



W Warszawie, w Reducie Banku Polskiego, po raz pierwszy w historii, w poniedziałek, 16 września 2019 r., przyznano prestiżowe tytuły „Polska Marka Turystyczna” i ogłoszono nominacje kolejnych aspirantów do tego tytułu, wśród których znalazły się Mazury Zachodnie. To wyróżnienie dla najlepiej zarządzanych regionów turystycznych. Do pierwszej edycji tego projektu aplikowało aż 117 podmiotów, spośród których ten zaszczytny tytuł przypadł zaledwie 5 laureatom i 6 kandydatom. Ceremonii dokonał minister sportu i turystyki - Witold Bańka oraz Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej Robert Andrzejczyk.

Poza Mazurami Zachodnimi miano kandydatów do tytułu "Polskiej Marki Turystycznej" otrzymały również: Jura Krakowsko-Częstochowska, Puszcza Białowieska, Szlak Wokół Tatr, Miasto Zamość oraz Ziemia Świętego Krzyża.

Tytuł "Polska Marka Turystyczna" przyznano w tym roku pięciu podmiotom: Marce Beskidy, Krainie Lessowych Wozów, Miastu Lublin, Łaskowski Cieszyńskiemu oraz Miastu Toruń.

O tytuł aplikowały dwa podmioty z Regionu Warmii i Mazur: „Czy nas Kanał Elbiński” Lokalna Grupa Działania i ZLOT. Przed rozstrzygnięciem tegorocznej edycji konkursu, w ramach realizacji projektu „Polskie Marki Turystyczne”, 26 sierpnia w Ostródzie odbyły się warsztaty mające na celu ustalenie struktury i sposobu zarządzania terytorialnymi markami turystycznymi na obszarze Mazur Zachodnich oraz Krainy Kanału Elbińskiego. W spotkaniu wzięli udział zarządcy marek uczestniczących w projekcie, przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz przedstawiciele podmiotów turystycznych z obszaru marek. Warsztatom towarzyszyła wizyta studyjna.

Jak wskazał szef resortu na uroczystej gali wręczenia tytułów, "w 2018 roku Polacy odbyli o 19 proc. podróży więcej niż w 2015 roku, a liczba turystów z zagranicy wzrosła o 17 proc". Celem projektu "Polskie Marki Turystyczne" jest właśnie podtrzymanie tego wzrostowego trendu poprzez wzmacnianie współpracy w zakresie turystyki na poziomie lokalnym. Ciała akcja to odpowiedź na szybko zmieniające się zwyczaje turystów i trendy w branży. Ma ona wspierać rozwój tzw. regionów turystycznych oraz lokalnych marek, które będą zachęcały ludzi do odwiedzania danych miejsc i pozostawiania w nich jak najdłużej. Ministerstwo Sportu chce, by znak "Polska Marka Turystyczna" był swego rodzaju certyfikatem jakości i atrakcyjności danego miejsca.

- To miejsca często nieodkryte, (...) nieznanne wśród zagranicznych turystów, wymagające zdecydowanej promocji, bo to są wyjątkowe, piękne miejsca (...) Dzisiaj chcemy te miejsca

pokazywa? i promowa?, (...) dlatego wsparcie jakie otrzymaj? ma przyczyni? si? do wzrostu ich rozpoznawalno?ci - podkre?li? minister sportu i turystyki - Witold Ba?ka.

Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej Robert Andrzejczyk powiedzia?, ?e nagrodzone miejsca maj? potencja?, by sta? si? markami turystycznymi rozpoznawalnymi w ca?ej Europie. Doda? tak?e, ?e uznana marka turystyczna to gwarancja atrakcyjno?ci danego miejsca pod wieloma wzgl?dami.

Mazury Zachodnie to destynacja turystyczna zarz?dzana przez Zachodniomazursk? Lokaln? Organizacj? Turystyczn? z siedzib? w Ostródzie, pretenduj?ca do roli markowego obszaru z bardzo bogatym potencja?em naturalnych i kulturowych atrakcji turystycznych oraz ró?norodn? i kwalifikowan? infrastruktur? i baz? us?ug turystycznych. Aspiracje do marki o tej nazwie rozpocz??y si? przed dwudziestu laty w kr?gach samorz?dowo-biznesowych sektora turystycznego. Liderem kierunkowych dzia?a? w tej dziedzinie by?a komórka organizacyjna zajmuj?ca si? promocj? w nowo utworzonym Starostwie Powiatowym w Ostródzie. Ju? rok po uruchomieniu nowej administracji powiatowej, w 2000 r., zinwentaryzowano zasoby turystyczne obszaru i wydano pierwszy folder turystyczny w trzech wersjach j?zykowych w?a?nie pn. „Mazury Zachodnie”. Publikacja ta zadebiutowa?a po raz pierwszy na najwi?kszych targach turystycznych ITB Berlin. Wtedy te?, po raz pierwszy, Powiat Ostródzki zorganizowa? na tych targach wspólne stoisko „Westmasuren” przy wspó?pracy z departamentem turystyki Urz?du Marsza?kowskiego w Olsztynie oraz z udzia?em w?adz samorz?dowych gmin z tego obszaru. W kolejnych latach dzia?ania te kontynuowano dopraszaj?c do wspó?pracy w?adze administracyjne Powiatu I?awskiego i Miasta I?awy. Efektem tej integracji by?y kolejne edycje publikacji pn. „Mazury Zachodnie – Oferta Turystyczna Pojezierza I?awsko-Ostródzkiego” i wspólne prezentacje wizerunkowo-biznesowe na berli?skich targach.

W 2004 r., po wej?ciu w ?ycie Ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej, zaistnia?y mo?liwo?ci prawne sformalizowania dzia?a? integracyjno-promocyjnych sektora publicznego i przedsi?biorców bran?y turystycznej oraz tworzenia oddolnych struktur wspólnego finansowania i zarz?dzania lokalnymi i regionalnymi destynacjami turystycznymi. Samorz?d powiatowy, przy wspó?pracy z samorz?dem Miasta Ostródy, Gmin - Ostróda i Mi?om?yn podj??y inicjatyw?, wspólnego z przedsi?biorcami sektora turystycznego, powo?ania lokalnej organizacji turystycznej jako podmiotu zarz?dzaj?cego i finansuj?cego dzia?ania promocyjne i prorozwojowe bran?y. Starania te uwie?czono sukcesem w styczniu 2006 r. powo?aniem do ?ycia Stowarzyszenia pod nazw? „Zachodniomazurska Lokalna Organizacja Turystyczna” (ZLOT) w Ostródzie. Nowopowsta?a organizacja skupia?a na starcie 4 samorz?dy i 17 przedsi?biorców sektora turystycznego.

Dzi?, Stowarzyszenie skupia ponad 50 cz?onków z terenu 5 powiatów (ostródzkiego, i?awskiego, nowomiejskiego, elbl?skiego i olszty?skiego), w tym 4 podmioty sektora publicznego (Powiat Ostródzki, miasta – Ostróda i I?awa oraz gmina Ostróda).

Otrzymanie przez Mazury Zachodnie tytu?u „Kandydata” do certyfikatu „Polska Marka Turystyczna”, jest z jednej strony - uwie?czeniem wieloletnich wysi?ków ró?nych aktorów kreacji subregionu, a z drugiej - nobilitacj? tego obszaru i stworzeniem szansy do zbudowania

profesjonalnej marki, mogącej z powodzeniem konkurować z innymi znanymi już destynacjami na polskim i zagranicznym rynku turystycznym.

Certyfikat Kandydata do tytułu „Polska Marka Turystyczna” odebrali: Dyrektorka Biura ZLOT – Marlena Rogowska i Członek Zarządu ZLOT – Henryk Kropidowski.

Info.: H. Kropidowski

Foto: M. Rogowska i H. Kropidowski

