

BUDUJEMY MARKĘ BORY TUCHOLSKIE

Data publikacji: 2021-08-31 08:35

Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, wraz z Powiatem Tucholskim oraz Powiatem Świeckim rozpoczęły realizację partnerskiego projektu "Budujemy markę Bory Tucholskie". To trzecia z pięciu wiodących marek tworzących Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc: w 2019 roku powstała strategia marki Kujawy, w 2020 roku Pałuk.

Bory Tucholskie to, obok Torunia, najbardziej rozpoznawalna destynacja turystyczna naszego województwa. Choć jest popularna wśród turystów, wymaga dyskusji w kontekście obecnych trendów, analizy zasobów i tożsamości regionu, potrzeb turystów i mieszkańców, a także planów rozwoju turystyki w obu powiatach oraz w nowej strategii województwa. Efektem projektu będzie strategia marki Bory Tucholskie wraz z planem marketingowym, które powstaną jeszcze w tym roku. Opiekę ekspercką powierzono renomowanej agencji marketingu terytorialnego LOCATIVO z Krakowa. Warto przy tym zauważyć, że jedną z osób, które będą tworzyły nową strategię jest Piotr Idziak, syn Wacława Idziaka, który pomagał przy zakładaniu Wiosek Tematycznych stanowiących specjalność Borów Tucholskich.

Strategia na obecnym etapie będzie obejmowała swoim zakresem jedynie kujawsko-pomorską część Borów Tucholskich, gdyż ma ona służyć m.in. pozyskaniu dofinansowania w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Już na tym etapie działania koordynowane są z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną - w warsztatach biorą udział członkowie jej zarządu lub biura. Dla województwa pomorskiego marka Bory Tucholskie jest jednak mniej znacząca niż wiodące w tym regionie marki, takie jak Kaszuby czy Żuławy (warto zwrócić uwagę choćby na pozycjonowanie Chojnic jako "Bramy Kaszub"). Dlatego też na nasze województwo spada duża część odpowiedzialności za rozwój Borów Tucholskich jako marki turystycznej. Niewątpliwie jednak po działaniach oddolnych, konsolidujących środowiska zajmujące się tworzeniem produktów turystycznych i ich wspieraniem, kolejnym naturalnym krokiem będzie połączenie działań z zainteresowanymi podmiotami z województwa pomorskiego. Trudno bowiem wyobrazić sobie kompleksowy rozwój marki Bory Tucholskie bez ich udziału.

Najbardziej oczywistą platformą współpracy pomiędzy województwami będzie Rezerwat Biosfery Bory Tucholskie i jego Rada Koordynacyjna. Wiceprzewodniczącym tej Rady jest Starosta Tucholski Michał Mróz, a w jej skład wchodzi samorządy, przedsiębiorcy, Lasy Państwowe, organizacje pozarządowe (w tym Lokalne Grupy Działania), Park Narodowy, Parki Krajobrazowe i inne podmioty zainteresowane rozwojem lokalnym uwzględniającym też turystykę. Chcąc zaproponować kolejne kroki, trzeba jednak zacząć od siebie - tworząc strategię rozwoju marki Bory Tucholskie w najbliższej okolicy, jak też plan marketingowy uwzględniający najpierw lokalne podmioty z zaangażowanych powiatów. Nie sztuką jest bowiem stworzyć najdoskonalszy nawet dokument - kluczowe jest znalezienie sposobu na wdrożenie w życie jego zapisów.





