



# Audyt potencjału produktów turystyki rowerowej województwa podkarpackiego

# Audyt – czym jest dokument

**CEL:** opracowanie diagnozy i analiza potencjału rynkowego produktów turystyki rowerowej woj. podkarpackiego. Dokument diagnozy będzie podstawą do opracowania dokumentu **Strategii Rozwoju Produktów Turystyki Rowerowej woj. podkarpackiego** wraz z **Regionalną Polityką Rowerową**.

## ETAPY

1. Uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne
2. Diagnoza ilościowa i jakościowa infrastruktury
3. Analiza uczestników turystyki rowerowej oraz otoczenia instytucjonalnego i organizacyjnego
4. Diagnoza komunikacji marketingowej
5. Analiza SWOT potencjału turystyki rowerowej
6. Rekomendacje strategiczne rozwoju turystyki rowerowej

# 1. Uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne

## A. Uwarunkowania zewnętrzne

- Najważniejsze trendy ogólnoświatowe
- Najważniejsze trendy turystyki rowerowej
- Wpływ pandemii COVID-19

## B. Uwarunkowania wewnętrzne

- Uwarunkowania przyrodnicze
- Uwarunkowania kulturowe
- Uwarunkowania transportowe i komunikacyjne
- Uwarunkowania strategiczne
- Uwarunkowania marketingowe

## 2. Diagnoza ilościowa i jakościowa infrastruktury

### **Lista szlaków i tras rowerowych istniejących i planowanych**

Według analizy przeprowadzonej na podstawie *Studium Rozwoju Turystyki i Rekreacji w Województwie Podkarpackim z 2018* oraz badań *desk research* w postaci kwerendy danych w sieci Internet w 2020 roku, w województwie podkarpackim znajduje się:

#### **210 oznakowanych szlaków o łącznej długości ok. 7189,5 km**

- 6 szlaków międzynarodowych o łącznej długości ok. 730,1 km
- 10 szlaków ponadregionalnych o łącznej długości 799,3 km
- 19 szlaki regionalnych o łącznej długości 1281,2 km
- 175 szlaków lokalnych o łącznej długości 4378,9 km

## 2. Diagnoza ilościowa i jakościowa infrastruktury

### Główne planowane szlaki rowerowe i inne inwestycje

- A. Velo San i Velo Karpatia
- B. Rozwój międzynarodowego szlaku dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego „Zielony Rower” Greenway Karpaty Wschodnie
- C. Rozbudowa sieci turystycznych tras rowerowych na terenie Bieszczadów i włączenie ich do szlaku rowerowego Green Velo
- D. Krajowy Plan Odbudowy – województwo podkarpackie
- E. Wiślana Trasa Rowerowa



## 2. Diagnoza ilościowa i jakościowa infrastruktury



## 2. Diagnoza ilościowa i jakościowa infrastruktury

### Rozmieszczenie szlaków

Na mapie zaznaczone zostało rozmieszczenie najważniejszych oznakowanych szlaków województwa podkarpackiego

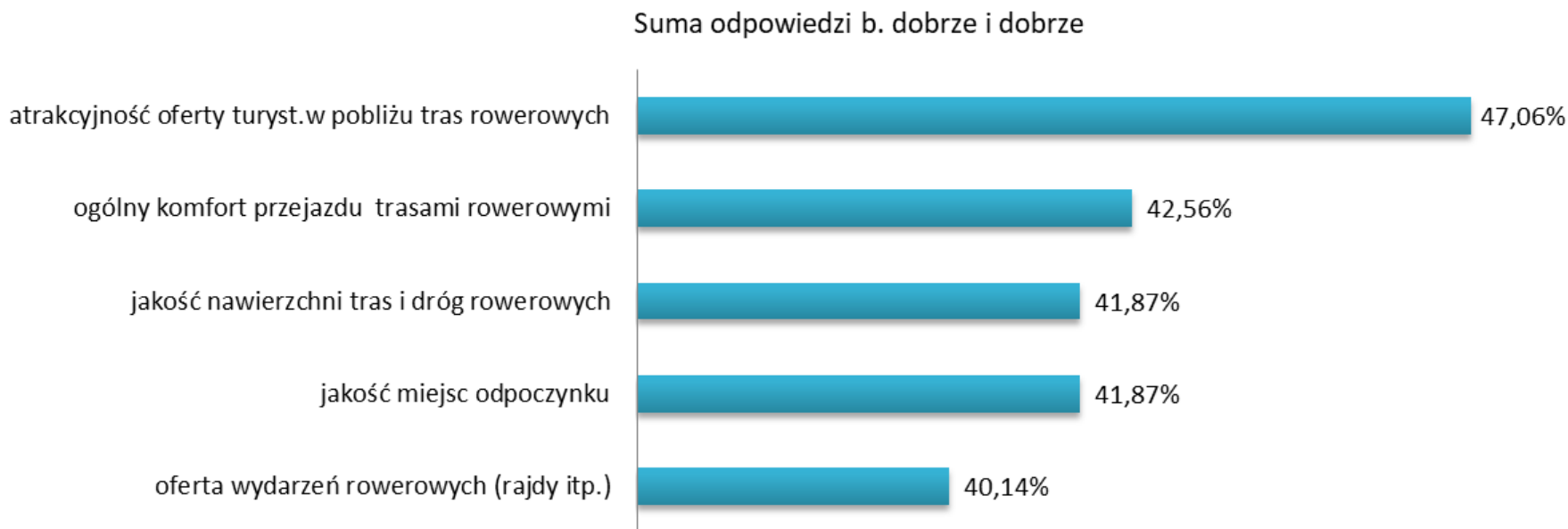


### 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

#### Badanie uczestników turystyki rowerowej

Badanie zostało przeprowadzone za pośrednictwem formularza dostępnego on-line w październiku 2020 roku. W badaniu wzięło udział 289 respondentów, którzy odpowiadali na 12 pytań.

#### Pozytywna ocena elementów oferty produktów turystyki rowerowej województwa podkarpackiego



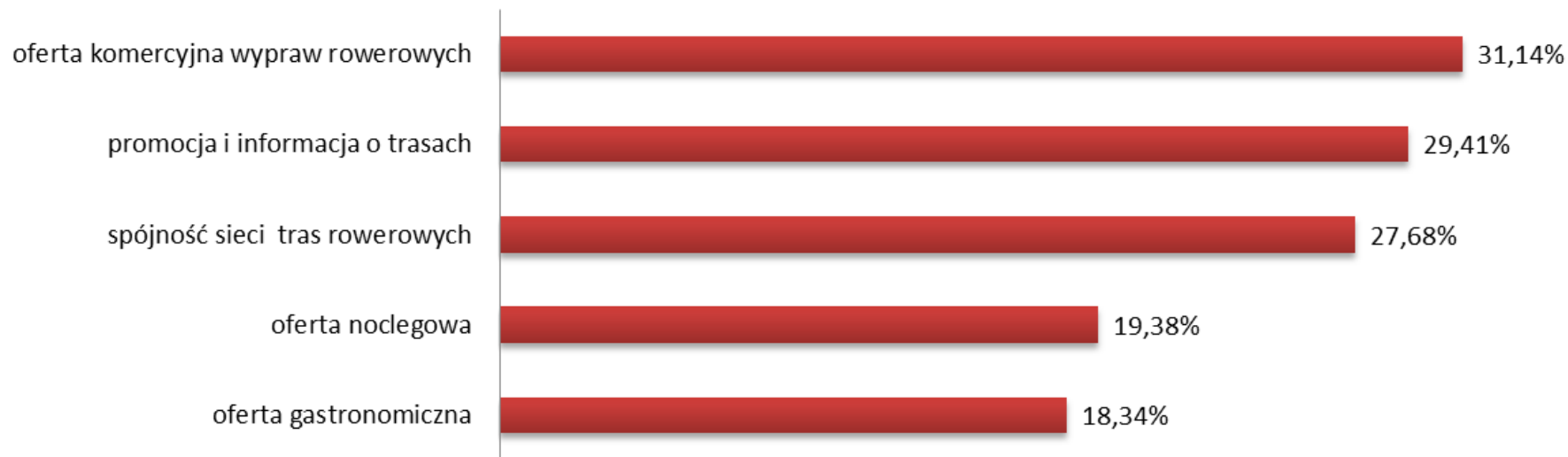


### 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

#### Badanie uczestników turystyki rowerowej

##### Negatywna ocena elementów oferty produktów turystyki rowerowej województwa podkarpackiego

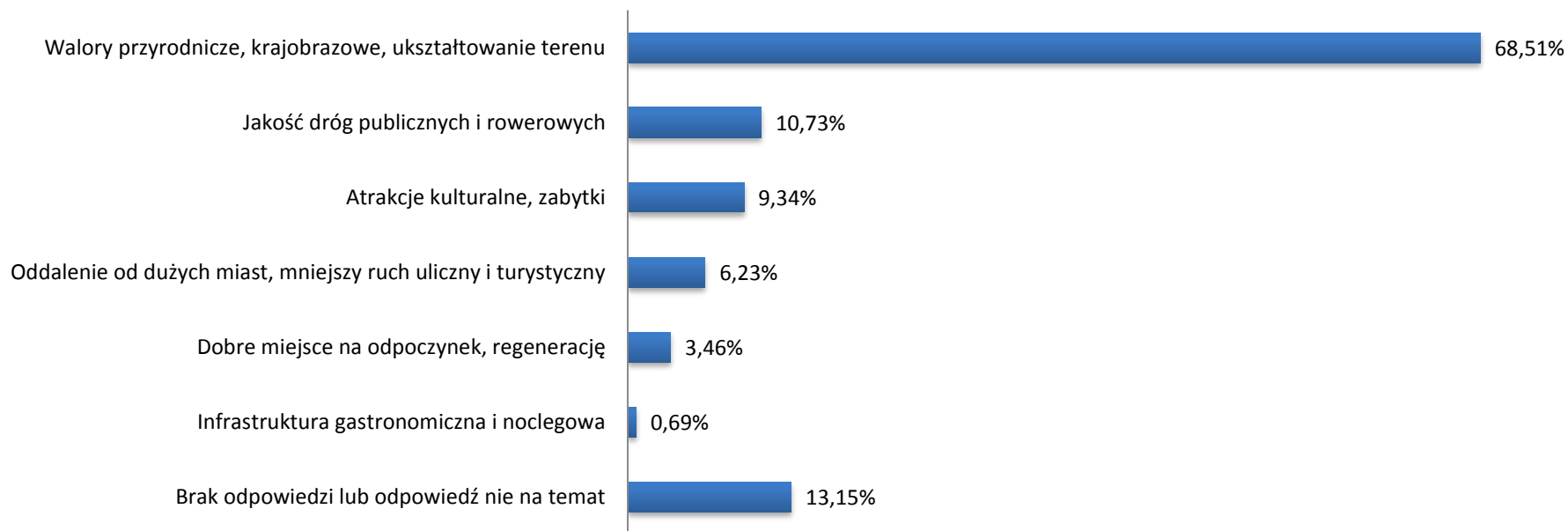
Suma odpowiedzi b. źle i źle



# 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

## Badanie uczestników turystyki rowerowej

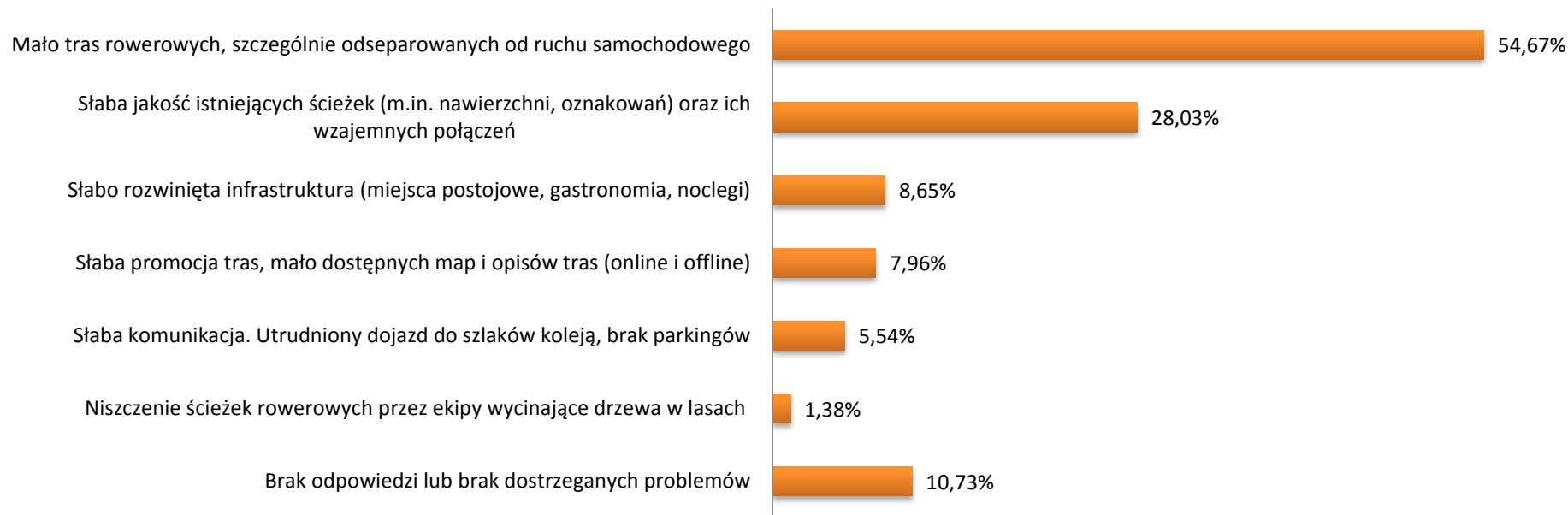
### Najważniejsze zalety turystyki rowerowej województwa podkarpackiego



# 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

## Badanie uczestników turystyki rowerowej

### Najważniejsze problemy turystyki rowerowej województwa podkarpackiego



### 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

#### Grupy i organizacje rowerowe

Jazda na rowerze integruje mieszkańców nawet najmniejszych gmin i miejscowości. **W województwie podkarpackim w 2020 roku funkcjonowały 53 grupy, organizacje i kluby rowerowe.**

Zidentyfikowanych zostało:

- 16 nieformalnych grup rowerowych;
- 26 stowarzyszeń rowerowych zajmujących się turystyką rowerową;
- 9 klubów sportowych z dyscyplinami rowerowymi;
- 2 inne organizacje zajmujące się turystyką rowerową i sportem.

### 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

#### **Wydarzenia rowerowe 2016–2020**

Celem analizy było zebranie informacji o wydarzeniach i imprezach rowerowych w województwie podkarpackim na przestrzeni lat 2016–2020. Rok 2020 był rokiem szczególnym, ze względu na pandemię COVID-19, stąd wiele planowanych i cyklicznych wydarzeń nie odbyło się. Część z nich odbyła się w innych terminach, niż zaplanowano, a część została przeniesiona na rok 2021.

#### **Statystyki głównych, największych wydarzeń rowerowych**

##### **A. Liczba wydarzeń rowerowych w latach**

- 2016 – 133 wydarzenia
- 2017–146 wydarzeń
- 2018 – 147wydarzeń
- 2019–168 wydarzeń
- 2020–124 wydarzeń

**Suma lat 2016–2020 to 718 wydarzeń.**



### 3. Analiza uczestników turystyki rowerowej

#### Wydarzenia rowerowe 2016–2020

#### **B. Główne rodzaje wydarzeń rowerowych i ich liczba w województwie podkarpackim w latach 2016–2020:**

- 409 wydarzeń o charakterze rekreacyjnym – rajdy, zloty, parady itp.
- 309 wydarzeń o charakterze sportowym – wyścigi, zawody itp.

#### **C. Podmioty organizujące wydarzenia rowerowe (główni organizatorzy):**

- 54 – samorządy gminne i powiatowe, jednostki samorządowe (ośrodki sportowe, ośrodki kultury i inne), szkoły;
- 17 – organizacje rowerowe i kluby sportowe;
- 12 – stowarzyszenia lokalne;
- 5 – przedsiębiorcy;
- 12 – inne (np. parafie, ochotnicze straże pożarne, komendy policji).

Na podstawie analizy informacji od organizatorów wydarzeń z roku 2019 (ostatniego przed pandemią COVID-19) możliwe jest oszacowanie liczby uczestników wydarzeń rowerowych w granicach **od 8 do 12 tys.**

## 4. Diagnoza komunikacji marketingowej

### WNIOSKI STRATEGICZNE – produkty regionalne

- **Województwo podkarpackie nie komunikuje swojego potencjału produktów turystyki rowerowej w wystarczający sposób.** Można odnieść wrażenie, że dwa podmioty zajmujące się promocją turystyczną regionu zapomniały o turystyce rowerowej. Jedynym produktem, który jest promowany jest szlak Green Velo. Brak jest większej promocji innych szlaków i tras oraz wydarzeń o znaczeniu regionalnym. Pozytywnie oceniane jest wydanie przewodnika Rowerowe Podkarpacie, który mógłby jednak mieć również wersję on-line (trasy mogłyby być przeniesione np. do portalu traseo.pl).
- **Brak jest wsparcia inicjatyw oddolnych w zakresie komunikowania tras** np. na traseo.pl czy czasnarower.pl, gdzie mogłyby być prowadzone akcje promocyjne lub konkursy dla rowerzystów.
- **Niewiele jest regionalnych produktów turystyki rowerowej typu wydarzenia, których komunikację możemy ocenić dobrze.** Komunikacyjnie wyróżnia się Festiwal Turystyki Rowerowej „Roztocze bez granic” oraz dwa komercyjne cykle wydarzeń Cyklokarpaty oraz Dobre Sklepy Rowerowe ROAD MARATON. Wsparcia wymaga bardzo obiecująca inicjatywa Szprycha Podkarpackie Maratony Rowerowe.

## 4. Diagnoza komunikacji marketingowej

### WNIOSKI STRATEGICZNE – produkty lokalne

- **Komunikacja lokalnych produktów turystyki rowerowej woj. podkarpackiego jest na bardzo niskim poziomie.** Z trudnością można odnaleźć zdecydowanie dobre przykłady promocji lokalnych szlaków rowerowych czy wydarzeń. Najczęściej informacje publikowane są na, w zdecydowanej większości słabych jakościowo, stronach gmin, powiatów lub organizacji rowerowych i sportowych. Informacje te to w zdecydowanej większości: listy szlaków z opisem, bez map i zdjęć; w przypadku wydarzeń plakaty, bez opisu wydarzenia w postaci notki prasowej.
- **Sytuację poprawia portal [greenvelo.pl](http://greenvelo.pl), który prezentuje 32 lokalne szlaki i trasy oraz umożliwia promocję lokalnych wydarzeń rowerowych.** Popularnym narzędziem promocji wydarzeń jest również FB oraz portal informacyjny [www.kiwiportal.pl](http://www.kiwiportal.pl).
- Warto rozwijać współpracę z popularnymi portalami umożliwiającymi promocję lokalnych tras rowerowych jak [traseo.pl](http://traseo.pl) czy [www.czasnarower.pl](http://www.czasnarower.pl)
- **Brakuje standardów komunikacyjnych, widoczne są braki w kompetencjach osób odpowiedzialnych za komunikację marketingową lokalnych produktów.** Słaba promocja oznacza często słabą frekwencję wydarzeń czy nieznaną lokalnych szlaków rowerowych.

## 5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej

### **Główne wyzwania rozwoju turystyki rowerowej w województwie podkarpackim:**

1. Stosunkowo duża liczba oznakowanych, niespójnych ze sobą szlaków, o których istnieniu mało kto wie i mało kto z nich korzysta.
2. Mała liczba szlaków o wysokiej jakości atrakcyjności turystycznej infrastruktury. Większość szlaków wymaga renowacji, często odtworzenia oznakowania i infrastruktury.
3. Obecne szlaki najczęściej nie spełniają kryteriów produktu turystycznego – słaba komercjalizacja, niejasne zarządzanie, brak efektywnej komunikacji marketingowej (promocji).
4. Słaba oferta komercyjnych produktów – wyprawy, wydarzenia, usługi itp.

## 5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej

### **Główne wyzwania rozwoju turystyki rowerowej w województwie podkarpackim:**

4. Słaba komunikacja marketingowa podkarpackiej turystyki rowerowej na poziomie regionalnym, brak centralnej informacji o produktach turystycznych.
5. Komunikacja publiczna, która nie sprzyja turystyce rowerowej – mała liczba połączeń kolejowych i autobusowych umożliwiających podróżowanie z rowerem.
6. Mała liczba produktów dla rowerzystów uprawiających kwalifikowane rodzaje turystyki rowerowej – MTB, gravel, downhill i inne.
7. Brak strategii rozwoju turystyki rowerowej i polityki rowerowej województwa.



## 5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej

### **Rekomendacja wizji rozwoju podkarpackiej turystyki rowerowej**

Województwo podkarpackie jest przyjazne turystom rowerowym. Region posiada różnorodną i atrakcyjną ofertę produktów turystyki rowerowej ze szczególnym wyróżnieniem turystyki przygodowej wykorzystującej wyjątkowość podkarpackiej przyrody i kultury.

Infrastruktura rowerowa województwa jest: spójna (wewnętrznie, krajowo i międzynarodowo), zróżnicowana, bezpieczna, ekologiczna i dostosowana do turysty rowerowego o różnych potrzebach (od lokalnej rekreacji rowerowej po międzynarodową turystykę rowerową) i możliwościach (dla rowerzysty górskiego, szosowca czy rodzica z dzieckiem).

Produkty turystyki rowerowej są tworzone i zarządzane zgodnie z przyjętymi wspólnie przez wszystkich interesariuszy zasadami i standardami realizującymi wartości: współpracy, zaangażowania i wsparcia inicjatyw społeczności lokalnej. Informacja o produktach turystycznych jest dostępna, kompleksowa i użyteczna dzięki użyciu innowacyjnych technologii komunikacyjnych.

Mieszkańcy i reprezentujące ich samorządy są świadome znaczenia turystyki rowerowej dla społecznego i gospodarczego rozwoju regionu. Samorząd wojewódzki prowadzi efektywną politykę rowerową dzięki systemowi zarządzania i wsparciu partnerów.

## **5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej**

**Rekomendowane cele strategiczne rozwoju podkarpackiej turystyki rowerowej i jej produktów**

### **CEL I. OPRACOWANIE I WDROŻENIE POLITYKI ROWEROWEJ**

#### **1. Opracowanie standardów tworzenia i zarządzania produktami turystyki rowerowej w tym:**

- koncepcji marketingowych – analizy potrzeb i możliwości (co i dla kogo?);
- infrastruktury szlaków rowerowych, w tym zalecanych procedur inwestycyjnych;
- realizacji, zarządzania i komercjalizacji;
- komunikacji marketingowej;
- zasad włączania partnerów i współpracy.

## 5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej

### CEL I. OPRACOWANIE I WDROŻENIE POLITYKI ROWEROWEJ

#### 2. Stworzenie regionalnego systemu rozwoju i zarządzania turystyką rowerową m.in.:

- powołanie regionalnego zespołu koordynującego rozwój turystyki;
- powołanie oficera rowerowego koordynującego infrastrukturę rowerową z ramienia UMWP;
- powołanie reprezentanta PROT – koordynującego promocję turystyki rowerowej w regionie oraz rozwój produktów turystycznych;
- powołanie koordynatorów subregionów (krain turystycznych) – reprezentanci grup użytkowników spośród NGO, Lasów Państwowych i innych kluczowych podmiotów.

## **5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej**

### **CEL I. OPRACOWANIE I WDROŻENIE POLITYKI ROWEROWEJ**

#### **3. Wsparcie inicjatyw regionalnych i lokalnych w zakresie tworzenia i zarządzania produktami turystyki rowerowej:**

- opracowanie i wdrożenie modeli mechanizmów wsparcia finansowego inwestycji na poziomie regionalnym i lokalnym;
- zwiększenie kompetencji i wiedzy– warsztaty, szkolenia, wizyty studyjne i inne formy.

## 5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej

### **CEL II. OKREŚLENIE MARKI I PRODUKTÓW FLAGOWYCH**

#### **1. Określenie marki turystyki rowerowej województwa podkarpackiego, w szczególności sformułowanie odpowiedzi na pytania:**

- Co jest przewagą regionu w zakresie turystyki rowerowej?
- Jaka będzie obietnica korzyści marki?
- Jakie będzie pozycjonowanie marki?
- Jaka będzie idea główna i wartości marki (w zgodzie z marką regionu)?

#### **2. Identyfikacja lub kreacja flagowych produktów marki w tym:**

- identyfikacja szlaków i wydarzeń oddających ideę marki;
- określenie sposobów wdrożenia i zarządzania produktami flagowymi.

#### **3. Opracowanie i wdrożenie systemu certyfikacji produktów marki oraz obiektów i podmiotów partnerskich.**



## **5. Rekomendacje rozwoju turystyki rowerowej**

### **CEL III. WDROŻENIE MARKOWEJ KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ**

- 1. Opracowanie koncepcji i realizacja kampanii promocyjnej marki podkarpackiej turystyki rowerowej.**
- 2. Opracowanie planu komunikacji w kanałach marki – www, media społecznościowe, PR itd.**
- 3. Określenie zasad integracji i zaangażowania społeczności rowerzystów w działania promocyjne.**

# Dziękuję za uwagę

**Michał Basiński**  
Synergia Lublin

[michal@synergia.lublin.pl](mailto:michal@synergia.lublin.pl)

Tel. 519 173 701

