczna miasta. Nawiązanie do koła herbowego. Miasto najbardziej przyjazne rowerom i tradycji rowerowej.</p> <p>2.Utworzenie kolejnej atrakcji turystycznej w mieście: Muzeum Historii Roweru.</p> <p>3.Wyznaczenie turystyczno-historycznych szlaków rowerowych w mieście i okolicy.</p> <p>4.Utworzenie wypożyczalni rowerów.</p> <p>5.Wyposażenie miasta i w stojaki rowerowe oraz punkty wypożyczenia i zdawania rowerów.</p> <p>6.Utworzenie Punktu Informacji Turystycznej w Kole wraz ze sklepem pamiątkarskim: (kubki, breloczki, koszulki, kalendarze, monety okolicznościowe dot. imprez rowerowych, wydawnictwa turystyczno-historyczne dotyczące Miasta i jego okolicy).</p> <p>7.Największa w Polsce Parada Rowerów Własnej Konstrukcji lub Pojazdów Rowerowych. Wyścig ulicami miasta.</p>	<p>Uwaga nieuwzględniona. Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności i nie może wymieniać wszystkich lokalnych aspektów rozwoju turystyki w województwie, lokalnych projektów i atrakcji. Zastosowane w projekcie Strategii ogólne zapisy umożliwiają realizację przedmiotowego projektu. Zapisy te obejmują bowiem tworzenie szlaków rowerowych wraz z infrastrukturą okołoszlakową, rozwój infrastruktury turystycznej dla turystyki aktywnej i rekreacji, wspieranie samorządów lokalnych i innych podmiotów stawiających na rozwój turystyki aktywnej oraz wspieranie organizacji atrakcyjnych imprez turystycznych i sportowo-rekreacyjnych, przy współpracy z samorządami lokalnymi i organizacjami pozarządowymi. Dla realizacji projektów</p>

				<p>Ogólnopolski Konkurs o Nagrodę Burmistrza Koła.</p> <p>8.W ramach animacji społeczności lokalnej; ogłoszenie konkursu wśród mieszkańców na nazwę konkursu.</p> <p>9.Dni Roweru w Kole - oficjalne obchody w mieście; zaangażowanie wszystkich instytucji kultury: MDK, MTC ( festyn, spektakle uliczne, animacje zabaw dla dzieci, koncerty, występy dzieci szkolnych i przedszkolnych), Powiatowa i Miejska Biblioteka Publiczna w Kole; oficjalne rozstrzygnięcie konkursu poetyckiego o tematyce rowerowej. Uroczyste wręczenie nagród w kategorii dla: dzieci, młodzieży i dorosłych. Zespół Szkół Plastycznych w Kole; plener malarski z motywem rowerowym. Aukcja i sprzedaż obrazów poplenerowych.</p> <p>10.Ogólnopolskie Targi Rowerów w Kole. Stoiska firm producenckich oraz sklepów.</p> <p>11.Wystawa pt. „Rower w historii”. Ekspozycje i fotografie oraz stare rowerowe akcesoria.</p> <p>12.Współpraca Miasta Koła i możliwość uczestniczenia w ogólnopolskich akcjach i projektach rowerowych np. z Fundacją Rzeczpospolita Rowerowa.</p>	<p>lokalnych konieczne jest jednak zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych w tym zakresie.</p>
--	--	--	--	---	---

34.	Gmina Krobia	---	---	Brak w strategii wskazanych przykładów „żywego” dziedzictwa kulturowego z terenu Wielkopolski. Przykład Biskupizny.	Uwaga ogólna	Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi uwzględniono w części diagnostycznej Strategii - rozdział 3.2.1 „Turystyka kulturowa”. Projekty z zakresu „żywego” dziedzictwa kulturowego wpisują się w działania dotyczące turystyki wiejskiej: "Wspieranie produktów specjalistycznych i konkurencyjnych, <u>kładących nacisk na autentyczność, lokalność oraz kulturę (lokalne tradycje i zwyczaje), w tym tzw. „wiosek tematycznych”</u> " oraz: "Wspieranie imprez i wydarzeń promujących lokalną kulturę – <u>tradycje i zwyczaje wielkopolskiej wsi</u> oraz kuchnię regionalną."
35.	Gmina Krobia	---	---	Podkreśliśmy konieczność uwzględnienia i powiązania działań z obszaru turystyki i dziedzictwa kulturowego z procesem rewitalizacji. W myśl zapisów nowej ustawy o rewitalizacji oraz wytycznych WRPO 2014+, rewitalizacja powinna odnosić się wielu aspektów budowania i wzmacniania potencjału endogenicznego, a nie wyłącznie – jak było dotąd – koncentrowania się na zmianach elewacji budynków czy fasad.	Uwaga ogólna	Kierunkami działań dla Celu operacyjnego I.2.2 „Zachowanie dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń” są: „Inwestycje w obszarze dziedzictwa kulturowego regionu” oraz „wspieranie inicjatyw objęcia ochroną obiektów o ważnym znaczeniu i potencjale turystycznym”. Odnieść to można do zapisów WRPO na lata 2014-2020, gdzie projekty rewitalizacyjne wskazano w: Poddziałaniu 4.4.1 „Inwestycje w obszarze

				<p>Turystyka, dziedzictwo kulturowe są tymi obszarami, które właśnie w planach rewitalizacji, a także we wnioskach o dofinansowanie z WRPO powinny być szczególnie premiowane i eksponowane. Wskaźnikami rezultatu działań rewitalizacyjnych powinno właśnie być wzmocnienie potencjału turystycznego, środowiskowego, czy dziedzictwa kulturowego, a tym samym zwiększenie atrakcyjności obszarów, oferty turystycznej czy rekreacyjnej. Samorządy palikując o środki z UE na rewitalizację w ramach WRPO powinny być zobligowane do wykazania we wnioskach aplikacyjnych tego typu przedsięwzięć.</p>		<p>dziedzictwa kulturowego regionu”.</p>
<b>ROZWÓJ PRODUKTÓW DLA TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ</b>						
36.	Wielkopolskie Biuro Planowania Przestrzennego w Poznaniu	Cel operacyjny I.3.1	35	<p>Czy istnieje potrzeba podkreślania zrównoważonego rozwoju tylko w odniesieniu do turystyki przyrodniczej?</p>	<p>Skoro jednym z głównych priorytetów rozwoju turystyki jest jej rozwój zrównoważony, uwzględniający interesy mieszkańców regionu w zakresie poprawy jakości życia i wypoczynku, to wszystkie cele strategii powinny być realizowane zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju. Dodatkowo zaakcentowanie konieczności prowadzenia zrównoważonego rozwoju tylko</p>	<p>Uwaga nieuwzględniona. Rozwój wszystkich form turystyki na terenie województwa wielkopolskiego odbywać powinien się zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju. Zasada ta jest jednak szczególnie istotna w odniesieniu do turystyki przyrodniczej, realizowanej często na obszarach najcenniejszych przyrodniczo, w bezpośrednim kontakcie z</p>

					odnośnie turystyki przyrodniczej może sugerować, że tylko ta forma turystyki ma rozwijać się w sposób zrównoważony.	cennymi walorami naturalnymi. Stąd zasadne wydaje się szczególne podkreślenie konieczności zrównoważonego rozwoju tej formy turystyki.
37.	Nadleśnictwo Łopuchówko	Cel operacyjny I.3.1	35	Wskazanie źródeł pochodzenia nakładów	Zapis „Tworzenie produktów turystyki przyrodniczej na terenie parków narodowych, parków krajobrazowych, rezerwatów przyrody, obszarach Natura 2000 oraz innych obszarach cennych przyrodniczo” – Nadleśnictwa byłyby głęboko zainteresowane takimi produktami, jednak same nie mogą ponosić kosztów związanych z ochroną przyrody. Koszy związane z takimi produktami musiałyby pochodzić ze środków innych niż środki własne Nadleśnictw.	Potencjalne źródła finansowania kierunków działań wskazanych w celach operacyjnych wskazano na str. 37 projektu Strategii.
38.	Gmina Krobia	Cel operacyjny I.3.2	36	W kierunkach działań propozycja ujęcia pkt. 5: Tworzenie i wdrażania programów edukacji przyrodniczej (ekologicznej) w szkołach i placówkach edukacyjnych wykorzystując ścieżki przyrodnicze i inną infrastrukturę turystyczną już istniejącą.	Uwaga ogólna	Uwaga nieuwzględniona. Zaproponowane działanie leży poza kompetencjami Samorządu Województwa oraz wykracza poza zakres strategii rozwoju turystyki. Może być jednak częściowo realizowane w ramach istniejącego kierunku działań nr 4: Współpraca z jednostkami prowadzącymi działania w zakresie turystyki i edukacji przyrodniczej.
39.	Fundacja Przestrzeń Aktywności	Cel operacyjny I.3.2	36	Zbyt mało wskaźników miar realizacji celu strategicznego	Proponuję, choć jeden dodatkowy. Liczba stworzonych produktów turystyki	Uwaga uwzględniona.

	Rozwoju i Kreatywności				przyrodniczej na terenie parków narodowych, parków krajobrazowych, rezerwatów przyrody, obszarach Natura 2000 oraz innych obszarach cennych przyrodniczo.	
40.	Urząd Miasta i Gminy Międzychód	Cel strategiczny I.3	36	Proponujemy dodanie celu operacyjnego: I.3.3 Rozwój turystyki przyrodniczej na terenie obszaru turystycznego „Kraina 100 Jezior”.	Obszar turystyczny „Kraina 100 Jezior” obejmujący teren 4 gmin w powiecie międzychodzkiem ma wyjątkowe walory turystyczno-krajoznawcze, tj. połączenie obszarów leśnych Puszczy Noteckiej, wielka ilość jezior Pojezierza Międzychodzko – Sierakowskiego i urozmaicony polodowcowy krajobraz. Na tym terenie znajduje się obszar ochronny: Sierakowski Park Krajobrazowy oraz część Pszczewskiego Parku Krajobrazowego (Dolina Kamionki), wiele rezerwatów przyrody. Prowadzona jest edukacja ekologiczna w Ośrodku Edukacji Przyrodniczej Wielkopolskich Parków Krajobrazowych w Chalinie i w Centrum Edukacji Przyrodniczej i Regionalnej w Mniszkach. Wybitne walory turystyczne ma Sieraków z kościołem pobernardyńskim, Muzeum – Zamkiem Opalińskich i Stadem Ogierów, Kamionna z 500-letnim kościołem, centrum Międzychodu, a także Rozbitek, Prusim ze Skansenem-Olandią,	Uwaga częściowo uwzględniona. Obszar Krainy 100 Jezior wyróżniono w części diagnostycznej Strategii (rozdziały 2.1.1.5 oraz 3.2.3), a także we wstępach do Celu strategicznego I.3 „Rozwój produktów turystyki przyrodniczej” oraz Celu strategicznego I.4 „Rozwój turystyki aktywnej”.  Brak jednak zasadności wyodrębnienia nowego celu operacyjnego w ramach Celu strategicznego I.3 Rozwój produktów turystyki przyrodniczej. Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności. Cele operacyjne wyznaczone w Celu strategicznym I.3 odnoszą się do produktów turystyki przyrodniczej ogółem, rozwijanych na wszystkich obszarach cennych przyrodniczo na terenie województwa.  Wskazane w uwadze atrakcje



					<p>obszar Radosza i wiele udostępnianych zabytkowych pałaców. Nadleśnictwa proponują obszar edukacji ekologicznej pn. Leśny Kompleks Promocyjny „Puszcza Notecka”. Funkcjonuje bardzo dużo gospodarstw agroturystycznych. Mimo wielu poprowadzonych szlaków nadal odczuwalny jest niedobór oznakowania i zagospodarowania tego atrakcyjnego terenu dla celów turystyki przyrodniczej, jak również prozdrowotnej i różnych form turystyki aktywnej. Dla skonsolidowania wspólnych działań tworzy się klastery turystyczne „Kraina 100 Jezior” oparty na wybitnych walorach przyrodniczych tego terenu.</p>	<p>turystyczne Krainy 100 Jezior mogą być rozwijane w ramach istniejących zapisów projektu Strategii w zakresie turystyki przyrodniczej, jak i aktywnej.</p>
<b>ROZWÓJ PRODUKTÓW DLA TURYSTYKI AKTYWNEJ</b>						
41.	Gmina Wyrzysk	Cel strategiczny I.4 Rozwój turystyki aktywnej	38-45	Ujęcie wśród produktów turystyki aktywnej zadania pn.: „Szlak kajakowy na rzece Łobżonce”.	<p>Łobżonka jest rzeką o długości 76 km, przepływa przez dwa województwa wielkopolskie i kujawsko-pomorskie. Sama rzeka, choć mało znana jest bardzo malownicza i zróżnicowana ze względu na zmienny charakter rzeki oraz otaczających ją krajobrazów. Górny bieg Łobżonki, charakteryzuje się niedużym spadkiem i leniwym nurtem.</p>	<p>Uwaga nieuwzględniona. Rzeka Łobżonka została wskazana, jako jeden z walorów turystyki wodnej (kajakowej) o randze krajowej w części diagnostycznej (rozdział 3.2.2). Sama strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się jednak pewnym poziomem ogólności i nie może obejmować wszystkich lokalnych aspektów rozwoju</p>

				<p>Przepływa przez bogate przyrodniczo Pojezierze Krajeńskie, którego częścią są duże kompleksy leśne Borów Kujawskich. W środkowym biegu płynie w dolinie, która charakteryzuje się wysokimi zboczami, do momentu przełomu, gdy z terenów morenowych przechodzi do Pradoliny Toruńsko-Eberswaldzkiej. Odcinek przełomu ma znaczny spadek sięgający do 1,9‰, przypominający rzeki górskie. Rzeka w dolnym biegu przepływa przez obszar Pradoliny charakteryzujące się podmokłymi i równinnymi terenami. Swoje ujście ma w Noteci. Poprzez mocno zróżnicowany charakter rzeki, jest odpowiednia zarówno dla rodzin z dziećmi (na odpowiednich odcinkach), jak i doświadczonych kajakarzy. Na Łobżonce możliwe jest nawet uprawianie kajakarstwa zwałkowego, ze względu na jej dziewiczy charakter i pełen wyzwań bieg. W szczególności poprzez ogromną liczbę zwałonych drzew w głównej mierze przez warunki atmosferyczne i bobry oraz miejscami wartki nurt i kamieniste dno. Konkludując,</p>	<p>turystki w województwie. Zastosowane w projekcie strategii ogólne zapisy sprzyjają rozwojowi <u>szlaków wodnych wraz z infrastrukturą okołoszlakową</u>. Projekt szlaku kajakowego na rzece Łobżonce doskonale wpisuje się w kierunki działań Celu operacyjnego I.4.3 „Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji” i możliwy jest do zrealizowania w ramach istniejących kierunków działań dla tego celu (działania na rzecz budowy nowych i modernizacji istniejących urządzeń infrastruktury wodnej; wspieranie oznakowania turystycznego szlaków wodnych). Należy podkreślić, iż dla realizacji projektu konieczne będzie zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych i/lub organizacji pozarządowych, które będzie mogło zostać wsparte działaniami / środkami Samorządu Województwa.</p>
--	--	--	--	---	---

					wskazane jest ujęcie w strategii rozwoju turystyki województwa wielkopolskiego szlaku kajakowego na rzece Łobżoncy, która ma charakter ponadregionalny oraz posiada wysokie walory turystyczno-przyrodnicze.	
42.	Urząd Gminy Stare Miasto	Cel operacyjny I.4.1	38	Uwzględnienie w działaniach na rzecz rozwoju Wielkiej Pętli Wielkopolski również mniejszych miejscowości, przez które przebiegają szlaki wodne. Przykładem mogą tu być gminy powiatu konińskiego skupione w ramach Obszaru Strategicznej Interwencji (Rzgów, Stare Miasto i Kazimierz Biskupi).	Uwzględnienie mniejszych samorządów mających dostęp do rzeki wpłynie na bardziej równomierny rozwój turystyki w regionie.	Dla rozwoju Wielkiej Pętli Wielkopolski niezwykle istotna jest współpraca wszystkich jednostek samorządu terytorialnego leżących wzdłuż Pętli, a także innych podmiotów zaangażowanych w rozwój tego produktu turystycznego. Podkreśla to jeden z kierunków działań Celu operacyjnego I.4.1: „Koordynowanie i integrowanie działań samorządów lokalnych, przedsiębiorców i organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju i promocji Wielkiej Pętli Wielkopolski”. Dodatkowo w celu operacyjnym zwrócono uwagę na wzbogacenie oferty Wielkiej Pętli Wielkopolski o znaczące, cykliczne imprezy w miejscowościach zlokalizowanych przy szlaku i w jego okolicach.
43.	Urząd Gminy Trzcinica	Cel operacyjny I.4.2.	41	Dodać zapis: budowa szlaków pieszo-rowerowych na bazie nieczynnej linii kolejowej Kępno-Namysłów.	Zapis ten i jego realizacja umożliwi racjonalne wykorzystanie terenów nieczynnej linii kolejowej i będzie spełnieniem oczekiwań	Uwaga nieuwzględniona. Strategia rozwoju turystyki w Wielkopolsce, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym

					społeczeństwa.	poziomem ogólności. Projekt możliwy do realizacji na poziomie lokalnym, po zidentyfikowaniu realnych źródeł finansowania.
44.	Urząd Gminy Stare Miasto	Cel operacyjny I.4.3	41	Warto doprecyzować kierunki działań o zapis dotyczący wspierania inwestycji w wodną infrastrukturę wypoczynkowo-rekreacyjną. W szczególności warto dodać zapis o wykorzystaniu istniejących zasobów jakimi są sztuczne zbiorniki retencyjne. Zbiorniki retencyjne przy zachowaniu swojej pierwotnej roli mogą również pełnić funkcję obiektu turystyczno-rekreacyjnego. Taki zbiornik istnieje w gminie Stare Miasto (powiat koniński) i stanowi niewykorzystany do końca potencjał turystyczny. Gmina planuje zagospodarowanie terenu przy zbiorniku poprzez utworzenie dogodnego dojazdu z miejscami parkingowymi, utwardzenie linii brzegowej zbiornika, zainstalowanie pomostów, oraz wytyczenie ścieżki rowerowej i nordic walking. Inwestycja tego typu angażuje znaczne jak na możliwości gmin wiejskich środki finansowe. Warto zatem uwzględnić w strategii województwa działania na rzecz zagospodarowania zbiorników	Doprecyzowanie kierunków działań zgodnie z treścią niniejszej uwagi może wpłynąć na lepsze umotywowanie planów inwestycyjnych samorządu pod kątem ubiegania się o środki ze źródeł zewnętrznych.	Wskazany w Celu operacyjnym I.4.3 kierunek działań: „Wspieranie inwestycji w infrastrukturę wypoczynkowo-rekreacyjną” jest pojęciem szerszym i obejmuje wodną infrastrukturę wypoczynkowo-rekreacyjną. Zawężenie zapisu wydaje się nieuzasadnione.

				retencyjnych w gminach wiejskich.		
45.	Urząd Gminy Trzcinica	Cel operacyjny I.4.3.	41	Do pkt 3. dodać zapis: „w tym ścieżek pieszo-rowerowych na terenach nieczynnych linii kolejowych”.	Zapis ten i jego realizacja umożliwi racjonalne wykorzystanie terenów nieczynnej linii kolejowej i będzie spełnieniem oczekiwań społeczeństwa.	Uwaga uwzględniona. Należy pamiętać, iż w ramach Celu operacyjnego I.2.3 „Propagowanie rozwoju turystyki kulturowej” wskazano również następujący kierunek działań: „Działania na rzecz renowacji i wykorzystania dla turystyki linii wąskotorowych oraz niewykorzystanych linii szerokotorowych, drzewin oraz wolsztyńskich parowozów (...)”.
46.	Urząd Miejski w Śremie	Cel operacyjny I.4.4.	42	Dopisać punkt: Wielkopolski Klaster Reczny	Inicjatywa powstania klastra rzeczno województwa wielkopolskiego zawiązana przez: Poznań, Śrem, Oborniki, Luboń, Czerwonak, Mosina, Murowana Goślina, Suchy Las, Komorniki, Puszczykowo. Idea klastra połączy przedstawicieli różnych środowisk oraz stanie się narzędziem do pozyskiwania środków na inwestycje niezbędne w celu wszechstronnego wykorzystywania potencjału rzeki Warty.	Uwaga uwzględniona – klastry turystyczne uwzględniono w Celu strategicznym II.3 „Tworzenie warunków sprzyjających współpracy w gospodarce turystycznej”. Jednocześnie należy zauważyć, iż Wielkopolski Klaster Reczny nie został jeszcze formalnie utworzony (nie posiada osobowości prawnej).
47.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Cel operacyjny I.4.6	45	W ramach wskazanego celu będą realizowane zadania w obszarze przeciwdziałania obniżaniu się wód, wobec powyższego w potencjalnych źródłach dofinansowania	W POIŚ w ramach P.I 5.II istnieje możliwość wsparcia naturalnej i małej retencji	Uwaga uwzględniona.

				powinien znaleźć się z POIŚ PI 5.II		
<b>ROZWÓJ PRODUKTÓW DLA TURYSTYKI NA OBSZARACH WIEJSKICH</b>						
48.	Lokalna Organizacja Turystyczna „Puszcza Pyzdrska”	Cel strategiczny I.5	46	W zdaniu: „Znajdują się tu pałace, dworki, domostwa drewniane” dopisać jeszcze „gliniane i z darniowej rudy żelaza”	Na obszarze Puszczy Pyzdrowskiej zachowało się wiele zamieszkiwanych nadal budynków postawionych z lokalnego budulca, jakim jest glina i darniowa ruda żelaza.	Uwaga uwzględniona.
<b>OBSZAR PRIORYTETOWY – KAPITAŁ LUDZKI</b>						
49.	Muzeum Ziemiaństwa w Dobrzycy	Rozdział 5.2	50	W obszarze Kapitał Ludzki autorzy przewidują głównie podnoszenie kompetencji kadr gospodarki turystycznej, a nie widzą partnerów, z którymi będą wspólnie realizować tę strategię.	---	Cel strategiczny II.2: „Podnoszenie kompetencji kadr gospodarki turystycznej” obejmuje szeroko rozumiane kadry turystyczne z poszczególnych sekcji sektora turystyki, uczestniczących w szeroko pojętym procesie organizowania i obsługi ruchu turystycznego. Jednocześnie zdefiniowany został Cel strategiczny II.3: „Tworzenie warunków sprzyjających współpracy w gospodarce turystycznej”. Jak wskazano w opisie ww. celu: „ <i>Istotnymi partnerami są również organizacje pozarządowe, instytucje prowadzące działalność kulturalną oraz sama branża turystyczna (...). Wszystkie te elementy stanowią podstawę do jakiegokolwiek dalszej współpracy w gospodarce turystycznej</i> ”.
50.	Departament	Cel strategiczny II.1	52	W ramach celów strategicznych	Powinny zostać wskazane	Uwaga uwzględniona.

	Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW			I.1 i I.2 zostały wskazane szczegółowo konkretne Priorytety Inwestycyjne. Dla spójności dokumentu wskazane będzie doprecyzowanie w potencjalnych źródłach dofinansowania z jakiego priorytetu WRPO będzie możliwe sfinansowanie projektów	dokładnie priorytety na bazie których w ramach konkursów będzie można ubiegać się o dofinansowanie	
51.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Cel strategiczny II.2	54	W ramach celów strategicznych I.1 i I.2 zostały wskazane szczegółowo konkretne Priorytety Inwestycyjne. Dla spójności dokumentu wskazane będzie doprecyzowanie w potencjalnych źródłach dofinansowania z jakiego priorytetu WRPO będzie możliwe sfinansowanie projektów	Powinny zostać wskazane dokładnie priorytety na bazie których w ramach konkursów będzie można ubiegać się o dofinansowanie	Uwaga uwzględniona.
52.	Urząd Miejski w Śremie	Cel strategiczny II.3	54	Istotnymi partnerami są również (...) klastry rzeczne	Inicjatywa powstania klastra rzeczno-wojewódzkiego wielkopolskiego zawiązana przez: Poznań, Śrem, Oborniki, Luboń, Czerwonak, Mosina, Murowana Goślina, Suchy Las, Komorniki, Puszczykowo. Idea klastra połączy przedstawicieli różnych środowisk oraz stanie się narzędziem do pozyskiwania środków na inwestycje niezbędne w celu wszechstronnego wykorzystywania potencjału	Uwaga uwzględniona – klastry turystyczne ujęto w Celu strategicznym II.3. Jednocześnie należy zauważyć, iż Wielkopolski Klaster Rieczny nie został jeszcze formalnie utworzony (nie posiada osobowości prawnej).

					rzeki Warty.	
53.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Cel strategiczny II.3	56	W ramach celów strategicznych I.1 i I.2 zostały wskazane szczegółowo konkretne Priorytety Inwestycyjne. Dla spójności dokumentu wskazane będzie doprecyzowanie w potencjalnych źródłach dofinansowania z jakiego priorytetu PROW, WRPO będzie możliwe sfinansowanie projektów	Powinny zostać wskazane dokładnie priorytety na bazie których w ramach konkursów będzie można ubiegać się o dofinansowanie	Uwaga uwzględniona.
54.	Gmina Krobia	---	---	Należy wskazać konieczność budowy kompetencji i umiejętności do sieciowania produktów czy atrakcji turystycznych na szczeblu lokalnym. Współpraca od najmniejszego szczebla terytorialnego z udziałem partnerów społecznych, przedsiębiorców, lokalnych pasjonatów, tworzy wartość dodaną, która bezpośrednio wzmocni potencjał turystyczny, generując tym samym zwiększony popyt na tego rodzaju usługi.	Uwaga ogólna	Uwzględniono w Celu operacyjnym II.3.2 „Wsparcie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej regionu”, kierunki działań: „Stymulowanie współpracy pomiędzy aktorami rynku turystycznego (transfer wiedzy, spotkania, warsztaty, study tour)” oraz „Podniesienie świadomości znaczenia turystyki wśród kadry zarządzającej, działającej pośrednio i bezpośrednio w sektorze turystyki, w tym w samorządach lokalnych”.
<b>OBSZAR PRIORYTETOWY – NOWE TECHNOLOGIE</b>						
55.	Urząd Miejski w Śremie	5.3. Cel strategiczny III	57	Dostępność rozwiązań mobilnych na podstawie sondażu TNS Polska z 2014 r. – do usunięcia	Przy współczesnym rozwoju technologii opieranie się na badaniach sprzed dwóch niemal lat nie jest wiarygodne. Na stronie www.rp.pl znajduje się artykuł z 02.12.2015 nt. ostatnich badań prowadzonych	Uwaga uwzględniona.



					przez Deutsche Bank.	
56.	Muzeum Technik Ceramicznych w Kole	Cel operacyjny III.1 Rozbudowa i integracja turystycznych treści w przestrzeni wirtualnej	58	Dodanie punktu 3 o treści: Utworzenie i rozwój strony internetowej oraz profilu fb poświęconych ofercie muzeów funkcjonujących na terenie Województwa Wielkopolskiego w oparciu o stworzoną domenę www.muzeawwielkopolsce.pl	Utworzenie postulowanej strony internetowej oraz profilu fb pozwoliłoby na zaprezentowanie potencjalnemu zwiedzającemu całościowej oferty jaką dysponują muzea działające na terenie Wielkopolski bez konieczności poszczególnego ich wyszukiwania.	Uwaga nieuwzględniona. Wobec krótkiego czasu realizacji Strategii (roku 2020) oraz ograniczonych możliwości finansowych i organizacyjnych głównym działaniem będzie koncentracja na już istniejących stronach internetowych zarządzanych przez WOT lub UMWW, w tym unowocześnienie i integracja ich treści. Kluczowy będzie główny portal turystyczny województwa: wielkopolska.travel, w ramach którego możliwe jest zaprezentowanie oferty wielkopolskich muzeów. Prowadzenie profili społecznościowych zawarto w kierunku działań nr 6 Celu operacyjnego III.1.
57.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Cel strategiczny III.1	60	W ramach celów strategicznych I.1 i I.2 zostały wskazane szczegółowo konkretne Priorytety Inwestycyjne. Dla spójności dokumentu wskazane będzie doprecyzowanie w potencjalnych źródłach dofinansowania z jakiego priorytetu WRPO będzie możliwe sfinansowanie projektów	Powinny zostać wskazane dokładnie priorytety na bazie których w ramach konkursów będzie można ubiegać się o dofinansowanie	Uwaga uwzględniona.
<b>OBSZAR PRIORYTETOWY – INFRASTRUKTURA</b>						
58.	Urząd Miejski w	5.4 Cel operacyjny IV.1.1	61	Dopisać punkt 5. Transport	Temat transportu wodnego jest	Uwaga nieuwzględniona.

	Śremie			wodny	ujęty w strategii ZIT. Władze Poznania i miast Metropolii położonych wzdłuż brzegów Warty zamierzają zwiększyć atrakcyjność rzeki jako trasy komunikacyjnej i turystycznej. Efektem ma być stworzenie regularnych połączeń tramwaju wodnego oraz rejsów turystycznych /Śrem, Poznań, Czerwonak, Oborniki/.	Transport wodny może być rozwijany w ramach istniejących zapisów projektu Strategii. Kierunki działań wskazane w projekcie dokumentu obejmują m.in. „Poprawę stanu infrastruktury na szlaku Wielkiej Pętli Wielkopolski”. Służyć to będzie rozwojowi zarówno turystyki wodnej na Wielkiej Pętli Wielkopolski, jak również (tym samym) transportowi wodnemu.
59.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Cel strategiczny IV.1	64	W ramach celów strategicznych I.1 i I.2 zostały wskazane szczegółowo konkretne Priorytety Inwestycyjne. Dla spójności dokumentu wskazane będzie doprecyzowanie w potencjalnych źródłach dofinansowania z jakiego priorytetu WRPO będzie możliwe sfinansowanie projektów	Powinny zostać wskazane dokładnie priorytety na bazie których w ramach konkursów będzie można ubiegać się o dofinansowanie	Uwaga uwzględniona.

**SYSTEM REALIZACJI I MONITORINGU STRATEGII**

*nie zgłoszono uwag*

**ZAŁĄCZNIK – DIAGNOZA TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM**

60.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza - Uwaga ogólna	---	Brak odniesienie w Strategii do programów krajowych wymienionych w diagnozie (POIR, POIS, POPC ) oraz do programów Komisji Europejskiej (Cosme i Life+)	---	Uwaga częściowo uwzględniona.
61.	Lokalna Organizacja Turystyczna	Diagnoza	30	„Obszary najatrakcyjniejsze pod względem rzeźby ... - „odcinki pradolin, a w	Pradolina Warty jest najciekawsza pomiędzy Łądkiem a Pызdrami co pokrywa się z	Uwaga uwzględniona.

	„Puszcza Pyzdrska”			szczegółności: mosiński oraz koniński” poprawić na „konińsko – pyzdski”	granicami Nadwarciańskiego Parku Krajobrazowego	
62.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza	32	Opady ....500-700 mm. Należy dodać wyraz : ”rocznie”	Należy podać w jakiej częstotliwości.	Uwaga uwzględniona.
63.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza	73	Brak informacji, iż wszystkie lub większość projektów będzie realizowana w ramach projektu Kolej Metropolitalnej	---	Uwaga uwzględniona.
64.	Urząd Miejski w Obornikach	Diagnoza	75	Brakuje Ładowiska Oborniki - Słonawy	<a href="http://www.osl-oborniki.info/">http://www.osl-oborniki.info/</a>	Uwaga uwzględniona.
65.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza	93	W jednym zdaniu zostają wymienione „ściany wspinaczkowe” (...), „ścianki wspinaczkowe”- powtórzenie	Poddajemy wątpliwość czy celowe jest wprowadzenie dwóch podobnych obiektów	Uwaga uwzględniona.
66.	Urząd Miejski w Obornikach	Diagnoza	93	Tabela 27: Skate Park w Obornikach Ścianka wspinaczkowa w Obornikach (Park Adrenalina) Kręgielnia w Centrum Rekreacji Oborniki – 4 tory Squash w Centrum Rekreacji Oborniki Park Linowy Adrenalina Tor Motocrossowy w Obornikach	<a href="http://www.centrumrekreacjioborniki.pl">www.centrumrekreacjioborniki.pl</a> <a href="http://www.parklinowy-oborniki.pl/">http://www.parklinowy-oborniki.pl/</a>	Uwaga uwzględniona.
67.	Lokalna Organizacja	Diagnoza	105	Lokalna Organizacja Turystyczna „Puszcza Pyzdrska” z siedzibą w	---	Uwaga uwzględniona.

	Turystyczna „Puszcza Pyzdrska”			Pyzdrach		
68.	Urząd Miejski w Obornikach	Diagnoza	107	Brakuje: Obornickiego Stowarzyszenia Wodniackiego APLAGA	---	Uwaga uwzględniona.
69.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza	113	Regionalna Strategia Innowacji powinna być w okresie 2015-2020 a nie 2010-2020	RIS3 – została zaktualizowana w zeszłym roku i jest w innym przedziale czasowym	Uwaga uwzględniona.
70.	Lokalna Organizacja Turystyczna „Puszcza Pyzdrska”	Diagnoza	159	„Walory kultury ludowej” dopisać „Puszcza Pyzdrska”	Puszcza Pyzdrska to obszar o krajobrazie ukształtowanym przez osadników olęderskich. Do naszych czasów zachowało się wiele zamieszkałych tradycyjnych zagród spotykanych gdzie indziej tylko w skansenach. Szczególnym wyróżnikiem są domy z żelaza czyli wybudowane z darniowej rudy żelaza. Na obszarze Puszczy Pyzdrskiej występuje największa ilość w Polsce budynków postawionych z tego ciekawego budulca. Przeprowadzone badania architektoniczne pozwoliły wyodrębnić wspólne cechy tutejszego budownictwa. Stanowi to podstawę do stopniowego definiowania własnego stylu architektonicznego, który w sposób trwały i pozytywny wyróżni tę krainę w Polsce i na świecie. Izolacja obszaru puszczy	Uwaga uwzględniona.

					<p>względem obszarów przyległych sprzyjała zachowaniu dawnych zawodów i zwyczajów gospodarowania. Dawne rzemiosło reprezentuje jedyna w Wielkopolsce pracownia garncarska w Czarnym Brodzie. Do dzisiaj też kontynuowane są dawne sposoby hodowli i towarzyszące im zwyczaje jak np. wolny wypas Zagórowskich gęsi i niezmienione od 1864r. wspólnoty łąkowe w dolinie Warty. Cały obszar posiada wyraźną spójność geograficzną, przyrodniczą i kulturową wyróżniającą go od bardziej zurbanizowanych obszarów przyległych. Spójność obszaru, a zarazem jego odmienność od obszarów sąsiednich, dostrzegli lokalni społecznicy skupieni głównie w Towarzystwie Kulturalnym :Echo Pyzdr". W 2009r. nastąpiło przywrócenie zapomnianej już nazwy „Puszcza Pyzdrska". Od 2014r we współpracy z Zespołem Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego realizowana jest na tym obszarze koncepcja budowy „Ekomuzeum Doliny Warty i Puszczy Pyzdrskiej". Ze względu na doskonale zachowane walory przyrodnicze i kulturowe kilka wiosek z obszaru puszczy kwalifikuje się</p>	
--	--	--	--	--	--	--

					do umieszczenia w „Sieci najciekawszych wsi w Polsce”. Więcej informacji na stronie <a href="http://www.puszczapyzdrska.com">www.puszczapyzdrska.com</a>	
71.	Gmina Miejska Koło	Diagnoza	159	W punkcie „turystyka literacka” dopisanie nazwiska poetki z Wielkopolski: Stanisławy Fleszerowej-Muskat (Koło)	Stanisława Fleszerowa-Muskat to urodzona w Kole powieściopisarka, poetka, publicystka i dramaturg. Jest niewątpliwie dumą Wielkopolski.	Uwaga uwzględniona.
72.	Gmina Miejska Koło	3.Bilans uwarunkowań rozwojowych wraz z identyfikacją produktów turystycznych. 3.1. Dominujące formy turystyki (identyfikacja produktów turystycznych województwa wielkopolskiego). 3.2.1. Turystyka kulturowa	159	W punkcie „miejsca pobytu wielkopolskich ograniczników i innych postaci zasłużonych dla społeczeństwa wielkopolskiego” dodanie nazwiska Czesława Freudenreicha	Czesław Freudenreich – ostatni przedwojenny właściciel Fabryki Fajansu i Majoliki w Kole, wielki patriota, filantrop i społecznik.	Uwaga uwzględniona.
73.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza tabela	205 206	Należy skreślić 6.5	WRPO nie obejmuje PI 6.5 ( 6e) w zamian za niego wprowadzono 9b i dotyczy rewitalizacji	Uwaga uwzględniona.
74.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza	215	Definicja srebrnego sektora nie zawiera wzmianki, iż sektor jest przede wszystkim z myślą o ludziach w starszym wieku	<b>Srebrna gospodarka</b> , również <b>gospodarka senioralna</b> – system usług i wytwarzania dóbr ukierunkowany na wykorzystanie potencjału nabywczego osób starszych i zaspokajający ich potrzeby konsumpcyjne, bytowe oraz zdrowotne	Uwaga uwzględniona.

75.	Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego UMWW	Diagnoza	218	Strategia rozwoju aglomeracji miejskiej – nazwa jest niepełna. Powinno być Strategia Rozwoju Aglomeracji Miejskiej „Metropolia Poznań 2020”	Nazwa niepełna	Uwaga uwzględniona.
76.	Starostwo Powiatowe w Koninie	Diagnoza	272	Korekta wykazu imprez w Tabeli: Główne imprezy kulturalne, rozrywkowe, sportowe i rekreacyjne w Wielkopolsce w latach 2012-2014 wg powiatów	Uwaga porządkująca.	Uwaga uwzględniona.

Załącznik nr 5

Do Sprawozdania z przebiegu i wyników konsultacji społecznych projektu „Strategii rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim do 2020 roku”.

**PROPOZYCJE I UWAGI DO PROJEKTU „STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM DO 2020 ROKU”  
ZGŁOSZONE PODCZAS SPOTKAŃ KONSULTACYJNYCH**

Gniezno – 12.01.2016, Leszno – 13.01.2016, Poznań – 14.01.2016

Lp.	Podmiot/instytucja zgłaszająca uwagę	Część Strategii, do której odnosi się uwaga (np. rozdział, numer celu strategicznego/operacyjnego)	Str. nr	Treść uwagi (propozycja zmian)	Odniesienie do zgłoszonej uwagi wraz z uzasadnieniem
1.	Urząd Gminy Krobia	Uwaga ogólna	---	Podkreślenie roli edukacji – wychowywania młodych ludzi (przyszłych turystów) i kształtowania ich wrażliwości na otoczenie.	Działania edukacyjne mogą być realizowane w ramach istniejących zapisów Strategii, jednakże realizacja konkretnych projektów będzie wymagać inicjatywy i zaangażowania takich podmiotów, jak organizacje pozarządowe i samorządy lokalne. Wsparcie ich inicjatyw znalazło odzwierciedlenie w kierunku działań Celu operacyjnego II.3.2: „Wspieranie działalności organizacji pozarządowych, lokalnych grup działania, lokalnych organizacji turystycznych działających statutowo w obszarze turystyki”. Dodatkowo w zakresie turystyki kulturowej w Celu operacyjnym I.2.1 wskazano kierunek działań: „8. Podnoszenie poziomu wiedzy i informacji o historii oraz wartości kulturowej obiektów znajdujących się na szlakach (...)”, a w Celu operacyjnym I.2.3 „Wspieranie oferty aktywnych form spotkań z kulturą (...)”. W zakresie turystyki przyrodniczej w Celu operacyjnym I.3.2 wskazano kierunki działań: „Rozwijanie oferty Ośrodków Edukacji Przyrodniczej w Chalinie i Łądzie”, „Tworzenie i promowanie ścieżek dydaktycznych, gier



				<p>Konieczność podtrzymywania i upowszechniania żywego dziedzictwa kulturowego (na przykładzie Biskupiny), również w zakresie wiedzy i edukacji.</p> <p>Konieczność skorelowania działań prowadzonych przez samorządy lokalne (w kontekście wykorzystania środków unijnych) z szerszym traktowaniem działań rewitalizacyjnych (łączenie rewitalizacji z innymi elementami turystycznymi, elementami aktywizującymi społeczeństwo, ponoszącymi potencjał lokalny).</p>	<p>terenowych i innych przedsięwzięć mających na celu edukację przyrodniczą w terenie” oraz „Współpraca z jednostkami prowadzącymi działania w zakresie turystyki i edukacji przyrodniczej”.</p> <p>Projekty z zakresu „żywego” dziedzictwa kulturowego wpisują się w działania dotyczące turystyki wiejskiej: „Wspieranie produktów specjalistycznych i konkurencyjnych, kładących nacisk na autentyczność, lokalność oraz kulturę (lokalne tradycje i zwyczaje), w tym tzw. „wioski tematycznych”” oraz: "Wspieranie imprez i wydarzeń promujących lokalną kulturę – tradycje i zwyczaje wielkopolskiej wsi oraz kuchnię regionalną". Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi uwzględniono w części diagnostycznej Strategii - rozdział 3.2.1 „Turystyka kulturowa”.</p> <p>Inwestycje w obszarze dziedzictwa kulturowego regionu oraz wspieranie inicjatyw objęcia ochroną obiektów o ważnym znaczeniu i potencjale turystycznym stanowią kierunki działań dla Celu operacyjnego I.2.2 „Zachowanie dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń”. Odnieść to można do zapisów WRPO na lata 2014-2020, gdzie projekty rewitalizacyjne wskazano w: Poddziałaniu 4.4.1 „Inwestycje w obszarze dziedzictwa kulturowego regionu”</p>
2.	Prezes Fundacji Ziemi Krobskiej im. prof. Rajmunda Teofila Hałasa, Muzeum	Uwaga ogólna	---	Dołączenie do konsorcjum piszącego Strategię Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu.	Na tym etapie prac nad dokumentem nie jest możliwe zaangażowanie Uniwersytetu Artystycznego w Poznaniu, jako członka Konsorcjum. Nie ma jednak przeszkód, by uczelnia angażowała się jako jeden z

	Stolarstwa i Biskupizny w Krobi				podmiotów współpracujących we wdrażaniu Strategii.
3.	Prezydent Wielkopolskiej Izby Turystycznej	Uwaga ogólna	---	Brak zaproszenia przedsiębiorców w proces tworzenia Strategii.	W trakcie tworzenia Strategii projekty dokumentu były publikowane na stronie internetowej Urzędu. Dwukrotnie organizowane były również cykle spotkań konsultacyjnych. Konsultacje te cieszyły się jednak niewielkim zainteresowaniem przedsiębiorstw turystycznych.
4.	Dyrektor Departamentu Edukacji i Nauki UMWW, Prezes Towarzystwa Opieki nad Zabytkami Oddział w Poznaniu	Uwaga ogólna	---	Nie udało się wykorzystać promocyjnie (przypadającej na 2016 rok) 1050 rocznicy Chrztu Polski.	Zgłoszona uwaga wykracza poza zakres Strategii, której wdrażanie planuje się od II kwartału 2016 roku.
5.	Dyrektor Departamentu Edukacji i Nauki UMWW, Prezes Towarzystwa Opieki nad Zabytkami Oddział w Poznaniu	Uwaga ogólna	---	Poznań nie postrzega turystyki jako gałęzi gospodarki, przez co pod względem wykorzystania miejsc noclegowych/liczby udzielonych noclegów znajduje się poza krajową czołówką. Niedostateczna współpraca w turystyce pomiędzy regionem a stolicą województwa.	Jednym z kierunków działań Celu operacyjnego II.3.2 „Wsparcie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej regionu” zapisano: „Wzmacnianie powiązań miasta Poznania z pozostałymi obszarami w zakresie działalności turystycznej”.
6.	Konsulting Konrad Tuszewski	Uwaga ogólna	---	Ujęcie w Strategii odwiedzających jednodniowych przybywających do Poznania w celach zakupowych (turystyki zakupowej).	Zgodnie z definicją Światowej Organizacji Turystyki turystą jest osoba przebywająca w odwiedzanym obszarze, korzystająca co najmniej z jednego noclegu poza miejscem stałego zamieszkania. Tym samym strategia rozwoju turystyki nie może odnosić się w celach strategicznych do odwiedzających jednodniowych.
7.	Port Lotniczy Poznań-Ławica sp. z o.o.	Uwaga ogólna	---	Wniosek o rozszerzenie roli lotniska poza turystykę biznesową, również na pozostałe formy turystyki – kulturową, przyrodniczą,	Uwaga nieuwzględniona. Szeroko rozumiana dostępność komunikacyjna regionu leży poza zakresem kompetencyjnym Strategii rozwoju

				aktywną.	turystyki. Transport lotniczy uwzględniony został w kontekście turystyki biznesowej ze względu na szczególne oczekiwania turysty biznesowego względem szybkości dotarcia do miejsca docelowego oraz znaczenie tej formy transportu dla organizacji dużych, międzynarodowych wydarzeń kongresowo-konferencyjnych.
8.	Wójt Gminy Pakosław	Uwaga ogólna	---	Strategia powinna zostać skonsultowana z województwami sąsiednimi.	Projekt Strategii przekazany został, celem konsultacji, Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego, za pośrednictwem której dokument wysłano pozostałym województwom. Nie zgłoszono uwag do przekazanego projektu Strategii.
9.	Międzygminny Związek Turystyczny „Wielkopolska Gościńska”	Uwaga ogólna	---	Istniejące regulacje prawne hamują rozwój (działających sezonowo i lokalnie) biur turystyki przyjazdowej. Przepisy nakładające na podmioty planujące sprzedaż min. dwóch rodzajów usług obowiązek uzyskania wpisu do rejestru organizatorów i pośredników turystycznych utrudniają komercjalizację lokalnych produktów turystycznych.	Poruszona kwestia, choć słuszna, wykracza poza możliwości określone w strategii rozwoju turystyki. Wymaga zmian legislacyjnych w ustawie o usługach turystycznych.
10.	Konsulting Konrad Tuszewski	Wizja	14	Sformułowana wizja nie wyczerpuje wszystkich oczekiwań względem wizji rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim.	Strategia rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim musi być spójna ze „Strategią rozwoju województwa wielkopolskiego do 2020 roku. Wielkopolska 2020”, stąd sformułowana w dokumencie wizja rozwoju turystyki bezpośrednio nawiązuje do wizji w strategii wojewódzkiej.
11.	Hotel w Starej Kamienicy w Gnieźnie	Cel strategiczny I.1	21	Pytanie o możliwość wywarcia wpływu na Międzynarodowe Targi Poznańskie, celem zamieszczenia w bazie obiektów noclegowych MTP hoteli zlokalizowanych w Gnieźnie.	Propozycja nie leży w kompetencjach strategii rozwoju turystyki. Rozwiązania tej kwestii należy upatrywać w bezpośrednich rozmowach zainteresowanego obiektu z Targami.
12.	Zastępca Przewodniczącego Organizacji	Cel strategiczny I.2	30	Zwrócenie większej uwagi na współpracę w turystyce np. z zarządami dróg. Zgłoszenie problemu z parkingiem dla autokarów przy	Poruszony problem parkingu, chociaż istotny, zdaje się wkraczać w lokalne aspekty rozwoju turystyki. Poruszoną kwestię współpracy

	Turystycznej „Szlak Piastowski”			Muzeum Początków Państwa Polskiego w Gnieźnie.	wszystkich podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki podkreślono w Celu operacyjnym II.3.2: „Wsparcie współpracy podmiotów gospodarki turystycznej”, dla którego wskazano odpowiednie kierunki działań.
13.	Prezes Stowarzyszenia Wiatraki Wielkopolski, Muzeum Młynarstwa i Rolnictwa w Osiecznej	Cel operacyjny I.2.1	31	Konieczność zabezpieczenia finansowania utrzymania już istniejących szlaków turystyki kulturowej. Koszty ochrony i renowacji wiatraków są bardzo wysokie i są często poza zasięgiem inwestorów prywatnych.	Propozycja mieści się w kierunkach działań Celu operacyjnego I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego” (kierunek działań: „Uporządkowanie pozostałych istniejących szlaków turystyki kulturowej (...))”. Wielkopolski Szlak Wiatraczny wskazano w diagnozie w rozdziale 2.3.4.2 „Szlaki kulturowe”. Muzeum Młynarstwa i Rolnictwa w Osiecznej ujęto w diagnozie w rozdziale 3.2.1 „Turystyka kulturowa”.
14.	Prezes Fundacji Ziemi Krobskiej im. prof. Rajmunda Teofila Hałasa, Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi	Cel operacyjny I.2.1	31	Propozycja lobbowania na rzecz utworzenia wielkopolskiego szlaku zabytków techniki, promującego i chroniącego dziedzictwo przemysłowe Wielkopolski.  Wspieranie inicjatyw związanych z promocją lokalnych osobistości, związanych z danym subregionem (np. Wolsztyn – Muzeum Marcina Rożka, Muzeum Dr. Roberta Kocho).  Zwiększanie dostępności obiektów dla osób z niepełnosprawnościami wiąże się z wysokimi kosztami, zwłaszcza dla organizacji	Strategia, jako dokument o charakterze regionalnym, musi cechować się pewnym stopniem ogólności. Utworzenie szlaku techniki, czy innych szlaków (np. wielkopolskich organiczników) mieści się w kierunkach działań Celu operacyjnego I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w szczególności Szlaku Piastowskiego” (kierunek działań: „Wspieranie tworzenia tematycznych szlaków kulturowych”) i możliwe jest do zrealizowania w ramach istniejących zapisów. Dla utworzenia szlaku/-ów konieczne będzie jednak w pierwszej kolejności zaangażowanie oraz inicjatywa samorządów lokalnych i/lub organizacji pozarządowych.  Niezależnie od kosztów związanych z działaniami remontowymi / inwestycyjnymi pamiętać należy o różnych aspektach

				pozarządowych. Jednocześnie możliwości pozyskiwania środków na ten cel są ograniczone.	niepełnosprawności oraz różnym charakterze możliwych udogodnień dla osób z niepełnosprawnością. Szczególnie istotne jest przy tym identyfikowanie miejsc już dostępnych (wg różnych kryteriów dostępności) oraz skuteczna dystrybucja informacji o tych miejscach. Promować należy również stosowanie zasady uniwersalnego projektowania przy budowie nowych obiektów lub remoncie już istniejących. Wskazano to celach operacyjnych I.2.1 oraz IV.1.2.
15.	Wójt Gminy Pakośław	Cel operacyjny I.2.5	34	Ujęcie s strategii Szlaku Miodowego, Szlaku Mickiewiczowskiego oraz inicjatyw lokalnych związanych z wykorzystaniem dziedzictwa kulinarnego Wielkopolski.	Ujęto w Celu operacyjnym I.2.5 „Rozwój i promocja kulinarnego dziedzictwa regionu”.
16.	Kanclerz Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Lesznie	Cel strategiczny I.3	35 - 37	Potrzeba edukacji przyszłych turystów, w rozumieniu nie tylko znaczenia samego przekazania wiedzy, ale również kształtowania postaw młodego pokolenia, stosunku mentalnego do przyrody ożywionej i nieożywionej. Konieczność prowadzenia form oddziaływania wychowawczego, które pozwolą na ukształtowanie pozytywnych postaw młodzieży względem przyrody.	Działania edukacyjne mogą być realizowane w ramach istniejących zapisów Strategii, jednakże realizacja konkretnych projektów będzie wymagać inicjatywy i zaangażowania takich podmiotów, jak organizacje pozarządowe i samorządy lokalne. Wsparcie ich inicjatyw znalazło odzwierciedlenie w kierunku działań Celu operacyjnego II.3.2: „Wspieranie działalności organizacji pozarządowych, lokalnych grup działania, lokalnych organizacji turystycznych działających statutowo w obszarze turystyki”. Dodatkowo w zakresie turystyki przyrodniczej w Celu operacyjnym I.3.2 wskazano kierunki działań: „Tworzenie i promowanie ścieżek dydaktycznych, gier terenowych i innych przedsięwzięć mających na celu edukację przyrodniczą w terenie” oraz „Współpraca z jednostkami prowadzącymi działania w zakresie turystyki i edukacji przyrodniczej”.
17.	Prezes	Cel operacyjny I.4.3	41	Pytanie o plany inwestycji w infrastrukturę	Działania na rzecz budowy nowych i

	Stowarzyszenia Pod Żaglami			turystyczną na rzece Welnie.	modernizacji istniejących urządzeń infrastruktury wodnej oraz wpieranie oznakowania turystycznego szlaków wodnych stanowią kierunki działań Celu operacyjnego I.4.3 „Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji”. Stosowny kierunek działań wpisano również dla Celu operacyjnego IV.1.1 „Wsparcie rozwoju infrastruktury turystycznej podnoszącej jakość obsługi”.
18.	Wójt Gminy Pakośław	Cel operacyjny I.4.3	41	Pytanie o ujęcie w Strategii szlaku rowerowego R9	Szlak rowerowy R9 został ujęty w Celu operacyjnym I.4.3 „Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji” (kierunek działań: „Dostosowanie oznakowania ponadregionalnych szlaków rowerowych R1 i R9 do obowiązujących przepisów”).
19.	Kanclerz Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Lesznie	Cel strategiczny I.3	41	Wniosek o uwzględnienie przebudowy Konwaliowego Szlaku Kajakowego w Przemęckim Parku Krajobrazowym w kierunku jego dostosowania dla wieloosobowych łodzi płaskodennych, które będą umożliwiać korzystanie ze szlaku przez osoby w różnym wieku.	Realizacja projektu wymagać będzie wcześniejszego rozpoznania możliwości jego prawnej i technicznej realizacji. Wspieranie inwestycji w infrastrukturę wypoczynkowo-rekreacyjną oraz działania na rzecz budowy nowych i modernizacji istniejących urządzeń infrastruktury wodnej stanowią kierunki działań Celu operacyjnego I.4.3 „Poprawa stanu infrastruktury turystycznej dla rozwoju turystyki aktywnej i rekreacji”.
20.	Prezes Stowarzyszenia Na Rzecz Aktywizacji Społeczności Lokalnej „Siedlisko”	Cel strategiczny I.5	46	Ujęcie w Strategii rozwoju tzw. „wiosek tematycznych”.	Ujęto w Celu operacyjnym I.5.1 „Wzrost atrakcyjności produktów turystyki wiejskiej” (kierunek działań: „Wspieranie produktów specjalistycznych i konkurencyjnych, kładących nacisk na autentyczność, lokalność oraz kulturę (lokalne tradycje i zwyczaje), w tym tzw. „wiosek tematycznych”).
21.	Prezes Fundacji Ziemi Krobskiej im.	Cel operacyjny I.5.3	48	Wniosek o podniesienie puli nagród w Konkursie na najlepszy obiekt turystyki na	Informację przekazano do Departamentu Rolnictwa i Rozwoju Wsi UMWW. Kwestia do

	prof. Rajmunda Teofila Hałasa, Muzeum Stolarstwa i Biskupizny w Krobi			obszarach wiejskich w Wielkopolsce.	rozważenia na etapie realizacji Strategii.
22.	Konsulting Konrad Tuszewski	Cel operacyjny I.5.3	48	Brak wskaźnika pomiaru jakości usług świadczonych przez obiekty turystyki wiejskiej.	Uwaga nieuwzględniona. Wprowadzenie wskaźnika obrazującego zmiany jakości usług turystycznych wiązałoby się z koniecznością przeprowadzenia zbyt kosztownych badań.
23.	Prezes Zarządu Centrum Konferencji i Rekreacji „Akwawit” Sp. z o.o.	Cel strategiczny IV.2	64 - 66	Wobec relatywnie niskiego wykorzystania miejsc noclegowych w Wielkopolsce, konieczne jest podpowiedzenie samorządom / przedsiębiorcom sposobów na zwiększenie obłożenia. Warto również zachęcać obiekty noclegowe do kategoryzowania się.	Podmioty realizujące Strategię mogą pośrednio wpływać na wzrost wykorzystania bazy noclegowej w województwie, podejmując działania zwiększające ruch turystyczny w regionie. Każdemu z celów operacyjnych Celu strategicznego IV.2 przypisano kierunki działań, mające służyć realizacji danego celu. Obowiązujące marszałków województw prawa, obowiązki i ograniczenia dotyczące kategoryzacji obiektów noclegowych określa ustawa o usługach turystycznych.
24.	Prezydent Wielkopolskiej Izby Turystycznej	Cel strategiczny IV.2	64 - 66	Jakie są możliwości/plany wpływania Samorządu Województwa na rozwój bazy noclegowej województwa wobec braku środków na ten cel w Wielkopolskim Regionalnym Programie Operacyjnym na lata 2014-2020?	Podmiot Strategii może pośrednio oddziaływać na rozwój bazy noclegowej w województwie, podejmując działania, które wpłyną będą na kształtowanie popytu i ruchu turystycznego, a tym samym na wykorzystanie obiektów noclegowych. Każdemu z celów operacyjnych przypisano kierunki działań, mające służyć realizacji danego celu.
25.	Konsulting Konrad Tuszewski	Diagnoza - rozdział 2.3.4.2 Szlaki kulturowe	86	Negatywnie należy ocenić obecny kształt Traktu Królewsko-Cesarskiego w Poznaniu. Szlak ten w praktyce nie istnieje i nie stanowi produktu markowego.	Trakt Królewsko-Cesarski został zidentyfikowany jako jeden z produktów turystycznych Poznania, jednak nie został zaliczony do produktów markowych. Uporządkowanie / poprawa / rozwój Traktu możliwe jest w ramach kierunków działań wskazanych dla Celu operacyjnego I.2.1 „Rozwój szlaków turystyki kulturowej, w

					szczegółności Szlaku Piastowskiego”.
--	--	--	--	--	--------------------------------------