



# **PLAN DZIAŁAŃ WARECKIEGO SZLAKU JABŁKOWEGO NA LATA 2019-2021**

Stowarzyszenie W.A.R.K.A., listopad 2018r.

## Wstęp

Niniejszy plan działań powstał jako wniosek z pracy metodą ekspercko-partycypacyjną. Tj. jest wynikiem diagnozy Szlaku Jabłkowego (osobne opracowanie) oraz pracy warsztatowej (3 spotkania) Członków Szlaku z firmą Landbrand Hubert Gonera.

Praca ta została wykonana w ramach projektu „Szlak Jabłkowy – rozwój sieciowego produktu turystycznego w Największym Sadzie Europy”. Projekt realizowany był przez Stowarzyszenie W.A.R.K.A. we współpracy z Członkami Wareckiego Szlaku Jabłkowego, przy wsparciu dofinansowania ze środków Samorządu Województwa Mazowieckiego.

Opracowanie ma mieć charakter użyteczny. Jednocześnie nie wszystkie aspekty mogą być opracowane z jednakowym poziomem szczegółowości. Przy pracy nad planem w wielu punktach zostały wypracowane gotowe rozwiązania, część natomiast wymaga dodatkowego opracowania. Podobnie, w kilku przypadkach udało się oszacować koszty realizacji, inne pomysły wymagają bardziej wnikliwej analizy by móc ocenić ich budżet.

Dokument przedstawia kolejne działania – tematy jakimi należy się zająć. Obok nazwy określono ocenę istotności wprowadzenia działań w skali 1-5 (1 najmniej, 5 – najbardziej).. Jako najpilniejsze i jednocześnie najbardziej istotne dla rozwoju Szlaku określono kwestie związane z jakością usług świadczonych turystom w obiektach szlaku tj.: wprowadzenie standaryzacji działań, rozwój jabłkowej wiedzy Członków Szlaku, zwiększenie tożsamości jabłkowej oraz działania promocyjne w Internecie. Jednocześnie jako najbardziej ważne tj. mające mieć wpływ na rozwój Szlaku określono: współpracę z Jabłkiem Grójeckim i samorządem lokalnym oraz rozwój produktów w formie zarówno akcji „Jabłko na Widelcu” jak i produktów które turysta może ze sobą zabrać jako pamiątkę smaku. Równie ważną kwestią okazały się kwestie wewnętrznej organizacji Szlaku tj. składki, określenie kalendarza imprez i zwiększenie wysiłków na rzecz wspólnej promocji marki oraz rozszerzenie szlaku które jednocześnie związane z ważnym dla szlaku aspektem tj. podnoszeniem jakości oferty turystycznej.

Plan ten pomoże skupić się na działaniach najbardziej istotnych. Będzie też wskazówką do planowania projektów w celu pozyskania środków zewnętrznych.

## Działania zaplanowane w latach 2019 – 2020

1.	Współpraca z Jabłkiem Grójeckim .....	4
2.	Jabłkowa strategia samorządu lokalnego .....	5
3.	Standardy działań Członków Szlaku .....	6
4.	Jabłko w przestrzeni publicznej .....	7
5.	Współpraca z partnerami turystycznymi .....	8
6.	Członkowie Szlaku ekspertami od jabłek .....	9
7.	Sprzedaż jabłkowych produktów lokalnych .....	10
8.	Rozwój „Jabłko na Widelcu” .....	11
9.	Wewnętrzna współpraca Członków – Składki .....	12
10.	Rozwój Członków Szlaku – czerpanie inspiracji .....	13
11.	Tożsamość jabłkowa i identyfikacja z logo szlaku .....	13
12.	Przyłączenie nowych członków i rozszerzenie Szlaku .....	15
13.	Touroperator – sprzedaż spakietowanych ofert szlaku .....	16
14.	Kalendarz imprez .....	17
15.	Muzeum Jabłka .....	18
16.	Oznakowanie Szlaku .....	19
17.	Promocja w Internecie .....	20
18.	Promocja na imprezach .....	21

## 1. Współpraca z Jabłkiem Grójeckim

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWINIĘCIA?

Promocja Szlaku Jabłkowego jest niewystarczająca, a na duże kampanie nie ma funduszy. Niewykorzystany jest potencjał jaki ma promocja Jabłek Grójeckich – a obie rzeczywistości chcą promować jabłka z Największego Sadu Europy.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie zdecydowanie skuteczności dotarcia do potencjalnego odbiorcy z informacją o Szlaku Jabłkowym. Powiązanie szlaku z wyjątkowym produktem - jabłkiem najwyższej jakości.

### CO ROBIMY?

Docelowo - nawiązanie systemowej współpracy ze Stowarzyszeniem Sady Grójeckiej. Wcześniej ustalenie rocznych planów wspólnych działań począwszy od 2019 roku. W roku 2019 rozpoczęcie działań pilorażowych np. opracowanie programu warsztatów rozpoznawania gatunków i odmian chronionych w ramach certyfikatu unijnego. Ustalenie np. patronatów i wsparcia sponsorskiego Jabłka Grójeckiego nad wydarzeniami takimi jak pikniki śniadaniowe, przy ustaleniach konieczna jest współpraca.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Dobre chęci. Kontakt bieżący ze Stowarzyszeniem Jabłko Grójeckie. Wspólna koordynacja wybranych działań.

### DODATKOWE UWAGI?

Wypracowanie wspólnej wizji, celów, działań będzie wymagało sporego zaangażowania czasu ze strony inicjatorów Szlaku Jabłkowego i przedstawicieli Stowarzyszenia Sady Grójeckiej. Trudno w tej chwili przewidzieć jakie zostaną wypracowane konkretne pomysły na działania i w związku z tym trudno przewidzieć ile będzie to kosztowało.

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

Zakłada się, że w tej współpracy to Szlak Jabłkowy będzie dostarczał usług na korzyść Stowarzyszenia Jabłko Grójeckie. Przepływy finansowe będą w kierunku do Szlaku Jabłkowego.

### SKĄD ŚRODKI?

Promocja wraz z jabłkami w sklepach. Szlak będzie budował wizerunek Jabłka Grójeckiego jako towaru jakościowego, czystego, pożądanego. W zamian Jabłko Grójeckie powinno stać się nośnikiem promocji informacji o szlaku. Rekomenduje się taką współpracę poprzez np. dystrybucję materiałów promocyjnych na kartonach od jabłek czy w tackach z jabłkami, umieszczenie informacji o szlaku na stronie Jabłka Grójeckiego. Jabłko Grójeckie może także promować się poprzez konkursy np. wygraj wyjazd do największego sadu Europy na Szlak Jabłkowy.

### DO KIEDY REALIZACJA?

2019 – start, 2020 – pełna realizacja

## 2. Jabłkowa strategia samorządu lokalnego

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWIĘCIA?

Lokalny samorząd współpracuje przy promocji Jabłkowej Warki. Dzieje się to jednak akcyjnie i w odpowiedzi na inicjatywę liderów projektu. Nie ma systemowego działania, tj. że warto elementy jabłkowe wykorzystywać np. przy tworzeniu nowej architektury w gminie.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie świadomości samorządu na temat działań, które może realizować na rzecz spójnego wizerunku Jabłkowej Warki – również bez ponoszenia dodatkowych nakładów finansowych. Umacnianie lokalnej tożsamości mieszkańców i związku obszaru z jabłkiem. Korzyść społeczna i wizerunkowa dla samorządu.

### CO ROBIMY?

Spotkanie z władzami samorządowymi, przedstawienie wizji, korzyści i konkretnych pomysłów w jaki sposób można połączyć istniejące działania samorządu w zakresie np. infrastruktury z ideą Jabłkowej Warki i Szlaku Jabłkowego. Rekomendowanie by wizję Jabłkowej Warki wprowadzić do dokumentów strategicznych. Warto rozważyć przygotowanie Jabłkowej Strategii Rozwoju i Promocji Miasta i Gminy Warka. Krótkiego, zwięzłego dokumentu o szumnej, marketingowej nazwie. Może liczyć nawet 3-4 strony lub być przygotowany w formie prezentacji pokazującej działania Szlaku, plany na przyszłość oraz miejsca styku działań z samorządem lokalnym. Strategia byłaby dogodną platformą do uzgodnienia pól wieloletniej współpracy a także sposobów budżetowania działań promujących Warkę realizowanych w ramach Szlaku Jabłkowego. Zważywszy na sytuację, że w urzędzie Miasta i Gminy nie funkcjonuje biuro promocji samorząd powinien być zainteresowany scedowaniem na zewnątrz zadań wynikających z jego ustawowych obowiązków. Warto także rozważyć współpracę z miastem w zakresie prowadzenia punktu informacji turystycznej, być może jego współgospodarzem może być biuro podróży obsługujące ruch turystyczny na szlaku.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Niefinansowe – zaangażowanie inicjatorów (spotkanie), zaangażowanie Członków Szlaku do wypracowania pomysłów na działania samorządu. Przygotowanie prezentacji – Jabłkowej Strategii. Ustalenie formy prawnej współpracy np. granty lub utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej - Szlak Jabłkowy, którego członkiem będzie samorząd i będzie dofinansowywał jego działania w ramach składki.

### DODATKOWE UWAGI?

Przykładem może tu być budowa miejskiego placu zabaw. Może on być zaprojektowany w jabłkowym stylu zamiast standardowego projektu. Plac zabaw będzie się wyróżniał a jednocześnie wpisował w budowanie spójnego wizerunku Jabłkowej Warki.

Samorząd może też ogłosić konkurs grantowy na działania organizacji pozarządowych / grup mieszkańców z popularyzacją jabłkowej architektury.

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ ?

Zakłada się, że w tej współpracy to Szlak Jabłkowy będzie dostarczał wartości i usług na rzecz Samorządu Lokalnego. Przepływy finansowe będą w kierunku do Szlaku Jabłkowego.

### SKĄD ŚRODKI?

Samorząd lokalny.

### DO KIEDY REALIZACJA?

Spotkanie powinno mieć miejsce jeszcze w listopadzie 2018 roku w celu zaplanowania zadań przez samorząd na 2019 rok i zagwarantowania budżetu.

## 3. Standardy działań Członków Szlaku

Istotność 5/5

### CO JEST DO ROZWINIĘCIA?

Jakość obiektów nie wszędzie odpowiada oczekiwanym standardom powszechnie obowiązującym – osłabia to cały Szlak

### PO CO TO ROBIMY?

Podnoszenie jakości obiektów Szlaku poprzez wprowadzenie standardów. Zakładamy, że standardy zadziałają mobilizująco.

### CO ROBIMY?

Określenie kryteriów certyfikacji (obecnych i przyszłych Członków) przez Członków Szlaku. Przeprowadzenie certyfikacji obiektów. Konieczne jest stworzenie kryteriów jako wypadkowa: tożsamości lokalnej, przyjętych standardów w innych organizacjach np. szlakach kulinarnych, gospodarstwach agroturystycznych. Stworzenie standardów powinno być działaniem wspólnym dla członków szlaku i ekspertów zewnętrznych. Proces certyfikacji powinien być również prowadzony wspólnie. Po przeprowadzonej certyfikacji powinna obowiązywać karencja na wprowadzenie zmian. Zmiany powinny być wskazane jako te niezbędne do wprowadzenia w pierwszym kroku, oraz te, które mogą być wprowadzone później np. w okresie roku lub dwóch.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

- Finansowe na zatrudnienie ekspertów. Opracowanie kryteriów certyfikacji około 2.5 netto. Udział w pracach komisji certyfikacyjnej eksperta zewnętrznego około 250-350 pln netto.
- środki na zaangażowanie ekspertów pomocnych przy opracowaniu kryteriów certyfikacji
- zaangażowanie animatora lokalnego (dostosowanie do lokalnych realiów, zaanimowanie, przeprowadzenie certyfikacji)
- środki Członków na dostosowanie obiektów do kryteriów certyfikacji

### DODATKOWE UWAGI?

Nie dotyczy

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

2500zł + certyfikacja – wynagrodzenia ekspertów

??? – środki własne Członków Szlaku na dostosowanie do standardów

### SKĄD ŚRODKI?

Urząd Marszałkowski – środki dla organizacji pozarządowych na rozwój szlaków

Środki własne Członków Szlaku

## DO KIEDY REALIZACJA?

Marzec 2019

## 4. Jabłko w przestrzeni publicznej

Istotność 3/5

### CO JEST DO ROZWINIĘCIA?

Nie ma jeszcze zbyt wiele elementów, które będą się kojarzyć turystom, że wjechali do krainy gdzie jest Szlak Jabłkowy. Niewiele osób lokalnie wie, że jest Szlak Jabłkowy – nie wykorzystywana jest szansa na promocję Szlaku

### PO CO TO ROBIMY?

Wzmocnienie wizerunku Szlaku w przestrzeni publicznej.

Zwiększenie tożsamości mieszkańców ze Szlakiem Jabłkowym, które jest niezbędne do promocji Szlaku.

### CO ROBIMY?

Wprowadzenie do przestrzeni publicznej elementów architektury jabłkowej jak np.

- Stworzenie jabłkowego placu zabaw (u członka szlaku lub nowego obiektu i włączenie go do Szlaku)
- Większa liczba przystanków jabłkowych,
- Murale jabłkowe na budkach energetycznych na terenie Warki
- Architektura jabłkowa w ogrodach prywatnych, parkach publicznych (np. meble zewnętrzne jak i wewnętrzne).
- Elementy jabłkowe na wareckich „Witaczach”
- Oznakowanie drogowe znakami E-22B

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Finansowe Członka Szlaku lub samorządu lokalnego – stworzenie jabłkowego placu zabaw

### DODATKOWE UWAGI?

Rekomenduje się w tym zakresie inspiracje z oraz współpracę z uczelnią o profilu artystycznym lub renomowanym studio projektowym.

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

40.000,00zł – finansowe stworzenie jabłkowego placu zabaw

30.000zł – przystanki i inne murale jabłkowe (w tym wsparcie Gminnej Instytucji Kultury)

100.000,00 zł – inna architektura jabłkowa

80 000.00 zł –oznakowanie szlaku znakami drogowymi E22B

### SKĄD ŚRODKI?

- Środki własne obiektu Szlaku Jabłkowego, środki samorządowe lub pozyskane w konkursach grantowych na budowę placu zabaw np. Samorząd Województwa Mazowieckiego, Ministerstwo Sportu i Turystyki, środki lokalnego biznesu branży sadowniczej
- Środki jednostki samorządowej GIK Dworek na Długiej

- Środki na budowanie przestrzeni przyjaznej mieszkańcom i promocję lokalnego dziedzictwa w ramach Funduszu Grantowego Żywiec

#### **DO KIEDY REALIZACJA?**

w każdym roku 2019,2020,2021

## **5. Współpraca z partnerami turystycznymi**

Istotność 2/5

#### **CO JEST DO ROZWINIĘCIA?**

Niewykorzystany jest potencjał turystów, którzy już do Warki dotarli np. do Muzeum czy na kajaki.

#### **PO CO TO ROBIMY?**

Zwiększenie skuteczności docierania do turysty pojawiającego się w Warce przez współpracę z innymi podmiotami świadczącymi usługi dla turystów

#### **CO ROBIMY?**

Porozumienie z obiektami poza Szlakiem na rzecz promocji krzyżowej tj.

- Lokalną Organizacją Turystyczną
- Hotelem Sielanka
- Białym Pałacem Palczew
- Firmami kajakowymi
  - Utworzenie punktu informacji turystycznej

#### **JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?**

Czas animatora i członków Szlaku, partnerów na wypracowanie zasad współpracy w formie porozumienia. Koordynacja realizacji uzgodnień (wyznaczenie zadań, osób odpowiedzialnych, sposobu i terminów realizacji)

#### **DODATKOWE UWAGI?**

Nie dotyczy

#### **ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?**

Porozumienia bez zaangażowania środków finansowych  
50.000 ??? Utworzenie i prowadzenie punktu informacji turystycznej

#### **SKĄD ŚRODKI?**

Samorząd lokalny

#### **DO KIEDY REALIZACJA?**

Rozpoczęcie współpracy należy odłożyć w czasie na okres po przeprowadzeniu standaryzacji członków szlaku, ułożeniu relacji z samorządem lokalnym. Realizacja nie jest pilna.



## 6. Członkowie Szlaku ekspertami od jabłek

Istotność 5/5

### CO JEST DO ROZWIINIĘCIA?

Członkowie Szlaku nie mają wystarczającej wiedzy na temat odmian jabłek, co działa na niekorzyść Szlaku, gdyż turysta oczekuje że będą oni ekspertami od jabłek (turysta przyjeżdża też zdobyć wiedzę u źródła). Pośród członków mamy zarówno sadowników, jak i inne osoby, które nie mają nawet podstawowych wiadomości.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie przygotowania Członków Szlaku do przyjęcia świadomego żywienia turysty. Wzrost oryginalności inicjatywy. Podniesienie jakości i spójności przeżycia turystycznego.

### CO ROBIMY?

Wyposażenie członków Szlaku w wiedzę na temat gatunków jabłek /upraw – „członkowie szlaku ekspertem od jabłek poprzez:

- Przypominanie odmian jabłek podczas spotkań, na grupie facebookowej Szlaku
- Organizacja szkoleń przez ekspertów od jabłek (CKZiU, Dwa Jabłka, Bończa, Laboratorium Konary)
- Opracowanie „ściągi” lub jednocześnie materiału informacyjnego dla turystów p. w formie książeczki z odmianami

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Zaangażowanie Członków Szlaku na przygotowanie i przeprowadzenie szkoleń, publikację informacji dla Członków Szlaku

### DODATKOWE UWAGI?

Nie dotyczy

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

5 000,00zł - Opracowanie, skład graficzny, druk i dystrybucja publikacji dot. odmian jabłek i uprawy sadowniczej (dla amatorów/turystów)

### SKĄD ŚRODKI?

Środki Samorządu Województwa Mazowieckiego dla organizacji pozarządowych w ramach konkursów ofert na promocję produktów Sieci Dziedzictwa Kulinarnego i certyfikowanych produktów

### DO KIEDY REALIZACJA?

2019

2020

2021

## 7. Sprzedaż jabłkowych produktów lokalnych

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWIĘCIA?

Turyści którzy przyjeżdżają na Szlak Jabłkowy, chcą z czymś wrócić do domu. Nie ma jeszcze dostępnego mechanizmu sprzedaży wszystkich produktów lokalnych w dostępnym miejscu (owoce, przetwory, miody, piwo).

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie dostępności oferty „Produkt lokalny”.

### CO ROBIMY?

Wypracowanie formalnej możliwości sprzedaży produktów lokalnych w sklepach/restauracjach

Stworzenie wspólnej platformy sprzedaży:

- Paczka/skrzynka Szlaku Jabłkowego
- Regał ze wszystkim produktami Szlaku – wypracowanie formalnej możliwości i wprowadzenie do realizacji (zakup regału, zaaranżowanie z udostępnieniem miejsca, zasady sprzedaży)
- Włączenie do Szlaku nowe podmiotów oferujących produkty lokalne (np. sok/tłocznia?)
  - Przygotowanie różnej wielkości „skrzyneczek” z produktami lokalnymi do dystrybucji w ramach ceny pobytu w miejscach noclegowych
  - Opracowanie wspólnego koszyka produktów szlakowych np. przetworów z Bończy, piwa z BroWarki, musów od gospodarstw agroturystycznych

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

- Zaangażowanie inicjatorów i członków Szlaku w znalezienie rozwiązania formalnego pozwalającego na sprzedaż produktów lokalnych (rolniczego handlu detalicznego)
- Zaaranżowanie regału i miejsca sprzedaży
- Współpraca w ramach sprzedaży z pośrednikiem tam gdzie jest to uzasadnione
- Maksymalne wykorzystanie możliwości sprzedaży w ramach RHD np. poprzez skrzynki z produktami przy drogach lub w innych miejscach z dostępem do klientów i zapłata w „słoik” – model skandynawski
- Możliwość sprzedaży bezpośredniej prowadzonej np. przy kawiarni Rynek w Warce

### DODATKOWE UWAGI?

Warto zasięgnąć informacji jak z tematem poradziły sobie inne szlaki turystyczne

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

1 500,00 zł

### SKĄD ŚRODKI?

Środki własne producentów lokalnych

### DO KIEDY REALIZACJA?

Lipiec 2019

## 8. Rozwój „Jabłko na Widelcu”

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWIŃCENIA?

Produkty „Jabłko na Widelcu” istnieją trochę samodzielnie tj. bez ścisłego związku ze Szlakiem. Tj. turysta, który zamówi danie z karty „Jabłko na Widelcu” nie dostaje automatycznie informacji że jest coś takiego jak Szlak Jabłkowy.

Osoby odwiedzające Warkę, chcą coś lokalnego zjeść i zabrać wrażenia smakowe związane z lokalnymi produktami. Potrzeba jest aby turysta miał wybór.

Potrawy od momentu certyfikacji zmieniły swoje oblicze tj. nie zawsze wyglądają i smakują dokładnie tak jak w momencie przyznania certyfikatu, w związku z tym część informacji w materiałach promocyjnych może wprowadzać konsumenta w błąd.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie rozpoznawalności produktów „Jabłko na Widelcu” jako produktów ściśle związanych ze Szlakiem Jabłkowym.

### CO ROBIMY?

- Nawiązanie współpracy z dziennikarzami kulinarnymi, blogerami kulinarnymi, organizacja pokazów kulinarnych
- Informacja w kartach dań JnW o związku ze Szlakiem Jabłkowym
- Wydawnictwa promujące produkty „Jabłko na Widelcu” np. kalendarze, ulotki prezentujące produkty JnW
- Wznowienie akcji „Jabłko na Widelcu”:
- pojawienie się nowych produktów JnW w istniejących obiektach
- dołączenie nowych obiektów
- standaryzacja produktów (sprawdzanie jakości)
- włączanie produktów JnW do Sieci Dziedzictwa Kulinarne Mazowsze
- zaangażowanie producentów cydru naturalnego, octu jabłkowego i innych produkujących przetwory z jabłek

Wprowadzenie warsztatów kulinarnych z potraw „Jabłko na widelcu” jako elementu ofert na szlaku. Prowadzenie warsztatów w Bończy lub w Restauracji FUM.

Opracowanie przepisów na wybrane dania i publikacja ich w wydawnictwach promujących szlak.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

- Zaproszenie i organizacja wycieczki/pobytku blogerów kulinarnych / dziennikarzy
- Organizacja pokazów kulinarnych w wykonaniu znanych postaci kulinarnych podczas Jarmarków Śniadaniowych

Czas organizacji, promocji, dotarcia, zaangażowania do nowych obiektów, przygotowanie dokumentów, kontakt z członkami sieci JnW

### DODATKOWE UWAGI?

Certyfikacja produktów jak certyfikacja obiektów?

Poszukiwanie nowych pomysłów na przetworzone jabłko?

(szczególnie w roku „klęski urodzaju”)?

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

60.000,00

### **SKĄD ŚRODKI?**

Samorząd Województwa Mazowieckiego – środki dla organizacji pozarządowych w ramach promocji Sieci Dziedzictwa Kulinarnego Mazowsze

### **DO KIEDY REALIZACJA?**

2019  
2020  
2021

## **9. Wewnętrzna współpraca Członków – Składki**

Istotność 4/5

### **CO JEST DO ROZWIĄNIĘCIA?**

Szlak nie może się uzależnić od finansowania zewnętrznego. Konieczne jest także określenie ram współpracy np. w zakresie finansów szlaku. Koniecznym jest uczestnictwo finansowe członków szlaków. Obecnie Szlakiem zarządza Stowarzyszenie W.A.R.K.A. – jest to jedno z wielu działań organizacji.

### **PO CO TO ROBIMY?**

Rozwój Szlaku o nowe elementy oferty dla turysty. Zabezpieczenie możliwości rozwoju szlaku poprzez posiadania własnego budżetu. Zwiększenie zainteresowania działaniami i współpracą członków szlaku.

### **CO ROBIMY?**

Suma składki na rok 2019 została określona na poziomie 100 pln rocznie. Dodatkowo zasilać budżet szlaku może także touroperator, który zdecyduje się przeznaczyć pewien procent swoich zysków ze sprzedaży ofert szlaku na jego rozwój. Analiza działań, którymi warto się zająć jednocześnie pokazuje, że potrzebne są dużo większe środki niż budżet stworzony przez członków Szlaku.

### **JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?**

### **DODATKOWE UWAGI?**

Należy również rozważyć powołanie nowej organizacji, której członkami będą obiekty Szlaku.

### **ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?**

100zł/członka szlaku

### **SKĄD ŚRODKI?**

Środki Członków Szlaku

### **DO KIEDY REALIZACJA?**

2019  
2020

## 10. Rozwój Członków Szlaku – czerpanie inspiracji

Istotność 2/5

### CO JEST DO ROZWINIĘCIA?

Szlak powinien zyskiwać na atrakcyjności. Będzie tak jeśli rozwijać się będą obiekty na Szlaku. Potrzebne jest uczenie się i czerpanie inspiracji od innych.

### PO CO TO ROBIMY?

Rozwój Szlaku o nowe elementy oferty dla turysty. Chodzi też o skonfrontowanie poziomu oferty obiektów na Szlaku i przez to motywację do rozwoju.

### CO ROBIMY?

Organizacja wizyt studyjnych i inne formy współpracy z:

- Innymi szlakami kulinarnymi w Polsce i za granicą (np. Podkarpackie Smaki, Apfelweg)
- Wizyta w obiektach promujących lokalne produkty np. Muzeum Mleka w Grajewie czy Muzeum Wódki Polskiej

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Środki na organizację wizyty studyjnej

### DODATKOWE UWAGI?

Nie dotyczy

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

Wizyta studyjna - 5.000,00

### SKĄD ŚRODKI?

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce (środki na wizyty studyjne dla Ośrodków Działaj Lokalnie).  
Środki własne inicjatorów i członków Szlaku

### DO KIEDY REALIZACJA?

2019

2020

## 11. Tożsamość jabłkowa i identyfikacja z logo szlaku

Istotność 5/5

### CO JEST DO ROZWINIĘCIA?

Szlak jabłkowy jest atrakcyjny jeśli jest wyjątkowy tj. posiada jasno określony motyw przewodni. Trudno o wyeksponowanie tej myśli w obiektach np. typowo noclegowych lub posiadających inną ofertę niż bezpośrednio związaną z jabłkiem. Szczególnie w tych miejscach należy podkreślać związek z jabłkiem. Obecnie nie wszyscy członkowie Szlaku mają wyraźne i jednoznaczne wskazanie w swojej komunikacji że należą do Szlaku Jabłkowego

## PO CO TO ROBIMY?

Zwiększanie rozpoznawalności i tożsamości jabłkowej Szlaku tj. związku obiektów Szlaku Jabłkowego z ideą przewodnią Szlaku tj. jabłkiem. Zwiększenie identyfikacji wizualnej Członków Szlaku poprzez obecność znaku Szlaku Jabłkowego.

## CO ROBIMY?

Pojawienie się kolejnych elementów jabłkowych w obiektach Szlaku np.

- piwo jabłkowe
- w obiektach noclegowych – sok jabłkowy w pokojach, pościel z motywem jabłkowym, zapachy jabłkowe, świeże jabłko, jako poczęstunek dla gości, obrazy ukazujące jabłka, ryciny z różnymi gatunkami jabłek, „rajski apartament” itp.
- np. podawanie gościom soku jabłkowego w szklankach oznaczonych logo Szlaku
- Opracowanie gadżetów jabłkowych w tym naklejek jabłkowych na bazie kreacji Bończy
- Wydanie leksykonu jabłkowego – wspólnie z Jabłkiem Grójeckim połączenie wiedzy o jabłkach z możliwościami edukacji o nich
- Opracowanie książeczki edukacyjnej na bazie wydawnictwa z Bończy
- Wprowadzenie podkładek kolorowanek jabłkowych z elementami edukacji do wszystkich punktów gastronomicznych i noclegowych na szlaku.
- Osadzenie jabłek np. w nazwach pokoi w hotelach, wystroju wnętrz, nazwach dań w restauracjach (jabłka oznaczone logo Szlaku)

Weryfikacja i uzupełnienie takich działań jak

- Zamieszczenie logo Szlaku na stronach www, FB
- Oznaczenia z logo Szlaku np. rollup / taliczka stawiana

## JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Na dostosowanie oferty

Środki na wydawnictwa rzędu 20 000 - 40 000 tys. w zależności o nakładzie formatu i projektu

## DODATKOWE UWAGI?

Może warto poświęcić temu osobny warsztat by wypracować propozycje w gronie członków Szlaku. Dobrym przykładem jest tu Restauracja FUM, która serwując catering zewnętrzny stawia swoją tabliczkę z informacją że jest na Szlaku Jabłkowym

## ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

20.000 – 30.000,00 wspólne wydawnictwa, gadzety, działania przystosowawcze członków szlaku.

## SKĄD ŚRODKI?

Środki własne obiektów na Szlaku

## DO KIEDY REALIZACJA?

2019

## 12. Przyłączenie nowych członków i rozszerzenie Szlaku

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWIĄNIĘCIA?

Część obiektów działa sezonowo i ma ograniczone możliwości przyjmowania wycieczek. W sytuacji gdy najbardziej atrakcyjne 1-2 obiekty nie mogą udostępnić swojej oferty okazuje się, że trudno zbudować coś zaproponować turystyce, który chce odwiedzić Szlak.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie możliwości przygotowania oferty i jej atrakcyjności poprzez zapewnienie różnorodności i dostępności

### CO ROBIMY?

(gminy ościenne „jabłkowe” – Grójec, Belsk Duży, Jasieniec, Chynów)

- diagnoza potencjalnych członków szlaku poprzez lokalnych liderów, samorządy, współpracę z Sadami Grójeckimi, CKZiU, Dwa Jabłka i członkami szlaku

Zwiększenie liczby członków Szlaku (również z gminy Warka) z kategorii „atrakcje turystyczne – posiadające tożsamość jabłkową” jak np.

- Tłocznie soków
- Producenci naturalnego cydru, domowych przetworów owocowych
- Obiekty z jabłkową ofertą edukacyjną jak np. sortownie owoców, gospodarstwa sadownicze

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Czas – ok. 100h pracy inicjatorów i członków Szlaku na przeprowadzenie diagnozy, zaangażowanie kolejnych członków

### DODATKOWE UWAGI?

Naturalnym obszarem funkcjonowanie szlaku jest obszar występowania jabłka o Chronionym Miejscu Pochodzenia – Jabłko Grójeckie.

Może warto poświęcić temu osobny warsztat by wypracować propozycje w gronie członków Szlaku? Każdy nowo przyjmowany obiekt powinien „wykupić pakiet startowy” będzie on zawierał elementy promocji i identyfikacji ze szlakiem niezbędne do rozpoczęcia współpracy w ramach sieci. Mowa tutaj przede wszystkim o oznakowaniu obiektów, informacjach o ich ofercie na stronie www szlaku, wprowadzeniu na temat obiektu na profilu facebook szlaku, częstszych dodrukach materiałów informacyjnych.

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

3.000,00

### SKĄD ŚRODKI?

Samorząd Województwa Mazowieckiego w ramach konkursów ofert na rozwój szlaków

### DO KIEDY REALIZACJA?

Od III kwartału 2019 roku

## 13. Touroperator – sprzedaż spakietowanych ofert szlaku

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWIĄNIĘCIA?

Ze szlaku powinien móc skorzystać turysta indywidualny – to jest ekonomiczne tylko wtedy gdy wycieczka będzie się odbywać w większej grupie. Ponadto potrzebna jest obsługa grup takich jak wycieczka przez jeden podmiot, który zapewni organizację i koordynację. Musi być to prowadzone zgodnie z prawem tj. przez touroperatora.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie możliwości organizacji kompleksowej oferty dla zorganizowanego turysty. Touroperator pomoże wszystkim członkom szlaku podnieść poziom profesjonalizmu ofert oraz zapewnić zwrot z podniesionych nakładów na rozwój własnej oferty.

### CO ROBIMY?

Pojawienie się operatora turystyki dla Szlaku oraz stworzenie pakietów

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Czas na uruchomienie formalnej ścieżki touroperatora

### DODATKOWE UWAGI?

Warto by Członkowie Szlaku wspierali touroperatora, potrzebne są zobowiązujące deklaracje ze strony członków Szlaku w zakresie tworzenia wspólnej oferty (np. rezerwacja czasu, nawet jeśli w rezultacie nie dojdzie do sprzedaży oferty). Pojawienie się touroperatora przyjazdowego jest najlepszą drogą do zbudowania profesjonalnych i przejrzystych ofert.

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

Warto rozważyć środki na wspólne działania promocyjne touroperatora i samorządu. Tego typu działania praktykowane są na poziomie narodowym i mogą być także podjęte na poziomie Miasta i Gminy. Promocja oferty turystycznej szlaku jest także promocją gminy, wpływy z turystyki zasilają budżet samorządowy poprzez podatki.

Podczas warsztatu w Bończy w dniu 15 listopada 2018 roku jeden z członków szlaku poinformował o zarejestrowaniu swojej firmy jako organizatora turystyki (touroperator) zobowiązał się do współpracy z członkami szlaku w zakresie budowania ofert pakietowych i ich sprzedaży. Złożył także deklarację o chęci odprowadzania części zysków ze sprzedaży pakietów na szlaku na rozwój szlaku.

### SKĄD ŚRODKI?

Wskazane jest wsparcie doradcze jak i rozpoznanie możliwości wsparcia finansowego takiego podmiotu.

### DO KIEDY REALIZACJA?

Luty 2019



## 14. Kalendarz imprez

Istotność 4/5

### CO JEST DO ROZWIĘCIA?

Turysta chce zaplanować sobie wyjazdy. W związku z czym musi dużo wcześniej wiedzieć co ma do wyboru. Promocja w ostatniej chwili działa na niekorzyść oferty na Szlaku, bo nie zdąży dotrzeć. Działanie w ostatniej chwili osłabia też wiarygodność Szlaku.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie skuteczności dotarcia do turysty oraz zwiększenie przewidywalności, możliwości organizacyjnych Szlaku.

### CO ROBIMY?

Stworzenie całorocznego kalendarza imprez Szlaku, uwzględniającego:  
sprawdzone dotychczas imprezy promocyjne (lokalne: Bal Jabłkowy, Zimowa, Odmiana, ponadlokalne: Weekend Kwitnący (maj) / Owocujący (wrzesień) na Szlaku Jabłkowym).  
Jarmarki Śniadaniowe, Sylwester Jabłkowy, Ferie na Szlaku. Upowszechnienie informacji o zaplanowanych wydarzeniach

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Czas na organizację i przeprowadzenie spotkań, w ramach których będzie wypracowywany z wyprzedzeniem kalendarz na kolejny rok  
Koszty promocji wydarzeń – zaangażowanie specjalisty ds. promocji szlaku

### DODATKOWE UWAGI?

Na razie nie myślimy tu o kosztach organizacji samych wydarzeń, a jedynie o stworzeniu i promocji kalendarza

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

20.000 rocznie

### SKĄD ŚRODKI?

Składki członków Szlaku, lokalny biznes który chce wspierać rozwój Szlaku

### DO KIEDY REALIZACJA?

Styczeń 2019

## 15. Muzeum Jabłka

Istotność 2/5

### CO JEST DO ROZWIINIĘCIA?

Szlak Jabłkowy potrzebuje miejsca „WOW” które samo w sobie będzie dużą atrakcją i przyciągnie odbiorców oferty szlakowej. Takie miejsce może być zaprojektowane według założeń interaktywnego muzealnictwa i prezentować kompleksowe informacje nt. jabłka w historii człowieka, kulturze jak również jego różnorodnych właściwości fizyko-chemicznych, biologicznych i spożywczych.

### PO CO TO ROBIMY?

Przyciągnięcie dużego strumienia turysty (również indywidualnego) poprzez „gwiazdę” - obiekt pożądany, nowoczesny, dostępny, ściśle związany z ideą

### CO ROBIMY?

Stworzenie nowoczesnego i interaktywnego Muzeum Jabłka. Pierwszym krokiem jest określenie koncepcji funkcjonowania, wstępnej wizji na miejsce. Opracowanie wstępnego kosztorysu oraz planu działania. Ponieważ projekt jest niezwykle złożony nie ma możliwości realizacji go w krótkim czasie. Konieczne jest przygotowanie planów i strategii działania omawiającej jego ofertę, lokalizację, kubaturę, pomysły na ekspozycje, markę, środki finansowe potrzebne na budowę oraz na późniejsze utrzymanie. Słowem odpowiedzi dokładnie co to ma być i czy to się nam w ogóle opłaca.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Projekt i stworzenie Muzeum

### DODATKOWE UWAGI?

W ramach szlaku wskazane jest stworzenie interaktywnego i multisensorycznego muzeum jabłka, prezentującego zarówno historię miejsca jak i aspekty smakowe owocu. Inspiracją w tym zakresie może być muzeum mleka w Grajewie

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

10.000.000,00

### SKĄD ŚRODKI?

Finansowanie zewnętrzne RPO, środki sadowników w tym stowarzyszenie Jabłko Grójeckie.

### DO KIEDY REALIZACJA?

2021 ???

## 16. Oznakowanie Szlaku

Istotność 2/5

### CO JEST DO ROZWIĄNIĘCIA?

Szlak Jabłkowy nie ma jeszcze rangi atrakcji turystycznej i wymaga oznaczenia, które kojarzą się z profesjonalnymi atrakcjami. Dużo zrobiono już w ramach oznaczenia Szlaku. Jednocześnie potrzebne są kolejne działania, które przyczynią się do łatwiejszego rozpoznania zarówno całego szlaku jak i jego pojedynczych atrakcji.

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie rangi, rozpoznawalności Szlaku i przystępności dla turysty poprzez jasną informację

### CO ROBIMY?

Oznakowanie atrakcji na szlaku znakami E – 22 opisanymi w kodeksie Ruchu Drogowego.  
Oznakowanie drogowe znakami E-22B dojazdu do atrakcji oraz przebiegu szlaku. Konieczność sprawdzenia możliwości wykonania oznakowania na dodatkowych tablicach na istniejących nośnikach tj. słupach od znaków.

### JAKIE ŚRODKI SĄ POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Oznakowanie znakami E-22

### DODATKOWE UWAGI?

Skomplikowany proces oznaczania – warto zasięgnąć informacji np. w Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

80 000.00 zł –oznakowanie szlaku znakami drogowymi E22B

### SKĄD ŚRODKI?

Samorząd Województwa Mazowieckiego

### DO KIEDY REALIZACJA?

2021

## 17. Promocja w Internecie

Istotność 5/5

### CO JEST DO ROZWIĄNIĘCIA?

Na Szlak chcemy żeby docierał odbiorca, który działa zgodnie z trendami – czyli jest raczej na bieżąco tj. m.in. korzysta z Internetu, Facebooka, Instagrama. Profil na Facebooku jest, ale nie jest systemowo administrowany. Instagrama nie ma. Nie ma wyróżnionych osób, które zajmą się tym.

### PO CO TO ROBIMY?

Rozwój promocji Szlaku poprzez media społecznościowe.

### CO ROBIMY?

- uruchomienie Instagrama,
- zamieszczanie regularnie ciekawych i charakterystycznych dla Szlaku informacji na profilu Szlaku
  - Jest to jedno z najpilniejszych zadań na szlaku, koniecznym jest jego realizacja od zaraz.
  - W tym celu warto przeznaczyć nawet niewielkie środki, które pojawią się ze składek szlakowiczów na realizację tej funkcji. Możliwość zorganizowania konkursu / ufundowania stypendium dla młodej osoby np. studenta który chciałby prowadzić profile szlaku w mediach społecznościowych.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Zaangażowanie sp. ds. promocji Szlaku Jabłkowego

### DODATKOWE UWAGI?

Potrzebna jest zaangażowana osoba, do prowadzenia systematycznej promocji (z uwzględnieniem zaplanowanych działań i własnej inicjatywy)

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

Wynagrodzenie firmy prowadzącej profile w mediach społecznościowych to około 1 tys. pln miesięcznie. Osoba prywatna może podjąć się realizacji tych działań w kwocie 400 pln / miesiąc.s

### SKĄD ŚRODKI?

Składki szlakowiczów

### DO KIEDY REALIZACJA?

2019

## 18. Promocja na imprezach

Istotność 3/5

### CO JEST DO ROZWIŃCENIA?

Obecnie nie wykorzystywany jest wystarczająco potencjał jakim jest kontakt z osobami, które biorą udział w imprezach turystycznych

### PO CO TO ROBIMY?

Zwiększenie częstotliwości udziału Szlaku Jabłkowego w imprezach turystycznych np. targi i związanych z lokalnymi imprezami jabłkowymi. Sprzedaż i promocja produktów lokalnych oraz imprez turystycznych organizowanych na szlaku.

### CO ROBIMY?

Udział i prezentacja Członków Szlaku w takich imprezach jak:

- Turniej rycerski w Czersku
- Dni Konstancina
- Święto Kwitnącej Jabłoni (Grójec)
- Święto Warki
- Święto Góry Kalwarii
  - Targi turystyczne TT Warsaw w Warszawie
  - Targi Turystyczne w Nadarzynie
  - Imprezy o charakterze targów kulinarnych w Warszawie np. Targ w Forttocy u Kręglickich
  - Zaproszenie agencji marketingowej do prezentacji nowoczesnych i ciekawych rozwiązań reklamowych z wykorzystaniem motywu przewodniego Szlaku
  - Udział w workshopach dla touropertorów organizowanych między innymi przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną.

### JAKIE ŚRODKI SA POTRZEBNE DO REALIZACJI?

Zaangażowanie Członków Szlaku poprzez prezentację stoiska Jabłkowej Warki na imprezach Nowoczesny i ładny namiot Szlaku Jabłkowego.

### DODATKOWE UWAGI?

### ILE TO BĘDZIE KOSZTOWAĆ?

10.000 rocznie

### SKĄD ŚRODKI?

???

### DO KIEDY REALIZACJA?

Cyklicznie 2019

Istotność podjęcia działań Szlaku Jabłkowego w skali 1-5

Obszar	Istotność podjęcia
Współpraca z Jabłkiem Grójeckim	4
Jabłkowa strategia samorządu lokalnego	4
Standardy działań Członków Szlaku	5
Jabłko w przestrzeni publicznej	3
Współpraca z partnerami turystycznymi	2
Członkowie Szlaku ekspertami od jabłek	5
Sprzedaż jabłkowych produktów lokalnych	4
Rozwój „Jabłko na Widelcu”	4
Wewnętrzna współpraca Członków – Składki	4
Rozwój Członków Szlaku – czerpanie inspiracji	2
Tożsamość jabłkowa i identyfikacja z logo szlaku	5
Przyłączenie nowych członków i rozszerzenie Szlaku	4
Touroperator – sprzedaż spakietowanych ofert szlaku	4
Kalendarz imprez	4
Muzeum Jabłka	2
Oznakowanie Szlaku	2
Promocja w Internecie	5
Promocja na imprezach	3