



Unia Europejska



Województwo Kujawsko-Pomorskie



Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich



Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

FORMULARZ PROJEKTU REALIZUJĄCEGO PRIORYTETY PROW 2014-2020

„Niech Cię Zakole”

1.	Oficjalny tytuł projektu /operacji	Zintegrowany produkt turystyczno kulinarny – „Poznaj Smak Doliny Wisły – Niech Cię Zakole”	
2.	Ostateczny odbiorca/uczestnik projektu/operacji	Wybrane gospodarstwa agroturystyczne z ofertą kulinarną opartą na lokalnym produkcie, zagrody edukacyjne, podmioty oferujące atrakcje uzupełniające np. przejażdżki konne, obiekty zabytkowej architektury leżące na szlaku, wytwórcy produktów lokalnych (np. powidła Doliny Wisły), winnice; grupy folklorystyczne prezentujące folklor z obyczajowością kulturową (np. mennonicką), koła gospodyń wiejskich. Podmioty te (ok. 20) musiały spełnić wymagane kryterium usytuowania w pasie Doliny Dolnej Wisły po obu jej stronach na obszarze województwa kujawsko – pomorskiego.	
3.	Streszczenie projektu/najważniejsze informacje –	„Niech Cię Zakole” jest produktem turystyczno-kulinarnym, utworzonym dla czterech wyodrębnianych, jednorodnych obszarach, tj. Ziemi Dobrzyńskiej; na Zakolu Dolnej Wisły po obu jej stronach od Ostromecka do Chełmna i od Świecia do Fordonu oraz na Kociewiu. „Niech Cię Zakole” to hasło/zawołanie – zadziwi, zauroczy, zachwyci - krajobraz, kultura, obyczaj i kulinaria Doliny Wisły, tam gdzie Wisła tworzy „Zakole”. Produkt kumuluje potencjał turystyczny i kulinarny odkrytych w trakcie realizacji projektu, urokliwych zakątków, podmiotów/obiektów turystyki/agroturystyki, oferujących wypoczynek, usługi turystyczne i lokalne produkty oraz kulinaria. Efektem są wypracowane i sprawdzone oferty/pakiety dla grup turystów – wycieczek objazdowych jedno, dwu i trzydniowych po Ziemi Dobrzyńskiej, Zakolu i Kociewiu, uwzględniające potencjał i oferowane usługi oraz uwzględniające potrzeby i interesy beneficjentów.	
4.	Priorytety PROW .	I -Transfer wiedzy i innowacje Wspieranie transferu wiedzy i innowacji w rolnictwie, leśnictwie i na obszarach wiejskich.	
		II Rentowności i konkurencyjność gospodarstw Zwiększanie rentowności gospodarstw i konkurencyjności wszystkich rodzajów rolnictwa we wszystkich regionach oraz promowanie innowacyjnych technologii w gospodarstwach i zrównoważonej	

		gospodarki leśnej.	
		III Organizacja łańcucha dostaw żywności Wspieranie organizacji łańcucha dostaw żywności, w tym przetwarzania i wprowadzania do obrotu produktów rolnych, promowanie dobrostanu zwierząt i zarządzania ryzykiem w rolnictwie.	X
		IV. Wzmacnianie ekosystemów Odtwarzanie, ochrona i wzmacnianie ekosystemów związanych z rolnictwem i leśnictwem.	
		V. Efektywne gospodarowanie zasobami Wspieranie efektywnego gospodarowania zasobami i przechodzenia na gospodarkę niskoemisyjną i odporną na zmianę klimatu w sektorach rolnym, spożywczym i leśnym.	
		VI . Zrównoważony rozwój terytorialny Wspieranie włączenia społecznego, ograniczania ubóstwa i rozwoju gospodarczego na obszarach wiejskich	X
5.	Kontekst i cele operacji. <ul style="list-style-type: none"> • Diagnoza /powody/przyczyny realizacji operacji, dlaczego i komu operacja była potrzebna? • Cele operacji. 	<p>Stwierdzono, że Dolina Dolnej Wisły na terenie województwa kujawsko – pomorskiego posiada unikalny potencjał z uwagi na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • walory przyrodnicze – rezerваты i parki krajobrazowe wzdłuż całej Doliny Wisły; • bogatą kulturowość regionów etnograficznych, takich jak Ziemia Dobrzyńska, Ziemia Chełmińska, Kujawy, Bory Tucholskie, Kociewie i Powiśle, a także folklor i kulturę dawnych mieszkańców tych ziem - mennonitów; • bogactwo produktów lokalnych po obu stronach Wisły z „Doliną Śliwki”, sadami, odtwarzanymi winnicami, plantacjami dyni, kapusty, hodowlą gęsi i owiec; • atrakcyjność pereł architektury, takich jak : Toruń, Chełmno czy Grudziądz, a także leżącą nad Brdą i Wisłą – Bydgoszcz, odwołującą się do świetności przełomu XIX i XX wieku. • wydarzenia o charakterze kulturowym i kulinarnym, takie jak: Festiwal Smaku w Grucznie, Święto Śliwki w Strzelcach,; Święto Kapusty w Brukach Unistawskich, „Festiwal Gęsiny” z głównymi obchodami w Przysieku czy Święto Zakochanych – Walentynki w Chełmnie: „Piknik Napoleoński” w Zakolu, czy „Jak to Szwed pod Bydgoszczą wojował” w Ostromecku. <p>Potencjał ten ma podobny charakter jaki zaobserwowano podczas podróży studyjnych zorganizowanych przez KSOW w latach 2013/14 do Alzacji i Normandii czy Katalonii, regionów Europy żyjących z turystyki i turystyki kulinarnej.</p> <p>Dokonując analizy porównawczej w odniesieniu do naszych warunków stwierdzono, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> • posiadany przez nas potencjał nie znajduje odzwierciedlenia w oferowanych produktach i ich skutecznej komercjalizacji; • podmioty działające w branży turystycznej preferują i oferują przede wszystkim turystykę wyjazdową; • podmioty oferujące wypoczynek są dalekie od 	

		<p>rekomendowania usług sąsiada, nawet jeśli same nie są w stanie sprostać danej usłudze;</p> <ul style="list-style-type: none"> • miasta województwa kujawsko - pomorskiego, może za wyjątkiem Torunia, mają w większości tzw. „turystów jednodniowych”, a więc przejezdnych; • sprzedaż produktów lokalnych pozostając w większości w szarej strefie lub komercjalizowana chaotycznie i w rozproszeniu, nie stanowi wyraźnej pozycji w budżecie gospodarstw rolnych; • produkty czy potrawy, wywodzące się z dziedzictwa kulinarnego, prezentowane na licznych konkursach, są w większości przygotowywane z surowców zakupionych w marketach, co w ogóle przeczy idei produktu lokalnego, jako takiego; <p>Wniosek generalny: Niezwykłe atrakcyjny, bogaty kulturowo i urokliwy obszar Doliny Wisły, mimo posiadanego potencjału, nie dysponuje spójną, wyrazistą i całoroczną ofertą, jaką może stanowić turystyczno – kulinarny produkt sieciowy;</p> <p>Cele operacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • stworzenie spójnej oferty/ofert w oparciu o potencjał kulturowy, kulinarny i przyrodniczy Doliny Wisły w powiązaniu z atrakcyjnymi turystycznie miastami leżącymi nad Wisłą; • aktywizacja i integracja podmiotów – uczestników operacji przy tworzeniu ofert i ich obsłudze; • uruchomienie lokalnego potencjału 14 gmin, leżących w nadwiślańskim pasie, do stworzenia jednorodnych, wyjątkowych produktów utożsamianych z danym obszarem (wedle zasady wyróżnij się lub zgiń); • stymulacja wzrostu miejsc pracy w branży turystycznej i przetwórczej na obszarze objętym projektem.
6.	<p>Działania realizowane w ramach operacji</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jakie działania i w jakich ramach czasowych zostały zrealizowane w ramach operacji? <p>% Jacy partnerzy i w jaki sposób byli zaangażowani w realizację operacji?</p>	<p>Operację podzielono na 3 etapy:</p> <p><u>Etap przygotowawczy 1 luty – 15 kwiecień:</u> kwerenda obszaru wzdłuż Wisły – Ziemia Dobrzyńska, Zakole po obu stronach, Kociewie, wstępna identyfikacja potencjału, spotkania informacyjne, typowanie i rekrutacja beneficjentów;</p> <p><u>Etap realizacji 1 maja – 15 lipca</u></p> <p>Cykl czterech, jednodniowych warsztatów tematycznych pn. „Cztery Pory Roku w Dolinie Wisły”:</p> <ul style="list-style-type: none"> - praca w zespołach roboczych (z udziałem 12-15 osób), turystycznym i kulinarnym, pod kierunkiem ekspertów; - identyfikacja potencjału, usług i potrzeb uczestników na podstawie ich własnych prezentacji i opracowanego formularza atrakcji turystycznych; - wybór usług i produktów do ofert pakietów turystyczno –

		<p>kulinarnych, uwzględniających potencjał i interesy beneficjentów;</p> <p>Etap podsumowujący i promocja produktu 15 lipca - 30 września:</p> <ul style="list-style-type: none"> - opracowanie przez ekspertów projektu dwóch pilotażowych ofert podróży – wypraw krajoznawczo - kulinarnych na Ziemię Dobrzyńską i Zakole Dolnej Wisły; - zorganizowanie dwóch, dwudniowych podróży studyjnych dla przedstawicieli branży turystycznej, dziennikarzy i blogerów, celem sprawdzenia i weryfikacji opracowanych ofert – „Poznaj Smak Ziemi Dobrzyńskiej” i „Poznaj Smak Doliny Wisły - Między Mostami”; - prezentacja produktu – ofert pakietów turystycznych oraz lokalnych produktów Doliny Wisły na wydarzeniu plenerowym - Pikniku „Niech Cię Zakole” i nadanie 10 tytułów Lansjera Kulinarnego i Lansjera Turystyki Wiejskiej lokalnej marki turystyczno - kulinarnej „Niech Cię Zakole” uczestnikom projektu; - działania promujące w oparciu o strony internetowe KSOW K-POT i Aktywna Wieś, strony internetowe partnerów i beneficjentów, wywiady w lokalnych mediach oraz profile na Facebooku jak: „Niech Cię Zakole – Poznaj Smak Doliny Wisły” „Jedźmy Lokalne Produkty”, „Regionalnie w restauracji” itp.
<p>7. Rezultaty operacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Efekty realizacji operacji. Wymierne wskaźniki produktu, rezultatu, oddziaływania – jakościowe i ilościowe. W jaki sposób zmieniła się sytuacja lub jakie potrzeby zaspokojono w wyniku realizacji operacji? • Wartość dodana operacji – czy pojawiały się niezamierzone efekty prowadzonych działań? 	<p>Operacja była złożona i kompleksowa. Wymagała aktywnego zaangażowania wnioskodawcy, partnerów i uczestników na każdym etapie realizacji.</p> <p>Rezultaty operacji są praktyczne i konkretne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - powstał schemat pierwszego, turystycznego produktu sieciowego, który promuje obszary wiejskie Doliny Wisły w województwie kujawsko – pomorskim od strony turystycznej i kulinarnej; - 10 podmiotów zaangażowanych bezpośrednio – Lansjerów Kulinarnych i Lansjerów Turystyki Wiejskiej tworzonej marki „Niech Cię Zakole” oraz pośrednio kolejnych 10, oferujących usługi i atrakcje uzupełniające; - 6 opracowanych i zweryfikowanych pakietów turystycznych - wypraw w Dolinę Wisły po Ziemi Dobrzyńskiej i Zakolu: <ul style="list-style-type: none"> ➤ „Gościnność na 6 Dobrzyńiaków” – dwudniowa wizyta na Ziemi Dobrzyńskiej; ➤ Wędrówka Zakolem Dolnej Wisły - dwudniowa wycieczka objazdowa z wydarzeniami kulturowymi i kulinarnymi; ➤ Poznaj Smak Doliny Wisły – Między Mostami – jeden dzień z ucztą regionalną i opcją noclegu ➤ „Pętla Smaku z Mennonitami - Gruczno - Chrystkowo – Topolno - Luskowo” – wycieczka piesza, na rowerze lub autem ➤ Z Gzina wyprawy na Zakole – pakiet z agroturystyki „Gzinianka” ➤ „Między Kociewiem a Borami” - Żur i Willa Tużur

wyprawa krajoznawcza z Żuru w Bory i na Kociewie;

Rezultaty ilościowe:

- udział ok. 100 osób/podmiotów w warsztatach, podróżach studyjnych i przedsięwzięciach podnoszących wiedzę, kwalifikacje oraz otwierających nowe horyzonty dla branży turystycznej w regionie;
- objęcie 14 gmin Doliny Wisły sieciowaniem produktów turystycznych w pakietach;
- aktywizacja, udział i integracja ok. 50 podmiotów/osób z zainteresowanych branż turystyka, agroturystyka i gastronomia z Doliny Wisły

Tym samym oddano do dyspozycji beneficjentów produkt i oferty turystyczne uwzględniające ich usługi, produkty i potrzeby. Nastąpiła wyraźna zmiana jakościowa usług, które mogą być oferowane w sposób zintegrowany, angażując poszczególne podmioty w ofertę nowatorską i atrakcyjną.

Wartością dodaną operacji jest **efekt promocyjny pakietów i usług oferowanych przez beneficjentów, uzyskany już na etapie tworzenia produktu/marki , tj.:**

- relacje dziennikarzy i blogerów branżowych (linki z relacjami poniżej);
- zorganizowanie na zlecenie regionalnej Kujawsko – Pomorskiej Organizacji Turystycznej dwóch wizyt promujących oferty dla niemieckich dziennikarzy i touroperatorów;
- prezentacja produktu/ marki „Niech Cię Zakole” na II Regionalnym Forum Turystyki w Toruniu, tj. branżowym gremium z udziałem Prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej;

<http://biokurier.pl/aktualnosci/3700-odkrywamy-kulture-i-kulinaria-ziemii-dobrzynskiej>

<http://grazynagotuje.pl/poznawalam-smaki-doliny-wisly-miedzy-mostami/>

<http://www.krolestwogarow.pl/2016/09/miedzy-mostami.html>

<http://www.krolestwogarow.pl/2016/08/niech-cie-zakole-dzien-drugi-na-ziemi.html>

<http://www.krolestwogarow.pl/2016/08/napoj-zniwiarzy-na-ziemi-dobrzynskiej.html>

<http://www.empressmotion.pl/news/644/46/Poznaj-Smak-Doliny-Wisly-Niech-Cie-Zakole>

<http://www.empressmotion.pl/news/779/15/Relacja-z-wyprawy-krajoznawczo-kulinarnej-Niech-Cie-Zakole-Miedzy-Mostami-w-ramach-projektu-Poznaj-Smak-Doliny-Wisly-Niech-Cie-Zakole>

<http://www.empressmotion.pl/news/759/46/Wizyta-studyjna-na-Ziemi-Dobrzynskiej>

audycje w JEMRADIO

		<p>https://www.jemradio.pl/krytyk-kulinary-podcast/ w odcinkach: 85 relacja z części pierwszej, 88 relacja z części drugiej, 89 także na oddzielnej podstronie: https://www.jemradio.pl/krytyk-kulinary-podrozuje-szlakiem-powidel-strzeleckich/ teksty na KRYTYK KULINARYNY z pierwszej części http://krytykkulinaryny.pl/2016/08/ziemia-dobrzynska-hen-za-siodma-gora/ z drugiej części http://krytykkulinaryny.pl/2016/09/male-cudenka-wislanego-zakola/ http://kujawsko-pomorskie.travel/pl/wydarzenia/piknik-niech-cie-zakole-poznaj-szlak-i-smak-doliny-wisly</p>
<p>8.</p>	<p>Wnioski z realizacji operacji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Co zdecydowało o sukcesie operacji? • Doświadczenia z realizacji. Jakie trudności i kłopoty napotkano w trakcie realizacji operacji? Czego unikać? Co można zrobić lepiej? Gdyby zacząć realizację jeszcze raz, to...? Co było interesujące, nieoczekiwane, zaskakujące podczas realizacji projektu? • Dlaczego operacja zasługuje na miano <i>dobrej praktyki</i>? Dlaczego warto ją upowszechnić? Czy operacja może być powtórzona, czy ma charakter uniwersalny, modelowy? • Czy operacja jest innowacyjna i dlaczego? 	<p>Na sukces operacji złożyły się następujące czynniki:</p> <ul style="list-style-type: none"> • trafnie dokonana analiza potencjału obszaru i dokonana ocena potrzeb potencjalnych beneficjentów; • „przywiązanie” produktu do ściśle zdefiniowanego, jednorodnego obszarowo i kulturowo terenu, co umożliwiło identyfikację jego tożsamości; • dobór uczestników, beneficjentów nie konkurujących, a nawzajem uzupełniających tworzone oferty turystyczne; • nośne hasło/zawołanie wyraźnie wyróżniające produkt; • zaangażowanie ekspertów prowadzących działalność komercyjną w branży turystycznej i kulinarnej, którzy pomogli stworzyć realne oferty, poszukiwane na rynku; • wykorzystanie dobrych praktyk z podróży studyjnych do Alzacji, Normandii i Katalonii gdzie doskonale funkcjonuje turystyka kulinarna oparta na rodzimym potencjale z produktami lokalnymi; • podjęcie działań promujących produkt już na etapie jego tworzenia, co motywowało i mobilizowało uczestników do jego rozwijania; • integrowanie uczestników wokół marki „Niech Cię Zakole” i identyfikacja z nią, m.in. poprzez nadanie tytułów Lansjera Kulinarnego i Lansjera Turystyki Wiejskiej oraz zorganizowanie wydarzenia podsumowującego projekt - „Piknik Niech Cię Zakole”. Nagrodą dla wyróżnionych był udział w podróży studyjnej. <p>Operacja może mieć charakter uniwersalny, a wręcz modelowy, o ile będzie implementowana na terenie jednorodnym obszarowo, kulturowo czy przyrodniczo, z uwzględnieniem w/w czynników. Co istotne, zakończenie operacji nie oznacza zakończenia procesu budowy marki. Produkt wymaga opracowania strategii rozwoju marki oraz</p>

		<p>koordynacji, czego po zakończeniu operacji podjęli się partnerzy projektu: Biuro Turystyki Copernicana z Torunia – odpowiedzialny za profil turystyczny oraz PHS Lenart z Bydgoszczy – odpowiedzialny za profil kulinarny.</p> <p>Operacja jest innowacyjna, ponieważ w jej wyniku powstał zintegrowany sieciowy produkt turystyczny, kumulujący potencjał wielu podmiotów. Adresaci/beneficjenci stworzyli ów produkt w odpowiedzi na własne, jasno zdefiniowane potrzeby, uwzględniające interesy wszystkich. Utworzone oferty mają większą wartość rynkową, ponieważ koncentrują usługi i produkty poszczególnych podmiotów, a w interesie wszystkich jest wzajemne wspieranie się w ich komercjalizacji. Zapewniona została również koordynacja i promocja ofert, a także dalszy rozwój poprzez opracowanie i wdrożenie wspólnej strategii. Zatem „życie produktu” nie kończy się wraz z zakończeniem operacji.</p> <p>Beneficjenci zrozumieli, że sprzedaż wyłonionych produktów i usług pod wyróżniającą się marką, zwiększa ich zasięg oraz wartość rynkową.</p>												
9.	Beneficjent - nazwa podmiotu otrzymującego wsparcie finansowe.	Stowarzyszenie Kujawsko-Pomorski Ośrodek Wsparcia Inicjatyw Pozarządowych TŁOK												
	adres	Plac św. Katarzyny 9 87-100 Toruń												
	www	www.tlok.pl												
	telefon kontaktowy	56 6555022												
	email	biuro@tlok.pl												
10.	Kategoria beneficjenta (podmiotu otrzymującego wsparcie finansowe)	<table border="1"> <tr> <td>Publiczny (urząd administracji; edukacja & badania ; instytucja kultury; inne)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Prywatny (rolnik/farmer, mikro przedsiębiorca, małe i średnie - przedsiębiorstwa; inne)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Organizacje pozarządowe/NGO</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Lokalne Grupy Działania/LGD Lokalne Grupy Rybackie/LGR</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Inne</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Jakie?</td> <td></td> </tr> </table>	Publiczny (urząd administracji; edukacja & badania ; instytucja kultury; inne)		Prywatny (rolnik/farmer, mikro przedsiębiorca, małe i średnie - przedsiębiorstwa; inne)		Organizacje pozarządowe/NGO	X	Lokalne Grupy Działania/LGD Lokalne Grupy Rybackie/LGR		Inne		Jakie?	
Publiczny (urząd administracji; edukacja & badania ; instytucja kultury; inne)														
Prywatny (rolnik/farmer, mikro przedsiębiorca, małe i średnie - przedsiębiorstwa; inne)														
Organizacje pozarządowe/NGO	X													
Lokalne Grupy Działania/LGD Lokalne Grupy Rybackie/LGR														
Inne														
Jakie?														
11.	Partnerzy projektu	<p>PHS Lenart – Piotr Lenart ul. Bortnowskiego 8/3 85 -793 Bydgoszcz – tel. 602 402 248 email – niechciezakole@onet.pl; www.facebook.com/niechciezakole</p> <p>Biuro Turystyczne Copernicana Anna Gajewska ul. Żeglarska 31/1 87-100 Toruń http://www.copernicana.pl tel. 56 622 30 02, 695 639 166 biuro@copernicana.pl</p>												

		Stowarzyszenie INTEGRA 86-260 Unistław, Wiślana 3		
		Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna ul. Długa 43, 85-034 Bydgoszcz		
12.	Czas realizacji operacji	2016		
13.	Miejsce realizacji operacji / zasięg terytorialny operacji	Zasięg międzynarodowy		
		Zasięg ogólnopolski		
		Zasięg regionalny		
		Zasięg wojewódzki	X	
		Zasięg lokalny		
		Województwo Kujawsko-Pomorskie		
14.	Koszty operacji.	Koszty całkowite operacji (budżet), w tym:		29.690,00
		1. Środki publiczne		
		z funduszy unijnych:	Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego	
			Europejski Fundusz Społeczny	
			Fundusz Spójności	
			Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich	29.690,00
			Europejski Fundusz Morski i Rybacki (dawniej Europejski Fundusz Rybacki)	
		z budżetu państwa		
		z budżetu samorządów terytorialnych		
		2. Środki prywatne		
3. Inne				





