

Portal Województwa Lubuskiego



Województwo rozpoczęło prace nad Strategią Rozwoju Lubuskiej Turystyki



© Paweł Wańczko/Lubuskie.pl

Kategoria - Aktualności

Data publikacji -14 marca 2025 godz. 14:02

Województwo Lubuskie jako pierwszy region w Polsce inauguruje prace nad tworzeniem regionalnych strategii turystycznych. - Dziś otwarcie procesu aktualizacji strategii zarówno w naszym regionie, jak i w innych województwach. Strategia Polski to jedno, a strategie regionalne muszą być komplementarne względem niej - mówi wicemarszałek Grzegorz

Potęga.

Posiadanie dokumentów strategicznych, zarówno dla regionów, jak i dla całego kraju w kontekście funkcjonowania turystyki, to konieczność i zadanie priorytetowe na najbliższy czas. Istotne jest zintegrowanie działań na wszystkich szczeblach.

Dziś wszystko się zaczyna, przed nami ogrom pracy

14 marca 2025 r. w Urzędzie Marszałkowskim w Zielonej Górze odbyła się debata turystyczna. Spotkania w kontekście aktualizacji strategii turystycznej dla kraju odbędą się w każdym z regionów. Województwo Lubuskie jest pierwszym, które odwiedził **Piotr Borys - sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki**.

- Dziś otwarcie procesu aktualizacji strategii zarówno w naszym regionie, jak i w innych województwach. Turystyka to nie tylko zwiedzanie, ale też silna gałąź gospodarki w naszym kraju – hotelarstwo, gastronomia, transport i szereg innych usług, które są oferowane w tym aspekcie. W ostatnich latach turystyka została dotknięta przez COVID-19, wojnę w Ukrainie i powódź we wrześniu 2024 r. To są trudności na drodze do realnego i świadomego budowania potencjałów turystycznych. Bardzo dobrze, kiedy w tworzeniu regionalnych strategii turystycznych uczestniczą takie podmioty jak Urząd Statystyczny, organizacje skupione wokół Polskiej Organizacji Turystycznej oraz osoby prowadzące działalność gospodarczą – mówił wicemarszałek Grzegorz Potęga.

Wicemarszałek podkreślał, że jako region nie mamy się czego wstydzić. – Mamy cel, który nam przyświeca, ale nawet najlepsze cele potrzebują planu, by osiągnąć sukces. Dziś wszystko, co powiemy, to tak naprawdę początek. Przed nami okres pracy, przynajmniej roku. Jesteśmy przygotowani, by stanąć na wysokości zadania. Zabezpieczyliśmy w tym roku środki w wysokości 150 tys. zł na działania aktualizacyjne, ale to pierwszy krok. Będzie budżet na 2026 r. i cel – dokończenie tego dzieła. Będziemy robić to w kooperacji. Strategia Polski to jedno, a strategie regionalne muszą być komplementarne względem niej – mówił wicemarszałek Grzegorz Potęga.

Piotr Borys - sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki podkreślał, że dziś jest wyjątkowy dzień dla polskiej turystyki. – Zaczynamy tour po polskich regionach, zachęcając marszałków województw do tworzenia nowych strategii rozwoju turystyki, które będą elementem składowym Strategii Rozwoju Turystyki Polski – mówił Piotr Borys.

Wyraził zadowolenie, że pierwsze takie spotkanie odbywa się w Lubuskiem. Celem jest integracja strategii krajowej z 16 strategiami regionalnymi. W planach jest także 13 strategii sektorowych: dla turystyki rowerowej, turystyki kulinarnej, turystyki uzdrowiskowej, turystyki wiejskiej, turystyki wodnej, turystyki konnej/jeździeckiej, Marki Polska, MICE, HoReCa, turystyki przyrodniczej, turystyki kulturowej, turystyki carawaningowej oraz turystyki zorganizowanej (wyjazdowej i przyjazdowej).

Dlaczego warto mieć strategię?

To rozpoznanie własnych mocnych i słabych stron, adaptacja do zmieniających się trendów i wyzwań, budowanie wizerunku i marki Polski, zrównoważone wykorzystanie potencjału turystycznego kraju, optymalizacja działań. Celem jest maksymalizacja potencjału turystycznego Polski i kreacja pozycji lidera Europy środkowo-wschodniej. Wśród priorytetów jest poprawa statystyk i wskaźników dotyczących turystyki oraz podnoszenie świadomości na temat zmian popytu na usługi turystyczne i szans dla turystyki. Istotna jest współpraca z podmiotami typu: Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej, BGK, NFZ, PFRON, KRUS, ZUS.

Wspólne wykorzystanie potencjałów polskiej turystyki przyczyni się do zwiększenia ruchu turystyki przyjazdowej, aktywizacji turystyki krajowej, podniesienia świadomości atrakcyjności polskiej oferty turystycznej w kraju i na świecie, wzrostu wkładu turystyki w PKB.

Dlaczego warto mieć strategię regionalną?

Zapewnia to wzmocnienie tożsamości regionalnej, zwiększenie konkurencyjności, podniesienie jakości oferty turystycznej, spójność z krajową strategią. A jaka jest rola regionów w rozwoju turystyki? Łączą lokalne społeczności, przedsiębiorstwa, instytucje oraz unikalne zasoby przyrodnicze, kulturowe, historyczne.

Celem strategii regionalnej jest rozwój gospodarczy regionu, zmniejszenie nierówności regionalnych, rozwój infrastruktury turystycznej przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju i przepisów, wsparcie dla społeczności lokalnych i inkluzji społecznej. To także integracja działań i zarządzania sektorem turystycznym, tworzenie modeli zarządzania obszarami turystycznymi opartych o współpracę, innowacje, transformacja cyfrowa i wykorzystanie danych.

Turystyka kulturowa, enoturystyka, turystyka wodna – te branże generują największy ruch turystyczny i największe dochody w naszym regionie. Kluczowymi produktami turystycznymi województwa lubuskiego są militaria i fortyfikacje, wino i kuchnia, przygoda na wodzie.

Lubuskie to bardzo dobre miejsce, z dużym potencjałem turystycznym

Dr Marek Cierpień-Wolan - prezes Głównego Urzędu Statystycznego mówił o nowej sferze współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki – wykorzystaniu nowoczesnych technologii do gromadzenia informacji i promowania turystyki. – W trakcie wielu spotkań z panem ministrem doszliśmy do wniosku, że szczególnie w obliczu nowych technologii musimy zintegrować dane. Znamy państwo dokładnie piramidę „dane, informacje, wiedza, mądrość”. Postanowiliśmy, że zgodnie z tym algorytmem i procedurą będziemy działać wspólnie – ministerstwo jako instytucja, która będzie odgrywała kluczową rolę i GUS jako instytucja odpowiedzialna za infrastrukturę informacyjną państwa. Nie mówimy ostatniego słowa, ale zaczynamy duży projekt. Pokazujemy, że Lubuskie to bardzo dobre miejsce, z dużym potencjałem turystycznym. W przyszłości zaczniemy duży projekt, w który chcemy włączać źródła big date’owe i będziemy zachęcać różnych gestorów danych, żeby dołączali do tego przedsięwzięcia, abyśmy wspólnie stworzyli coś innowacyjnego i

unikalnego nawet nie na skalę Europy, ale świata.

Pierwszy produkt został już udostępniony – to aplikacja z danymi nt. ruchu turystycznego w regionach i powiatach, którą można pobrać na swojego smartfona. Prezes GUS mówił o szczegółach Portalu Turystyka+, innowacyjnego narzędzia analitycznego. – Jakie są korzyści? Unikalna funkcjonalność porównawcza oraz łatwość korzystania. Dane prezentowane są w postaci interaktywnych wykresów, map i animacji, są też analizy na poziomie lokalnym i regionalnym, możliwości prognozowania. Ważne jest, by to narzędzie mogło zaprognozować, ilu turystów będzie – w granicach błędu. To zestawienia oficjalnych danych GUS z informacjami z portali rezerwacyjnych. To innowacyjne podejście z eksperymentalnym wykorzystaniem AI. Dane zbierane są po nowemu, dostają informacje od ważnych platform rezerwacyjnych booking.com, Airbnb, tripadvisor – tłumaczył dr Marek Cierpień-Wolan.

Główne moduły to: baza noclegowa, wydatki turystów, analiza regionalna oraz statystyki eksperymentalne. – Chcielibyśmy, żeby schodziło to do poziomu gminy, a nawet niżej – dodał prezes GUS.

Dokumenty strategiczne powinny się uzupełniać

Małgorzata Wilk-Grzywna, wiceprezeska Polskiej Organizacji

Turystycznej doceniła sposób, w jaki tworzone są krajowe i regionalne dokumenty strategiczne ws. turystyki. – Bardzo się cieszę, że powstają regionalne strategie turystyczne, ponieważ sama wywodzi się z Regionalnej Organizacji Turystycznej i wiem, że w regionach bywa z tym różnie. Są działania operacyjne, natomiast nie ma wprowadzonych wcześniej działań strategicznych. Tutaj ta praca przebiega tak jak powinna – najpierw powstaje krajowy dokument strategiczny, a następnie strategie sektorowe. My jako Polska Organizacja Turystyczna możemy natomiast pochwalić się tym, że posiadamy strategię zintegrowanego zarządzania komunikacją marketingową do 2030 r. Jest to bardzo dobrze napisana strategia. Liczę na to, że strategie rozwoju turystyki i ta strategia marketingowa będą się uzupełniać. Będziemy nad nimi chętnie z państwem pracować – powiedziała M. Wilk-Grzywna. – Mam zamiar powiedzieć, jakie działania operacyjne będziemy podejmować zanim powstaną dokumenty strategiczne, co planujemy na 2025 r. i jak Lubuskie może się wpisać w te działania operacyjne – dodała.

Lubuskie znów ma szansę na Złoty Certyfikat

Wiceprezeska Polskiej Organizacji Turystycznej podkreśliła także, że województwo lubuskie może być regionem pierwszego wyboru, jeśli chodzi o turystykę zrównoważoną. – A to ze względu na położenie geograficzne, warunki i walory przyrodnicze oraz kulturowe, produkty takie jak Geopark „Łuk Mużakowa”, jak również turystykę kulinarną i enoturystykę, która jest najsilniejszym produktem w Polsce. Lubuskie zdobywa nagrody – zdobyło już Złoty Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej. W tej chwili ogłaszamy następne konkursy. Chcemy, aby wybrali państwo w swoim regionie markę turystyczną – wyróżniające się miejsce, szlak, subregion lub cały region – i zaistnieli na turystycznej mapie Polski, na której nie ma lubuskiego jako marki oraz powtórzyli swój sukces sprzed kilkunastu lat. Złoty

Certyfikat to także nagroda w wysokości 250 tys. złotych – mówiła Małgorzata Wilk-Grzywna.

Lubuskie – perła natury i kultury

Lubuskie to najbardziej zalesiony region Polski – powierzchnia lasów stanowi ok. 49% województwa. Mamy 2 parki narodowe oraz 8 parków krajobrazowych. Średni czas pobytu w naszym regionie wyniósł 2,1 dni, ale założeniem jest, by był on dłuższy.

Kto odwiedza Lubuskie? Głównie turyści krajowi (77,6%). Najwięcej przyjezdnych pochodziło z województw: dolnośląskiego, wielkopolskiego, zachodniopomorskiego, pomorskiego i mazowieckiego. Turystów zagranicznych (22,4%) najwięcej jest z Niemiec, Ukrainy, Litwy, Białorusi, Łotwy, Holandii, Wielkiej Brytanii, Czech, Francji, Belgii.

Lubuskie to kolebka polskiego winiarstwa

– Na terenie naszego regionu mamy 68 zarejestrowanych winnic. Odbывают się u nas unikalne w skali Polski wydarzenia winiarskie: Lubuski Festiwal Otwartych Piwnic i Winnic, Winobranie, Święto Lubuskiego Młodego Wina oraz wiele innych wydarzeń winiarskich rozpoznawalnych w całej Polsce. W Zaborze funkcjonuje Lubuskie Centrum Winiarstwa wraz z 35-hektarową winnicą samorządową – to ewenement na skalę kraju. Wina lubuskie zdobywają regularnie nagrody na polskich i międzynarodowych konkursach – mówił wicemarszałek G. Potęga.

Lubuskie to nie tylko wino, ale także bogata oferta lokalnych produktów regionalnych. Najważniejsze z nich to miód lubuski, sery rzemieślnicze, wędliny tradycyjne, chleb na zakwasie oraz szeroka gama produktów na bazie ryb z lubuskich jezior i stawów. W 2018 r. powstało Lubuskie Centrum Produktu Regionalnego, które koncentruje się na promocji lubuskich producentów produktów tradycyjnych, regionalnych i lokalnych.

Czym kusi Lubuskie?

Pięknymi i wyjątkowymi miejscami przyrodniczymi takimi jak Geopark UNESCO Łuk Mużakowa (to jedyna w Polsce lokalizacja mogąca poszczycić się rangą Światowego Geoparku UNESCO) oraz Park Mużakowski – jednym z najpiękniejszych miejsc przyrodniczych w Europie, wpisanym na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Lubuskie to region o bogatym dziedzictwie architektonicznym, gdzie można podziwiać zamki, pałace, klasztory i zabytkowe miasta. Można tu wymienić **Zamek Joannitów w Łagowie** – gotycką twierdzę z XIV wieku, malowniczo położoną między jeziorami, **Pałac Książęcy w Żaganiu i park w Zatoniu** – dziedzictwo historyczne związane z księżną Dorotą de Talleyrand-Périgord, **zamek w Międzyrzeczu** – jedną z najstarszych warowni w Polsce. To także **Szlak Drewnianych Kościołów Regionu Kozła** - trasa o długości 23 km, na której znajdują się trzy drewniane kościoły, które zostały wzniesione w XIV-XVI wieku. Lubuskie to także region pełen militarnych pamiątek z różnych epok.

Region oferuje ponadto doskonałe warunki do aktywnego wypoczynku. Najciekawsze atrakcje to m.in. szlaki rowerowe – setki kilometrów tras rowerowych („Kolej na Rower”, „Velo Sprotavia”, „Sulęcińska Szwajcaria”, trasa „Lubuski szlak wina”), spływy kajakowe, rejsy galarem, nordic walking i trekking.

Wicemarszałek G. Potęga mówił także o przyszłości lubuskiej turystyki. Lubuskie to region z ogromnym potencjałem, który dynamicznie rozwija swoją ofertę turystyczną. Plany na najbliższy czas to modernizacja szlaków rowerowych i pieszych, tworzenie nowych atrakcji przyciągających turystów przez cały rok (koncepcja rewitalizacji pałacu w Zaborze, ścieżki kulinarne), rozwój bazy noclegowej, zwłaszcza agroturystyki i hoteli butikowych, inwestycje w centra rekreacyjne nad jeziorami i rzekami, aplikacje mobilne dla turystów oraz wzmocnienie promocji regionu na arenie międzynarodowej.

Zaplanowano działania w ramach Strategii Rozwoju Lubuskiej Turystyki. Jednym z nich jest dzisiejsza debata na temat obrania kierunków przy tworzeniu Strategii. Do 30 kwietnia 2025 r. potrwać konsultacje, do 30 maja 2025 r. – przygotowanie niezbędnej dokumentacji w celu ogłoszenia postępowania na wykonanie strategii, 30 czerwca 2025 r. – ogłoszenie postępowania i wyłonienie wykonawcy.

Turystyka kulinarna w regionie

O swoich doświadczeniach w zakresie turystyki kulinarnej w Lubuskiem mówiła **Kinga Kowalewska-Koziarska z Winnicy Kinga**. – Enoturystyka to moja praca, mój dom, moje gospodarstwo, rodzina, moi koledzy winiarze. Przejawia się ona w wielu aspektach. Dla nas winiarzy to sposób na życie. Enoturystyka to ogromny potencjał na zatrzymanie turystów. Wierzimy w tę dziedzinę turystyki, która może być jednym z głównych jej filarów – mówiła.

O szlakach kulinarnych opowiadała **Magdalena Dec z Gościńca u Deców**. – Lubuskie smakuje i jest niezwykle. Jego atuty? Kulinarne raj, dzika natura, region wina, zamki i pałace, kraina 500 jezior. Lubuscy producenci do każdej potrawy dodają serce – mówiła.

Na koniec odbyła się debata, podczas której uczestnicy pytali m.in. o turystykę wodną na lubuskich rzekach i jeziorach. Pojawiła się kwestia podatków od portów, temat ścieżek rowerowych czy wydarzeń turystycznych odbywających się w gminach.

Piotr Borys – sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki podkreślał, że głos uczestników takich spotkań jest niezwykle ważny, bo taki jest cel tych debat. Chodzi o to, by rozmawiać i nie bać się trudnych tematów.

W wydarzeniu wzięli udział również: członek Zarządu Województwa Lubuskiego Zbigniew Kołodziej, Anna Synowiec – przewodnicząca Sejmiku Województwa, radny Województwa Sławomir Kotylak, prezydenci, burmistrzowie, wójtowie, starostowie i przedstawiciele organizacji turystycznych.

