2021

Koncepcja jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów turystycznych na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

Rozpoznawalna marka – brand LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” promująca zasoby rybackie subregionu

Mariola Grzybowska-Brzezińska

Zbigniew Brodziński

Magdalena Wojarska

RYBACTWO I MORZE

LGD 9

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka WIELKIE JEZIORA MAZURSKIE

Unia Europejska Europejski Fundusz Morski i Rybacki

Spis treści

Wprowadzenie.....3

1. Walory turystyczne gmin Lokalnej Grupy Rybackiej „Wielkie Jeziora Mazurskie” 9

2. Wybrane działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie” w zakresie promocji i upowszechniania dziedzictwa kulturowego rybołówstwa i akwakultury 19

2.1. Mazurski Szlak Rybacki.....19

2.2. Questingowy Projekt Współpracy.....22

2.3. Dofinansowanie projektów wspierających zasoby i dziedzictwo rybołówstwa i akwakultury 23

3. Oferta turystyczna obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” w opiniach przyjezdnych i partnerów Stowarzyszenia 25

3.1. Opinie turystów na temat oferty turystycznej obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” 25

3.2. Spostrzeżenia przedstawicieli samorządów Lokalnej Grupy Rybackiej „Wielkie Jeziora Mazurskie” na temat oferty turystycznej.....36

4. Założenia koncepcji jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów turystycznych na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” 38

4.1. Zasady tworzenia i oznakowania szlaku turystycznego 38

4.2. Tezy do koncepcji jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów turystycznych na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” 46

4.3. Koncepcja znakowania miejsc umieszczonych na mapie szlaku 58

5. Propozycje działań zwiększających rozpoznawalność marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” ..74

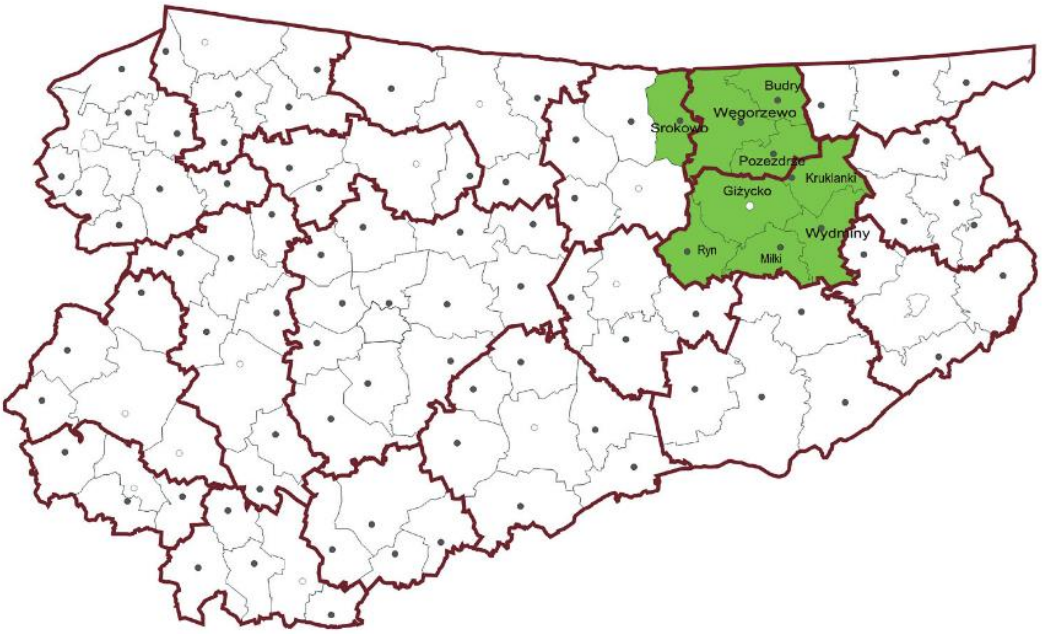
6. Podsumowanie.....84

Spis załączników 86

Wprowadzenie

Koncepcja jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów turystycznych obszaru działania LGR wraz z propozycją ścieżki budowania rozpoznawalnej marki – brandu Stowarzyszenia Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie”[1], promującej zasoby subregionu w odniesieniu do sektora rybackiego została opracowana na zlecenie Związku Stowarzyszeń LGD9 w ramach projektu pn. „Stworzenie i wdrożenie systemu znakowania obiektów i tras turystycznych na obszarze LGD” dofinansowanego ze środków Programu Operacyjnego Rybactwo i Morze na lata 2014-2020 oraz członkowskich samorządów.

Koncepcja uwzględnia promocję i upowszechnianie dziedzictwa kulturowego rybołówstwa i akwakultury na obszarze wdrażania LSR. Obejmuje teren 9 gmin zlokalizowanych w obrębie 3 powiatów: giżyckiego (gminy wiejskie Giżycko, Kruklanki, Miłki i Wydminy oraz gmina miejsko-wiejska Ryn), kętrzyńskiego (gmina wiejska Srokowo) i węgorzewskiego (gminy wiejskie Budry i Pozezdrze oraz gmina miejsko-wiejska Węgorzewo) (rys.). Jest to przestrzeń o wybitnych walorach turystycznych, na którą składają się różnorodność krajobrazowa, walory kulturowe i unikatowe walory specjalistyczne dotyczące gospodarki rybackiej. Obszar ten (jako Mazurski Szlak Rybacki) leży na trasie Północnego Szlaku Rybackiego.



Rys. 1. Obszar działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”
Źródło: https://wmodr.pl/files/Yg8aQ9IELKZUZPDU5OugoFY5E6SWBX0xipGkVTGh.pdf (22.11.2021 r.).

[1] Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie” zostało zarejestrowane w Sądzie Rejonowym w Olsztynie 2.12.2009 r., pod numerem KRS 0000342523. Jest ono dobrowolnym, samorządnym, trwałym zrzeszeniem, o charakterze niezarobkowym, mającym na celu zrównoważony rozwój obszarów zależnych od rybactwa.

Ze względu na specyfikę Lokalnej Grupy Działania „Wielkie Jeziora Mazurskie" Koncepcja koncentruje się przede wszystkim na walorach turystycznych związanych z sektorem rybackim i uwzględnia obiekty leżące na Mazurskim Szlaku Rybackim (m.in. łowiska wędkarskie, muzea rybackie, restauracje i punkty gastronomiczne serwujące dania z lokalnych ryb). Dodatkowo, dla uzyskania efektu synergii, bierze pod uwagę kluczowe obiekty i szlaki turystyczne, które wzbogacają ofertę i zwiększają atrakcyjność analizowanego obszaru (m.in. miejsca rekreacji nad jeziorem, mariny i porty, obiekty przyrodnicze, obiekty historyczne, zabytki techniki).

Walory turystyczne to obiekty przyrodnicze i wytwory działalności człowieka, które ludzie chcą poznać i zwiedzić. Mogą mieć one charakter wypoczynkowy, krajoznawczy lub specjalistyczny. W przypadku tworzenia rozpoznawalnej marki i brandu ważne jest poznanie indywidualnych wyobrażeń i odczuć klientów/turystów dotyczących infrastruktury turystycznej, oferowanych usług turystycznych, produktów (w tym szczególnie ryb), czy podmiotów świadczących usługi związane z tą branżą[2].

Suma walorów turystycznych, sposobu ich zagospodarowania, dostępności komunikacyjnej, a także postawy mieszkańców wobec turystów decydują o **atrakcyjności turystycznej** danego obszaru. Tak zdefiniowana atrakcyjność turystyczna może być rozumiana jako siła z jaką określone miejsce, obiekt lub zjawisko przyciąga odwiedzających lub jako stopień nasycenia wydzielonych układów przestrzennych czynnikami zgrupowanymi w cztery skupiska zmiennych charakteryzujących. Są to[3]:

- liczba i jakość walorów przyrodniczych, będących pierwotną siłą warunkującą powstanie i rozwój turystyki na danym obszarze;
- stopień zagospodarowania turystycznego, oferta rekreacyjno-wypoczynkowa, w tym kulinarna;
- dostępność komunikacyjna do regionu oraz zapewnienie turyście odpowiedniej mobilności w regionie;
- poziom zanieczyszczenia środowiska przyrodniczego.

Rozpoznanie poziomu atrakcyjności destynacji turystycznej odgrywa istotną rolę w:

- planowaniu prawidłowego wykorzystania jej zasobów przyrodniczych i społecznych zgodnie ze zrównoważonym rozwojem;
- wskazaniu stopnia konkurencyjności względem innych obszarów uznanych za turystyczne;

[2] Rozwinięcie teorii dotyczącej zachowań nabywczych wśród turystów, istoty marketingu miejsc i tożsamości marki znajduje się w **Załączniku 1**.
[3] Jedlińska M., Szubert-Zarzeczny U., Gospodarka turystyczna, Wyd. AE, Wrocław 1994, s. 79.

- stwarzaniu podstaw do określenia działań podnoszących konkurencyjność regionów i podmiotów gospodarki turystycznej zlokalizowanych na jej obszarze;
- kreowaniu przyszłego popytu turystycznego;
- tworzeniu podstaw informacyjnych ułatwiających precyzyjne podejmowanie decyzji inwestycyjnych w turystyce i minimalizacji ryzyka;
- wyodrębnieniu nowych dotąd niewykorzystywanych turystycznie regionów;
- identyfikacji i rozwoju określonych form turystyki na danym terenie;
- aktywizacji rozwoju turystyki obszaru turystycznego m.in. poprzez wzrost zainteresowania kapitału inwestycjami w turystyce.

Częścią systemu komunikacji ułatwiającą rozpowszechnianie informacji o miejscu jest **marka**. Stanowi ona także element oddziaływania na nabywcę (nakłaniający do odwiedzin, powrotów) i środek konkurowania na rynku (przekaz szeregu zakodowanych informacji w postaci nazwy, hasła, symbolu)[4]. Władze jednostek terytorialnych, podejmując się opracowania i wdrożenia strategii wizerunku marki miejsca, powinny określić[5]:

1. obszar terytorialny – czy dane miejsce ma być znane i kojarzone jako marka lokalna, regionalna, krajowa czy może światowa;
2. grupy docelowe;
3. strukturę wizerunku marki – czy miejsce ma być kreowane jako całość, czy też powinny być eksponowanie charakterystyczne submarki jako integralne części miejsca;
4. głębokość zmian wizerunku – czy działania i zakres zmian ma mieć charakter liftingu, ewolucji czy może rewolucji.

W ramach budowania marki regionów turystycznych ważne jest zrozumienie tego, w jaki sposób informacja, którą turysta kojarzy z danym obszarem turystycznym wpływa na stosunek do oferowanych usług turystycznych oraz na wybór miejsca do wypoczynku czy spędzania czasu wolnego. Ta informacja i sposób jej przekazania tworzy **system identyfikacji wizualnej**. W odniesieniu do przedsiębiorstwa system identyfikacji wizualnej określa się zazwyczaj jako zespół różnorodnych elementów graficznych, pozwalający odbiorcom na rozpoznanie firmy i odróżnienie jej od konkurencji. Dla przedsiębiorstw stanowi on swoisty kod optyczny i estetyczny. Kod ten daje firmie możliwość przekazania sygnałów, na których jej najbardziej zależy, czyli takich, które budują i utrwalają jej dobry wizerunek w otoczeniu. W odniesieniu do atrakcyjnych miejsc pojęcie to ma nieco bardziej złożony charakter, ponieważ obok oficjalnego systemu identyfikacji wizualnej, zaproponowanego np. przez

[4] Witek-Hajduk M.K, Zarządzanie marką, Difin, Warszawa 2001, s. 21–22.
[5] Szczęsny S., Marketing miasta i miejsca, „Marketing w Praktyce" 2006, nr 5, s. 9–10.

władze regionu, organizacje regionalne, gminne czy miejscowości turystyczne, funkcjonują także systemy standaryzowane stosowane przez poszczególne organizacje turystyczne.

Elementem turystycznego systemu identyfikacji wizualnej informującej o atrakcyjnych miejscach powinien być także system identyfikacji obejmujący kompleksowe oznakowanie dojścia i dojazdu do najważniejszych atrakcji turystycznych ich opis. System ten powinien charakteryzować się jednolitą kolorystyką, spójną z systemem identyfikacji wizualnej. Każdy drogowskaz i tablica informacyjna powinny zawierać logo promocyjne organizacji (w tym przypadku: LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie").

Na współczesny system informacji i skutecznej komunikacji z wykorzystaniem jednolitych systemów składają się m.in.:

- punkty (biura) informacji turystycznej lub organizacji takich jak LGR[6];
- multimedialne kioski informacyjne (infomaty) oraz tablice z wymiennymi informacjami;
- jednolity system oznakowania atrakcji turystycznych;
- jednolite wydawnictwa informacyjne i promocyjne;
- serwisy informacyjne zamieszczane w prasie, radiu i telewizji;
- internetowe serwisy informacji turystycznej.

Ogromny wpływ na kształtowanie wizerunku regionu poprzez wykorzystanie marki/brandu ma odpowiednio zorganizowany **system promocji mix**, który można zdefiniować jako ogół działań mających na celu pozyskanie klientów oraz wzrost sprzedaży oferty LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie", w której dominujące znaczenie mają następujące grupy instrumentów:

a) reklama służąca do komunikowania się z szeroką publicznością, będąca odpłatną formą prezentowania konkretnej oferty, np. foldery turystyczne, billboardy, kampanie reklamowe gmin;
b) promocja uzupełniająca (dodatkowa), która obejmuje środki zwiększające stopień atrakcyjności produktu, czy firmy dla nabywców i podwyższające ich skłonność do zakupu czy współpracy, np. karta turystyczna LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie";
c) sprzedaż osobista, czyli bezpośredni kontakt interpersonalny sprzedawców z nabywcami, np. udzielanie informacji turystycznej przez pracowników Biura LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" lub sprzedaż rejsów housboatem[7];

[6] Lokalna grupa rybacka (LGR) – jest specjalnym podmiotem, który opracowuje i realizuje lokalną strategię rozwoju obszarów rybackich. LGR posiada osobowość prawną i działa na podstawie ustawy o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Rybackiego. LGR wybierane są przez ministra właściwego ds. rybołówstwa w drodze zaproszenia do składania wniosków spośród stowarzyszeń, działających na podstawie w/w ustawy.
[7] Więcej informacji na ten temat pod linkiem http://www.mazurylgr.pl/przeplyn-z-nami-quest-wodny/.

d) public relations, czyli działania zmierzające do pozyskania zrozumienia i zaufania opinii publicznej oraz stworzenia atrakcyjnego wizerunku LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”, np. organizowanie stałych imprez takich jak „Mazurskie spotkania z wodą, rybą i tradycją”.

Będąca przedmiotem niniejszego opracowania marka jest pojmowana nie tylko w odniesieniu do tego, co o sobie mówią mieszkańcy bardzo atrakcyjnego turystycznie obszaru, ale także to, co sądzą o subregionie, jego walorach, mieszkańcach, infrastrukturze, zasobach itp. przyjezdni. Ważne jest uzyskanie odpowiedzi na pytania o to jakie mają oni odczucia w związku z pobytem w danym miejscu, co sprawia, że chcą do niego wracać, co postrzegają jako główny walor miejsca?

Proponowany w niniejszej Koncepcji branding marki ma stać się narzędziem, które pomoże oddziaływać na ww. czynniki w takim stopniu i zakresie, aby w procesie jej budowania stworzyć odpowiedni wizerunek obszaru działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”.

Oczekiwania turystów są w znaczącej mierze kształtowane przez **obietnicę marki**, czyli wszystko to, co otrzymają oni w kontakcie z oferowanym produktem turystycznym (w tym usługami, oznaczeniem miejsc, dostępnością do lokalnych produktów, np. ryb, dostępem i gamą atrakcji itp.). Nie muszą to być wyłącznie obiekty widoczne w terenie, których można bezpośrednio doświadczyć podstawowymi zmysłami, jak np. wzrok. Ważną częścią obietnicy marki są odczucia i doświadczenia, których doznaje odbiorca/turysta w kontakcie z samą marką. Jeśli oczekiwania okażą się niespełnione, to odbiorcy oferty/turyści poczują się rozczarowani i mogą nie traktować marki jako znaku wysokiej jakości. To zagrożenie dotyczące spadku pozytywnych doświadczeń, w związku z pobytem na szeroko rozumianym obszarze jakim są Mazury, stanowi pretekst do podjęcia aktywnych działań.

Pozycja działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”, jako obszaru o wysokich walorach turystycznych, powinna być unikalna i jednoznacznie pozytywnie kojarzyć się turystom, a także wyróżnić na tle innych regionów/krain/miejsc posiadających zbliżone walory środowiska.

Głównym celem podjętych działań było wskazanie oferty unikalnego, oryginalnego, atrakcyjnego i przekonywującego powodu do odwiedzin i skorzystania z produktów i usług. Ważnym etapem procesu tworzenia marki, jak i narzędziem realizacji wspólnego celu oraz kierunku dla wszystkich działań brandingowych marki było podjęcie rozwiązań dotyczących pozycjonowania. W tych działaniach konieczny jest kontakt z turystami i ustalenie ich postrzegania i oczekiwań. Poznanie potrzeb turystów związanych z wypoczynkiem, ich opinii oraz spostrzeżeń, daje szansę na włączenie klientów w tworzenie atrakcyjnej oferty. Ważnym

jest zidentyfikowanie **potencjalnej pozycji obszaru**, w czym pomocne jest sformułowanie odpowiedzi na pytania dotyczące:

- oferty obszaru – jakie posiada atrakcje, unikalne warunki, w jakim środowisku;
- wskazania, do jakich odbiorców należy dotrzeć;
- zidentyfikowania jaką wartość i jakie korzyści dla turystów są generowane w regionie;
- odpowiedzi czym szczególnym i w jaki sposób LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" chce się odróżnić jako obszar od innych regionów turystycznych.

W odpowiedziach na te pozornie proste pytania, często ukrywają się najważniejsze elementy strategii marki, podane w formie esencji (tożsamość, pozycjonowanie, wyróżnienie). Jeśli odpowiedzi są przekonywujące z punktu widzenia docelowego odbiorcy, to najczęściej klient ma już dość dobrze skrystalizowaną wizję na swój brand. Trzeba jednak pamiętać, że nie są to pytania, które turyści odwiedzający region zadają sobie na co dzień. W związku z tym, mało przekonywujące odpowiedzi wcale nie muszą oznaczać braku strategii marki. Czasem trzeba głębiej sięgnąć do „głowy klienta" i umiejętnie wydobyć jego wizję, albo wspólnie stworzyć ją od podstaw.

Ścieżka zakupowa turysty, wraz ze składającymi się na nią touchpointami[8], służy nauczeniu konsumenta tego, czym jest nasza marka i jakie benefity przynosi produkt. Najważniejszym elementem w uczeniu się jest powtarzanie. W związku z tym propozycja opracowania jednolitego oznakowania obszaru w formie map i oznaczeń atrakcji turystycznych jest drogowskazem i początkiem tworzenia opowieści o atrakcyjnym skrawku ziemi w Polsce.

Jeżeli turysta przebywający w tym obszarze każdego dnia będzie się stykał z przygotowanym przekazem co najmniej kilkukrotnie, w różnych sytuacjach, to go zapamięta na dłużej. Szczególnie jeżeli z symbolami i atrybutami materialnymi będzie kojarzył pozytywne emocje, wartości, przeżycia, czyli wszystko to co współcześnie jest siłą przetargową miejsc, do których wracają turyści.

Dzięki kreatywności i świetnym pomysłom można dotrzeć do ogromnej rzeszy odbiorców bez ponoszenia na ten cel znacznych nakładów. Jednak podstawowym warunkiem jest **zbiorowy wysiłek wszystkich członków Grupy, obejmujący transparentną komunikację i wspólną pracę na rzecz wizerunku i tożsamości marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie"**.

[8] Najogólniej touchpoint to miejsce bądź sytuacja, w której niedoszły lub obecny konsument styka się z daną marką przed, w trakcie lub po czynności zakupu.

1. Walory turystyczne gmin Lokalnej Grupy Rybackiej „Wielkie Jeziora Mazurskie”[9]

W **ujęciu geograficznym** zasięg działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” obejmuje Krainę Wielkich Jezior Mazurskich (największa część), Pojezierze Ełckie oraz w niewielkim stopniu Pojezierze Mrągowskie i Nizinę Sępopolską. Ukształtowanie terenu cechują unikalne skupiska naturalnych jezior i rzek. W krajobrazie obszaru dominują faliste i pagórkowate powierzchnie wysoczyzn morenowych, często występują też oczka wodne, nieduże jeziorka.

Najbardziej zasobną w **wody powierzchniowe** jest kraina Wielkich Jezior Mazurskich. Całkowita powierzchnia zbiorników wodnych znajdujących się na obszarze LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” wynosi ok. 34,5 tys. ha. Łącznie na tym terenie zlokalizowanych jest 119 jezior, wśród których do największych należy: Dargin, Niegocin, Mamry Północne, Kisajno, Dobskie oraz Tałty. Wskaźnik udziału wód powierzchniowych na obszarze LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” wynosi 13,5%. Wśród analizowanych gmin największą jeziornością charakteryzuje się gmina Giżycko (ok. 25% powierzchni), a najmniejszą – gmina Budry (ok. 2%). Gospodarka rybacka na tym terenie jest prowadzona w 60. obwodach rybackich, a wędkarstwo systematycznie umacnia swoją pozycję jako główny element gospodarki rybackiej. Na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” jest zlokalizowanych kilkanaście profesjonalnie przygotowanych pod potrzeby wędkarskie łowisk, z pełną, niezbędną wędkarzom infrastrukturą[10].

Uzupełnieniem jezior i dodatkowym walorem turystyczno-rekreacyjnym obszaru są liczne **tereny leśne**. W 2020 r. powierzchnia lasów na tym terenie wynosiła 49,2 tys. ha, co stanowiło 6,4% powierzchni lasów w województwie. W porównaniu z 2010 r. wzrosła ona o 1,1 tys. ha, tj. o 2,3% (przy średniej wojewódzkiej wynoszącej 3,4%). Najwyższy przyrost (o 6,2%) nastąpił w gminie Budry, podczas gdy najniższy (o 0,7%) w gminie Kruklanki. Lesistość gmin LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” w 2020 r. wynosiła 25,7% i była niższa niż średnio w województwie o 6 pkt. proc. Największą lesistością charakteryzowała się gmina Kruklanki (54,9%), na terenie której położona jest Puszcza Borecka. W pozostałych gminach wskaźnik lesistości utrzymywał się na poziomie niższym od średniej w województwie i wynosił odpowiednio: w gminie Pozezdrze – 28,4%, Srokowo – 27,5%, Ryn – 24,8%, Wydminy – 22,8%, Budry – 22,4%, Miłki – 17,5%, Węgorzewo – 16,7%, Giżycko – 16,1%.

[9] Opracowano na podstawie: Lokalnej strategii rozwoju opracowanej w standardach rozwoju lokalnego kierowanego przez lokalną społeczność (RLKS) na lata 2016-2023; Koncepcji Północnego Szlaku Rybackiego wraz z utworzeniem Centrów Promocji i Edukacji; danych Banku Danych Lokalnych GUS oraz informacji pozyskanych z Urzędów Gmin.

[10] Szczegółowa wędkarska charakterystyka łowisk na obszarze LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” dostępna jest na stronie internetowej Stowarzyszenia pod linkiem http://www.mazurylgr.pl/wedkarska-charakterystyka-lowisk-na-obszarze-lgr-wielkie-jeziora-mazurskie/.

Duże zróżnicowanie środowiska przyrodniczego przyczyniło się do ustanowienia w obrębie subregionu licznych **obszarów prawnie chronionych**. Według stanu koniec 2020 r. ich powierzchnia ogółem wynosiła tu 130,7 tys. ha, co stanowiło 11,6% powierzchni tego typu obszarów w województwie. W odniesieniu do 2010 r. powierzchnia ta wzrosła o 2,2 tys. ha, tj. o 1,6% (w województwie o 0,2%). Największy przyrost (o 12,7%) miał miejsce w gminie Ryn, podczas gdy największy ubytek (o 15,1%) w gminie Pozezdrze. Udział obszarów prawnie chronionych w powierzchni ogółem obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" wynosił 65,6% (w województwie – 46,7%). Z kolei w poszczególnych gminach udział ten wahał się od 43,5% w gminie Srokowo do 99,1% w gminie Ryn.

W krainie Wielkich Jezior Mazurskich jeziora, rzeki i kanały stanowią swoisty ekosystem. Jest to miejsce występowania wielu gatunków rodzimej fauny i flory. Lasy są miejscem gnieżdżenia się licznych gatunków ptactwa wodno-błotnego. Warto podkreślić, że (znajdujący się na obszarze LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie") Rezerwat Siedmiu Wysp jez. Oświn jest wpisany na listę Międzynarodowej Konwencji RAMSAR oraz Natura 2000, a unikalne formy ochrony przyrody nieożywionej można spotkać na wyspach jez. Mamry, Dobskie i Kisajno. Inne atrakcyjne miejsca, to m.in. rezerwaty: Piłackie Wzgórza, Mazury, Lipowy Jar, Wyspa Lipowa, Spytkowo Torfowisko, Perkuny, Nietleckie Bagno, Staświńskie Łąki, Bajory, czy Kałeckie Błota.

O atrakcyjności turystycznej terenu świadczą też jego **walory kulturowe**. W ujęciu historycznym, obszar działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" jest zwartym terenem kulturowym. We wczesnym średniowieczu był on pograniczem pruskich plemion Galindów, Bartów i Natangów, zaś obecnie to Kraina Wielkich Jezior Mazurskich. Wśród obiektów krajobrazu kulturowego obszaru przeważają budowle sakralne, zespoły pałacowo-parkowe i dworsko-parkowe, zabudowa mieszkalna wsi i miasteczek wraz z zabudową gospodarczą. Specyficznym elementem krajobrazu są pozostałości budownictwa obronnego (zamki, umocnienia) pochodzące z okresu od połowy XVIII w. do czasu II wojny światowej, a także zaliczane do obiektów archeologicznych grodziska strażnicze. Współczesne środowisko kulturowe tworzą liczne lokalne stowarzyszenia, nieformalne grupy nawiązujące do tradycji, a także muzea i zespoły folklorystyczne. Ważną rolę w kultywowaniu dziedzictwa kulturowego obszaru pełni Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie prowadzące szeroką aktywność na rzecz ochrony oraz propagowania twórczości ludowej i rękodzieła.

Diagnoza stanu wyjściowego przeprowadzona w związku z przygotowaniem niniejszego opracowania wykazała, że zbiór **walorów turystycznych** (obejmujących szlaki i obiekty turystyczne) występujących na terenie LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" jest niezwykle bogaty i różnorodny. Gminy członkowskie wykazały łącznie 310 różnego rodzaju atrakcji, w tym 38 obiektów historycznych (12,3% ogółu), 29 obiektów przyrodniczych (9,4%), 34

obiekty sakralne i nekropolie (11,0%), 5 stare młyny wiatraki i kuźnie (1,6%), 13 zabytków techniki (4,2%) oraz 191 obiektów zaliczonych do kategorii rekreacja i wypoczynek (61,6%) (tab.).

Tabela 2. Zbiorcze zestawienie szlaków i obiektów turystycznych na terenie gmin członkowskich LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

Gmina	Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
Budry	2	2	3	10	1	1
Giżycko	3	1	1	71	2	
Kruklanki		3		7		1
Miłki	4	2	3	9		1
Pozezdrze	7	5	19	22		4
Ryn	4	1	1	20	1	1
Srokowo	2	4		3		1
Węgorzewo	2	3	1	14		2
Wydminy	14	8	6	35	1	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji z Urzędów Gmin.

Szczegółowy wykaz walorów turystycznych poszczególnych gmin LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” znajduje się w tabeli poniżej.

Tabela 3. Szczegółowe zestawienie szlaków i obiektów turystycznych na terenie gmin członkowskich LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

Gmina Budry

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Klasycystyczny, XIX-wieczny dwór Contagów w Więckach • Zabytkowa zabudowa wsi Zabrost Wielki, zaprojektowana przez berlińskiego architekta Karla Kujatha	• Kanał Brożajcki • Lasy Skaliskie wraz z Bagnem Minta	• Kościół neogotycki w Olszewie Węgorzewskim • XVIII-wieczny kościół pod wezwaniem Trójcy Przenajświętszej w Budrach • XVIII-wieczny kościół w Dąbrówce	• „Dom Wędkarza” w Sobiechach • „Przy Ścieżce” • „Wypoczynek nad Stawami” w Sobiechach • Gospodarstwo Agroturystyczne „Przyjazna Zagroda” • Gospodarstwo Agroturystyczne „Zielone Wzgórze” • Mazurska ekozagroda „Ciche Wody” • Millton „Gościniec Pod Węgorzem” • Szalki rowerowe wraz z Green Vello • Szlak kajakowy Węgorapą • Wędzenie Ryb, Handel i Przetwórstwo Rybne - Wojciech Wojciul	• Młyn w Budrach	• Tama i elektrownia wodna na Węgorapie w Ołowniku

Gmina Węgorzewo

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Mamerki • Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie/Park Etnograficzny nad Węgorapą	• Kanał Młyński • Park miejski im. J. A. Helwinga • Rzeka Sapina	• Punkt widokowy nad Jeziorem Święcajty i Cmentarz z czasów I Wojny Światowej	• Agroturystyka „Oczko” w Ogonkach • Centrum Animiacji Społecznej w Ogonkach • Ekomarina • Gościniec u Kalicha • Góra Wiatrów • Hotel Ognisty Ptak • Linostatek w Trygorcie • Most Sztynorcki • Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie • Ośrodek Wypoczynkowy „Piękny Brzeg” • Plaża Miejska Mamry • Port Rybaczówka w Kalu • Restauracja „U Córki Rybaka” w Sztynorcie • Róża Wiatrów		• Kanał Mazurski • Śluza w Gui

Gmina Giżycko

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek		Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Szlak Fortyfikacji Mazurskich Bunkier 1 Kamionki • Szlak Fortyfikacji Mazurskich Bunkier 2 Kamionki • Szlak Fortyfikacji Mazurskich Bunkier 3 Kamionki	• Las miejski w Gajewie	Cmentarz ewangelicki w Wilkasach	• Gminne miejsce rekreacji w Bogacku • Alpaki w Kożuchach Wielkich • AZS COSA Wilkasy • Bar Baxter • Bar gastronomiczny – Kuchnia Regionalna • Bar gastronomiczny w Bystrym • Bar gastronomiczny w Wilkasach • Bar Letni „Panorama" i Restauracja w Resort Niegocin • Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa w Wilkasach • Chata rybaka w Bogacku • Chata rybaka w Gutach • Gminne miejsce rekreacji w Bogaczewie • Gminne miejsce rekreacji w Bystrym • Gminne miejsce rekreacji w Pierkunowie • Gminne miejsce rekreacji w Wilkasach • Gminne miejsce rekreacji we Wronach • Gospodarstwo Rybackie Sp. z o.o. w Giżycku • Grill Bar • Hotel Tajty • Karczma Stary Młyn • Leśna Keja • Łowisko Kruklin • Łowisko MARIO • Marina Bełbot czarter jachtów • Mazurskie Siedlisko Kruklin • Miejsce rekreacji Wilkasy-Zalesie • Mini ZOO w Kąpie • Muzeum Indian	• Ośrodek dydaktyczno-sportowy AWF w Warszawie (przystań) • Park Wodny Wilkasy • Pijalnia piwa w Antonowie • Pole Campingowe (Elixir Hotelik Caravaning) • Pole Campingowe „Camping Bystry" • Pole Campingowe SUN BILA • Port AZS Wilkasy • Port Bogaczewo – Przystań na Dłużej • Port Netta • Port PTTK Wilkasy • Port Resortu Niegocin • Promenada i amfiteatr w Wilkasach • Przyczepa gastronomiczna Pole Campingowe SUN BILA • Przystań (Łabędzi Ostrów), • Przystań Camp Szekla • Przystań Mazurwind • Przystań Rajcocha, Zatoka Rajcocha • Przystań Żeglarska „Plaża" • Punkt gastronomiczny Kąt Rajcocha • Punkt gastronomiczny w porcie Netta • Punkt gastronomiczny w Wilkasach • Restauracja Dom Perkun • Restauracja Dzika Kaczka • Restauracja LOLA • Restauracja Łabędzi Ostrów • Restauracja PEPE • Restauracja Port Bogaczewo • Restauracja w Dziewiszewie • Restauracja w Elixir Hotelik Caravaning	• Kuźnia w Dobie • Młyn w Sterławkach Małych	

Gmina Giżycko (c.d.)

Rekreacja i wypoczynek (c.d.)					
• Rybaczówka w Bogaczewie • Sailor Czarter Jachtów (port) • Skatepark w Bystrym	• Stanica Wodna STRANDA • Szlak Kulinarny Gminy Giżycko	• Ścieżki rowerowe po nasypach kolejowych • Tawerna „Wachta”	• Tawerna DEZETA • Tawerna MAJKA • Tawerna Rozbitek	• Tawerna w Stanicy Wodnej STRANDA • Wioska Surfów	• Yacht Klub Polski Bielsko-Biała, port Kozin • Zimny Kąt

Gmina Kruklanki

Obiekty historyczne	**Obiekty przyrodnicze**	**Obiekty sakralne i nekropolie**	**Rekreacja i wypoczynek**	**Stare młyny, wiatraki i kuźnie**	**Zabytki techniki**
	• Jezioro Gołdopiwo • Puszcza Borecka • Rzeka Sapina		• „Ścieżka spacerowa przyrodniczo-edukacyjna” – Odkryj z nami tajemnice Kruklanek • Plaża Kruklanki • Plaża Sołtmany • Plaża Żywki • Szlaki rowerowe • Ścieżka rowerowa "Szlakiem Mazurskich Legend" • Zagroda Żubrów w Wolisku		• Zwalony most

Gmina Miłki

Obiekty historyczne	**Obiekty przyrodnicze**	**Obiekty sakralne i nekropolie**	**Rekreacja i wypoczynek**	**Stare młyny, wiatraki i kuźnie**	**Zabytki techniki**
• Dwór w Jagodnem Małym • Grodzisko „Święta Góra” w Staświnach • Izba Regionalno-Rybacka w Marcinowej Woli • Szlak fortyfikacji I i II wojny światowej	• Bagna Nietlickie • Łąki Staświńskie	• Cmentarz w Paprotkach z widokiem na Bagna Nietlickie • Kościół Matki Bożej Królowej Polski w Miłkach • Kościół pod wezwaniem św. Andrzeja Boboli w Rydzewie	• „Szlak Galindów” (szlak kajakowy jezior rynnowych) • Gościniec „Rycerski” w Paprotkach • Marina i Gospoda „Pod Czarnym Łabędziem” w Rydzewie • Marina Lester Club w Rydzewie • Marina Rydzewo • Pensjonat Folwark Bielskie w Bielskich • Pensjonat i Restauracja „Złoty Spichlerz” w Rydzewie • Pensjonat TERESA • Zajazd Miłki w Miłkach		• Grobla kolejowa między jeziorami Ublik Wielki i Ublik Mały (Zielone Jezioro)

Gmina Pozezdrze

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Budynek Starej Szkoły w Harszu • Kwatera Himmlera w Pozezdrzu • Kwatera wojenna z I wojny światowej w Pozezdrzu • Pałac we wsi Okowizna • Pomnik upamiętniający mieszkańców parafii Pozezdrze poległych w czasie I wojny światowe • Pomnik zlokalizowany w centrum miejscowości Pieczarki • Pomniki upamiętniające poległych w czasie I wojny światowej	• Diabelski głaz w Jakunówce, • Głaz narzutowy we wsi Piłaki Wielkie • Głazy narzutowe we wsi Gębałka • Rezerwat przyrody Piłackie Wzgórza • Wysoczyzna Krzywińskie	• Cmentarz ewangelicki rodowy we wsi Gębałka • Cmentarz ewangelicki w Okowiźnie • Cmentarz ewangelicki w Przerwankach • Cmentarz ewangelicki we wsi Kuty • Cmentarz ewanglicki Nowy Harsz • Cmentarz rodowy ewangelicki w Przytułach • Cmentarz wojenny Okowizna • Cmentarz wojenny z czasów I wojny światowej w Kolonii Pozezdrze • Cmentarz wojenny z I wojny Światowej w Pieczarkach • Cmentarz wojenny z I wojny światowej w Wyłudach • Cmentarz wojenny z okresu II wojny światowej Jakunówko • Cmentarz z II wojny światowej w Pieczarkach • Dawny cmentarz ewangelicki w Jakunówko • Dawny cmentarz ewangelicki w m. Harsz • Dawny cmentarz ewangelicki w Stręgielku • Dawny cmentarz ewangelicki we wsi Krzywińskie • Dawny cmentarz we wsi Krzywińskie • Kościół ewangelicki, ob. rzymskokatolicki, parafialny p.w. św. Maksymiliana Kolbego w Kutach z XIX w. • Kościół pw. Św. Stanisława Kostki w Pozezdrzu	• „Mazurski Raj" w Kutach • „Rybaczówka u Mamuśki" w Jakunówce • Agroturystyka u Mielnika w Harszu • Ekorozwój-Mazury Stowarzyszenie Gospodarstw Agroturystycznych – Stręgielek Zenona Drożdż • Instytut Rybactwa śródlądowego w Pieczarkach • Izba Rybacka w Pozezdrzu • Plaża Harsz-Okowizna, • Plaża w Harszu • Plaża w Jakunówko nad jeziorem Krzywa Kuta • Plaża w Kutach • Plaża w Pozezdrzu • Plaża w Przytułach • Przystań Camping Sonata • Przystań Piecek • Przystań Zdorkowo • Przystań Zdorkowo nad jeziorem Dargin • Przystań żeglarska Skłodowo • Stara szkoła w Harszu • Szlak kajakowy rzeki Sapiny • Szlak rowerowy nasypem kolejowym • Ścieżki rowerowe i piesze „Szlakiem Mazurskich Legend" • Święty spokój Tomasz Głowicki w miejscowości Jakunówko		• Szlakiem nieczynnych linii kolejowych • Śluza w Przerwankach • Wiadukt w Pozezdrzu • Wiadukt w Wyłudach

Gmina Ryn

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Grodzisko w pobliżu wsi Jeziorko • Liczne zabytkowe kamienice znajdujące się na ulicach Rynu • Ryńskie Zbiory Muzealne – Muzeum im. Albina Nowickiego • Zamek krzyżacki z XIV w.	• Rezerwat przyrody „Ptasia Wyspa”	• Zabytkowe Kościoły w miejscowościach Sterławki Wielkie i Szymonka	• Agroturystyka Dworek u Pelców • Agroturystyka Herrmanns Hof • Agroturystyka Ranczo nad Stawem • Ekomarina • Gościniec Ryński Młyn • Grupa Szatanek Polska „Bocianie Gniazdo” • Karczma u Wallenroda • Kopiec we wsi Orło • Mazurskie Centrum Kongresowo – Wypoczynkowe „Zamek Ryn” Sp. z o.o. • Miła Stajnia • Nabrzeże Jeziora Ryńskiego • Piotr Winiarz – Domki nad stawem (nad. Jez. Ołów) oraz Pensjonat Oliwia • Regionalny Park Edukacji, Kultury i Turystyki • Ryn Marina • Siedlisko Pensjonat Rybical • Swojski Gościniec • Szkolne Schronisko Młodzieżowe „Zofiówka” • Ścieżka spacerowo-rekreacyjna wokół Jeziora Ołów wraz z malowniczą plażą miejską • Tawerna pod Byczkiem • Zajazd Biały Młyn • Zajazd pod Kasztanami	• Wiatrak holenderski	• Wieża widokowa – dawna wieża ciśnień

Gmina Srokowo

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Pałac w Jegławkach • Pałac w Kałkach	• Rezerwat Bajory • Rezerwat Kałecki Błota • Rezerwat Półwysep i Wyspy na Jeziorze Rydzewskim • Rezerwat Siedmiu Wysp		• Gminny Ośrodek Kultury w Srokowie • Kompleks Rekreacyjno-Sportowy nad Jeziorem Rydzówka w Leśniewie • Wieża widokowa na Diablej Górze		• Kanał Mazurski oraz Park Linowy w Leśniewie

Gmina Wydminy

Obiekty historyczne	Obiekty przyrodnicze	Obiekty sakralne i nekropolie	Rekreacja i wypoczynek	Stare młyny, wiatraki i kuźnie	Zabytki techniki
• Berkowo – głaz ofiarny z krzyżackim egzorcyzmem • Dwór w Hejbutach • Folwark i wieś Pamry • Gawliki Małe – dwór w jagodowym lesie • Majątek Rostki • Rzeźba w narożniku budynku wydmińskiego Zespołu Szkół Ogólnokształcących • Siedliska na rubieżach Giżyckiego Rejonu Umocnionego • Skwer Żołnierzy Wyklętych • Szlak edukacyjno-historyczny bitwy pod Gajrowskimi • Tajemnicze kamienne obiekty w Malince • Tajemniczy kamienny znak w Hejbutach • Wężówka • Wieś Malinka • XIX-wieczny dwór Szczepanki	• Biała Giżycka i Jezioro Białe • Górzysty Las, czyli Siemionki • Jagodowe spa nad jeziorami Białym i Czarnym • Jezioro Gawlik • Jezioro Szostak • Lasy Franciszkowskie • Łąki Staświńskie • Mazurski Beskid	• Cmentarz wojenny z I wojny światowej • Cmentarz żołnierzy rosyjskich w Siedliskach • Kościół w Wydminach • Nad Sucholaskami czuwają anioły i św. Paweł • Orłowo • Rodowy cmentarzyk rodziny Romeycke	• „Majątek Kryjany” • Agroturystyka „Złota Wójtówka” • Aleja lipowa z Zelek do Pańskiej Woli • Bar restauracyjny „Kuba” • Cafe Vanilia Lodziarnia • Centrum Wydmin • Dom Wakacyjny „Placówka”, • Droga z Talek do Okrągłego • Gajrowskie – poeta Marian Jeleniewicz • Gospodarstwo rybackie Bielenica Józef • Gospodarstwo rybackie W. Chmielewskiego • Gościniec Wydminy • Gościniec Zelówka • Instruktor jazdy konnej Anna Żukowska • Leśniczówka Franciszkowo • Mazuchówka – mazurski folklor kurpiowski • Mazurski Beskid • Mazurski Eko-Raj • Mazurskie Zoo Safari • Morenowa Stacja Narciarska w Okrągłym • Most garbaty na Jeziorze Wydmińskim • Ośrodek Aktywnej Rekreacji „Folwark Łękuk” • Pasieka Rodzinna Jerzy Pryczka • Pensjonat „Gościniec Szóstak” • Pensjonat „Mazury z psem” • Pensjonat „Rybak” • Plaża u Agaty nad Jeziorem Wydmińskim • Plaża wiejska nad Jeziorem Pamerek • Restauracja Zagłoba • Rybołówstwo w Wydminach • Talki – haręzowe świątki niefrasobliwe • Wioska szczęśliwych Ludzieńków – Radzie • Wydmińska góra Fudżi • Wyprawa kajakowa z Jeziora Wydmińskiego do Starych Juch i Ełku • Wyspa Wydmińska	• Wiatrak Holenderski w Grądzkich	• Stacja Osiecka • Zelki

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji z Urzędów Gmin.

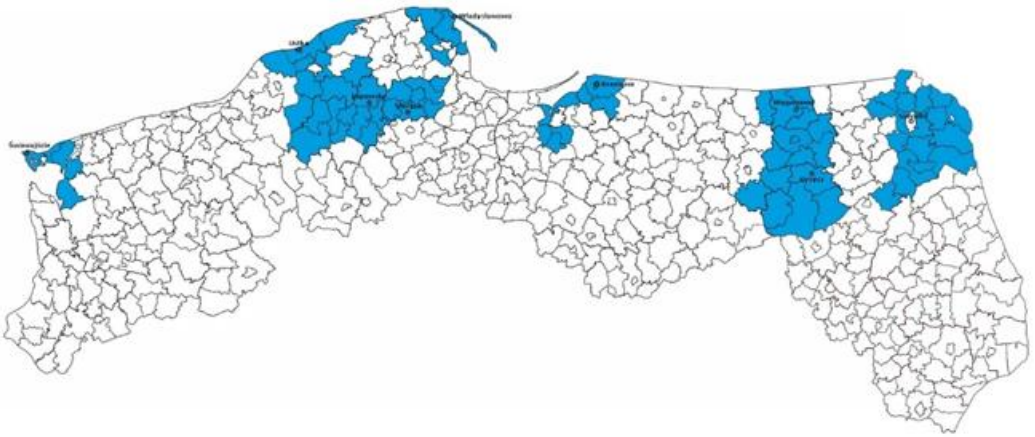
Na potencjał turystyczny obszaru wpływa także jego **zagospodarowanie w bazę noclegową**. W 2020 r. na terenie gmin LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" funkcjonowały łącznie 62 turystyczne obiekty noclegowe, tj. o 5 mniej niż w roku poprzednim, ale o 17 więcej niż dekadę wcześniej. Niemal ¾ z nich zlokalizowane było w trzech gminach, tj. Giżycku (22), Węgorzewie (13) oraz Rynie (10). Obiekty te dysponowały łącznie 4.658 miejscami noclegowymi, z czego niemal połowa (49,4%) skoncentrowana była w gminie Giżycko. Pomimo, że 2020 r. był bardzo trudnym okresem dla branży turystycznej (ze względu obostrzenia związane z pandemią Covid-19), liczba dostępnych miejsc noclegowych zwiększyła się o 4,4% w porównaniu z 2019 r. i o 5,8% w porównaniu do 2010 r. Największą liczbą miejsc dysponowały obiekty hotelowe inne niż hotele, motele i pensjonaty (25,6% ogółu), a następnie hotele (13,5%), zespoły domków turystycznych (11,6%), ośrodki wczasowe (9,7%), kempingi (9,1%), pokoje gościnne i kwatery agroturystyczne (7,2%). Miejsca noclegowe w hotelach i ośrodkach wczasowych były dostępne głównie na terenie gminy Ryn (55,6% ogółu), natomiast w pozostałych rodzajach obiektów największa część miejsc przypadała na gminę Giżycko. Wyznaczone dla niej wskaźniki struktury wyniosły odpowiednio: 77,5% dla innych obiektów hotelowych, 62,0% dla zespołów domków turystycznych, 39,9% dla kempingów i 22,1% dla pokoi gościnnych i kwater agroturystycznych. Stosunkowo wysoka liczba miejsc na kempingach dostępna była także w gminach Węgorzewo (35,4%) oraz Miłki (23,6%). W latach 2015-2020 największy przyrost miejsc noclegowych odnotowały obiekty hotelowe (o 45,7%), głównie za sprawą gminy Giżycko, w której baza noclegowa powiększyła się o 795 miejsc. Zwiększyła się również liczba miejsc na kempingach i polach biwakowych (o 39,6%), przede wszystkim w gminach Giżycko (o 250 miejsc) i Węgorzewo (62). W grupie obiektów które w analizowanym okresie ograniczyły podaż miejsc noclegowych znalazły się m.in. kwatery agroturystyczne (-24,9%) i zespoły domków turystycznych (-27,8%).

Walory turystyczne dostępne na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" umożliwiają rozwój wielu typów turystyki, w tym turystyki rekreacyjnej (wypoczynkowej), aktywnej i specjalistycznej (np. związanej z rybactwem i wędkarstwem). Głównym elementem oferty turystycznej gmin analizowanego obszaru jest wypoczynek nad jeziorami i turystyka wodna.

2. Wybrane działania Stowarzyszenia Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie” w zakresie promocji i upowszechniania dziedzictwa kulturowego rybołówstwa i akwakultury

2.1. Mazurski Szlak Rybacki[11]

Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie” prowadzi wieloaspektowe działania na rzecz utrwalenia tradycji rybackich oraz zrównoważonego rozwoju branży rybackiej i wędkarstwa w północnej części Wielkich Jezior Mazurskich. Jednym nich było **utworzenie Mazurskiego Szlaku Rybackiego**, który stanowi lokalną część Północnego Szlaku Rybackiego (rys.). Szlak powstał w ramach realizowanego przez dziewięć lokalnych grup rybackich (działających na terenie województw: pomorskiego, zachodniopomorskiego i warmińsko-mazurskiego) projektu współpracy pn. „Północny Szlak Rybacki wraz z utworzeniem Centrów Promocji i Edukacji” współfinansowanego ze środków UE w ramach EFR.



Rys. 2. Obszar działania lokalnych grup rybackich, współpracujących w ramach tworzenia Północnego Szlaku Rybackiego (niebieski kolor).

Mazurski Szlak Rybacki łączy obiekty i wydarzenia kulturalne związane z rybactwem, a jego główna idea koncentruje się na atrakcjach wędkarskich północnego obszaru „Wielkie Jeziora Mazurskie” oraz aktywnych formach spędzania wolnego czasu. Koncepcja szlaku dotyczy zgromadzenia informacji o ofercie turystycznej lokalnych przedsiębiorców i organizacji związanych z kulturą rybacką i turystyką wędkarską.

[11] Opracowano na podstawie Koncepcji Północnego Szlaku Rybackiego wraz z utworzeniem Centrów Promocji i Edukacji.

Szlak ma **charakter kulturowo-przyrodniczo-specjalistyczny**. Realizowana na nim turystyka może przybierać różne formy, w tym np.: podróży studyjnych, wyjazdów indywidualnych lub zorganizowanych, czy podróży po szlakach tematycznych. Charakter rybacki szlaku nawiązuje do różnych funkcji, jakie historycznie pełniły te tereny natomiast trasa – do dróg handlowych będących w przeszłości odcinkami komunikacji, miejscami wymiany dóbr, a także platformą wymiany społeczno-kulturowej. Kontaktom handlowym towarzyszył rozwój m.in. nowych sposobów gospodarowania, w tym związanym z regionem sektorem rybackim.

Współczesna funkcja szlaku kulturowego, jakim jest Mazurski Szlak Rybacki, polega na prezentacji tematycznej oferty opartej na dziedzictwie kulturowym północnego obszaru Wielkich Jezior Mazurskich – materialnym i niematerialnym jego dziedzictwie.

Na potrzeby koordynacji i wzbogacenia oferty szlaku utworzone zostało **Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa w Wilkasach**. Pełni ono także funkcje edukacyjne, szkoleniowe, promocji regionu i integracji lokalnych środowisk. Ponadto, na szlaku znajdują muzea, izby muzealne i ekspozycje na temat tradycji rybołówstwa; gospodarstwa rybackie i łowiska; targi i przetwórnie rybne; ośrodki edukacji ekologicznej; ośrodki hodowlane i zakłady rybackie; gospodarstwa agroturystyczne z ofertą dla wędkarzy; restauracje, smażalnie i wędzarnie z menu zawierającym więcej niż 50% dań z lokalnych ryb; ośrodki chowu i hodowli ryb. **Obecnie na terenie LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" szlak tworzą**[12]:

- „Dom Wędkarza" w Sobiechach (gm. Budry),
- „Wypoczynek nad Stawami" w Sobiechach (gm. Budry),
- Wędzenie Ryb, Handel i Przetwórstwo Rybne – Wojciech Wojciul (gm. Budry),
- Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa w Wilkasach (gm. Giżycko),
- Gospodarstwo Rybackie Sp. z o.o. w Giżycku,
- Karczma Stary Młyn (gm. Giżycko),
- Łowisko MARIO (gm. Giżycko),
- Park Wodny Wilkasy (gm. Giżycko),
- AZS COSA Wilkasy (gm. Giżycko),
- Restauracja Dom Perkun (gm. Giżycko),
- Rybaczówka w Bogaczewie (gm. Giżycko),
- Marina i Gospoda „Pod Czarnym Łabędziem" w Rydzewie (gm. Miłki),
- Pensjonat TERESA (gm. Miłki),
- Przystań żeglarska Skłodowo / baza MOPR (gm. Pozezdrze),
- Gościniec Ryński Młyn (gm. Ryn),
- Tawerna pod Byczkiem (gm. Ryn),

[12] W związku z zaprzestaniem działalności przez Ekomuzeum u Jeziorowskich, gmina Kruklanki nie ma aktualnie swojego przedstawiciela na Mazurskim Szlaku Rybackim.

- Gminny Ośrodek Kultury w Srokowie (gm. Srokowo),
- Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie/Park Etnograficzny nad Węgorapą (gm. Węgorzewo),
- Agroturystyka „Oczko" w Ogonkach (gm. Węgorzewo),
- Gościniec u Kalicha (gm. Węgorzewo),
- Restauracja „U Córki Rybaka" w Sztynorcie (gm. Węgorzewo),
- Port Rybaczówka w Kalu (gm. Węgorzewo),
- Gościniec Wydminy (gm. Wydminy),
- Ośrodek Aktywnej Rekreacji „Folwark Łękuk" (gm. Wydminy).

Warunkiem uwzględnienia danego obiektu w ofercie szlaku jest nie tylko zgodność z tematyką szlaku, ale przede wszystkim autentyczność obiektów, dostępność dla zwiedzających oraz deklaracja współpracy gestora miejsca z organami zarządzającymi szlakiem.

Mazurski Szlak Rybacki to specyficzna oferta podróży skierowana do ściśle określonej grupy odbiorców – osób pragnących poznać konkretne zagadnienia z zakresu dziedzictwa kulturowego. Organizacja szlaku pozwala na zachowanie i restaurację dziedzictwa kulturowego, budowanie lokalnej tożsamości oraz rozwój turystyki kulturowej. Zyskują na wartości również inne, pojedyncze walory turystyczne, które po włączeniu do szlaku stają się spójną trasą. Umiejętne połączenie obiektów i miejscowości w jedną spójną całość sprzyja wykreowaniu nowego produktu turystyczno-kulturowego.

W oparciu o **inicjatywy partnerów** szlaku stworzono system przygotowania i dystrybucji wyrobów regionalnych, wytworów artystów ludowych (rzeźbiarzy, garncarzy, malarzy itp.), pamiątkarskich, powstają okresowe tematyczne ekspozycje w Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie, są organizowane warsztaty artystyczne dla twórców ludowych i młodzieży w oparciu o MKL w Węgorzewie. W październiku 2021 r. Muzeum we współpracy z LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" rozpoczęło realizację projektu „Zaobrączkować szczupaka – niemożliwe?", którego efektami ma być m.in. wystawa „Jezioro Mamry, czy wiesz że…?", „rybne" upamiętnienie pastora Jerzego Andrzeja Helwinga i króla Stanisława Leszczyńskiego, badania etnograficzne wraz z publikacją książkową, poszerzenie kolekcji narzędzi rybackich. Centrum organizuje także imprezy turystyczno-rekreacyjne z wykorzystaniem szlaku rowerowego po byłych torowiskach, spotkania edukacyjne i szkoleniowe, warsztaty kulinarne, konkursy wiedzy przyrodniczej i ekologicznej, wyjazdy edukacyjne.

Z punktu widzenia zarządzania i logistyki Mazurski Szlak Rybacki to inwestycja długofalowa. Dobrze i konsekwentnie zarządzany może stymulować rozwój społeczno-gospodarczy gmin

położonych na szlaku, a co ważne – przyczyniać się do wzrostu poczucia tożsamości i do budowania marki subregionu.

Za główne **cele** wdrażania koncepcji Mazurskiego Szlaku Rybackiego w dłuższej perspektywie należy przyjąć:

1. Tematyczne przedstawienie dziedzictwa materialnego i niematerialnego subregionu – Północnego Obszaru Wielkich Jezior Mazurskich – w zwartej i atrakcyjnej formie.
2. Promocję i ochronę dziedzictwa kulturowego, jako podstawowego składnika budowy lokalnej – związanej z sektorem rybackim – tożsamości i integracji społecznej, a także oferty turystycznej.
3. Tworzenie i promocję nowych produktów turystycznych opartych przede wszystkim na dziedzictwie kulturowym.
4. Wspieranie inicjatyw gospodarczych i społecznych związanych z tradycją rybacką subregionu na terenie gmin i miejscowości położonych na szlaku.

Funkcje zarządcze wobec szlaku sprawuje Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie", które w ramach swojej aktywności podejmuje inicjatywy wspierające wędkarstwo i tradycyjne rybactwo jeziorowe na Mazurach, w tym: przedsięwzięcia dotyczące popularyzowania tradycji i historii rybactwa, tradycji wędkarskich, popularyzowania łowisk wędkarskich, akwakultury, ichtiologii i ekologii środowisk wodnych, tradycyjnej kuchni w oparciu o dania rybne.

2.2. Questingowy Projekt Współpracy

Innym przykładem działań promocyjnych podejmowanych przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" była realizacja (w okresie czerwiec 2019 r. – kwiecień 2020 r.) wraz z dwoma partnerami (LGD „Krzemienny Krąg" z woj. świętokrzyskiego oraz LGD „Łączy Nas Kanał Elbląski" z woj. warmińsko-mazurskiego) „Questingowego Projektu Współpracy". Jego głównym **celem** było podniesienie atrakcyjności turystycznej obszaru oraz aktywności turystycznej i rekreacyjnej poprzez utworzenie dwudziestu czterech ścieżek questingowych oraz korektę już istniejących[13]. **Questy** to edukacyjna gra terenowa, która łączy w sobie elementy zabawy i nauki, poszukiwań skarbu i radości odkrywania. Umożliwia poznanie najważniejszych atrakcji danego miejsca, a do jego realizacji nie trzeba oznakowanych szlaków turystycznych, ponieważ uczestnicy poruszają się według wskazówek znajdujących się na specjalnie przygotowanej do tego celu karcie wypraw[14] (dostępnej w wersji papierowej lub elektronicznej – aplikacja questing.pl do pobrania w sklepie Play lub Apple

[13] http://www.mazurylgr.pl/konferencja-podsumowujaca-questingowy-projekt-wspolpracy-24-07-2020-r/ (22.11.2021).
[14] https://mynaszlaku.pl/turystyka-z-zagadkami-questy/ (22.11.2021).

Store). Dzięki realizacji projektu Stowarzyszenie dysponuje **dziewięcioma questami**, które pozwalają poznać bliżej atrakcje Srokowa („Skarby Srokowa"), Zabrostu Wielkiego („Ocalić od zapomnienia"), Ogonek („Nad świętym jeziorem" – unikatowy quest realizowany z wykorzystaniem łodzi typu houseboat), Pozezdrza („Co kryją mazurskie lasy"), Kruklanek („Kruk to mądry ptak, on Cię przeprowadzi przez tajemny szlak"), Wydmin („Przygoda z duchem"), Miłek („Mazurska opowieść śladami tajemniczego Sołtysa"), Wilkas („Wilkasy wczoraj i dziś") oraz Ryna[15] „Wędrówka na styku historii"). Łącznie to ponad 60 km tras pieszych, rowerowych i, dzięki wykorzystaniu housbota, również wodnych.

2.3. Dofinansowanie projektów wspierających zasoby i dziedzictwo rybołówstwa i akwakultury

Wdrażając Lokalną Strategię Rozwoju Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie" promuje aktywność mieszkańców oraz wzmacniania potencjał gospodarczy, kulturowy i społeczny na obszarze 9 gmin członkowskich. Robi to wspierając finansowo projekty, które przyczyniają się do osiągnięcia celów zapisanych w dokumencie. Przykłady przedsięwzięć wspierających zasoby i dziedzictwo rybołówstwa i akwakultury na obszarze wdrażania LSR zestawione są w poniższej tabeli.

Tabela 1. Wykaz przykładowych projektów wspierających zasoby i dziedzictwo rybołówstwa i akwakultury dofinansowanych przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" ze środków na realizację LSR

L.p.	Tytuł projektu/Nazwa operacji	Beneficjent	Fundusz	Wkład UE (zł)
1	Adaptacja pomieszczeń świetlicy na Izbę Rybacko-Regionalną w miejscowości Marcinowa Wola	Gmina Miłki	EFMR	126 889,70
2	Budowa infrastruktury rekreacyjnej dla wędkarzy i ich rodzin na terenie gminy Węgorzewo	Gmina Węgorzewo	EFMR	212 499,15
3	Budowa sceny letniej i siłowni zewnętrznych w Gminie Kruklanki jako rozwój infrastruktury rekreacyjno-turystycznej	Gmina Kruklanki	EFR	133 274,05
4	Remont alei widokowo-spacerowej nad jeziorem Wydmińskim-Wydminy	Gmina Wydminy	EFR	869 000,00
5	Budowa parku wypoczynku i rekreacji nad J. Ołów w Rynie-Ryn	Gmina Ryn	EFR	775 498,14

[15] Dopełniacz liczby pojedynczej nazwy miejscowości Ryn brzmi Ryna (nie Rynu jak się zwyczajowo przyjęło na Warmii i Mazurach) (źródło: Pogotowie Językowe UWM, Katedra Języka Polskiego, Instytut Językoznawstwa UWM w Olsztynie).

L.p.	Tytuł projektu/Nazwa operacji	Beneficjent	Fundusz	Wkład UE (zł)
6	Zagospodarowanie terenu przyległego do linii brzegowej jeziora Gołdopiwo-Kruklanki	Gmina Kruklanki	EFR	690 913,11
7	Mała infrastruktura nad brzegiem jeziora Mamry-Pozezdrze	Danuta Maria Mińczuk	EFR	283 923,00
8	Budowa stawu z infrastrukturą towarzyszącą w miejscowości Sobiechy	Krystyna Predko	EFR	421 250,00
9	Zagospodarowanie turystyczno–wędkarskie terenów wokół jeziora Pamerek-Talki	Stowarzyszenie „Nasze Talki”	EFR	23 894,52
10	Zagospodarowanie terenu działek-Srokowo	Gmina Srokowo	EFR	1 090 248,00
11	Zagospodarowanie i modernizacja obiektu wylęgarniczo-stawowego	Polski Związek Wędkarski	EFR	75 400,00
12	Budowa stanicy wodnej „STRZELCE” na jeziorze Niegocin	Polamp	EFR	299 976,01
13	Budowa tawerny na terenie łowiska wędkarskiego „MARIO”	Mariusz Mirosław Jabłoński	EFR	300 000,00
14	Budowa trzech stawów rybnych z infrastrukturą wędkarską	Bogdan Maczuga	EFR	270 000,00
15	Utworzenie Regionalnej Izby Rybackiej w Jegławkach	Tomasz Karol Frąk	EFR	1 500 000,00
16	Budowa ogólnodostępnej przystani wędkarskiej	Gospodarstwo Rybackie w Giżycku	EFR	1 500 00,00
17	Doposażenie przystani zewnętrznej i wewnętrznej	Gospodarstwo Rybackie w Giżycku	EFR	51 690,00
18	Budowa małej infrastruktury turystyczno-wędkarskiej	Gmina Giżycko	EFR	1 100 558,00
19	Rewitalizacja centrum sportowo-kulturalnego-Miłki	Gmina Miłki	EFR	911 587,06
20	Utworzenie miejsc rekreacji i wypoczynku dla wędkarzy i ich rodzin-Węgorzewo	Gmina Węgorzewo	EFR	282 907,99
21	Północny Szlak Rybacki wraz z utworzeniem Centrów Edukacji i Promocji Rybactwa	Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie”	EFR	576 964,96

EFMR – Europejski Fundusz Morski i Rybacki; EFR (2014-2020)
EFR – Europejski Fundusz Rybacki (2007-2013)

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji z Lokalnej Grupy Rybackiej „Wielkie Jeziora Mazurskie”.

3. Oferta turystyczna obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” w opiniach przyjezdnych i partnerów Stowarzyszenia

3.1. Opinie turystów na temat oferty turystycznej obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

Dokonując analizy marki przeprowadzono w 2021 r. badania wśród turystów, którzy odwiedzili gminy LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”. W trakcie badań podjęto próbę zdefiniowania, czy i w jaki sposób:

- turyści postrzegają subregion i jego ofertę,
- jakie mają oczekiwania wobec miejsc i szlaków,
- jakie oferty i atrakcje są kluczowe do ciekawego spędzania czasu wolnego,
- czego oczekują od miejsc, w których spędzają czas wolny,
- jakie mają spostrzeżenia wobec oferty WJM.

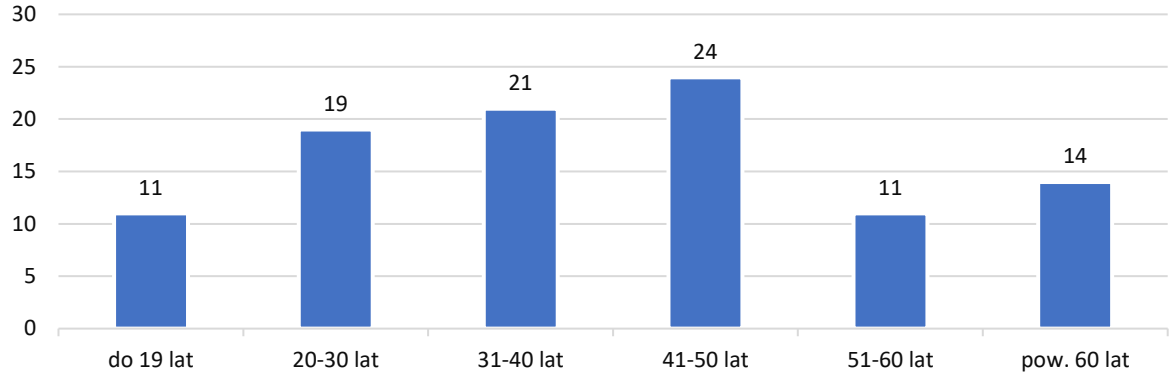
Wyniki badań, umożliwiają konfrontację zasobów oraz dotychczasowych działań, są również szansą na identyfikację czy:

- istnieje pomysł i wizja na markę lub produkt/usługę,
- znany jest potencjalny odbiorca,
- wiadomo komu i dlaczego zależy na produkcie/usłudze,
- produkt/usługa spełnia swoją obietnicę,
- wiadomo jak powinna być postrzegana marka,
- jest pomysł na skuteczne dotarcie do odbiorców,
- dysponujemy niezbędnymi narzędziami i spójnymi materiałami do wdrożenia całego planu.

To właśnie opinie uzyskane, w ramach prowadzonych badań, pozwoliły na ustosunkowanie się do ww. kwestii. Badania były realizowane z uwzględnieniem rozkładu miejsca zamieszkania, poziomu wykształcenia, płci, dochodów z wykorzystaniem **metod**: PAPI (bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe) (20%) i CAWI (metoda zbierania informacji od respondentów poprzez samodzielne wypełnienie formularzy elektronicznych za pośrednictwem Internetu) (80%). Ze względu na czas badania dotkniętego pandemią metoda wywiadu internetowego umożliwiła zwiększenie zasięgu sondażu. Łącznie analizie poddano odpowiedzi uzyskane od **740. respondentów**.

Uczestnikami badania były osoby odwiedzające obszar LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”, korzystające z atrakcji związanych z rybackim charakterem obszaru i chętne do podzielenia

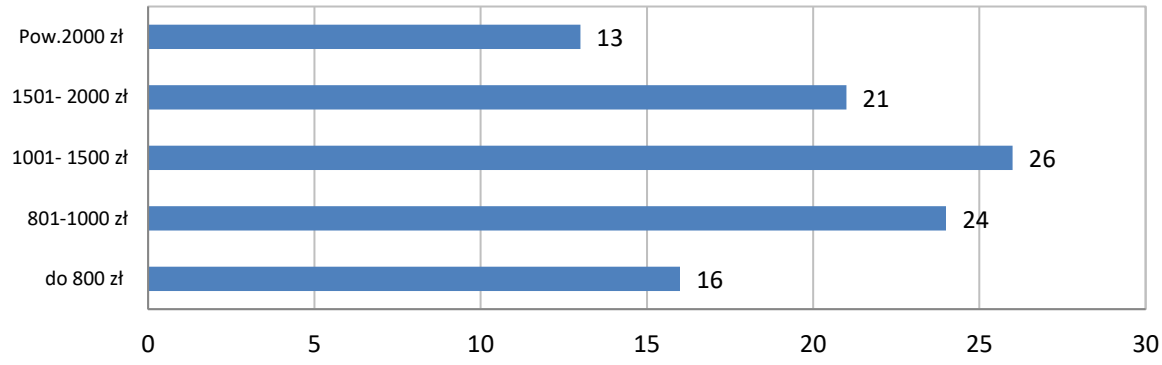
się opiniami dotyczącymi pobytu. W grupie tej dominowały kobiety (64% ogółu) oraz osoby w wieku 31-50 lat (45% respondentów).



Rys. 3. Struktura wieku uczestników badania (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Region, który kojarzony jest z aktywnym wypoczynkiem odwiedzają przede wszystkim ludzie młodzi, w wieku produkcyjnym. W badaniu, ponad 60 % respondentów, to osoby w wieku od 20 do 50 lat. Wskazując na rynek docelowy, kształtowania oferty i form komunikacji, należy uwzględnić ten fakt.

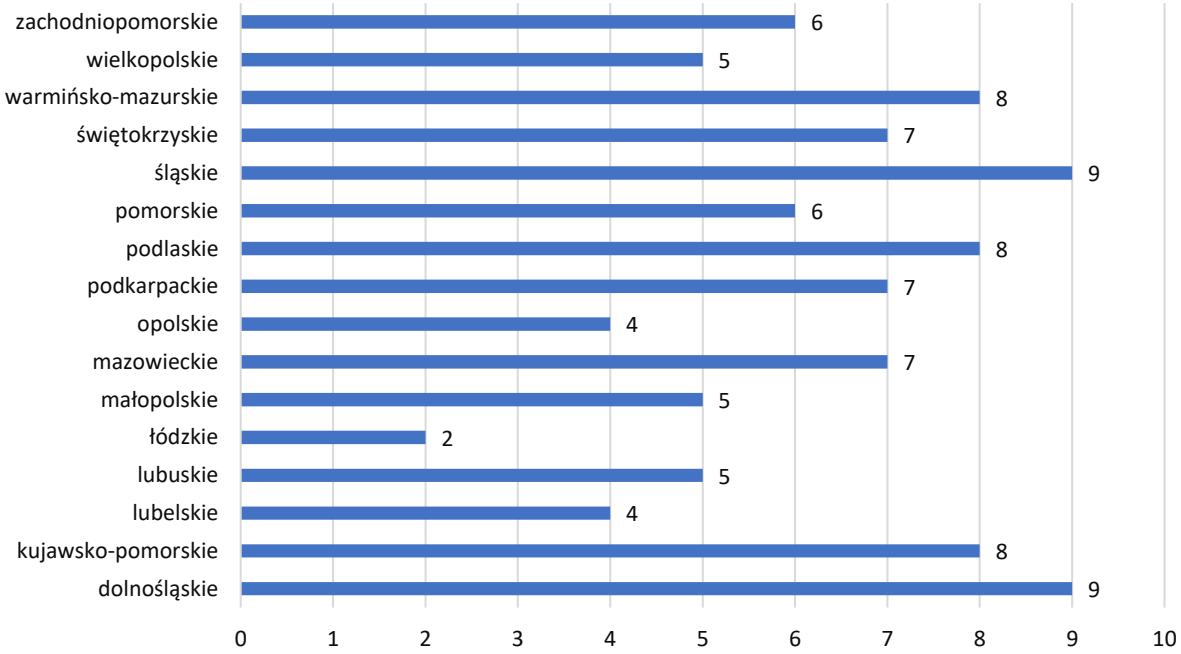
Jedną z ważniejszych informacji dotyczących charakterystyki odbiorców usług turystycznych jest ich **poziom zamożności**, który determinowany jest w głównej mierze poziomem dochodów. Wśród turystów odwiedzających obszar Wielkich Jezior Mazurskich, zainteresowanych jego ofertą związaną z rybactwem, 60% stanowiły osoby o dochodach miesięcznych powyżej 1 tys. zł na osobę. Mając na względzie fakt, że zdecydowana większość uczestników badań, to osoby, które z założenia powinny posiadać w gospodarstwie domowym dzieci, można uznać, że są to osoby dobrze sytuowane w odniesieniu do warunków krajowych.



Rys. 4. Struktura badanych turystów z uwzględnieniem poziomu miesięcznych dochodów netto na osobę w gospodarstwie domowym (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Uczestniczący w badaniu turyści, to osoby zarabiające powyżej średniej krajowej (ok 60% uzyskuje dochody powyżej 1500 zł netto na osobę w gospodarstwie) i posiadające dzieci. W przygotowaniu oferty i strategii cenowych należy rozpatrzeć średnie dochody i wydatki turystów na poszczególne usługi.

Co ważne, badani reprezentowali 16 województw, przy czym najchętniej opiniami dzielili się mieszkańcy województwa śląskiego, podlaskiego i kujawsko-pomorskiego.

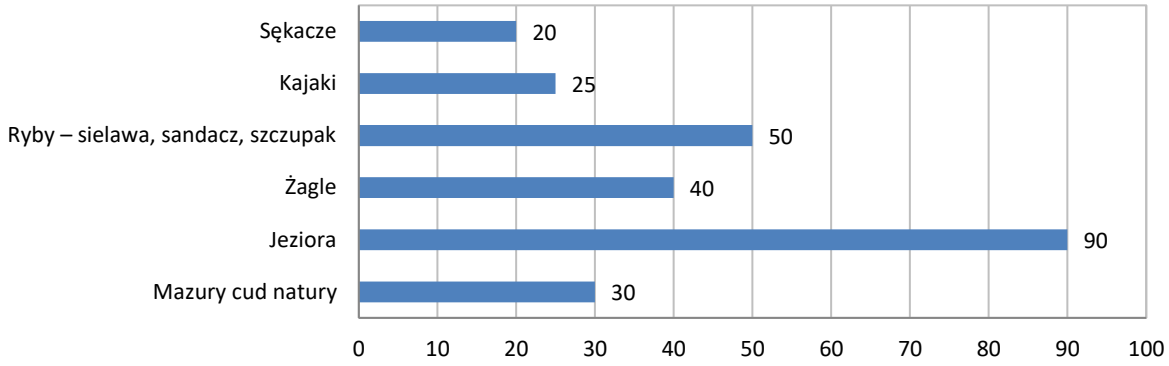


Rys. 5. Miejsce zamieszkania badanych respondentów wg województwa (w %)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

W badaniu zastosowano dogodny dobór próby uwzględniając m.in. miejsce zamieszkania respondentów, z uwagi na konieczność zebrania opinii turystów na temat ich postrzegania oferty Mazur. Starano się uzyskać informacje od osób z różnych regionów i z różnym doświadczeniem, po to żeby dokładnie ustalić czego szukają w regionie Wielkich Jezior Mazurskich. W tym kontekście ważny jest fakt, że Mazury odwiedzają ludzie ze wszystkich zakątków naszego kraju, co daje szansę na duży zasięg działań promocyjnych (np. z wykorzystaniem marketingu szeptanego) i motywuje do przygotowania różnorodnej oferty.

Jeżeli chodzi o **skojarzenia**, jakie mają respondenci **ze słowem „Mazury”**, to najczęściej były to jeziora (9-ciu na 10-ciu uczestników badań), połowie turystów Mazury kojarzą się z rybami, zaś 40% wskazywało na żagle. Widać więc wyraźnie, że dla przyjezdnych Mazury to obszar, którego główną atrakcją są jeziora, ich fauna oraz możliwość uprawiania żeglarstwa.

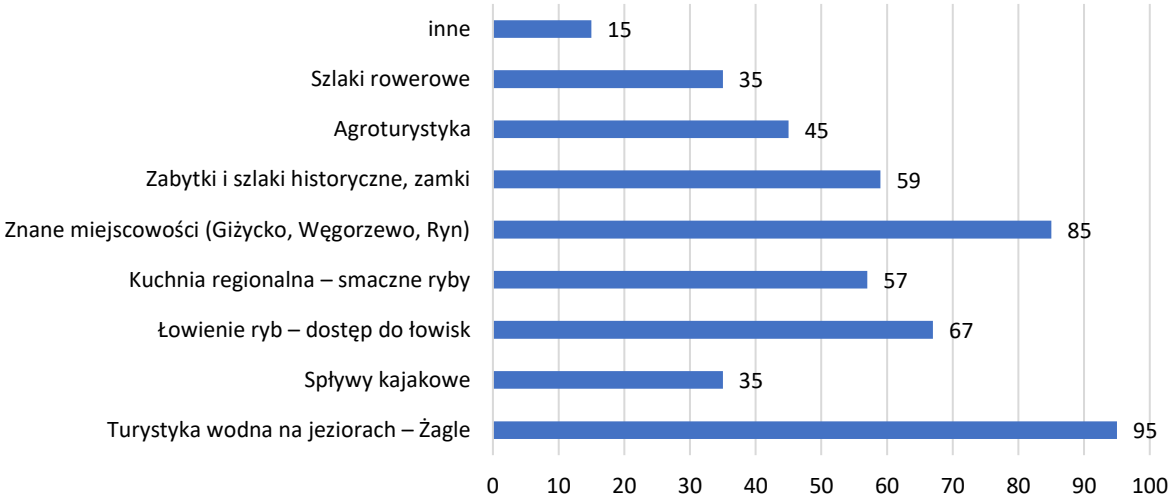
Co również istotne, 50% badanych stwierdziło, że Mazury to smaczne, regionalne jedzenie i ryby słodkowodne, które w tej części Polski mają niepowtarzalny smak.



Rys. 6. Skojarzenia respondentów z hasłem „Mazury" (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Biorąc pod uwagę skojarzenia i postrzeganie regionu, promocja i komunikacja powinna dotyczyć akwenów wodnych, słońca i ryb. Szczególnie, że region Warmii i Mazur ma w logotypie słońce, zieleń-las i niebieskie niebo.

Poza bezpośrednim skojarzeniem hasła „Mazury" z rybackością obszaru, równie ważna jest oferta, którą przyjezdni uznają za atrakcję. Wskazywane przez respondentów **atrakcje turystyczne** w regionie Wielkich Jezior Mazurskich, to głównie turystyka wodna, miejsca takie jak Giżycko, Węgorzewo i Ryn, łowienie ryb, zabytki i szlaki turystyczne oraz kuchnia regionalna, której głównym składnikiem są ryby.



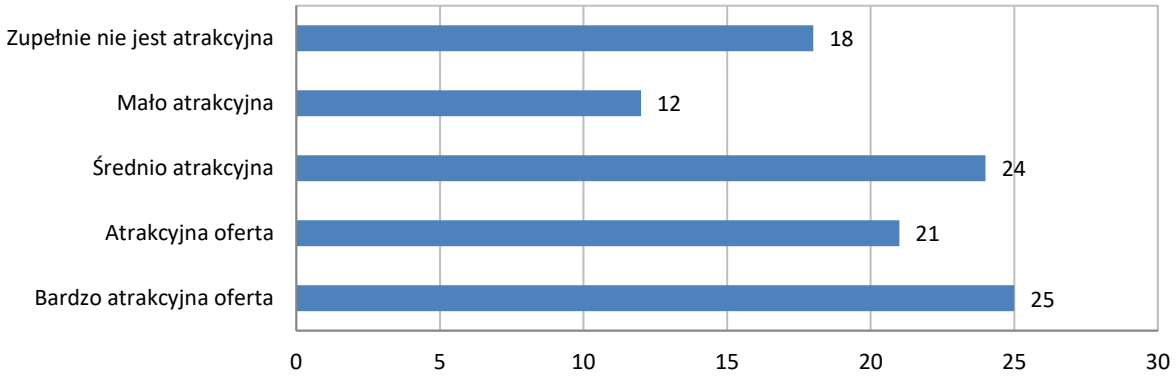
Rys. 7. Atrakcje turystyczne wskazywane przez respondentów, które są kojarzone z obszarem Wielkich Jezior Mazurskich (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Istotną kwestią w promocji atrakcji turystycznych znajdujących się na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" jest **wykorzystanie siły skojarzeń z krainą Wielkich Jezior Mazurskich**. Jeziora i powiązane z nimi atrakcje są walorem unikatowym regionu i tylko w tej części Polski można doświadczyć tych cudów natury. Z tego względu powinna to być siła przetargowa i atrybut marki LGR.

Co czwarty uczestnik badania zapytany o ocenę **atrakcyjności oferty turystycznej** Wielkich Jezior Mazurskich twierdził, że jest ona bardzo atrakcyjna, a kolejne 21% respondentów uznało ją za atrakcyjną. Niepokoi fakt, że 30% turystów uznało ją za mało lub zupełnie nieatrakcyjną. W związku z tym, że niemal co 3-ci turysta wystawia takie oceny, warto zastanowić się nad przyczyną zjawiska. Po części, odpowiedź uzyskano zadając pytanie o elementy charakteryzujące ofertę turystyczną Wielkich Jezior Mazurskich. Osoby odwiedzające region wskazywały na takie mankamenty oferty jak:

- mało ekspozycji atrakcji w regionie (59% respondentów),
- brak jednego źródła informacji (35%),
- każdy pomiot czy miasto promują swoje atrakcje, co powoduje chaos (55%),
- brak synchronizacji kalendarza atrakcji w regionie (65%),
- brak wspólnych promocji (45%),
- brak wirtualnych systemów komunikacji z turystą (49%),
- brak standaryzacji obiektów agroturystycznych (36%),
- brak infrastruktury na plażach (45%).

Spostrzeżenia te powinny być wzięte pod uwagę podczas tworzenia oferty turystycznej w przyszłości.



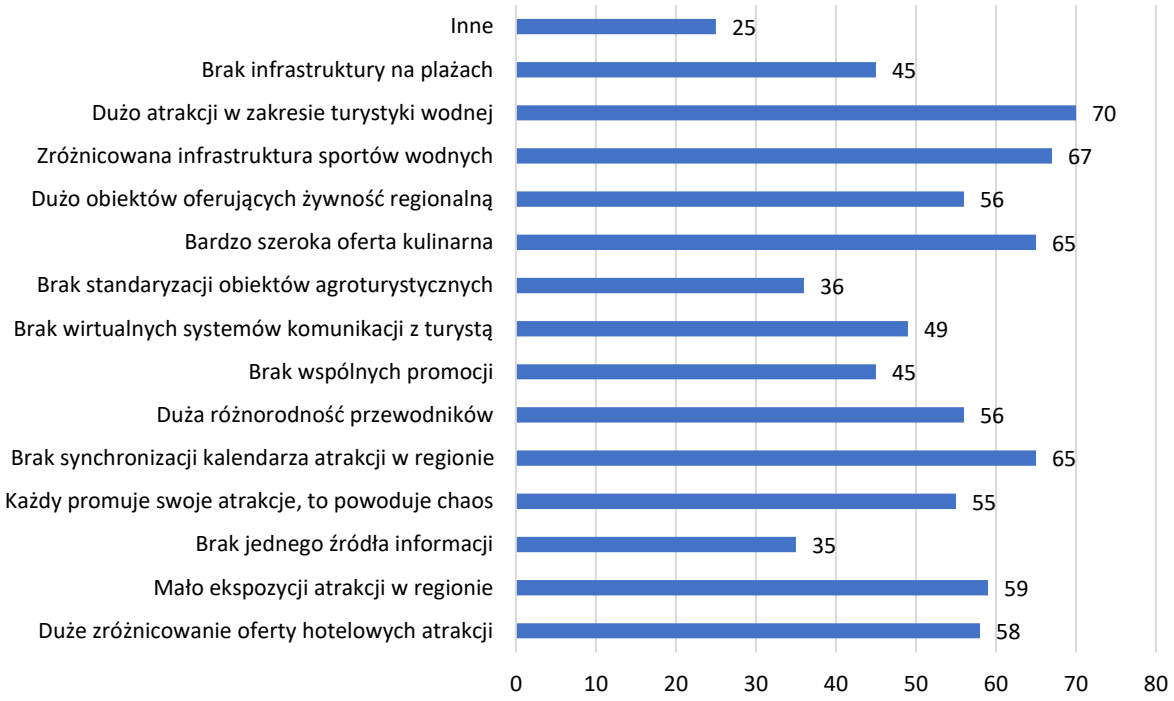
Rys. 8. Atrakcyjność oferty turystycznej Wielkich Jezior Mazurskich w opinii turystów (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Spostrzeżenia turystów są wskazówką do tworzenia działań, które umożliwią przygotowanie optymalnej oferty. W tworzeniu marki, jej wizerunku, konieczne jest wsłuchiwanie się w głosy klientów, bo to oni powinni przygotowywać ofertę i werbalizować swoje

oczekiwania i potrzeby. Oferenci z dużą empatią i elastycznością stają się wyjątkowi i tworzą klimat oraz tożsamość marki. Konieczne jest zatem ciągłe monitorowanie satysfakcji turystów, ich oczekiwań i zmieniających się gustów, gdyż jest to klucz to tworzenia dobrego klimatu inwestycyjnego.

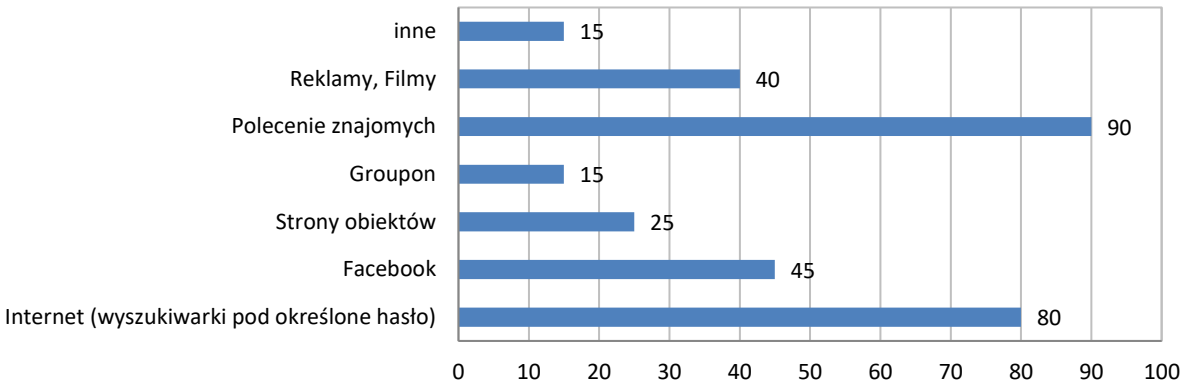
Turyści wskazywali także **korzystne cechy oferty WJM**, do tej nielicznej raczej grupy wskazań należą:

- dużo atrakcji w zakresie turystyki wodnej (70%),
- zróżnicowana infrastruktura sportów wodnych (67%),
- bardzo szeroka oferta kulinarna (65%),
- duże zróżnicowanie oferty hotelowych atrakcji (58%),
- duża różnorodność przewodników (56%),
- dużo obiektów oferujących żywność regionalną (56%).



Rys. 9. Elementy charakteryzujące wg turystów ofertę turystyczną Wielkich Jezior Mazurskich (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

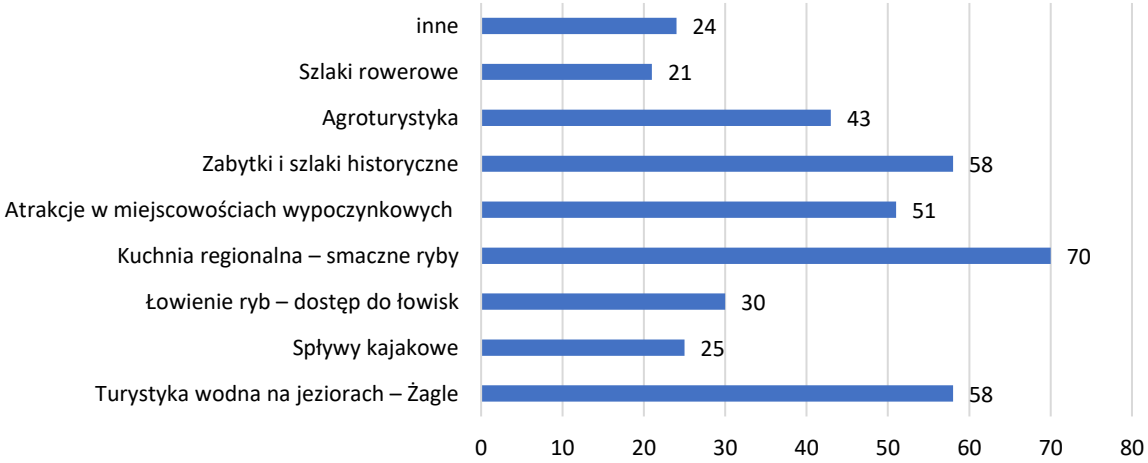
Zdecydowana większość uczestników badania szukając miejsca do wypoczynku bazowała na poleceniu znajomych (90%) lub Internecie (80%). Pozostałe formy poszukiwania miejsca na wypoczynek w Krainie Wielkich Jezior Mazurskich miały mniejsze znaczenie. Ta sytuacja pokazuje, że należy skoncentrować większą uwagę na **tworzeniu „scenariuszy" pożegnania się turystów z miejscem wypoczynku**, np. organizując imprezy masowe itp.



Rys. 10. Najczęściej preferowane przez turystów sposoby poszukiwania miejsca do wypoczynku (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

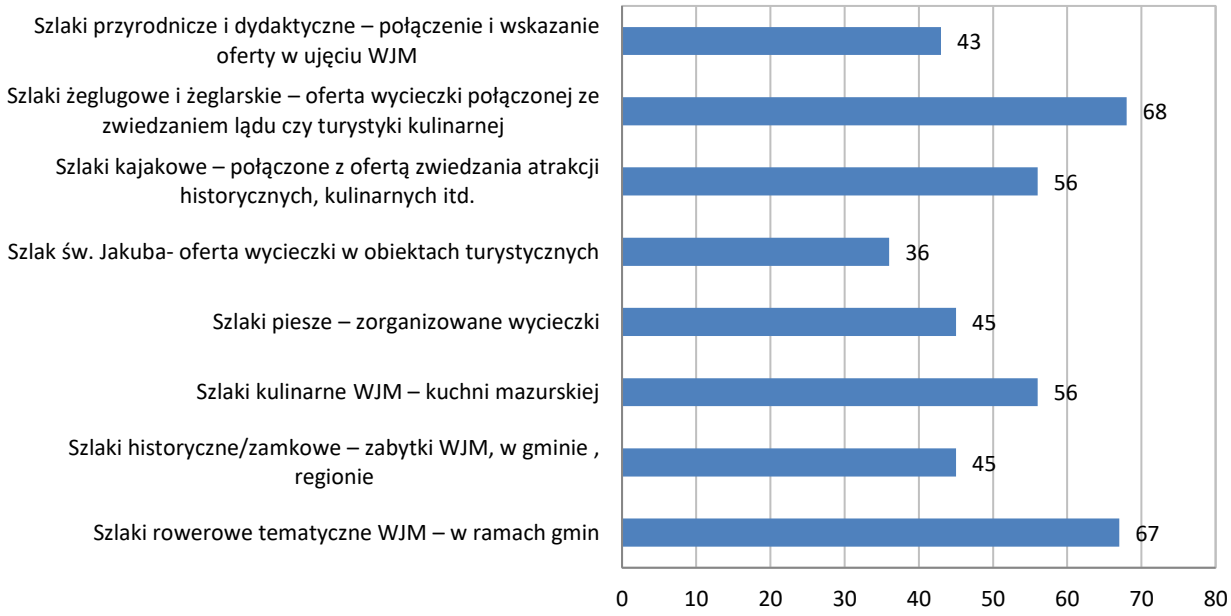
W korzystaniu z usług najważniejszym **źródłem informacji** jest rekomendacja znajomych, czyli tzw. marketing szeptany. Wskazuje to jak istotne jest „pielęgnowanie" turysty, który gdy już znajdzie naszą ofertę i jest z niej zadowolony, automatycznie staje się „chodzącą reklamą". Budowanie relacji, więzi z turystą to gwarancja zadowolenia i tworzenie sieci komunikacji. Zadowolony turysta, to ambasador regionu.

Uczestnicy badania zapytani o **formy atrakcji**, z których najczęściej korzystają wypoczywając na Mazurach wskazywali na kuchnię regionalną, w tym szczególnie tę związaną z konsumpcją potraw z ryb. Inne walory turystyczne, wskazywane przez co najmniej połowę respondentów, to zabytki i szlaki turystyczne, turystyka wodna, w tym szczególnie żeglarstwo oraz atrakcje przypisane konkretnym miejscom wypoczynku.



Rys. 11. Formy atrakcji, z których najczęściej korzystają turyści wypoczywając na Mazurach (w%)
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Odpowiadając na pytanie o formy atrakcji wskazane w ramach szlaków, które zdaniem respondentów byłyby walorem w gminach LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” wskazywali oni, że warto rozbudować ofertę turystyczną o szlaki żeglugowe i żeglarskie, tematyczne szlaki rowerowe, a także szlaki kulinarne i kajakowe. Jak można zauważyć, wszystkie te pozycje dotyczą aktywnych form wypoczynku. Uwzględniając trendy zachowań konsumenckich Polaków, również trzeba pamiętać o propagowaniu zdrowego stylu życia, aktywnych formach spędzania czasu wolnego, zainteresowaniu produktami naturalnymi, ekologizacją konsumpcji i propagowaniu stylu życia ograniczającego zanieczyszczanie i wspierającego ochronę środowiska.

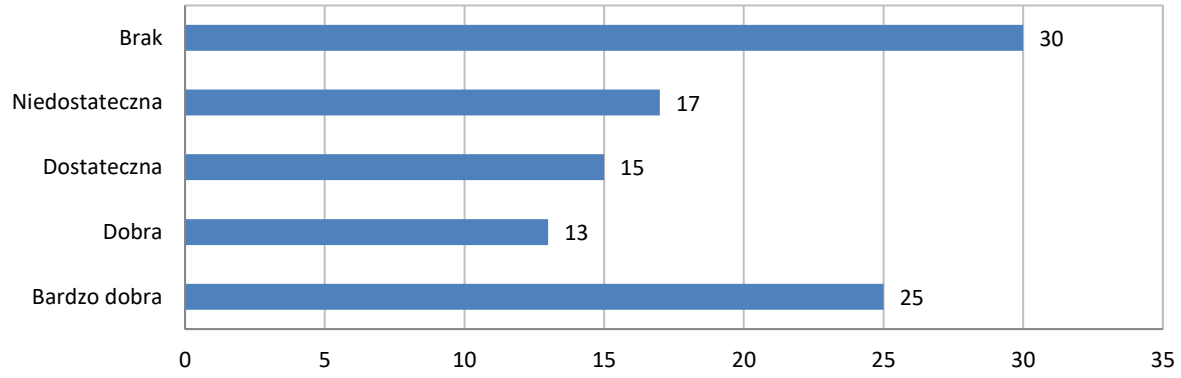


Rys. 12. Wskazywane przez turystów formy atrakcji w ramach szlaków, które mogą stanowić główną atrakcję w gminach LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Oceniając **dostępność oferty turystycznej** gmin subregionu co czwarty uczestnik badania wystawił notę bardzo dobrą, 17% ankietowanych uznało ją za niedostateczną, a 15% oceniło jako dostateczną. Co niepokoi, to fakt że niemal ⅓ respondentów nie odpowiedziała na to pytanie. Może to mieć związek z ogólnym odczuciem respondentów braku zainteresowania Mazurami jako miejscem wypoczynku.

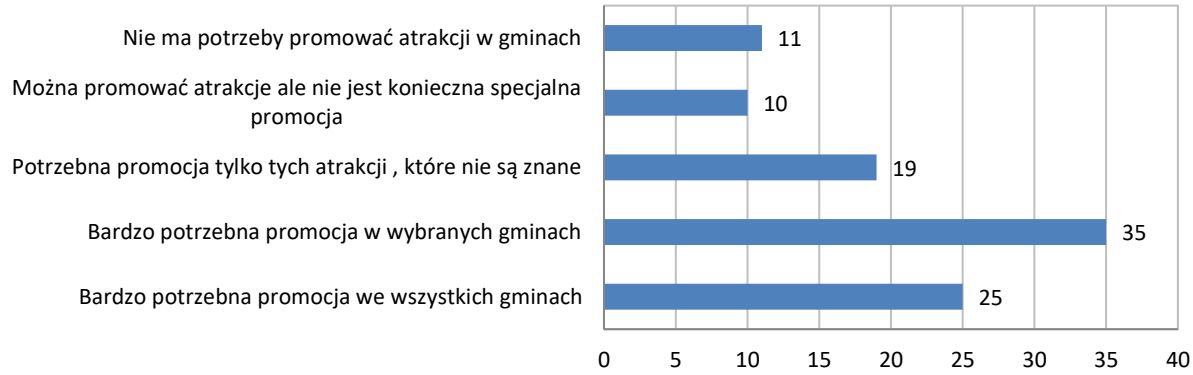
Z badań wynika także, że turyści raczej nie wiążą oferty z konkretnymi gminami LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”, a kojarzą region jako całość i ogólnie wskazują ważne dla tej części województwa miejsca. To bardzo ważna informacja, którą należy wykorzystać w dalszej promocji. Konkretne obiekty promują gminy, miejscowości na Mazurach, a jak się okazuje w świadomości społeczeństwa **promocja Mazur przesłoniła działalność poszczególnych jst**.



Rys. 13. Jak ocenia Pani/Pan dostępność oferty turystycznej gmin regionu Wielkich Jezior Mazurskich? (struktura odpowiedzi w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

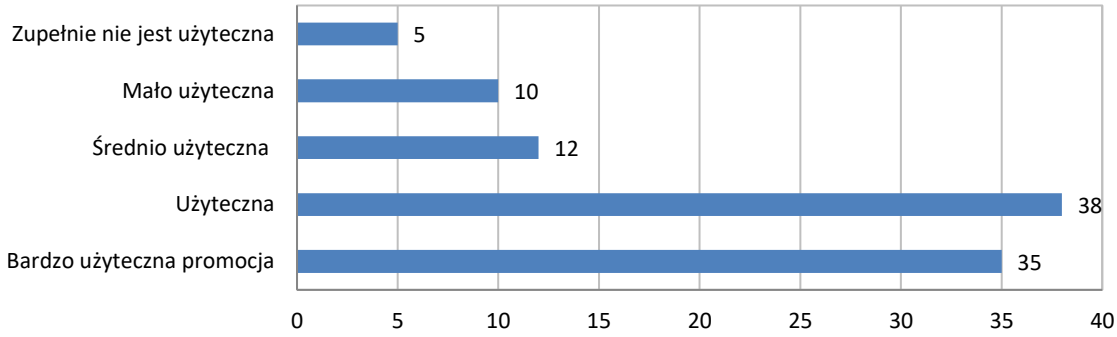
Oceniając **potrzeby dotyczące promocji** atrakcji turystycznych w gminach Wielkich Jezior Mazurskich, co trzecia osoba wskazała, że jest ona bardzo potrzebna w niektórych gminach, a co czwarta, że we wszystkich.



Rys. 14. Opinia badanych turystów odnośnie konieczności promocji atrakcji turystycznych przez gminy WJM (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Niemal ¾ osób uczestniczących w badaniu wskazało, że wspólna promocja atrakcji turystycznych poszczególnych gmin obszaru WJM byłaby pomocna w poszukiwaniu miejsca wypoczynku.



Rys. 15. Ocena użyteczności konsolidacji promocji atrakcji turystycznych gmin WJM w poszukiwaniu miejsca wypoczynku przez turystów (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

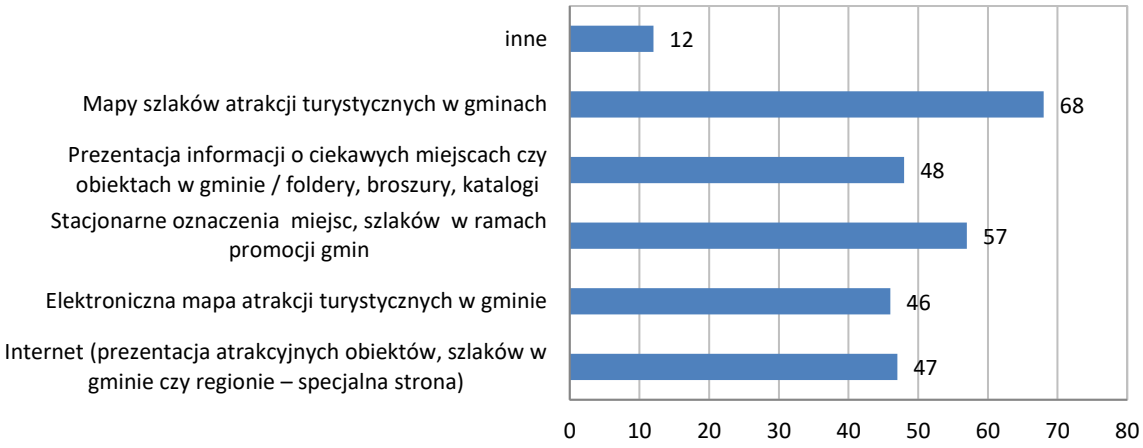
Zdaniem osób odwiedzających obszar działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" skonsolidowana promocja powinna objąć m.in. prezentację zbiorczego kalendarza wydarzeń (na co wskazało 54% badanych). W dalszej kolejności były to takie aktywności jak wskazanie miejsc i atrakcji, z których mogą korzystać osoby zainteresowane łowieniem ryb (49% uczestników badań), a także udostępnianie informacji na temat miejsc i atrakcji o charakterze kulinarnym (39%), czyli związanych głównie z rybami.

Rys. 16. Opinie turystów dotyczące form działań, które mogłyby być promowane wspólnie na całym obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

W nawiązaniu do wyników badań dotyczących form atrakcji, z których najczęściej korzystają turyści wypoczywając na Mazurach, należy wskazać że deklaracje badanych są potwierdzeniem trendów w zakresie turystyki, w której często podkreślana jest turystyka kulinarna, poszukiwanie oryginalnych potraw, miejsc i wydarzeń.

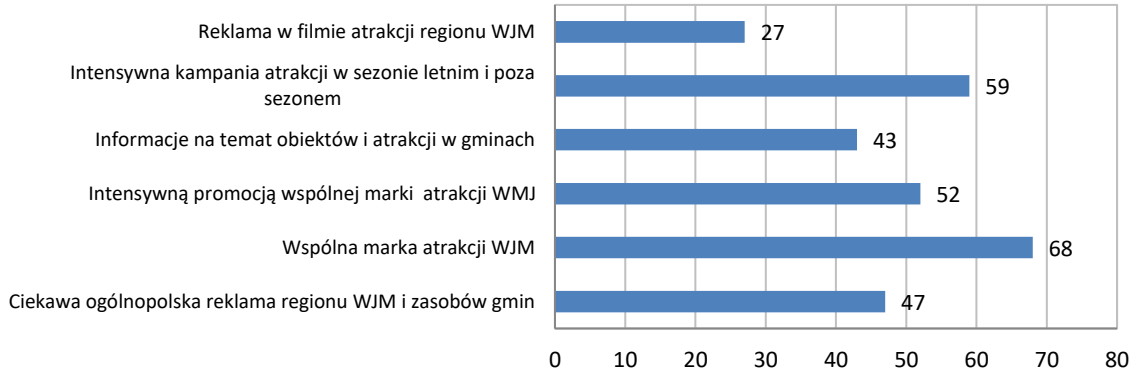
Poszukując optymalnych **form docierania do turystów** z ofertą atrakcji regionu WJM zaobserwowano, że najczęściej preferowaną przez przyjezdnych jest mapa szlaków atrakcji turystycznych w gminach (opinie 68% respondentów). Właśnie to rozwiązanie stało się głównym elementem prac podjętych w ramach niniejszej Koncepcji. Kolejne miejsca wg preferencji turystów zajmują: stacjonarne oznaczenie miejsc i szlaków (57%), foldery, broszury i katalogi (48%), strona internetowa dedykowana atrakcjom (47%) oraz elektroniczna mapa atrakcji (46%). Warto zauważyć, że wszystkie te przedsięwzięcia zostały już podjęte przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie".



Rys. 17. Opinie respondentów nt. preferowanych form docierania do turystów z ofertą atrakcji regionu WJM (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Uczestnicy badania zapytani w jaki sposób powinny **wyróżniać się atrakcje** turystyczne gmin regionu WJM najczęściej wskazywali na wypracowanie i wdrożenie wspólnej marki atrakcji WJM (68%), prowadzenie intensywnych kampanii w sezonie letnim (59%) oraz intensywną promocję wspólnej marki.



Rys. 18. Deklaracje badanych turystów w zakresie sposobu wyróżnienia atrakcji turystycznych gmin regionu WJM (w%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania sondażowego.

Przedstawione wyniki badań były przyczynkiem do sformułowania tez służących opracowaniu koncepcji oznakowania szlaków i atrakcji turystycznych obszaru LGR, które zaprezentowano w dalszej części opracowania.

3.2. Spostrzeżenia przedstawicieli samorządów Lokalnej Grupy Rybackiej „Wielkie Jeziora Mazurskie" na temat oferty turystycznej

W ramach prowadzonych w gminach konsultacji można przyjąć także następujące **założenia**:

1. Marka turystyczna WJM powinna kłaść nacisk na definiowanie MAZUR jako „niezwykle atrakcyjnego regionu".
2. Należy podejmować działania na rzecz rozbudowy, atrakcyjnej infrastruktury technicznej/rekreacyjnej, a w tym:
   - powiązać szlaki piesze, rowerowe, konne, wodne – dokończyć/spiąć istniejące trasy w jednolity system,
   - rozwijać sieć usług: wypożyczalnie, stanice, punkty gastronomiczne na szlakach.
3. Rozwijać system edukacji społecznej służącej poprawie świadomości ekologicznej i wiedzy o regionie (atrakcje) – inwestycje w kapitał społeczny.
4. Wdrażać nowe programy kojarzące region z ochroną środowiska, przyjazną atmosferą, bogactwem fauny i flory itp. Można tu wykorzystać takie hasła jak np.: „Mobilne Mazury", „Mazury Błękitne", „Mazury Zielone" itd.

Diagnoza sytuacji sporządzona na podstawie rozmów z przedstawicielami gmin LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" pozwoliła na określenie stanu i oczekiwań w zakresie oferty turystycznej.

W zakresie **stanu** należy zwrócić uwagę na:

- niedostateczną komunikację lokalną,
- brak drogi ekspresowej na Mazury,
- brak bezpośrednich połączeń kolejowych,
- niski stopień spójności w tworzonych szlakach turystycznych,
- brak tzw. małego ruchu przygranicznego,
- wysokie ceny paliwa,
- niezadowalający stan techniczny lokalnych dróg,
- brak spójnego systemu wypożyczalni sprzętu turystycznego,
- brak jednolitego systemu znakowania tras turystycznych na Mazurach,
- wysokie w sezonie ceny usług związanych z pobytem,
- niezadowalający dostęp do informacji o ofercie gastronomicznej,

- niski poziom współpracy między indywidualnymi podmiotami sektora rybackiego i turystycznego,
- ograniczona oferta produktów regionalnych, tradycyjnych,
- sezonowy charakter większości usług związanych z obsługą ruchu turystycznego,
- zbyt mała liczba punktów gastronomicznych w bezpośrednim sąsiedztwie szlaków turystycznych,
- brak powszechnej standaryzacji miejsc noclegowych (warunków),
- niewielki stopień utrwalania elementów charakterystycznych dla regionu Mazur,
- mało zróżnicowana oferta dla wybranych grup turystów.

Z kolei jeśli chodzi o **oczekiwania**, to zwracano uwagę na następujące kwestie:

- grupa wypromowanych produktów kulinarnych, w tym szczególnie związanych z rybactwem,
- sieciowanie gastronomii i wzajemne wspieranie się właścicieli produktów gastronomicznych, np. wspólna platforma internetowa szlaku kulinarnego Mazur,
- inwentaryzacja potencjału gastronomicznego produktów kulinarnych związanych z sektorem rybackim,
- certyfikacja Mazurskich wyrobów gastronomicznych (poprawa ich rozpoznawalności),
- pozyskanie środków zewnętrznych na promocję kulinarną regionu i identyfikację charakteru potraw,
- wypromowane oferty tematyczne (skierowane do osób zainteresowanych np. kulinariami, atrakcjami związanymi z wodą, historią, sportami wodnymi itp.),
- wyedukowany personel obsługujący ruch turystyczny (znajomość języków obcych, historii i tradycji regionu, lokalnej kuchni itp.),
- zróżnicowana oferta pakietowa,
- czytelna reklama obszaru (dobra informacja),
- punkty z bezpłatnymi mapami i przewodnikami,
- rozwój współpracy właścicieli kwater, hoteli i innych miejsc noclegowych z pozostałymi usługodawcami branży turystycznej,
- rozwój usług dodatkowych w oparciu o bazę miejsc noclegowych,
- oferta charakterystyczna dla regionu (uwzględniająca elementy kulturowe i tradycje związane z obecnością jezior).

4. Założenia koncepcji jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów turystycznych na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

4.1. Zasady tworzenia i oznakowania szlaku turystycznego

Ogólne zasady funkcjonowania szlaków turystycznych

Współcześnie jest trudno sobie wyobrazić turystykę bez szlaków. Szczególnie masowy turysta wędruje głównie po wyznaczonych, specjalnie przygotowanych i bezpiecznych trasach, które zostały odpowiednio oznakowane, opisane i wypromowane. Są one ewidentnym dowodem dostosowania przestrzeni do potrzeb ruchu turystycznego. Należy pamiętać, że dobrze oznakowane sieci szlaków turystycznych stanowią trwały atrybut współczesnej przestrzeni turystycznej.

Co ważne, pomimo ponad 130 letnich tradycji wyznaczania tras dla turystów, ta problematyka stawia wciąż nowe wyzwania. Szerokie spojrzenie na problematykę projektowania i kreowania szlaków turystycznych wymaga kreatywnego myślenia o przestrzeni, którą dysponujemy i o zróżnicowanych, dynamicznie zmieniających się potrzebach i oczekiwaniach turystów.

Jednym z największych problemów jest uzgodnienie określonego zestawu pojęć, które konsekwentnie i często używane mogą przyczynić się do lepszego zrozumienia w środowisku lokalnym, a przede wszystkim do zakorzenienia jednorodnego systemu znakowania tras. Takie rozwiązanie ma wartość praktyczną, bowiem pozwala mieszkańcom identyfikować się z danym obszarem, a przyjezdnym identyfikować ów obszar w oparciu o dostępną ofertę usług turystycznych.

Dynamiczny rozwój współczesnej turystyki przynosi nowe, nieznane wcześniej wyzwania. Coraz popularniejszą formą odwiedzin stają się np. szlaki wirtualne. Mimo że są one nieoznakowane w realnej przestrzeni, to funkcjonują one na mapach turystycznych, w przewodnikach, w materiałach informacyjno-promocyjnych, czy na stronach internetowych. O ich istnieniu świadczą tablice informacyjne przy obiektach znajdujących się na szlaku. Trendy pokazują, że w nieodległej przyszłości tradycyjnie oznakowane szlaki będą sukcesywnie wypierane przez te „wrzucone” do satelitarnych systemów nawigacji. To nowe wyzwanie stawia przed organizacjami wspierającymi rozwój turystyki, takimi jak np. LGR, presję poszukiwania innowacyjnych rozwiązań.

Szlaki turystyczne, czyli ich trasy wytyczone w przestrzeni na potrzeby zwiedzających (nie zawsze oznakowane), prowadzą do celowo wybranych atrakcyjnych miejsc (obiektów). Przy czym ich eksploracja musi odbywać się z zachowaniem szeregu przepisów, w tym m.in. bezpieczeństwa i ochrony walorów otaczającej szlak przestrzeni przyrodniczej, kulturowej, a także geograficznej. Najczęściej spotykanym przykładem **szlaków nieoznakowanych** w terenie są szlaki tematyczne, w tym np. kulturowe. Mając na względzie rybacki charakter objętego niniejszym opracowaniem obszaru, szlak kulturowy może obejmować takie sfery tematyczne, jak: tradycja i historia rybactwa, rybołówstwo śródlądowe, akwakultury, ekologię środowisk wodnych, tradycje kulinarne związane z rybami, wędkarstwo i tradycyjne rybactwo jeziorowe na Mazurach, współpracę lokalnych producentów wraz z promocją lokalnych produktów i usług[16].

Do grupy nieoznakowanych szlaków kulturowych można zaliczyć:

a) trasy wycieczek, regularnie wykorzystywane przez touroperatorów, o ile tylko są one tematycznie poświęcone jednemu wiodącemu tematowi (np. Szlakiem Niezłomnych Żołnierzy Wyklętych na terenie gminy Wydminy) i realizowane stałą trasą, według ściśle określonego harmonogramu;
b) historycznie ukształtowane trasy pielgrzymek (niektóre o wielowiekowej tradycji), czy po miejscach pamięci lub po miejscach związanych z kulturą byłych mieszkańców (np. Galindów).

Współcześnie mamy do czynienia z kilkoma **typami szlaków turystycznych**. Główne ich rodzaje/typy to:

- tradycyjne szlaki turystyczne, wytyczone i oznakowane w terenie,
- wirtualne szlaki turystyczne, wytyczone np. w Internecie (prezentowane w materiałach informacyjnych, ale nieoznakowane w terenie),
- szlaki turystyczne niewytyczone ani w przestrzeni wirtualnej ani rzeczywistej, stanowiące zbiór punktów polecanych do odwiedzenia (np. Mazurski Szlak Rybacki).

Szlaki tematyczne powinny stanowić zintegrowany i zarządzany system ułatwiający przyjezdnym rekreację, składający się z obiektów nawiązujących do idei związanej z tematem szlaku. Wyznaczone w przestrzeni miejsca łączą trasy szlaku. Mogą je uzupełniać elementy oferty towarzyszącej, mające związek z danym tematem w różnych ujęciach (w formie np. wydarzenia, postaci, historii, miejsca itp.).

[16] Opracowano na podstawie założeń do koncepcji *pn. Północny Szlak Rybacki,* 2013 r.

Generalną jest zasada, że szlak umożliwia poznanie i zrozumienie istoty tematu, ułatwiając uprawianie turystyki dzięki odpowiedniemu zagospodarowaniu szlaku, co umożliwia odwiedzającym sprawne poruszanie się i zdobywanie informacji o szlaku, jego atrakcjach i charakterystycznych miejscach.

W zależności od elementów, na które jest zorientowana tematyka szlaku można wyróżnić szlaki: kulturowe, przyrodnicze oraz turystyki aktywnej i specjalistycznej.

W przestrzeni turystycznej wykorzystywane walory tematyczne szlaku często przenikają się nawzajem. Z tego względu wyróżnić można kilka grup szlaków, które wykorzystują więcej niż jeden typ walorów turystycznych. Zatem można wskazać w **północnej części obszaru Wielkich Jezior Mazurskich przykłady szlaków tematycznych**, takich jak:

- szlaki kulturowe, np. Szlak Fortyfikacji Mazurskich, Szlak I Wojny Światowej,
- szlaki przyrodnicze, np. Szlak kajakowy Węgorapą, Szlak kajakowy rzeki Sapiny, Szlak Żeglarski Żeglugi Mazurskiej,
- szlaki kulturowo-przyrodnicze, np. Szlak: Pieszo wzdłuż Kanału Mazurskiego,
- szlaki kulturowo-specjalistyczne, np. Szlak kulinarny gminy Giżycko,
- szlaki przyrodniczo-specjalistyczne, np. Ścieżka spacerowa przyrodniczo edukacyjna w gminie Kruklanki,
- szlaki kulturowo-przyrodniczo-specjalistyczne, np. Ścieżka rowerowa Szlakiem Mazurskich Legend,
- szlaki turystyki aktywnej i specjalistycznej, w tym szlaki rekreacyjne, np.: szlak rowerowy Green Velo, Szlak rowerowy wokół jez. Mamry

PTTK rozróżnia szlaki turystyczne piesze oraz ścieżki dydaktyczne (edukacyjne), przyrodnicze, spacerowe, narciarskie, rowerowe, kajakowe i żeglarskie oraz jeździeckie.

Szlaki piesze są wyznaczane w taki sposób, aby na ich trasie znalazło się jak najwięcej obiektów przyrodniczych, zabytków architektury, innych atrakcji miejsca i okolicy. Jedną z form szlaków pieszych są ścieżki dydaktyczne, które oprócz innego oznakowania niż tradycyjne szlaki piesze, wyróżnia położenie szczególnego nacisku na walor edukacyjny (z tego względu na szlaku są stawiane tablice informacyjne wskazujące interesujące obiekty, wyjaśniające zjawiska i procesy przyrodnicze lub antropogeniczne, które doprowadziły do ich powstania. Ścieżki dydaktyczne dotyczą najczęściej jednego przewodniego tematu. Kolejny rodzaj szlaków pieszych to ścieżki przyrodnicze, służące popularyzowaniu ochrony środowiska naturalnego. Charakteryzuje je specjalne oznakowanie oraz wyposażenie w stanowiska edukacyjne z tablicami informacyjnymi. Inna forma szlaku pieszego to trasa spacerowa będąca krótką trasą sprzyjającą rekreacji ruchowej. Często jej elementem są

urządzenia do ćwiczeń w terenie. Coraz częściej pojawiają się także w przestrzeni publicznej trasy dla miłośników nordic walking. Szlakiem nordic walking jest wyznaczona trasa służąca do odbywania kilkugodzinnego marszu rekreacyjno-sportowego z wykorzystaniem specjalistycznego sprzętu (kije), najczęściej oznakowana jednolitymi znakami i mająca zazwyczaj charakter okrężny. Na trasie marszu mogą znajdować się miejsca oznaczone tablicami informującymi o zaletach uprawniania aktywności fizycznej (na rysunku przykład z terenu nadmorskiej gminy Choczewo).

Rys. 19. Tablica informacyjna na szlaku nordic walking (fot. Z. Brodziński)

Jedną z ważniejszych atrakcji Mazur stanowią **szlaki rowerowe**. Droga takiego szlaku może przebiegać po nawierzchni szutrowej, gruntowej, mało uczęszczanej drodze asfaltowej, czy utwardzonej ścieżce. Jest ona przeznaczona dla turystycznego, krajoznawczo-rekreacyjnego ruchu rowerowego. Jedną z ważniejszych inicjatyw tego typu, wdrażanych w północnym obszarze Wielkich Jezior Mazurskich jest Mazurski Trakt Rowerowy. Należy także zauważyć, że część szlaków polskich, w tym także przebiegających przez teren gmin należących do partnerstwa (LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie") jest elementem międzynarodowej (europejskiej) sieci szlaków (np. Green Velo) (rys.).

Rys. 20. Część oznakowanego międzynarodowego szlaku Green Velo

Na objętym analizą terenie powstanie do 2023 r. ważny element infrastruktury turystycznej, jakim będzie Mazurska Pętla Rowerowa (rys.).

Rys. 21. Trasa realizowanego projektu Mazurskiej Pętli Rowerowej
Źródło: https://mazury24.eu/aktualnosci/powstaje-mazurska-petla-rowerowa,12286 (14.01.2022).

To unikatowe w skali europejskiej przedsięwzięcie będzie łączyć atrakcje szlaku wodnego i rowerowego. Trasa na północy będzie łączyć się z największym szlakiem rowerowym Polski wschodniej – Green Velo. Na trasie Pętli powstanie 10 wież widokowych, z których będzie można podziwiać mazurskie krajobrazy oraz 18 miejsc obsługi rowerzystów. Wiaty wypoczynkowo-rekreacyjne wraz z serwisem, sanitariaty czy stojaki na rowery zapewnią turystom pełen komfort rekreacji. W realizację tego projektu jest zaangażowanych 28 partnerów, w tym wszystkie gminy i powiaty, członkowie Stowarzyszenia WJM 2020, Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad, Zarząd Dróg wojewódzkich oraz Nadleśnictwa z Krainy Wielkich Jezior Mazurskich. Realizacja projektu potrwa do 2023 r., lecz już dziś można korzystać z wielu odcinków trasy[17].

[17] https://mazury24.eu/aktualnosci/powstaje-mazurska-petla-rowerowa,12286 (14.01.2022).

W środowisku turystów zainteresowanych turystyką wodną funkcjonuje pojęcie **drogi wodnej**, którą może być rzeka, kanał, jezioro lub inny odcinek wodny, który dzięki cechom naturalnym lub wynikającym z działalności człowieka nadaje się do żeglugi.

W turystyce na Mazurach wykorzystuje się dwa rodzaje dróg, czyli **szlaki kajakowe i żeglarskie**. Pierwszy typ, to droga wodna (rzeka, kanał, jezioro), na której odbywać się może swobodnie lub z pokonaniem przeszkód spływ. Na szlakach kajakowych wykorzystuje się obok kajaków także canoe, pontony, łodzie, czy tratwy. Od innych szlaków turystycznych odróżnia je sposób oznakowania. Ich trasę wyznacza naturalny bieg cieku wodnego i z tego powodu zamiast malowanych oznaczeń, są stosowane znaki informacyjno-ostrzegawcze (najczęściej tablice z zadaszeniem).

Z kolei szlak żeglarski to droga przeznaczona dla jednostek pływających (żaglówek), o odpowiedniej głębokości, wyznaczona na akwenie, na której może odbywać się bezpiecznie i swobodnie ruch żeglarski. Na wodach śródlądowych kierunek toru jest zgodny z kierunkiem prądu rzeki, zaś na wodach stojących jest wyznaczany przez władze lokalne. Należy jednak pamiętać, że każdy szlak żeglarski może być również szlakiem kajakowym, ale nie każdy szlak kajakowy może być szlakiem żeglarskim. Jednym z najbardziej znanych wśród turystów jest Szlak Wielkich Jezior Mazurskich[18], który biegnie z północy na południe. Posiada wiele odgałęzień i przecina się z innymi, mniejszymi szlakami, także kajakowymi. Żegluga szlakiem biegnie zasadniczo w kierunku północnym przez jeziora Nidzkie, Bełdany, Mikołajskie, Tałty, Tałtowisko, Szymon, Jagodne, Boczne, Niegocin, Kisajno, Dargin, Kirsajty i Mamry. Szlak kończy się na kanale w Węgorzewie. Długość szlaku wynosi 111 km.

Szlak WJM to z jeden z najpiękniejszych szlaków w Europie. Jego walory to obok wielkości dostępnych akwenów wodnych (pozwalających na uprawianie różnych rodzajów turystyki wodnej), urozmaicony krajobraz i przyroda.

Trudności z precyzyjnym zdefiniowaniem szlaku turystycznego mogą wynikać z ich dużej różnorodności. Biorąc pod uwagę różne kryteria można wyodrębnić co najmniej kilkanaście rodzajów szlaków turystycznych.

Każdy z tych szlaków posiada własny **jednolity system znaków i urządzeń informacyjnych**, zgodny z *Instrukcją znakowania…* (2014)[19]. Systemy te muszą być komplementarne, ponieważ szlaki różnych rodzajów mogą być prowadzone na wspólnych odcinkach. Szlaki

[18] www.mazury.pc.pl/po-mazurach/szlak-wielkich-jezior-mazurskich (14.01.2022).
[19] Instrukcja znakowania szlaków turystycznych, 2014, Wyd. PTTK „Kraj", Warszawa.

turystyczne tworzą spójną i przejrzystą sieć na terenie kraju i połączone są ze szlakami w krajach sąsiednich.

Szlaki główne i szlaki łącznikowe

Wszystkie szlaki turystyczne jako podstawowe elementy infrastruktury turystycznej w terenie, systemu bezpieczeństwa turystycznego i informacji turystycznej są ewidencjonowane w PTTK według jednolitych zasad. Ta jedna z podstawowych koncepcji znakowania zaleca, aby znakować szlaki turystyczne według schematu:

- szlaki czerwone i niebieskie stanowią ścieżki główne, dalekobieżne,
- szlaki zielone, to ścieżki łączące najciekawsze miejsca w danym regionie,
- szlaki żółte i czarne to ścieżki o charakterze łącznikowym.

Te ogólnie stosowane zasady służą uporządkowaniu przestrzeni turystycznej.

Praktyka znakowania szlaków

Zgodnie z instrukcjami PTTK szlaki muszą zaczynać się w centrach miejscowości lub przy przystankach komunikacji zbiorowej. W mniejszych osadach powinny one startować w jednym miejscu. W systemie znakowania jest także ważne bezpieczeństwo.

Naczelna zasada głosi, że turysta przebywający na szlaku nie może się pogubić i w związku z tym szlak oznaczony jednym kolorem nie może się krzyżować z inną ścieżką znakowaną tym samym kolorem. Zaleca się, aby dwa szlaki tego samego koloru nie przebiegały zbyt blisko siebie. Kolor szlaku zależy od wielu czynników, co sprawia, że osoby znakujące szlak nie mają wyboru co do koloru oznaczeń, którego powinny użyć.

Jednym z ważniejszych rodzajów szlaków funkcjonujących na obszarze WJM są szlaki dydaktyczne, w tym związane z rybackim charakterem obszaru. Do ich znakowania należy wykorzystać:

- znaki malowane na drzewach, elewacjach budynków, trwałych obiektach znajdujących się w krajobrazie,
- drogowskazy na słupach,
- tablice informacyjne.

Oznakowanie ścieżek dydaktycznych wykonuje się według Instrukcji znakowania szlaków turystycznych PTTK. Wzory oznakowania ustalono w PTTK w latach osiemdziesiątych XX w., kiedy to stowarzyszenie PTTK, jako jedyna organizacja turystyczna była upoważniona do

planowania, koordynowania i wykonywania prac znakarskich. Od tego czasu w całej Polsce stosuje się jednolite oznakowanie ścieżek dydaktycznych, spacerowych i szlaków turystycznych.

Należy pamięć, że wielu wykonawców oferujących usługi w zakresie infrastruktury turystycznej, nie posiada specjalistów do znakowania i projektowania szlaków turystycznych. Oznaczenie szlaku w sposób solidny, w dwóch kierunkach, w sposób czytelny dla turysty, jest ważnym elementem infrastruktury. Generalną jest zasada by kolejne znaki były nawzajem widoczne. Każde skrzyżowanie powinno być odpowiednio oznaczone, szczególnie jeśli nie można określić głównej drogi (np. w przypadku szlaków rowerowych).

Wprowadzanie własnego oznakowania jest często popełnianym błędem, bowiem często wprowadza wytrawnego turystę w błąd. W związku z tym oznakowanie powinno być spójne z systemem znakowania szlaków. Jest ono rozpoznawalne i odpowiednio kojarzone z formami turystyki kwalifikowanej i rekreacji.

W przypadku rowerowych znaków drogowych, zastosowanie mają oznaczenia zgodne z Rozporządzeniem ministra infrastruktury oraz spraw wewnętrznych i administracji w sprawie znaków i sygnałów drogowych[20]. Znaki są jasne i odpowiednio kojarzone. W przypadku gdy istnieje potrzeba wprowadzenia własnego oryginalnego znaku, definiującego dane miejsce, czy historię z nim związaną można uczynić wyjątek od ww. zasad.

Instrukcja PTTK nie jest w żaden sposób narzuconym prawem przepisem oznakowania, jednak jest ogólnie przyjętym rozwiązaniem, na którym należy się wzorować podczas prac znakarskich.

Przepisy obejmujące tworzenie i administrację szlaków turystycznych wykorzystywanych w kraju dotyczą:

1. Wytyczania szlaków turystycznych – Ustawa z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Dz.U. Nr 80, poz. 707 z późn. zm.);
2. Znakowania rowerowych szlaków turystycznych – przepisy Ustawy Prawo o ruchu drogowym z 20 czerwca 1997 r. (Dz.U. 2017 poz. 1260, Dz. U. 2019 poz. 60 z późn. zm.), regulującej przepisy i zasady obowiązujące uczestników ruchu drogowego;
3. Znaków i sygnałów obowiązujących w ruchu drogowym – ich znaczenie i zakres obowiązywania określa Rozporządzenie Ministrów Infrastruktury oraz Spraw

[20] http://www.dziennikustaw.gov.pl/DU/2019/454

Wewnętrznych i Administracji z dnia 31 lipca 2002 r., w sprawie znaków i sygnałów drogowych (Dz.U. 2002 nr 170 poz. 1393).

4. Wymagań technicznych i sposobu umieszczania znaków na drogach – Rozporządzenie Ministra Infrastruktury w sprawie szczegółowych warunków technicznych dla znaków i sygnałów drogowych oraz urządzeń bezpieczeństwa ruchu drogowego i warunków ich umieszczania na drogach (Dz. U. z 2019 r. poz. 2311);
5. Szczegółowych warunków zarządzania ruchem na drogach publicznych oraz w strefach zamieszkania, a zwłaszcza działań w zakresie wprowadzania oznakowania pionowego, poziomego, sygnalizacji świetlnej i dźwiękowej oraz urządzeń bezpieczeństwa ruchu i wykonywania nadzoru nad tym zarządzaniem – Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 23 września 2003 r. w sprawie szczegółowych warunków zarządzania ruchem na drogach oraz wykonywania nadzoru nad tym zarządzaniem (Dz. U. z 2017 r. poz. 784);
6. W przypadku wytyczania i znakowania szlaków turystycznych na terenie parków narodowych i innych form ochrony przyrody – Ustawa z 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz. U. 2004 nr 92 poz. 880);
7. Szlaków turystycznych – oznakowanie malowane – Instrukcja znakowania szlaków turystycznych Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego.

4.2. Tezy do koncepcji jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów turystycznych na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

1. **Wzmocnienie marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” na potrzeby stworzenia zintegrowanego środowiska współpracy gmin członkowskich w obszarze działań informacyjno-promocyjnych na rzecz rozwijania oferty turystycznej.**

Z punktu widzenia rozwoju obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” decydujące znaczenie mają jego walory przyrodnicze wyznaczające główne kierunki działalności prowadzonej na tym terenie, tj. turystykę i rolnictwo. Środowisko to tworzy również markę „Wielkie Jeziora Mazurskie”, rozpoznawalną w całym kraju. Z badań omówionych w części diagnostycznej niniejszego opracowania wyraźnie wynika, że Mazury kojarzone są przede wszystkim z akwenami wodnymi i występującymi w nich rybami. Z tego względu ważnym i koniecznym w tworzeniu płaszczyzny współpracy jest wzmocnienie produktu turystycznego jakim jest Mazurski Szlak Rybacki, osadzenie go w ofercie turystycznej dostępnej na terenie działania Stowarzyszenia i powierzenie LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” roli koordynatora wdrożenia systemu znakowania pod swoją marką.

Złożoność podmiotów kształtujących produkt turystyczny powoduje, że stosunkowo ciężko jest nim zarządzać i tworzyć go według jednolitej wizji. Przy tworzeniu produktu turystycznego bardzo istotne jest zapewnienie mu wysokiego poziomu jakości oraz jego właściwa promocja. Uzupełniająca oferta turystyczna jest tworzona przez pojedyncze przedsiębiorstwa, organizacje, które są świadome konieczności promowania swojej oferty, przynajmniej na lokalnym rynku, wśród przyjeżdżających turystów. Jednak nie zawsze chcą, nie zawsze je stać, czy też nie zawsze widzą potrzebę promowania podstawowej oferty turystycznej, czyli walorów oraz wizerunku regionu. Działalność tego typu powinny wzmacniać lokalne organizacje turystyczne, stowarzyszenia, czy też inne podmioty tworzone po to, aby świadomie i celowo budować markę regionu, gminy. Ważne w budowaniu konkurencyjności produktu turystycznego jest wskazanie wspólnego identyfikatora marki organizacji, która jest związana z regionem, tworzy jego tożsamość i powinna być tworzona, wzmacniana jako znak wysokiej jakości, budowania relacji i zaufania wśród turystów.

We współczesnych realiach funkcjonowania podmiotów na rynku turystycznym silna marka jest jednym z podstawowych instrumentów konkurowania, który może się stać źródłem długookresowej przewagi konkurencyjnej organizacji. Jak twierdzi prof. J. Altkorn: właściwie rozumiany przez odbiorcę symbol marki jest w rzeczywistości synonimem skutecznego marketingu[21]. Autor ten traktuje markę jako swoiste spoiwo, które łączy i integruje poszczególne zadania marketingowe w organizacji i tworzy produkt turystyczny.

Marka jest to wyróżniająca nazwa i/lub symbol (taki jak logo, znak firmowy), którego celem jest identyfikacja produktu i usługi danej organizacji czy regionu oraz odróżnienie tej oferty od konkurentów[22]. Marka ma wyróżniać produkt na rynku. J. Kall wskazuje, że marka dostarcza konsumentowi wyróżniających korzyści funkcjonalnych i/lub symbolicznych, jest identyfikatorem i symbolem, gwarancją wysokiej jakości, zaufania dzięki czemu tworzy lojalne grono nabywców i umożliwia tym samym osiąganie rekomendacji i zapewnia powroty turystów[23]. Marka LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" to identyfikacja produktów, usług, wydarzeń charakterystycznych dla regionu, z których są i będą znane gminy, i którymi chcą się chwalić.

Wzmocnieniu identyfikacji marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" (i tym samym całego obszaru) służy **nowe logo Stowarzyszenia**, które odsyła użytkownika do rozpoznawalnej i dobrze kojarzonej marki Wielkich Jezior Mazurskich. Zaproponowana kolorystyka nawiązuje do toni mazurskich jezior, a występująca w nim żaglówka i fale sugerują dynamikę i aktywność. Nowa wizualizacja czyni z obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" płaszczyznę

[21] J. Altkorn, Strategia marki, PWE, Warszawa 1999, s. 13.
[22] D. Aaker, Managing Brand Equity, The Free Press, Nowy Jork 1991, s. 7
[23] J. Kall i inni, Zarządzanie marką, Wolters Kluwer, Warszawa 2001, s. 12.

wspólnych działań promocyjnych wszystkich gmin członkowskich, co jest reakcją na spostrzeżenia i oczekiwania badanych turystów w zakresie braku ekspozycji atrakcji turystycznych w gminach, braku jednego źródła informacji, chaosu w promocji oferty subregionu. Umożliwia także powierzenie LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" (jako jednostce integrującej gminy członkowskie) roli koordynatora wdrożenia systemu znakowania pod swoją marką obiektów i szlaków turystycznych. Daje to szansę na ujednolicenie informacji przekazywanych turyście, który otrzymuje jednorodną ofertę z gwarancją wysokiej jakości i satysfakcji.

Rys. 22. Nowe logo LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie"

Stworzenie zintegrowanego środowiska działań promocyjnych wymaga w pierwszej kolejności utrwalenia u odbiorców znaku LGR. W tym celu rekomenduje się aby LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" zobowiązała członków do jednorodnego wykorzystania znaku na wszystkich materiałach promocyjnych, zgodnie ze **specyfikacją z Księgi znaku**[24]. Ponadto, zaleca się by Stowarzyszenie korzystało ze wzorów akcydensów zaproponowanych w Księdze znaku i przygotowało gadżety promocyjne dystrybuowane podczas różnych eventów. Informacje zawarte w Księdze znaku mają na celu ułatwienie posługiwania się znakiem i zapewniają utrzymanie czytelności i spójności materiałów identyfikacji wizualnej. Stosując zalecenia opisane w dokumencie można prawidło prezentować logo na poszczególnych nanośnikach, unikając ich rozciągania, niepoprawnego skalowania lub łączenia z „nieczytelnymi" kolorami.

Mazurski Szlak Rybacki w wielu miejscach przecina się i pokrywa z innymi szlakami obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie". Z jednej strony, pozwala to skoncentrować uwagę turystów na temacie wiodącym, z drugiej natomiast sprzyja zwiedzaniu obiektów o zróżnicowanej tematyce. Z tego względu w przekazie promocyjnym (m.in. na mapach papierowych, elektronicznych czy stacjonarnych) należy, oprócz obiektów leżących bezpośrednio na Szlaku, uwzględnić również kluczowe walory turystyczne znajdujące się wokół niego (w tym m.in.

[24] Księga znaku stanowi integralny załącznik do niniejszego opracowania (**zał. 2**).

wybrane szlaki rowerowe, kajakowe i piesze, obiekty przyrodnicze i historyczne, porty i mariny, stare młyny, wiatraki i kuźnie, zabytki techniki, obiekty sakralne i nekropolie oraz miejsca rekreacji i wypoczynku). Takie podejście do zasobów znajdujących się na terenie wdrażania LSR podkreśli tradycje rybackie regionu ukazując jednocześnie jego bogactwo historyczne i kulturowe. Połączenie oferty turystycznej (tematycznie i obszarowo) zwiększy i zróżnicuje jej zakres, czyniąc ją jednocześnie bardziej atrakcyjną. Miłośników wędkarstwa i akwakultury odeśle do innych miejsc w subregionie (ciekawych miejsc historycznych, lokalnych atrakcji związanych z wypoczynkiem, rekreacją czy kulinariami), a pozostałych turystów przekieruje do obiektów leżących na Mazurskim Szlaku Rybackim. Objęcie połączonych zasobów turystycznych „patronatem" wzmocnionej marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" ułatwi jej identyfikację i wzmocni rozpoznawalność. Wymaga jednak opracowania i wdrożenia jednorodnego systemu oznaczeń.

2. Koncepcja jednorodnego systemu znakowania powinna mieć charakter uzupełniający względem istniejących, standardowych oznaczeń przygotowanych zgodnie z wymogami prawa i wytycznymi PTTK.

Koncepcja jednorodnego systemu znakowania nie powinna ingerować w istniejące systemy oznaczeń szlaków i obiektów, mają one bowiem charakter powszechnie obowiązujący i są przygotowane zgodnie z przepisami prawa i wytycznymi organizacji turystycznych. Przykładowo, system znakowania szlaków turystycznych (pieszych, spacerowych, dydaktycznych, rowerowych, jeździeckich, kajakowych) opisany jest w „Księdze znakarskiej Warmii i Mazur"[25]. Z kolei obiekty turystyczne – głównie noclegowe i gastronomiczne – posiadają indywidualne oznakowania według projektów indywidualnych. Z tego względu wskazane jest przeniesienie koncepcji jednorodnego systemu znakowania na bardziej ogólny poziom umożliwiający integrowanie i zbiorczą prezentację walorów turystycznych LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" na mapach (papierowych, stacjonarnych i wirtualnych).

W koncepcjach oznakowania produktu turystycznego, szlaku czy atrakcji danego regionu największą rolę odgrywają **znaki graficzne** (jako przemawiające do różnego odbiorcy) bez konieczności rozpatrywania jego umiejętności czytania i rozumienia tekstu w danym języku. Znak graficzny składa się z czterech podstawowych elementów: obrazu, nazwy, czcionki i koloru. Ustalony dla danego obszaru czy rodzaju produktu powinien on mieć stałe, ustalone zasady kompozycji tych elementów i wzajemne proporcje oraz obszar i kontekst zastosowania, użytkowania w terenie, w obiektach, przez różnych gestorów itp. Typów znaków graficznych jest bardzo wiele. Główne ich kategorie to obrazowy i literowy. Znaki

[25] Kowalczyk K., Walczak T. 2009. Księga znakarska Warmii i Mazur. Zachodniomazurskie Stowarzyszenie Przewodników Turystycznych i Pilotów Wycieczek (http://mazuryprzewodnicy.pl/wp-content/uploads/2017/03/księga-znakarska-warmii-i-mazur-2016.pdf).

obrazowe zwykle są albo zupełnie abstrakcyjne albo rzeczywiste, na których przedstawia się dany przedmiot, jego rzeczywisty opis lub metaforę opisującą przedmiot oznakowania.

Podstawową funkcją znaków jest przekazywanie przez jego autorów informacji o sobie, o własnym świecie, o tym czym chce się autor znaku z innymi podzielić (np. pięknem okolicy do której zaprasza). Szczególnie ważne jest więc zapewnienie czytelności i trafności przekazywanego komunikatu, co jest bardzo trudne w społeczeństwie informacyjnym, globalnym świecie natłoku różnorakich komunikatów. Wśród nich odbiorca musi by zdolny odkodować przekazaną informację postąpić zgodnie z zamiarem jej nadawcy, zrozumieć przesłanie, przybyć gdzie jest zapraszany, poruszać się we wskazanym kierunku itp.

Funkcją znaku graficznego (logo) jest przekazywanie informacji, a warunkiem skuteczności działania (wywołanie pożądanej reakcji) musi być jasny i czytelny komunikat przedstawiony w oryginalnej formie. Dla wybrania prawidłowego sposobu oznakowania atrakcji regionu turystycznego, jego szlaków, miejsc, obiektów trzeba zastosować się do obowiązujących przepisów prawnych, ustalonych i przyjętych przez branżę zasad i obyczajów ale też można skorzystać z szerszej wiedzy na temat różnych wzorców wprowadzenia form przekazu i komunikacji poprzez oznakowania.

Wskazana symbolika ma informować o walorach atrakcji, ciekawych miejscach i krainie, która jest „cudem natury". Koncepcja jednolitego oznakowania atrakcji turystycznych na obszarze LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" ma informować o możliwości spędzenia wolnego czasu w najwyższym poziomie standardów jakości i z gwarancją satysfakcji.

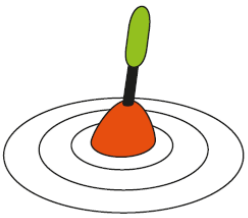
Kluczową rolę w jednorodnym systemie znakowania szlaków i obiektów turystycznych (niezależnie od formy udostępniania) odgrywają dwa elementy, tj. mapa turystyczna obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" oraz piktogramy symbolizujące jego walory turystyczne.

Mapa turystyczna z zaznaczonymi głównymi miejscowościami i lokalizacją poszczególnych walorów powinna być przygotowana w stylu zaprezentowanym na poniższym rysunku. Wskazane jest aby miejscowości, w których mają siedzibę władze gminy wyróżniały się większą czcionką.

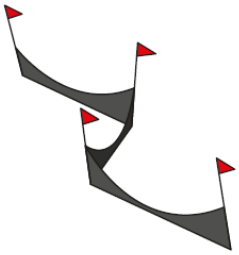
Rys. 23. Mapa turystyczna LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” przygotowana zgodnie z wytycznymi koncepcji

Piktogramy obiektów i szlaków powinny być przygotowane w spójnym stylu z wykorzystaniem kolorowych wysokoikonistycznych obrazów oddających specyficzne cechy walorów turystycznych objętych systemem znakowania. Przykłady takich piktogramów dla wybranych kategorii obiektów przedstawione są poniżej.

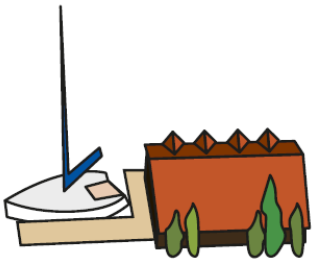
1. Obiekty znajdujące się na trasie Mazurskiego Szlaku Rybackiego:



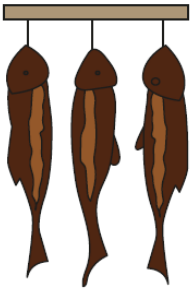
,,Dom Wędkarza"



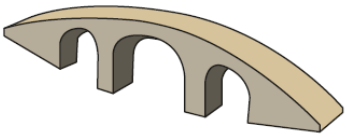
Gospodarstwo Rybackie sp. z o.o. w Giżycku



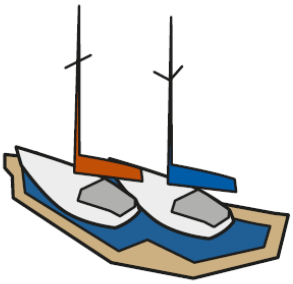
Marina i Gospoda „Pod Czarnym Łabędziem" w Rydzewie



Wędzenie Ryb, Handel i Przetwórstwo Rybne - Wojciech Wojciul



Łowisko MARIO



Przystań żeglarska Skłodowo / baza MOPR

2. Szlaki turystyczne wyrysowane na mapie (piesze, rowerowe, kajakowe i in.):

Kanał Brożajcki

Szlak kajakowy Węgorapą

Szlak Kulinarny Gminy Giżycko

Rzeka Sapina

„Ścieżka spacerowa przyrodniczo-edukacyjna" – Odkryj z nami tajemnice Kruklanek

Ścieżka rowerowa "Szlakiem Mazurskich Legend"

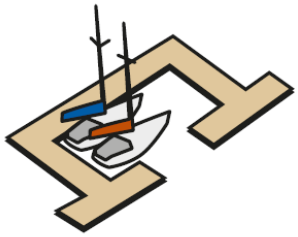
„Szlak Galindów”
(szlak kajakowy jezior rynnowych)

Ścieżka spacerowo-rekreacyjna wokół Jeziora Ołów
wraz z malownicza plażą miejska

3. Pozostałe obiekty stymulujące atrakcyjność Mazurskiego Szlaku Rybackiego:

a) porty i mariny

Ekomarina (Węgorzewo)

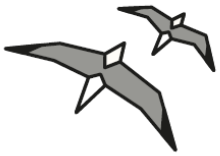


Ekomarina (Ryn)

b) obiekty przyrodnicze

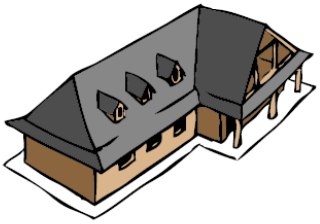
Jezioro Gołdopiwo

Rezerwat Siedmiu Wysp



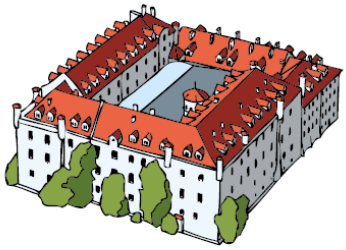
Rezerwat przyrody „Ptasia Wyspa”

c) obiekty historyczne

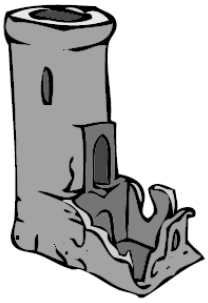


Izba Regionalno-Rybacka
w Marcinowej Woli

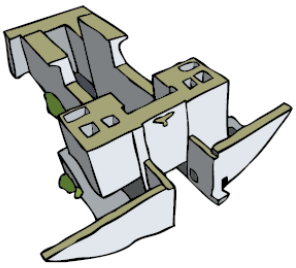
Kwatera Himmlera w Pozezdrzu



Zamek krzyżacki z XIV w.



Wieża widokowa na Diablej Górze

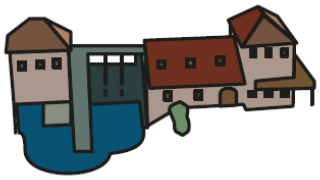


Mamerki

d) stare młyny, wiatraki i kuźnie

Wiatrak Holenderski w Grądzkich

e) zabytki techniki



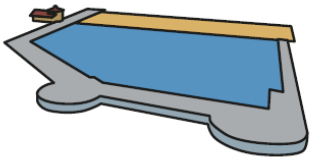
Tama i elektrownia wodna na Węgorapie
w Ołowniku

Śluza w Przerwankach

Kanał Mazurski

f) rekreacja i wypoczynek

Kompleks Rekreacyjno-Sportowy nad Jeziorem Rydzówka w Leśniewie



Plaza Miejska Mamry

Nabrzeże Jeziora Ryńskiego

Plaza Kruklanki

Mając na uwadze wzmocnienie marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" i promocję walorów turystycznych w ramach zintegrowanego środowiska wskazane jest zamieszczanie we wszystkich formach przekazu (tj. mapach papierowych, stacjonarnych i wirtualnych) **tytułu** składającego się z logo Stowarzyszenia i hasła „Mapa atrakcji turystycznych" przygotowanego z zastosowaniem wytycznych z Księgi znaku (rys.).

Rys. 24. Układ elementów tytułu mapy przygotowanego zgodnie z wytycznymi z Księgi znaku

Dopełnieniem koncepcji znakowania jest **charakterystyka walorów turystycznych** ujętych w systemie i zaprezentowanych na mapach. Jest to syntetyczna informacja o każdym obiekcie przygotowana w stylu przedstawionym w kolejnym podrozdziale.

3. Lista obiektów oznaczonych na mapach papierowych i wirtualnych

Lista obiektów zaprezentowanych na mapach została wybrana wspólnie z gminami członkowskimi LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie". W przypadku sektora gospodarczego głównym kryterium było powiązanie z sektorem rybackim oraz członkostwo w Stowarzyszeniu i/lub Związku Stowarzyszeń (LGD9).

Punkty znajdujące się na trasie **Mazurskiego Szlaku Rybackiego**:

- „Dom Wędkarza" w Sobiechach (gm. Budry),
- „Wypoczynek nad Stawami" w Sobiechach (gm. Budry),
- Wędzenie Ryb, Handel i Przetwórstwo Rybne - Wojciech Wojciul (gm. Budry),
- Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa w Wilkasach (gm. Giżycko),
- Gospodarstwo Rybackie Sp. z o.o. w Giżycku (gm. Giżycko),
- Łowisko MARIO (gm. Giżycko),
- AZS COSA Wilkasy (gm. Giżycko),
- Marina i Gospoda „Pod Czarnym Łabędziem" w Rydzewie (gm. Miłki),
- Przystań żeglarska Skłodowo / baza MOPR (gm. Pozezdrze),
- Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie/Park Etnograficzny nad Węgorapą (gm. Węgorzewo),
- Port Rybaczówka w Kalu (gm. Węgorzewo),
- Ośrodek Aktywnej Rekreacji „Folwark Łękuk" (gm. Wydminy).

Kluczowe szlaki leżące w pobliżu Mazurskiego Szlaku Rybackiego:

- Kanał Brożajcki (gm. Budry),
- Trasy rowerowe w gminie Budry połączone z Green Velo (gm. Budry),
- Szlak kajakowy Węgorapą (gm. Budry, gm. Węgorzewo),
- Szlak Kulinarny Gminy Giżycko (gm. Giżycko),
- Ścieżki rowerowe po nasypach kolejowych (gm. Giżycko),
- Rzeka Sapina (gm. Kruklanki, gm. Węgorzewo, gm. Pozezdrze),
- „Ścieżka spacerowa przyrodniczo-edukacyjna" – Odkryj z nami tajemnice Kruklanek (gm. Kruklanki),
- Ścieżka rowerowa "Szlakiem Mazurskich Legend" (gm. Kruklanki),
- „Szlak Galindów" (szlak kajakowy jezior rynnowych) (gm. Miłki),
- Ścieżka spacerowo-rekreacyjna wokół Jeziora Ołów wraz z malowniczą plażą miejską (gm. Ryn),
- Mazurska Pętla Rowerowa (gm. Giżycko, gm. Miłki, gm. Pozezdrze, gm. Węgorzewo),
- Szlak Niezłomnych Żołnierzy Wyklętych (gm. Wydminy).

Pozostałe obiekty stymulujące atrakcyjność Mazurskiego Szlaku Rybackiego (i leżące w jego bliskiej okolicy):

a) porty i mariny:
   - Ekomarina (gm. Ryn),
   - Ekomarina (gm. Węgorzewo);

b) obiekty przyrodnicze:
   - Lasy Skaliskie (gm. Budry),

- Jezioro Gołdopiwo (gm. Kruklanki),
- Wydmińskie Jeziora (Białe, Wydmińskie, Gawlik Wielki) (gm. Wydminy),
- Rezerwat przyrody Piłackie Wzgórza (gm. Pozezdrze),
- Rezerwat przyrody „Ptasia Wyspa" (gm. Ryn),
- Rezerwat Siedmiu Wysp (gm. Srokowo, gm. Węgorzewo);

c) obiekty historyczne:
- Wieża widokowa na Diablej Górze (gm. Srokowo),
- Izba Regionalno-Rybacka w Marcinowej Woli (gm. Miłki),
- Kwatera Himmlera w Pozezdrzu (gm. Pozezdrze),
- Zamek krzyżacki z XIV w. (gm. Ryn),
- Pałac w Jegławkach (gm. Srokowo),
- Mamerki (gm. Węgorzewo);

d) stare młyny, wiatraki i kuźnie:
- Młyn w Budrach (gm. Budry),
- Wiatrak Holenderski w Grądzkich (gm. Wydminy);

e) zabytki techniki:
- Tama i elektrownia wodna na Węgorapie w Ołowniku (gm. Budry),
- Śluza w Przerwankach (gm. Pozezdrze),
- Wieża widokowa – dawna wieża ciśnień (gm. Ryn),
- Kanał Mazurski oraz Park Linowy w Leśniewie (gm. Srokowo),
- Śluza w Gui (gm. Węgorzewo);

f) rekreacja i wypoczynek:
- Hotel Tajty (gm. Giżycko),
- Promenada i amfiteatr w Wilkasach (gm. Giżycko),
- Skatepark w Bystrym (gm. Giżycko),
- Plaża Kruklanki (gm. Kruklanki),
- Zagroda Żubrów w Wolisku (gm. Kruklanki),
- Instytut Rybactwa Śródlądowego w Pieczarkach (gm. Pozezdrze),
- Izba Rybacka w Pozezdrzu (gm. Pozezdrze),
- Nabrzeże Jeziora Ryńskiego (gm. Ryn),
- Kompleks Rekreacyjno-Sportowy nad Jeziorem Rydzówka w Leśniewie (gm. Srokowo),
- Plaża Miejska Mamry (gm. Węgorzewo),
- Centrum Animacji Społecznej w Ogonkach (gm. Węgorzewo),
- Most Sztynorcki (gm. Węgorzewo),
- Most garbaty na Jeziorze Wydmińskim (gm. Wydminy),
- Mazurskie Zoo Safari (gm. Wydminy);

g) obiekty sakralne i nekropolie:
- Cmentarz w Paprotkach z widokiem na Bagna Nietlickie (gm. Miłki),
- Punkt widokowy nad Jeziorem Święcajty i Cmentarz z czasów I Wojny Światowej (gm. Węgorzewo).

4.3. Koncepcja znakowania miejsc umieszczonych na mapie szlaku

Punkty znajdujące się na trasie **Mazurskiego Szlaku Rybackiego**, którego tematem przewodnim jest wędkarstwo i tradycyjne rybactwo jeziorowe na Mazurach, wraz z opisem miejsca, lokalizacją i zaleceniami dotyczącymi znakowania zestawiono w tabeli.

1. **Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa w Wilkasach** www.mazurskierybactwo.pl Wilkasy, ul. Olsztyńska 54 11-500 Giżycko	Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa w Wilkasach powstało z inicjatywy Stowarzyszenia Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie" w ramach projektu współpracy zrealizowanego przez 9 Lokalnych Grup Rybackich pn. „Północny Szlak Rybacki". Pełni funkcję edukacyjną, szkoleniową, promocji regionu i integracji lokalnych środowisk oraz sprawuje pieczę nad Mazurskim Szlakiem Rybackim będącym częścią Północnego Szlaku Rybackiego. W Centrum można zapoznać się z ofertą turystyczną podmiotów z obszaru działania Stowarzyszenia. Główne tematy działalności to tradycja i historia rybactwa; tradycje wędkarskie; akwakultura, w tym wylęgarnictwo; ichtiologia i ekologia środowisk wodnych; tradycyjne kulinaria rybne.
Zalecenia do koncepcji: Centrum Edukacji i Promocji Rybactwa to początek Mazurskiego Szlaku Rybackiego. Przy Centrum powinna stanąć tablica informacyjna wykonana z drewna impregnowanego na kolor ciemny. Deski na daszek i pokrycie planszy powierzchni czynnej o grubości ok. 2,5-3,0 cm. Powierzchnia pokryta np. blachą ocynkowaną z naklejoną warstwą informacyjną pokrytą folią zabezpieczającą przed promieniowaniem ultrafioletowym i warunkami klimatycznymi lub dachówką koloru ceglastego. Elementy drewniane konstrukcyjne łączone na wpusty oraz skręcane wkrętami lub śrubami. Mocowanie desek daszku nierdzewnymi wkrętami do drewna. Powierzchnia czynna tablic (plansza), przeznaczona na informację to ok. 1,25 m x 2,00 m. Plansza powinna zawierać: – mapę turystyczną obszaru rybackiego LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie", o maksymalnej największej skali, z naniesionym przebiegiem Mazurskiego Szlaku Rybackiego oraz innych ważnych dla obszaru szlaków wodnych i lądowych, z charakterystycznymi dla szlaku punktami i miejscami. Na tablicy powinno widnieć logo LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" (opracowane i dołączone w Księdze znaku). Wykonawca niniejszego opracowania zaleca stosowanie wzoru mapy i formy oznaczeń punktów na trasach omówionych w niniejszym dokumencie; – legendę do mapy w jednym języku (polskim), bądź w 2-3 językach (polskim, angielskim, niemieckim), wg wzoru zaprezentowanego w niniejszym dokumencie; – punkty na mapie określające lokalizację tablicy w terenie – czyli tzw. „miejsce stania" – informację o treści: „Przedsięwzięcie dofinansowane ze środków (……). Odpowiednie instytucje lub fundusze wskazane zostaną przez Zleceniodawcę, wraz z logo tych instytucji. Tablice powinny być zamocowane w gruncie lub na ścianach budynków. Zaleca się, aby plansza czynna nie była narażona na bezpośrednie działanie promieni słonecznych. Mapowe przedstawienie atrakcji turystycznych obszaru, oprócz piktogramów ilustrujących charakterystyczne miejsca/atrakcje, zawiera także trasy przebiegu ważnych szlaków. W rogu tablicy (pod legendą) powinien znaleźć się kod QR do elektronicznej wersji mapy z opisami poszczególnych obiektów. Wszystkie podstawowe oznaczenia dotyczące zarówno tego szlaku, jak i pozostałych szlaków w północnej części krainy Wielkich Jezior Mazurskich należy stosować zgodnie z wytycznymi Księgi znakarskiej Warmii i Mazur (http://mazuryprzewodnicy.pl/wp-content/uploads/2017/03/księga-znakarska-warmii-i-mazur-2016.pdf).	

2. **Park Wodny Wilkasy** www.parkwodnywilkasy.ugg.pl Wilkasy, ul. Olsztyńska 29 A 11-500 Giżycko	Kompleks turystyczno-sportowo-rozrywkowy z basenem z częścią rekreacyjną, składającą się z jacuzzi, sauny, zjeżdżalni i sztucznej rzeki. Atrakcje miejsca dostarczą wrażeń wszystkim sympatykom sportów wodnych. Najmłodszym Gościom przygotowano minibasen z atrakcjami wodnymi w postaci tryskających wodą żółwika i żabki oraz zjeżdżalnią. Dostępna jest tu również nowoczesna siłownia dla mężczyzn oraz typowa dla Pań sala FITNESS. Ponadto w wydzielonej części obiektu znajduje się dwutorowa kręgielnia i stół bilardowy. Można tu również skorzystać z sali gimnastycznej oraz spróbować swoich sił na ściance wspinaczkowej. Działają tutaj szkółki pływackie i dziecięce grupy wspinaczkowe, prowadzone są także zajęcia fitness. Obiekt jest dostępny nie tylko latem lecz i w pozostałe pory roku.
Zalecenia do koncepcji: W miarę możliwości wskazane postawienie tablicy informacyjnej (wg wzorca) z zaznaczonym „miejsce stania” (zalecane wyeksponowanie piktogramu miejsca). Tablica może dodatkowo zawierać atrakcje miejsca.	
3. **Gościniec Ryński Młyn** www.zamekryn.pl www.rynskimlyn.pl ul. Szkolna 3 11-520 Ryn	Miejsce z widokiem na czarowne jezioro Ryńskie. Zaskakuje ono Gości zarówno niezwykłością wystroju jak i potraw opartych na tradycyjnych recepturach. Karczmarki częstują regionalnym smalcem i ogórkami zatapianymi w beczkach z własnej spiżarni. Świeżo pieczony, pachnący chleb w różnych smakach stanowi smakowity dodatek do ryb. Serwowane dania podaje się na glinianej zastawie. Młyn jest położony na nabrzeżu Jeziora Ryńskiego, w odległości zaledwie 100 metrów od ekomariny, co czyni go miejscem odpoczynku, tak dla żeglarzy, jak i wędkarzy. W gościńcu znajdują się: Restauracja Gościniec Ryński Młyn, sklep „Smaki Mazur” oferujący szeroką gamę produktów regionalnych, pokoje hotelowe z tarasem z widokiem na Jezioro Ryńskie
4. **Tawerna pod Byczkiem** www.mazuryn-yachting.pl ul. Szkolna 9 11-520 Ryn	Obiekt jest usytuowany na szlaku Wielkich Jezior Mazurskich, nad Jeziorem Ryńskim. Czynny całorocznie. Na dole budynku mieści się restauracja gdzie są serwowane dania domowej polskiej kuchni, w tym głównie ryby z mazurskich jezior. Organizowane są tu imprezy, obozy, biesiady zarówno dla gości indywidualnych, jak i dla zorganizowanych grup. Nad restauracją znajdują się komfortowo wyposażone pokoje z widokiem na jezioro. Przy obiekcie mieści się port jachtowy, gdzie można skorzystać ze sprzętu wodnego – rowerki, kajaki, łodzie wiosłowe, można również wynająć jacht ze sternikiem. Dla wędkarzy przygotowano specjalną ofertę obejmującą możliwość wypożyczenia łodzi i wędek. Goście odwiedzający Tawernę mogą wędkować w porcie jachtowym, mają do tego przygotowane łodzie wiosłowe, motorowe oraz żaglówki, jak również wędki. Organizowane są imprezy i zawody w połowach ryb dla gości Tawerny. Złowione ryby są wspólnie smażone, wędzone i spożywane. Biesiady odbywają się nad samym jeziorem Ryńskim pod specjalnie przygotowanymi do tego celu wiatami.
Zalecenia do koncepcji: Dla obiektów 3-4 zaleca się postawienie tablicy informacyjnej (wg wzorca) w sąsiedztwie plaży z dodatkowo naniesioną (wyeksponowaną) ikonką miejsca. Tablica zamiast opisu atrakcji szlaku może zawierać atrakcje miejsc z ich opisami j.w. W przypadku innych szlaków turystycznych jest ważne zaznaczenie miejsc wspólnych z Mazurskim Szlakiem Rybackim.	
5. **Dom Perkun** www.domperkun.pl Pierkunowo 10A 11-500 Giżycko	To całoroczna restauracja znajdująca się na szlaku Wielkich Jezior Mazurskich nad brzegiem jeziora Kisajno. Obiekt posiada 150 miejsc siedzących, duży taras z dojściem do wody, a także parking na samochody i autokary. Serwuje pyszne dania z regionalnych ryb, a specjalizuje się w daniach z cielęciny z własnego gospodarstwa rolnego. W sezonie letnim można wypożyczyć tu łódkę i udać się na połów mazurskich ryb. Zimą, z racji dostępu do linii brzegowej, są tu idealne warunki do łowienia na lodzie, a bliska odległość jeziora daje możliwość wejścia w każdej chwili do restauracji i ogrzania się przy filiżance ciepłej herbaty. Obiekt jest całoroczny.

Zalecenia do koncepcji: W miarę możliwości wskazane postawienie tablicy informacyjnej (wg wzorca) z dodatkowo naniesioną (wyeksponowaną) ikonką miejsca. Tablica zamiast opisu atrakcji szlaku może zawierać atrakcje miejsca. Powinna stanąć ona w linii brzegowej jeziora.	
6. **AZS COSA Wilkasy** www.azs-wilkasy.pl ul. Niegocińska 5, Wilkasy 11-500 Giżycko	Centralny Ośrodek Sportu Akademickiego AZS znajduje się w Wilkasach nad. jez. Niegocin. Do dyspozycji Gości przytulnie urządzone pokoje, bogate zaplecze sportowe, sprzęt rekreacyjny, spa oraz przystań jachtowa. Obiekt dysponuje restauracją, która serwuje dania kuchni regionalnej, polskiej i włoskiej.
7. **Gospodarstwo Rybackie w Giżycku Spółka z o.o.** Piękna Góra 4C 11-500 Giżycko	Gospodarstwo powstało w 1994 r. Prowadzi gospodarkę rybacko-wędkarską na jeziorach: Doba, Dargin, Sztynort, Skarz, Wojsak, Popówka, Kisajno, Niegocin, Jagodno, Wojnowo, Bawełno, Ublik Wielki, Ublik Mały (Zielone) – od Mostu Sztynorckiego do Kanału Szymańskiego. W ofercie ma ryby świeże (płoć, leszcz, szczupak, sandacz, węgorz, okoń, sielawa, sum, pstrąg, karp, tołpyga) i przetworzone: mrożone, filetowane i wędzone. W sezonie letnim na terenie gospodarstwa funkcjonuje smażalnia ryb. Posiada własną wylęgarnię ryb oraz 20ha stawów przyjeziornych. Prowadzi sprzedaż zezwoleń wędkarskich, a także usługi żeglarskie i portowe.
Zalecenia do koncepcji: Dla wskazanych miejsc zaleca się opracowanie autorskich tablic z naniesioną, pełną ofertą miejsc dokumentowaną foto. Należy rozważyć możliwość wykorzystania wzoru tablic opracowanych w ramach niniejszej koncepcji.	
8. **Rybaczówka w Bogaczewie** www.rybaczowkamazury.pl Bogaczewo 32c 11-500 Giżycko	Całoroczny pensjonat z restauracją i przystanią urządzony w stylu rustykalnym. Atrakcyjne położenie z bezpośrednim dostępem do jeziora na szlaku Wielkich Jezior Mazurskich. Bezpieczeństwo gwarantuje monitoring. Miejsce przyjazne obcokrajowcom (język: angielski, niemiecki, włoski i portugalski). W restauracji znajduje się kominek, klimatyczny wystrój oraz taras z widokiem na jezioro, a także własna wędzarnia. Menu oparte jest na świeżych rybach z lokalnych jezior, można dostać tu ryby smażone, pieczone, wędzone, zupy rybne, „flaki" z lina, pierogi rybne i inne. Przystań oferuje 40 miejsc postojowych, wodę, prąd na kei, węzeł sanitarny, wypożyczalnię sprzętu wodnego, jachty żaglowe, motorowe, łódki wiosłowe, kajaki, rowery wodne, deski windsurfingowe, wypożyczalnię sprzętu wędkarskiego oraz sprzedaż pozwoleń wędkarskich. Obiekt oferuje wyprawy wędkarskie z przewodnikiem oraz wycieczki dydaktyczne jachtami spacerowymi połączone z degustacją dań rybnych.
9. **Łowisko MARIO** www.facebook.com/Przygoda... ul. Leśna 13, 11-500 Gajewo	Ogólnodostępne łowisko wędkarskie o powierzchni lustra wody wynoszącej 3,0 ha i średniej głębokości 5m, które zaskakuje niepowtarzalnym klimatem. Znajdują się tu drewniane wiaty, huśtawki i niespotykany kamienny most łączący dwa brzegi łowiska. Wyjątkowe połączenie drewna i kamienia daje miejscu nadzwyczajny charakter i specyficzny klimat. Przeważają tu takie gatunki ryb, jak: karp, karaś, lin, okoń, szczupak, sandacz, płoć, krasnopióra, tołpyga, amur, miętus, węgorz. Obiekt jest całoroczny, a wędkarze mają do dyspozycji grille, kajaki i łódki. Dla najmłodszych przygotowano plac zabaw z wieloma atrakcjami. Łowisko posiada 65 stanowisk oraz dostęp do węzła sanitarnego. Znajduje się tu również tawerna, gdzie można skosztować potraw z ryb pochodzących z łowiska. Dla lubiących rywalizację polecany jest udział w organizowanych tu cyklicznie zawodach wędkarskich.

Zalecenia do koncepcji: W przypadku wszystkich łowisk zlokalizowanych na szlaku zaleca się wykorzystanie – w miarę możliwości – tablic szlaku z oznaczonymi w sposób szczególny wszystkimi łowiskami. Łowisko własne może być wyeksponowane na tablicy np. większą ikonką, z opisem wszystkich atrakcji, ewentualnie rejestrem wydarzeń wraz z ich dokumentacją fotograficzną. Tablica usytuowana w miejscu widocznym zarówno dla odwiedzających obiekt jak i innych turystów poruszających się po szlaku.	
10. **Stary Młyn Karczma i Hotelik** Upałty 2 11-500 Giżycko	Stary Młyn położony w środku mazurskiej wsi Upałty, to obiekt z przełomu XIX i XX w. zaadaptowany na pensjonat i stylową karczmę. Położony w pięknym miejscu nad jeziorem, to idealne miejsce, gdzie można dobrze zjeść, zrelaksować się i odpocząć w otoczeniu przyrody. Serwowane są tu staropolskie potrawy – same mazurskie smakowitości. Znaczną część menu stanowią dania z mazurskich ryb. Goście ze stylowo urządzonych pokoi, znajdujących się nad restauracją, mogą delektować się pięknem mazurskiego krajobrazu. Z tarasu widokowego można podziwiać zachody słońca. Dla miłośników wędkarstwa jest pomost oraz możliwość wypożyczenia sprzętu wędkarskiego. Wszystko to w niepowtarzalnym, intymnym klimacie, który tworzą stary, ponad 100 letni młyn, stare meble i zgromadzone we wnętrzach młynarskie pamiątki. Na terenie obiektu znajduje się plac zabaw dla dzieci oraz duży parking.
11. **Pensjonat TERESA** www.pensjonatteresa.pl Marcinowa Wola 2 11-513 Miłki	Pensjonat jest położony w malowniczym miejscu nad brzegiem Jeziora Buwełno. Posiada w swej ofercie miejsca noclegowe, restaurację serwującą domowe dania z lokalnych produktów, przepiękne okolice do zwiedzania i czyste jezioro pełne ryb. Każdy znajdzie tu coś dla siebie – miłośnicy wędkarstwa mogą wypożyczyć sprzęt i udać się na połów, amatorzy konnych przejażdżek znajdą w pobliżu ośrodek jeździecki, a wielbiciele wędrówek pieszych i wycieczek rowerowych – wyjątkowe krajobrazy.
12. **Gospoda pod Czarnym Łabędziem** www.gospoda.pl ul. Mazurska 98, Rydzewo 11-513 Miłki	Gospoda na Mazurach - malowniczo położona na Cyplu łączącym jeziora Boczne i Niegocin w niedalekim sąsiedztwie lasu. W Gospodzie znajduje się 17 przytulnych, stylowo urządzonych pokoi z łazienkami. Obiekt jest miejscem zarówno do odpoczynku, jak i do aktywnego spędzania czasu. Poza niepowtarzalnym wystrojem i klimatem jedną z atrakcji Gospody jest kuchnia regionalna, która wykorzystuje produkty pochodzące m.in. ze sprawdzonych lokalnych gospodarstw rybackich. Na terenie obiektu znajduje się keja, serwis motorowodny, a także pole kempingowe. Niespotykaną atrakcją jest tu pokaz wykorzystania tradycyjnego pieca chlebowego do przygotowania tradycyjnej potrawy Mazurskiej z ryby słodkowodnej. Gospoda organizuje m.in. połowy ryb wraz z przewodnikiem oraz zawody wędkarskie.
13. **Folwark Łękuk** www.lekuk.pl Łękuk Mały 8 11-510 Wydminy	To mazurski folwark nad jeziorem Łękuk w Puszczy Boreckiej. W ofercie posiada noclegi oraz restaurację. Ciekawostką jest, że każdy pokój w ośrodku nawiązuje do pewnej formy aktywnej rekreacji dostępnej na terenie obiektu. Obiekt posiada ponad kilometr linii brzegowej, kąpielisko i piaszczystą plażę, 18 ha wolnej przestrzeni, oraz odrestaurowany park dworski. Na terenie ośrodka funkcjonuje wypożyczalnia sprzętu wodnego oraz pomosty. W ofercie są łódki, kajaki i rowery wodne. Obiekt posiada kompleksową ofertę dla wędkarzy obejmującą łowisko wędkarskie PZW Suwałki, możliwość zakupienia pozwoleń wędkarskich, wypożyczenia sprzętu pływającego, sprawienia i przygotowania potraw ze złowionych ryb.
14. **Gościniec Wydminy** www.gosciniecwydminy.pl ul. Grunwaldzka 1c 11-510 Wydminy	To urokliwe miejsce położone bezpośrednio nad jeziorem Wydmińskim i całkowicie objęte strefą ciszy. Jezioro jest mocno rozciągnięte i ma bardzo urozmaiconą linię brzegową z licznymi zatokami i wyspami. Jedna z nich znajduje się vis-a-vis ośrodka i prowadzi na nią zabytkowy most garbaty. To swoisty raj dla wędkarzy, z wieloma jeziorami w okolicy oraz możliwością zakupu pozwoleń wędkarskich. Obiekt oferuje bazę noclegową w formie pokoi oraz domków letniskowych nad jeziorem. W restauracyjnym jadłospisie królują mazurskie ryby przyrządzane na wiele sposobów.

Zalecenia do koncepcji: Dla obiektów 10-14 warto rozważyć możliwość postawienia tablic informacyjnych (z wykorzystaniem opracowanego tu rozwiązania). Tablice powinny stanąć w sąsiedztwie zbiorników wodnych w miejscach odwiedzanych również przez turystów nie będących gośćmi ośrodka. Tablice, poza mapą turystyczną obszaru rybackiego LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie", z wyeksponowanymi ikonkami obiektu (ewentualnie przy wspólnym przedsięwzięciu właścicieli tablic – kilku obiektów). Jest wskazane w legendzie mapy szlaku zamieszczenie wyeksponowanego „widoku miejsca" z wyszczególnieniem jego atrakcji.	
15. **Przystań Skłodowo/baza MOPR** www.sklodowo.pl Harsz 60 11-610 Pozezdrze	Przystań Skłodowo stanowi bazę turystyczną i schronienie dla żeglarzy, wędkarzy, motorowodniaków i innych osób uprawiających szeroko rozumianą turystykę wodną. Unikatowy charakter półwyspu, wokół którego roztacza się z jednej strony Jezioro Mamry, z drugiej Kirsajty i Dargin, las, piękno otaczającej natury i cisza – stanowią odpowiednie miejsce do wypoczynku dla osób ceniących spokój. Znajduje się tu pensjonat, parking, tawerna, sanitariaty, miejsce na ognisko, pole namiotowe, które stanowi idealne miejsce zapewniające komfort wypoczynku nie tylko żeglarzom. Na terenie przystani znajdują się stawy, gdzie można w miłej atmosferze spędzić czas oraz połowić ryby. Osłonięta od wiatru i fali przystań z całoroczną bazą Mazurskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego i masztem wczesnego ostrzegania pogodowego, stanowią bezpieczne schronienie dla wszystkich jednostek pływających i ich załóg.
16. **Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie/Park Etnograficzny nad Węgorapą** www.muzeum-wegorzewo.pl ul. Portowa 1 11-600 Węgorzewo	Muzeum z siedzibą w zabytkowym budynku o charakterze podmiejskiego dworku, który został wzniesiony ok. 1737 r. Z Muzeum sąsiaduje Park Etnograficzny nad rzeką Węgorapą. Eksponowane są tu przykłady tradycyjnego budownictwa mazurskiego, w tym drewniane chaty, budynek gospodarczy, remiza, kuźnia oraz murowany dom o zabudowie szachulcowej. Muzeum gromadzi zabytki kultury materialnej i niematerialnej grup etnicznych i narodowościowych zamieszkujących współcześnie i w przeszłości Polskę północno-wschodnią. Muzeum prowadzi szeroko rozumianą działalność edukacyjną (żywe pracownie rękodzielnicze, lekcje muzealne, ferie w muzeum) oraz projekty badawcze (archeologiczne i historyczne). Dba o popularyzację folkloru i „ginących zawodów" organizując szereg imprez, w tym m.in. Międzynarodowy Jarmark Folkloru.
Zalecenia do koncepcji: Muzeum Kultury Ludowej w Węgorzewie, to popularne i często odwiedzane miejsce przez turystów, w związku z tym zaleca się postawienie tablicy informacyjnej z mapą obszaru, z dodatkowo zaznaczonymi historycznymi miejscami subregionu.	
17. **Agroturystyka „Oczko"** Ogonki ul. Szkolna 15 11-600 Węgorzewo	Miejsce dla osób lubiących powędkować w kameralnych warunkach. Unikalne polodowcowe jezioro o wielkości ok. 1 ha jest zarybione i daje doskonałe warunki dla wędkarzy, którzy oprócz udogodnień typu: pomosty i sprzęt pływający mogą otrzymać tu wędki, podbieraki i inne niezbędne do połowu sprzęty. W pobliżu łowiska znajduje się wolnostojący domek, gdzie na parterze mieści się pokój dzienny z aneksem kuchennym oraz łazienka (WC + prysznic), użytkowe poddasze natomiast zaadoptowano na sypialnię. Na terenie obiektu znajduje się ponadto ogrodzony parking, altanka, boisko do siatkówki, miejsce na ognisko i grill. Wyjątkowy charakter miejsca potwierdza zdobyty w zorganizowanym przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" konkursie tytuł „Najlepszego Łowiska Wędkarskiego 2013r." w kategorii łowisk zamkniętych.

Zalecenia do koncepcji: W przypadku wszystkich łowisk zlokalizowanych na szlaku zaleca się wykorzystanie – w miarę możliwości – tablic szlaku z oznaczonymi w sposób szczególny wszystkimi łowiskami. Łowisko własne może być wyeksponowane na tablicy np. większą ikonką, z opisem wszystkich atrakcji, ewentualnie rejestrem wydarzeń wraz z ich dokumentacją fotograficzną. Tablica usytuowana w miejscu widocznym zarówno dla odwiedzających obiekt jak i innych turystów poruszających się po szlaku.	
18. **Port Rybaczówka w Kalu** www.pzw.suwalki.com.pl ul. Giżycka 14, Ogonki 11-600 Węgorzewo	Miejsce, które oferuje kompleksową obsługę turystyczną. Świadczone są tu usługi szkutnicze oraz produkcja i sprzedaż łodzi rybackich i wędkarskich. Tu można nabyć zezwolenia wędkarskie, świeżą rybę lub wędzoną. Do portu wpływa się bez żagli z postawionym masztem, ze wschodniego brzegu jez. Mamry, krótkim kanałem. Dobrze osłonięty przed warunkami panującymi na jeziorze. Pełne zaplecze socjalne, prąd i woda na kei, możliwość slipowania, zimowania łodzi a dla zmotoryzowanych parking samochodowy. Z pomostu można łowić ryby.
19. **Gościniec u Kalicha** www.gosciniecukalicha.pl ul. Portowa 4a 11-600 Węgorzewo	Miejsce rodzinne, stworzone z pasji do gotowania i biesiady. W prostych i kolorowych wnętrzach, nawiązujących stylem do mazurskiego krajobrazu, znaleźć można atmosferę niedzielnych, domowych obiadów. Każdy, kto przekracza progi Gościńca, staje się Gościem w jego Domu, który pachnie ciepłym ciastem drożdżowym, kompotem truskawkowym oraz polnymi kwiatami. Niepowtarzalny klimat miejsca uzupełnia smak tradycyjnej, polskiej kuchni. Widoki, muzyka i wspólne tańce to wizytówka Gościńca u Kalicha. Na co dzień Restauracja serwuje proste, tradycyjne dania kuchni polskiej i lokalnej, oparte na produktach ekologicznych, w które i zaopatruje się u okolicznych dostawców. Świeża ryba trafia do restauracyjnej kuchni prosto z pobliskiego jeziora. Niezapomniany smak świeżego grillowanego okonia sprawią, że będąc na Mazurach każdy zawsze tu powinien zajrzeć.
20. **Restauracja u Córki Rybaka** Smażalnia Ryb Sztynort 11-600 Węgorzewo	Restauracja – smażalnia Ryb w Sztynorcie swój niepowtarzalny charakter zawdzięcza stylizacji utrzymanej w dworkowym stylu, w połączeniu z nowoczesnymi elementami. W smażalni panuje rodzinna, ciepła atmosfera. Ryby smażone przez Córkę Rybaka trafiają bezpośrednio na stoły. W karcie dań znajdują się wyłącznie ryby z mazurskich jezior. Kuchnia serwuje m.in. wędzoną sielawkę oraz mazurską zupę rybną. Specjalność Córki Rybaka to danie Pan Lin w sosie śmietanowo-kurkowym. Na terenie Smażalni znajdują się makiety z rybami i opisem ich występowania i znaczenia w środowisku.
Zalecenia do koncepcji: Dla obiektów 18-20 warto rozważyć możliwość postawienia tablic informacyjnych (z wykorzystaniem opracowanego tu rozwiązania). Tablice powinny stanąć w sąsiedztwie gościńca, w miejscach widocznych tak dla odwiedzanych obiekt, jak i przez turystów przemieszczających się po szlaku. Tablice, poza mapą turystyczną obszaru rybackiego LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie", z wyeksponowanymi ikonkami obiektu (ewentualnie przy wspólnym przedsięwzięciu właścicieli tablic) - obiektów. Jest wskazane w legendzie mapy szlaku zamieszczenie wyeksponowanego „widoku miejsca" z wyszczególnieniem jego atrakcji.	
21. **Gminny Ośrodek Kultury w Srokowie** Plac Rynkowy 14 11-420 Srokowo	Galerie prac malarskich – Międzynarodowych Plenerów Malarskich w Srokowie oraz Wystawę etnograficzną – zbiory sprzętów gospodarstwa domowego z regionu mazurskiego oraz Kresów Wschodnich. W ramach GOK-u działają Dom Kultury i Gminna Biblioteka Publiczna. Biblioteka, oprócz typowej działalności organizuje spotkania autorskie, które cieszą się wielką popularnością wśród czytelników. Dom Kultury prowadzi stałe formy zajęć jak: koła taneczne, plastyczne, wokalne, naukę gry na instrumentach. Wielkim zainteresowaniem wśród Pań cieszy się Akademia Zgrabnej Sylwetki. Osoby starsze bardzo aktywnie działają w Klubie Seniora. W okresie letnim organizowane są imprezy plenerowe, takie jak np. „Dni Srokowa" cieszące się bardzo dużą popularnością zarówno wśród lokalnej społeczności jak i przyjezdnych Gości.

Zalecenia do koncepcji: W sąsiedztwie GOKU tablica informacyjna nawiązująca do wspólnej koncepcji. Można wykorzystać część mapy, obejmującą obszar gminy Srokowo, zamieścić jak najwięcej miejsc charakterystycznych dla gminy i godnych wyeksponowania.	
22. **„Wypoczynek nad Stawami”** al. Wojska Polskiego 11-606 Budry	Stosunkowo nowe na tym obszarze i malowniczo położone łowisko, które powstało na bazie trzech kaskadowych stawów wędkarskich. Łowisko jest oddalone ok. 10 km na północ od Węgorzewa i ok 2 km na południe od rzeki Węgorapy. Teren łowiska o powierzchni ok. 6,0 ha ogrodzony w tym 3,0 ha wody, 1,0 ha lasu, umożliwia bezpieczne przebywanie z możliwością noclegu w okresie letnim. Łowisko posiada ok. 1,5 km linii brzegowej z możliwością udostępnienia do wędkowania zorganizowanym grupom np. na zawody wędkarskie, imprezy plenerowe. Stawy bogato zarybione. Na łowisku do dyspozycji gości trzy drewniane domki rekreacyjne z pełnym wyposażeniem, parking, wiaty, grille, ognisko. Istnieje możliwość rozstawienia namiotów i kamperów.
Zalecenia do koncepcji: W przypadku wszystkich łowisk zlokalizowanych na szlaku zaleca się wykorzystanie – w miarę możliwości – tablic szlaku z oznaczonymi w sposób szczególny wszystkimi łowiskami. Łowisko własne może być wyeksponowane na tablicy np. większą ikonką, z opisem wszystkich atrakcji, ewentualnie rejestrem wydarzeń wraz z ich dokumentacją fotograficzną. Tablica usytuowana w miejscu widocznym zarówno dla odwiedzających obiekt jak i innych turystów poruszających się po szlaku.	
23. **Wędzenie Ryb, Handel i Przetwórstwo Rybne - Wojciech Wojciul** www.mazyrskieryby.pl Grądy Węgorzewskie 12 11-606 Budry	Wędzarnia zlokalizowana przy trasie z Węgorzewa do Gołdapi, oferuje ryby wędzone morskie (stek łososia wędzony na gorąco, płat łososia wędzony na zimno, halibut wędzony na gorąco), ryby wędzone jeziorowe i hodowlane (leszcz, węgorz, sum, sieja, sielawa, pstrąg), ryby świeże morskie (dorsz, flądra, węgorzyca, minóg, turbot), ryby świeże jeziorowe i hodowlane (okoń, sandacz, sielawa, szczupak, lin, karaś, płoć, pstrąg, łosoś). Ryby można kupić na wynos lub skonsumować na miejscu, na świeżym powietrzu pod daszkami trzcinowymi. W pobliżu dostępny parking i plac zabaw dla dzieci.
24. **„Dom Wędkarza”** Sobiechy 53 11-606 Sobiechy	Dom wakacyjny o powierzchni 150 m2 z wyżywieniem we własnym zakresie. Zlokalizowany w zacisznej, zielonej okolicy przy szlaku rowerowym Sobiechy - Pietrele - Więcki. Na miejscu znajduje się duży staw z 15 gatunkami ryb, z możliwością wędkowania. Obiekt dysponuje parkingiem, bezpłatnym dostępem do WiFi oraz jest w pełni wyposażony. Na terenie posesji znajduje się ogród ze sprzętem do grillowania, a w pobliżu znajduje się hodowla danieli. W okolicy panują doskonałe warunki do uprawiania turystyki pieszej i rowerowej.
Zalecenia do koncepcji: W przypadku wszystkich łowisk zlokalizowanych na szlaku zaleca się wykorzystanie – w miarę możliwości – tablic szlaku z oznaczonymi w sposób szczególny wszystkimi łowiskami. Łowisko własne może być wyeksponowane na tablicy np. większą ikonką, z opisem wszystkich atrakcji, ewentualnie rejestrem wydarzeń wraz z ich dokumentacją fotograficzną. Tablica usytuowana w miejscu widocznym zarówno dla odwiedzających obiekt jak i innych turystów poruszających się po szlaku.	

Zalecenia do koncepcji znakowania **kluczowych szlaków** leżących w pobliżu Mazurskiego Szlaku Rybackiego zestawiono w poniższej tabeli.

Kanał Brożajcki gm. Budry	Łączy rzeki Gołdapę i Węgorapę. Powstał w 1733 r. jako jeden z odcinków spławu drewna do dawnego Królewca. Kanał był odnawiany w latach 1824-1826. Przechodzi przez Lasy Skaliskie i obecnie jest ostoją bobrów. Na kanale Brożajckim znajduje się 5 jazów: Bąkowo, Polski, Halina, Brożajcie, Mieduniszki Wielkie. Od Miczuł do jazu w Mieduniszkach Wielkich długość kanału wynosi 12 km. Wzdłuż kanału zachowały się liczne zabytkowe urządzenia, które można spotkać przemierzając trasy rowerowe.
Trasy rowerowe w gminie – połączone z Green Velo gm. Budry	Na terenie gminy do dyspozycji cyklistów dostępne są trzy szlaki: 1. Szlak Buderskich Wzgórz (oznaczony kolorem żółtym) przebiega przez malownicze mazurskie wsie pełne kwiecistych łąk, dzikiego ptactwa, rozciągających się po horyzont połaci pól uprawnych i stada pasących się krów. Sielskie widoki osadzone są we wzgórzystym, leśnym, naturalnie pięknym krajobrazie. 2. Szlak Wilka (oznaczony kolorem zielonym) przebiegający z Budr, jednego z największych w Europie siedlisk bociana białego, w kierunku Skaliska. Można tu przeżyć niezapomnianą przygodę z dziką przyrodą, stanąć „oko w oko" z majestatycznym łosiem, spotkać watahę dzików czy wędrującego bezdrożami wilka. 3. Szlak Mazurskich Łotrów (oznaczony kolorem niebieskim) ukazujący piękno niezwykłej Krainy Węgorapy. Trasa wiodąca przez malownicze wzgórza Wyniesienia Pawłowskiego, mija liczne zabytki, a także miejsca osadzone w mazurskich legendach, aby w końcu zaprowadzić do kompleksu Lasów Skaliskich.
Szlak kajakowy Węgorapą gm. Budry gm. Węgorzewo	Szlak obejmuje kilka wariantów: Węgorzewo – Mieduniszki (ok. 55 km), Węgorzewo - Ołownik (ok. 25 km), Stulichy – Wężówko (ok. 7 km), Wężówko – Ołownik (ok. 7 km), Stulichy – Ołownik (ok. 14 km). Węgorapa na całym niemalże szlaku pozbawiona jest jezior. Wyjątek stanowi malownicze rozlewisko przed elektrownią w Ołowniku. Odcinek rzeki od miejscowości Stulichy do Ołownika jest bardzo zróżnicowany. Trasa biegnie poprzez leniwe fragmenty wśród łąk, miejscowe plaże na brzegach, strome brzegi w zadrzewionych jarach, tunele z drzew po wartki, niemalże górski potok. Na wszystkich odcinkach znajduje się krystalicznie czysta woda, bujna roślinność oraz odcinki z piaszczystym dnem.
Szlak Kulinarny Gminy Giżycko gm. Giżycko	W struktury szlaku włączane są lokale, które mają w ofercie co najmniej trzy potrawy lub dania regionalne, które mogą być serwowane niezależnie bądź wchodzić w skład zestawów obiadowych. Proces certyfikacji przeprowadzany przez Wójta Gminy Giżycko pozytywnie przeszło siedem podmiotów, tj.: ośrodek AZS COSA, firma Margot w Wilkasach, stanica Stranda w Pierkunowie, restauracje hotelu Tajty w Wilkasach, Łabędzi Ostrów w Pięknej Górze i Dzika Kaczka w Bystrym, a także lokal Chlebowy Domek w Spytkowie.
Ścieżki rowerowe po nasypach kolejowych gm. Giżycko	Ścieżka rowerowa po nieczynnych nasypach kolejowych o długości 8,24 km, szerokości 2,5 m wraz z obustronnymi poboczami o szerokości 0,5 m. Prowadzi przez malowniczą scenerię wsi Sulimy, Grajwo, Kożuchy Wielkie, Pieczonki. W miejscowości Kożuchy Wielkie znajduje się miejsce obsługi rowerzystów (MOR) z wiatą rekreacyjną, stołem i ławkami.
Rzeka Sapina gm. Kruklanki gm. Węgorzewo gm. Pozezdrze	Malownicza rzeka ma źródło w okolicach wsi Boćwinka. Przepływa przez jeziora: Żywy, Sołtmany, Żywki, Kruklin, Patelnia, Gołdopiwo, Wilkus, Brzos, Pozezdrze, Stręgiel i uchodzi do jeziora Święcajty. Spływ rzeką jest szlakiem łatwym, nadającym się dla każdego rodzaju kajaka.
„Ścieżka spacerowa przyrodniczo-edukacyjna" – Odkryj z nami tajemnice Kruklanek gm. Kruklanki	Trasa o długości ok. 7 km z 12 przystankami tematycznymi. Po drodze obserwować można tradycyjne mazurskie budownictwo, przyrodę otaczającą wieś Kruklanki, pozostałości umocnień z I i II wojny światowej, zburzony most kolejowy. Przed wyruszeniem na trasę warto zaopatrzyć się w ośrodku kultury lub informacji turystycznej w specjalny przewodnik dotyczący tej ścieżki.

Ścieżka rowerowa "Szlakiem Mazurskich Legend" gm. Kruklanki	Szlak rowerowy o długości 102 km zainspirowany książką Jadwigi Tressenberg pt. „Mazurskie opowieści". W punktach przystankowych znajduje się krótka informacja o legendzie związanej z danym miejscem, mapka z zaznaczonym punktem postoju oraz okazałe drewniane rzeźby, które powstały podczas 4 plenerów rzeźbiarskich w Kruklankach nad jeziorem Gołdopiwo.
„Szlak Galindów" (szlak kajakowy jezior rynnowych) gm. Miłki	Malowniczy szlak o długości ok. 12 km. Rozpoczyna się w miejscowości Ublik nad jeziorem Ublik Wielki. Następnie prowadzi przez kanał koło miejscowości Ogródki na jezioro Buwełno, a potem wąskim i kamienistym ciekiem (tzw. Głaźną Strugą) na jezioro Wojnowo. Koniec znajduje się w dawnej rybackiej wsi Kleszczewo nad jeziorem Wojnowo. Można go wydłużyć o 6 km kontynuując spływ przez tzw. przesmyk kleszczewski na jeziora Niałk Mały i Niałk Duży, a następnie na jezioro Niegocin i zakończyć trasę w Rydzewie. Nazwa szlaku nawiązuje do staropruskiego plemienia Galindów, którego siedziby były gęsto rozlokowane nad tymi jeziorami.
Ścieżka spacerowo-rekreacyjna wokół Jeziora Ołów wraz z malowniczą plażą miejską gm. Ryn	Ścieżka o długości ok. 4,2 km została zbudowana w 2011 r. Jest doskonałym miejscem zarówno pieszych, jak i rowerowych wędrówek. Można nią obejść dookoła piękne i malownicze jezioro Ołów. Nad jeziorem znajduje się zagospodarowana przestrzeń rekreacyjna ze stylowymi wiatami, ławeczkami, boiskiem i miejscem na ognisko. Nieopodal usytuowana jest miejska plaża i kąpielisko z pomostami.
Mazurska Pętla Rowerowa gm. Giżycko gm. Miłki gm. Pozezdrze gm. Węgorzewo	Mazurska Pętla Rowerowa to wspólne przedsięwzięcie wszystkich gmin i powiatów należących do Stowarzyszenia Wielkie Jeziora Mazurskie 2020, Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad, Zarządu Dróg Wojewódzkich oraz Nadleśnictw z Krainy Wielkich Jezior. Mazurska Pętla Rowerowa daje możliwość podziwiania mazurskiej przyrody, jak również odwiedzenia atrakcji i zabytków znajdujących się na tym terenie. Na północy trasa łączy się ze Wschodnim Szlakiem Green Velo (najdłuższą tego rodzaju trasą w Polsce). Do dyspozycji użytkowników są specjalne miejsca postojowe wyposażone w wiaty, zadaszenia, sanitariaty oraz teren przystosowany do wypoczynku. Rajd rowerowy można łączyć z rejsem po jeziorach, spływem kajakowym lub przejażdżką konno.
Szlak Niezłomnych Żołnierzy Wyklętych gm. Wydminy	Główne obiekty tego historycznego szlaku edukacyjnego to: Pomnik Rekina w Wydminach (upamiętniający ppor. Kazimierza Chmielowskiego „Rekina" – zastępcę dowódcy III Wileńskiej Brygady Narodowego Zjednoczenia Wojskowego, która brała udział w wyzwoleniu miejscowości), Panteon Orłowo (obecne miejsce pochówku żołnierzy III Wileńskiej Brygady Narodowego Zjednoczenia Wojskowego, którzy zginęli podczas starcia z wojskami NKWD, UB i KBW), Obelisk Gajrowskie (obelisk upamiętniający miejsce bitwy pod Gajrowskimi, która rozegrała się 16 lutego 1946 r.), Pomnik na leśnym wzgórzu w Jelonku (pierwsze miejsce pochówku żołnierzy poległych w bitwie pod Gajrowskimi).

Zalecenia do koncepcji (kategoria: szlaki) Każdy ze szlaków turystycznych powinien być oznakowany jednolitymi znakami (symbolami) i wyposażony w urządzenia zawierające informacyjne nt. trasy wędrówki. Ta ogólnie przyjęta i stosowana zasada dotyczy wszystkich szlaków turystycznych wytyczanych w kraju, a więc m.in. szlaków pieszych, rowerowych, konnych, czy kajakowych. Każdy rodzaj szlaku posiada własny jednolity system znaków i urządzeń informacyjnych, które powinny być zgodne z „Instrukcją znakowania szlaków turystycznych" opracowaną przez PTTK. Systemy muszą być komplementarne i powinny one tworzyć spójną i przejrzystą sieć. Zaleca się, by szczególnie wyeksponować - z wykorzystaniem tablic informacyjnych - wszystkie te miejsca, które stanowią o walorach danego szlaku turystycznego. W przypadku szlaków kulturowych, czy istniejących ścieżek spacerowych, dydaktycznych i edukacyjnych (w tym przyrodniczych, leśnych, historycznych) zaleca się wprowadzenie oryginalnego, wspólnego oznakowania. Przy czym należy uzgodnić sposób wyeksponowania w terenie związanych z tematem danej ścieżki miejsc, prezentując informacje dotyczące lokalnej fauny, flory, wydarzeń, czy promujące potrzebę ochrony miejsc i obiektów, prowadzenia określonej aktywności. Elementem wspólnym tych oznaczeń powinno być zamieszczanie wspólnego logo obszaru LGR oraz ujednolicona forma tablic. **W przypadku lokalnych szlaków rowerowych należy połączyć je z realizowaną (do 2023 r.) Mazurską Pętlą Rowerową. To przedsięwzięcie finansowane w ramach RPO Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020 zakłada zbudowanie lub zmodernizowanie zarówno trasy o twardej nawierzchni, jak i dróg szutrowych, mostów, przepustów, kładek i innej infrastruktury na odcinku o łącznej długości 312 km, z której to trasy znaczna jej część znajdzie się na obszarze funkcjonowania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie". W ramach projektu jest planowane oznaczenie miejsc cennych przyrodniczo. Pętla przebiegać będzie przez 12 mazurskich gmin, a od północy będzie połączona z Green Velo, „autostradą rowerową" przechodzącą przez pięć województw. Wzdłuż całej trasy powstanie 10 wież widokowych i 18 miejsc obsługi rowerzystów (tzw. MOR-ów). W Giżycku powstaje punkt widokowy na Wzgórzu Św. Brunona oraz MOR zlokalizowany w okolicy Twierdzy Boyen. Trasa Mazurskiej Pętli Rowerowej (MPR) wykorzystuje lokalne zasoby przyrodnicze i największe atrakcje turystyczne obszaru. Z tego też względu jest ważne nawiązanie Mazurskiego Szlaku Rybackiego jak i innych lokalnych szlaków do ww. przedsięwzięcia, a więc wyznaczenie miejsc łączących MPR z lokalnymi szlakami obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie". Miejsca krzyżowania się tras powinny być oznaczone tablicą promującą atrakcje na szlakach LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie".**

Zalecenia do koncepcji znakowania **pozostałych obiektów stymulujących atrakcyjność** Mazurskiego Szlaku Rybackiego (i leżących w jego bliskiej okolicy) zestawiono w poniższej tabeli.

Ekomarina gm. Ryn	Przystań żeglarska zlokalizowana nad Jeziorem Ryńskim w pobliżu centrum miasta. Ekomarina oferuje dwa pomosty pływające z miejscami do cumowania na 60 jachtów z instalacją elektryczną i wodociągową oraz systemem odbioru ścieków, wód zęzowych i odpadów z jachtów. Ponadto, dostępny jest pomost stały z miejscami na 30 jachtów, a także pomieszczenia sanitarne wraz z instalacjami i całą infrastrukturą techniczną. Na terenie ekomariny znajduje się slip do wodowania jachtów i sprzętu pływającego z mostem zwodzonym.
Ekomarina gm. Węgorzewo	Zlokalizowana na północno-wschodnim brzegu Węgorapy. W budynku ekomariny na parterze znajduje się bosmanat, toalety, umywalnie, pralnia, suszarki do ubrań, punkt do zmywania naczyń, punkt opróżniania toalet chemicznych. Żeglarze mają dostęp do energii elektrycznej i wody. W przystani jest keja dla 6 jednostek pływających. W budynku znajduje się Punkt Informacji Turystycznej.

Zalecenia do koncepcji (kategoria: porty i mariny): Jak zaobserwowano funkcjonujące na obszarze tego typu obiekty posiadają odpowiednie oznaczenia, plany sytuacyjne. Należy podjąć starania na rzecz zamieszczenia na funkcjonujących w przestrzeni tablicach informacyjnych oznaczeń z logo LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie".	
Lasy Skaliskie gm. Budry	Kompleks leśny o powierzchni 8700 ha, na terenie którego znajduje się Bagno Minta stanowiące główną ostoję dzikich zwierząt. Można tu spotkać: rysie, wilki, jelenie, łosie, wydry, bobry, borsuki i jenoty. W okolicach Bagna Minta gniazdują różne gatunki ptaków, m.in. bąki, kaczki, zimorodki, perkozy, czaple i żurawie. Licznie występują tu też ptaki drapieżne (orzeł bielik, krogulec, myszołów, błotniak stawowy, orlik krzykliwy, kobuz). Rośliny zasiedlające to miejsce to m.in. bagno zwyczajne, konwalia, kopytnik pospolity, lilia złotogłów, przylaszczka pospolita, wawrzynek wilczełyko, wielosił błękitny, widłaki (goździsty, jałowcowaty).
Jezioro Gołdopiwo gm. Kruklanki	Jezioro o powierzchni 862 ha (maksymalna głębokość 24,5 m., długość 5,4 km, szerokość 2,7 km). W okresach letnich, poniżej głębokości 10 metrów występują, braki tlenowe. Brzegi są z reguły wysokie, pagórkowate. Dostęp do jeziora jest tylko od północy. Na obrzeżach Puszczy Boreckiej jezioro znajduje się w strefie ciszy. Najwęższa część uznawana jest za doskonałe łowisko siei.
Wydmińskie Jeziora (Białe, Wydmińskie, Gawlik Wielki) gm. Wydminy	Na terenie gminy Wydminy występuje ponad 20 jezior polodowcowych. Największy akwen wodny to Gawlik (4,4 km kw.). Jezioro ma kształt owalny, brzegi są mało urozmaicone, w części północnej znajduje się jeden większy półwysep. Powierzchnię jeziora urozmaica 10 wysepek o „ptasich" nazwach, m.in. Wyspa Kormoranów, Wyspa Kacza, Wyspa Mew. Brzegi charakteryzują się zróżnicowaną rzeźbą terenu. Bardzo dobry dostęp do jeziora pozwala na korzystanie z kąpieli wodnych oraz ze sprzętu pływającego. Będąc w Wydminach warto zobaczyć również Jezioro Białe, którego otoczenia dostarcza niezapomnianych wrażeń. Akwen północnymi brzegami wciska się malowniczo w Lasy Franciszkowskie. Jego linia brzegowa jest mało urozmaicona. Goszczący tu wędkarze mogą spodziewać się przede wszystkim karasi, niewielkich szczupaków i okoni. Na pograniczu z Krainą Wielkich Jezior Mazurskich znajduje się Jezioro Wydmińskie (całości objęte strefą ciszy). Zbiornik jest mocno rozciągnięty. Posiada wyjątkowo urozmaiconą linią brzegową z dużą liczbą malowniczych półwyspów i zatok. Znajduje się na nim 8 wysp, z czego największa połączona jest z lądem Mostem Garbatym. Zbiornik wyróżnia się wysokimi oraz nierzadko stromymi brzegami. Występują tu liczne głęboczki i wypłycenia, które sprzyjają uprawnianiu wędkarstwa. Najczęściej poławianą tu rybą jest sandacz.
Rezerwat przyrody Piłackie Wzgórza gm. Pozezdrze	Położony w nadleśnictwie Borki. Najwyższe wzniesienie osiąga 210 m n.p.m., różnice wysokości sięgają 80 m, zbocza wyniesień są bardzo strome (nachylenie 30-40°). Morenowe wzgórza zbudowane z piasków i żwirów zawierających głazy. W południowo-wschodniej części rezerwatu występują piaski sandrowe. Ponad ¾ powierzchni zajmuje bór mieszany (drzewostany świerkowo-sosnowe z domieszką brzozy brodawkowatej). Sosny i świerki w wieku 100 lat osiągają tu wysokość 30 m. Rośliny objęte ochroną: widłak spłaszczony, widłak goździsty, pomocnik baldaszkowy, tajęża jednostronna, widłak jałowcowaty.
Rezerwat przyrody „Ptasia Wyspa" gm. Ryn	W skład rezerwatu wchodzi wyspa położona na Jeziorze Ryńskim (zwyczajowo zwana Dużą Wyspą) wraz z pasem trzcinowisk znajdujących się wokół wyspy. Celem ochrony w rezerwacie jest zachowanie wartości przyrodniczych ekosystemu wyspy i przyległych do niej trzcinowisk stanowiących ostoję lęgową oraz miejsce występowania licznych gatunków ptaków wodno-błotnych. Na wyspie zlokalizowana jest największa w Polsce kolonia mew śmieszek, licząca ok. 8 tys. par.

Rezerwat Siedmiu Wysp gm. Srokowo gm. Węgorzewo	Położony na terenie gmin Węgorzewo i Srokowo rezerwat faunistyczny został utworzony w 1956 r. w celu ochrony naturalnego środowiska gnieżdżenia się licznych gatunków ptactwa wodno-błotnego oraz szaty roślinnej. Występują tu m.in.: perkoz dwuczuby, zausznik, bąk, gęgawa, krakwa, cyraneczka, płaskonos, kania czarna, błotniak stawowy, orlik krzykliwy, orzeł bielik, derkacz i wąsatka, gęś białoczelna, gęś zbożowa, żuraw. Spotkać tu można także ok. 20 szt. wolnożyjących koników polskich, które zostały sprowadzone na teren rezerwatu w 1990 r. Rezerwat ma rangę międzynarodową – jest wpisany na listę Międzynarodowej Konwencji RAMSAR oraz Natura 2000. Swoimi granicami obejmuje jezioro Oświn wraz z terenami przyległymi do jeziora o łącznej powierzchni 1618,34 ha.
Zalecenia do koncepcji (kategoria: obiekty przyrodnicze): W przypadku obiektów przyrodniczych, poza tablicami informacyjnymi należy wprowadzić ich oznaczenia w postaci piktogramów ekologicznych bhp. Tego typu znaki, stosowane jako oznaczenia obiektów przyrodniczych, dobrze wpasowują się w krajobraz, przyciągają wzrok i zwracają uwagę dzięki zastosowaniu stonowanej kolorystyki oraz prostego wzornictwa w postaci piktogramów ekologicznych. Doskonale sprawdzają się one w lasach, parkach, rezerwatach przyrody, czy na szlakach turystycznych. Na ich powierzchni zastosowano symbole oraz ikonki graficzne, dzięki którym oznaczenia obiektów przyrodniczych są bardzo proste w odbiorze i nie sprawiają problemów w interpretacji ich znaczenia. Dla przykładu znak „obiekt o szczególnych walorach przyrodniczych" przedstawia dwie ręce złożone w ochronnym geście wkoło zielonego liścia, a obszary występowania rzadkich okazów, terenów zajętych przez żubry, czy łowiska i miejsca do wędkowania występują w stonowanych i pasujących do natury kolorach zielonym i niebieskim. Są one umieszczone na białym tle na polu kwadratu, a całość otoczona jest przez cienką ramkę o zaokrąglonych brzegach. Dzięki temu łatwo jest odróżnić ten rodzaj oznaczeń obiektów przyrodniczych od innych tabliczek, jak na przykład od tych informujących o terenie objętym ochroną, ostoi zwierzyny, czy innych miejsc, w których człowiek mógłby zaszkodzić przyrodzie swoją obecnością.	
Wieża widokowa na Diablej Górze gm. Srokowo	Powstała w celu upamiętnienia śmierci „żelaznego" kanclerza Otto Bismarcka w 1898 r. Kształtem przypomina średniowieczną basztę obronną, z niewielkimi okienkami. W czasie I i II wojny światowej obiekt był wykorzystywany militarnie jako punkt obserwacyjny. Po 1945 r. wieża popadła w ruinę. Obecnie nie ma platformy widokowej oraz wewnętrznych schodów. Ogrodzona jest drewnianym płotem z tabliczką ostrzegającą o możliwym zawaleniu.
Izba Regionalno-Rybacka w Marcinowej Woli gm. Miłki	Izba jest zlokalizowana w zabytkowym budynku dawnej szkoły, zbudowanym w latach 20. XX w. Na poddaszu znajduje się mini muzeum etnograficzne z ekspozycją obrazującą różne aspekty historii wsi Marcinowa Wola, ze szczególnym uwzględnieniem tradycji rybackich. Izba powstała dzięki dotacji przekazanej przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" z Programu Operacyjnego „Rybactwo i Morze" na lata 2014-2020. Jest punktem wyjścia do trasy questu, przybliżającego historię Marcinowej Woli.
Kwatera Himmlera w Pozezdrzu gm. Pozezdrze	Kwatera „Hochwald" (Wysoki Las) znajduje się koło wsi Pozezdrze przy szosie Węgorzewo-Giżycko. Ukryta w lesie, składała się z 9 obiektów - 5 schronów o dwumetrowej konstrukcji stropu i ścian, niedużego podziemnego garażu, dwóch ceglanych wartowni i schronu specjalnego - Himmlera. Wszystkie schrony o odporności "B" 24.01.1945 r. zostały całkowicie zniszczone przez wycofujących się Niemców. Najciekawszym i najlepiej zachowanym obiektem kwatery jest umieszczony centralnie ogromny schron dowódcy SS i Policji Heinricha Himmlera (21,4x19,3 m), który w 1944 r. został przebudowany, aby przeciwstawić się rosnącej sile alianckich bomb.

Zamek krzyżacki z XIV w. gm. Ryn	Zamek jest położony na wzgórzu pomiędzy jeziorami Ryńskim i Ołów, jest drugim co do wielkości zamkiem krzyżackim w Polsce. Został poddany pracom konserwatorsko-remontowym i od 2006 r. mieści się w nim Mazurskie Centrum Kongresowo-Wypoczynkowe „Zamek Ryn". Składa się z 350 miejsc noclegowych wkomponowanych w cztery odmiennie zaaranżowane skrzydła Zamku (Rycerskie, Komturskie, Więzienne i Myśliwskie), Willi Pod Zamkiem i znajdującym się nad samym jeziorem Gościńcem Ryński Młyn. Obiekt oferuje m.in. basen w gotyckich podziemiach, spa z saunami, centrum fitness, gabinet masaży, kręgielnię, symulator golfa.
Pałac w Jegławkach gm. Srokowo	Wybudowany w 1848 roku w stylu angielskiego neogotyku z elementami stylu włoskich willi podmiejskich villa suburbana, jako siedziba rodziny Siegfriedów. Pałac położony jest we wsi Jegławki około 25 km na północ od Kętrzyna i 13 km na południe od granicy z obwodem kaliningradzkim. Znajduje się przy lokalnej drodze, niedaleko drogi wojewódzkiej nr 650 na odcinku Węgorzewo - Barciany. Wokół pałacu znajduje się wielki park, a w nim pomnik upamiętniający poległych w wojnie z 1914 r. W środku znajduje się „Izba Rybaka" dofinansowana ze środków Programu Rybactwo i Morze na lata 2007 – 2013.
Mamerki gm. Węgorzewo	Dawna Główna Kwatera Dowództwa Niemieckich Sił Lądowych OKH o kryptonimie „Mauerwald" o pow. ok. 250 ha składa się z żelbetowych bunkrów, schronów przeciwlotniczych i innych obiektów militarnych. Założona w latach 1940-1944 służyła do zarządzania działaniami wojennymi na froncie wschodnim. Dziś miłośnicy obiektów militarnych mogą zwiedzać ponad 30 bunkrów oraz podziwiać widoki z najwyższej wieży widokowej na Mazurach. Można tu obejrzeć m.in. replikę Bursztynowej Komnaty oraz rekonstrukcję łodzi podwodnej U-BOOT, a także przejść się podziemnym tunelem o długości 30 m. Bunkry można zwiedzać przez cały rok wytyczonymi trasami (bezpłatnie listopad-kwiecień).
Zalecenia do koncepcji (kategoria: obiekty historyczne): Umieszczanie na szlaku znaków informujących o zabytkach i miejscach historycznych może być realizowane przez jednostki samorządu, organizacje turystyczne lub LGR. Powinna powstać zamknięta lista najważniejszych w skali obszaru funkcjonowania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" atrakcji, o znaczeniu upoważniającym do umieszczenia informacji przy drogach (szlakach komunikacyjnych subregionu). Zaleca się stosowanie znaków „tablica obiektu turystycznego" opracowanych przez Polską Organizację Turystyczną. Na tablicy w prawym górnym rogu umieścić można logo LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie".	
Młyn w Budrach gm. Budry	3-kondygnacyjna budowla z zachowanymi w idealnym stanie urządzeniami młyńskimi z XVIII w. Obiekt poddany renowacji ze środków Programu Współpracy Interreg V-A Litwa-Polska 2014-2020. W jej ramach wymieniono okna, wyremontowano elewację, wyczyszczono drewniane elementy oraz urządzenia młyńskie, a także założono nową instalację elektryczną i oświetlenie. W budynku są cztery pracownie edukacyjne: warsztat ceramiczny, pracownia chleba, sala wykładowa oraz wystawiennicza.
Wiatrak Holenderski w Grądzkich gm. Wydminy	Wiatrak w miejscowości Grądzkie z XIX wieku. Jest to masywny, ceglany obiekt typu holenderskiego, niesamowicie wtapiający się w element pięknego, mazurskiego krajobrazu. Powstały pod koniec XIX stulecia wiatrak podczas działań wojennych został zniszczony. Szybko go jednak odbudowano, by do końca lat 70 XX wieku mógł służyć miejscowej społeczności. Przez dłuższy czas wiatrak pozostawał zupełnym nieużytkiem. Od 1996r. każdego lata odbywają się tam „Wietrzne spotkania" organizowane przez Zygmunta i Katarzynę Waraksa. W ramach corocznych spotkań odbywają się tu koncerty poezji śpiewanej, spektakle teatralne i wystawy malarskie.
Zalecenia do koncepcji (kategoria: stare młyny, wiatraki i kuźnie): Wskazane, we współpracy z właścicielem obiektu, przygotowanie tablicy prezentującej zdjęcia (historyczne, wykorzystywanych maszyn i urządzeń itp.), schematy, sposoby realizacji danego rzemiosła, czy wydarzenia związane z obiektem.	

Tama i elektrownia wodna na Węgorapie w Ołowniku gm. Budry	Elektrownia wybudowana w latach 20. ubiegłego wieku przez Niemców, pracowała bez przerwy do połowy 1995 r. Po wycofaniu obiektu z eksploatacji budowla zaczęła popadać w ruinę. W 2002 r. obiekt kupił Jerzy M. Marszałek. Dzięki jego zaangażowaniu obiekt został uruchomiony na nowo w 2005 r. Na potrzeby maszynowni wybudowano całkiem nowy budynek, natomiast stary dostosowano do potrzeb turystycznych. Obiekt oferuje pokoje z łazienką oraz dwie w pełni wyposażone kuchnie. Zalew przy obiekcie, utworzony przez zaporę spiętrzającą wodę na wysokość 5 m, tworzy jedno z najlepszych łowisk ryb na Mazurach, w którym można złowić m. in. duże okazy szczupaków.
Śluza w Przerwankach gm. Pozezdrze	Zbudowana w 1910 r. na rzece Sapinie we wsi Przerwanki w celu regulacji poziomów wody w czasie budowy Kanału Mazurskiego. Długość śluzy wynosi 25 m, szerokość 4 m, a różnica poziomów wody ok.1m. Rzadko wykorzystywana ze względu na to, że na Sapinie nie wolno korzystać z silnika. a dotarcie na jez. Gołdapiwo ze szlaku Wielkich Jezior zajmuje cały dzień.
Wieża widokowa – dawna wieża ciśnień gm. Ryn	Zabytkowa wieża ciśnień została poddana rewitalizacji, którą zakończono w 2019 r. Odnowiono zewnętrzną elewację, wnętrze wraz z węzłem sanitarnym oraz zbudowano taras widokowy. Obecnie pełni funkcję punktu widokowego, który co roku odwiedza duża ilość turystów. Z tarasu można zobaczyć piękny widok na Jezioro Ryńskie, Jezioro Ołów oraz okolicę Rynu.
Kanał Mazurski oraz Park Linowy w Leśniewie gm. Srokowo	Kanał budowany w latach 1911-1940, przebiega przez obszar dwóch krajów – Polski (pow. kętrzyński i węgorzewski) oraz Rosji (obwód kaliningradzki). Niedokończona budowla hydrotechniczna o długości 51,5 km (ok. 20 km na terenie Polski) oraz maksymalnej szerokości 25 m. Wybudowano na nim 10 śluz służących do zniwelowania różnicy poziomu wód pomiędzy jeziorem Mamry a Łyną (ok. 111 m). Po polskiej stronie znajduje się 5 śluz: w Leśniewie Górnym i Dolnym, Bajorach Małych i Wielkich (Długopole) oraz Guji (śluza Piaski – jedyna ukończona i działająca w całym systemie). Obecnie śluza w Leśniewie wykorzystywana jest do ekstremalnej rozrywki (park linowy).
Śluza w Gui gm. Węgorzewo	Śluza w Gui-Piaskach jest jedyną ukończoną w całości i doskonale zachowaną wśród wszystkich śluz Kanału Mazurskiego (obiekt zabytkowy, prawnie chroniony). Szerokość budowli: 7,7 m, długość: 52 m, głębokość: 14,9 m. Śluza reguluje poziom wody w jeziorze Rydzówka. Obsługuje ją śluzowy, który pokazuje działanie mechanizmu.
Zalecenia do koncepcji (kategoria: zabytki techniki): Obiekty będące zabytkami techniki można promować zamieszczając w ich sąsiedztwie schematy ich funkcjonowania, historyczne zdjęcia związane z ich budową, eksploatacją lub z wydarzeniami.	
Hotel Tajty gm. Giżycko	Hotel Tajty położony jest w miejscowości Wilkasy bezpośrednio nad brzegiem jeziora Tajty, kilka kilometrów od Giżycka. Do dyspozycji gości jest plaża, basen zewnętrzny, sauny, balie, park linowy, wypożyczalnia sprzętu wodnego i turystycznego, animacje dla dzieci oraz Centrum Wellness&Spa. Obiekt posiada różnorodne pokoje oraz kilka typów komfortowych domków. Przy hotelu znajduje się port i klimatyczna tawerna - miejsce licznych wakacyjnych koncertów oraz dancingów i nietypowych eventów.
Promenada i amfiteatr w Wilkasach gm. Giżycko	Ponad 800 m promenada spacerowa nad brzegiem jeziora Niegocin w skład której wchodzą: ciąg pieszy, ścieżka rowerowa, miejsca rekreacji z zewnętrzna siłownią i urządzeniami street workout, miejsca do piknikowania, wiaty i stojaki rowerowe. Amfiteatr ze sceną do występów, miejscami siedzącymi dla widowni i terenem do plażowania. W okolicy plac zabaw dla dzieci.
Skatepark w Bystrym gm. Giżycko	Skatepark przy boisku Orlik. Wśród przeszkód m.in. : bank ramp, funbox z grindbox, bank wall, quarter pipe. W pobliżu skateparku wiata, ławka Groove, stół z ławkami, kosz do segregacji odpadów, stojaki na rowery, lampy solarne, teqball.

Plaża Kruklanki gm. Kruklanki	Plaża gminna nad jeziorem Gołdopiwo. Położenie wśród lasów nadaje temu miejscu niepowtarzalny klimat. Liczne atrakcje kąpieliska pozwolą miło spędzić czas w gronie rodziny lub znajomych. Dla plażowiczów przygotowano m.in. plac zabaw, boiska do gier zespołowych (siatkówka, koszykówka, siatkówka plażowa). Istnieje możliwość skorzystania z siłowni na świeżym powietrzu. Plaża wyposażona jest w drewniany pomost o długości około 20 m. Nad bezpieczeństwem wypoczywających, czuwa wykwalifikowana kadra ratowników.
Zagroda Żubrów w Wolisku gm. Kruklanki	Pierwsze żubry do zagrody w Wolisku zostały przywiezione w 1956 r. z Niepołomic przez naukowców z Polskiej Akademii Nauk. Turyści mogą oglądać zwierzęta w zagrodzie pokazowej z pomostem widokowym. Zagrodę można odwiedzać od początku maja do końca września w godzinach porannych i popołudniowych.
Instytut Rybactwa Śródlądowego w Pieczarkach gm. Pozezdrze	Zakład Hodowli Ryb Jesiotrowatych położony między trzema jeziorami (Dgał Wielki, Dgał Mały i Warniak) o łącznej powierzchni 150 ha (jeziora doświadczalne IRS Olsztyn). Prowadzi działalność badawczą i ekspercką. Udostępnia materiał hodowlany: jesiotrów, ryb drapieżnych (szczupaka, suma i sandacza), siei oraz innych gatunków. Umożliwia wędkowanie (z brzegu) zarówno w sezonie letnim, jak i zimowym (zezwolenia wędkarskie do nabycia w siedzibie Zakładu).
Izba Rybacka w Pozezdrzu gm. Pozezdrze	Działa w budynku Gminnego Ośrodka Kultury. Jest ogólnodostępnym miejscem ekspozycji sprzętu rybackiego i wędkarskiego dawniej nieodłącznie związanego z życiem codziennym na Mazurach. Sala służy także do spotkań stowarzyszeń oraz klubu seniora, odbywają w niej zajęcia chóralne, warsztaty plastyczne oraz organizowane są wystawy. Izba powstała dzięki dotacji przekazanej przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" w ramach PORYBY na lata 2007-2013.
Nabrzeże Jeziora Ryńskiego gm. Ryn	Wyjątkowość tego miejsca polega na tym, że można tu dopłynąć niemal z każdego zakątka Krainy Wielkich Jezior. Jezioro Tałty, wraz z Ryńskim stanowią największe i najdłuższe jezioro w okolicy (20km) i jednocześnie odnogę Szlaku Wielkich Jezior Mazurskich, którą wpływa się niemal do centrum miasta. Przy nabrzeżu Jeziora Ryńskiego znajduje się Przystań Żeglarska Ekomarina, która zapewnia znakomite warunki dla żeglarzy i co roku w sezonie letnim przepełniona jest zacumowanymi jachtami. Nabrzeże Jeziora Ryńskiego to także idealne miejsce na spacer, znajduje się tu deptak z ławeczkami oraz scena z widokiem na Jezioro Ryńskie, wykorzystywana do plenerowych wydarzeń i koncertów.
Kompleks Rekreacyjno-Sportowy nad Jeziorem Rydzówka w Leśniewie gm. Srokowo	Zlokalizowany bezpośrednio przy trasie Green Velo (między Srokowem a Węgorzewem). Położony nad Jeziorem Rydzówka. Odpowiednie miejsce dla zapalonych wędkarzy. W skład kompleksu wchodzą: obozowisko turystyczne, plac zabaw, boisko do piłki siatkowej, wiata, pomost, węzeł sanitarny, parking (w tym stojaki na rowery). Na terenie kompleksu znajduje się również „Izba Rybaka" (można ją oglądać w sezonie turystycznym) oraz ścieżka ekologiczno-edukacyjna dotycząca morfologii ryb słodkowodnych. W sezonie (czerwiec-wrzesień) istnieje możliwość wypożyczenia sprzętu wodnego.
Plaża Miejska Mamry gm. Węgorzewo	Plaża miejska ze strzeżonym kąpieliskiem. Na plaży znajdują się dwa boiska do plażowej piłki siatkowej, budynek zaplecza sanitarnego z pomieszczeniami dla ratowników, przebieralnie, toalety oraz molo z widokiem na jez. Mamry. Do plaży prowadzi ciąg pieszo-rowerowy wzdłuż Kanału Węgorzewskiego. Na terenie plaży znajduje się alejka edukacji ornitologicznej i ekologicznej. W okolicy można spotkać czaplę siwą, perkoza rdzawoszyjego, bąka, nurogęś, żurawia oraz kanię.

Centrum Animacji Społecznej w Ogonkach gm. Węgorzewo	Powstało z inicjatywy Związku Stowarzyszeń LGD9. Od 1.02.2021 r. funkcjonuje w Ogonkach w budynku dofinansowanym w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020. Służy mieszkańcom, turystom, organizacjom pozarządowym oraz samorządom. W budynku CAS zlokalizowane są biura, sala szkoleniowa i konferencyjna oraz świadczone jest poradnictwo biznesowe i prawne dla NGO, a także prowadzony jest elektroniczny punkt informacji i biblioteka dla NGO.
Most Sztynorcki gm. Węgorzewo	Most stanowi niezwykłą atrakcję turystyczną tego regionu. Rozciąga się pomiędzy dwoma jeziorami: Dargin i Kirsjaty. Jest wspaniałym miejscem widokowym na piękną okolicę tych dwóch akwenów wodnych. To największa przeprawa na terenie województwa warmińsko-mazurskiego, jego długość to 128 metrów.
Most garbaty na Jeziorze Wydmińskim gm. Wydminy	Most łączy największą wyspę na Jeziorze Wydmińskim ze stałym lądem. Ma ponad 100 metrów długości. Odchodzą od niego dwie kładki. Prowadzi z alei spacerowej na plażę gminną na Wyspie Wydmińskiej. Wykonany jest z modrzewia.
Mazurskie Zoo Safari gm. Wydminy	Ośrodek Mazurski Okrągłe znajduje się w miejscowości Okrągłe. W ofercie: wyciągi narciarskie czynne zimą (orczykowy i taśmowy), wypożyczalnia nart, szkoła narciarska oraz bistro, ZOO SAFARI czynne cały rok – ogrodzony 100 ha. teren, na którym żyje kilkaset dzikich zwierząt (organizowane są wyjazdy do zwierząt w formie Safari,) ArenaRC - Świat zdalnie sterowany, TUBING - czyli zjazdy na specjalnych dętkach czynne w lato i zimę oraz Pensjonat Sielanka oferuje noclegi w pensjonacie oraz domkach przez cały rok.
Zalecenia do koncepcji (kategoria: rekreacja i wypoczynek): Wszystkie te elementy infrastruktury turystycznej, stanowiące o jakości i dostępności szlaku, można wyeksponować umieszczając tablice z widokiem otoczenia, mapą z zaznaczonym miejscem położenia, z ofertą usług itp. Należy zadbać o zamieszczenie logo LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”.	
Cmentarz w Paprotkach z widokiem na Bagna Nietlickie gm. Miłki	Cmentarz wojenny o pow. 0,32 ha zlokalizowany na wzgórzu, niedaleko nieczynnego cmentarza ewangelickiego. Spoczywa na nim 25 żołnierzy niemieckich i 183 rosyjskich, którzy zginęli w czasie bitwy jaka rozegrała się na tych terenach w lutym 1915 r. Cmentarz powstał po zakończeniu wojny na wzgórzu stanowiącym ważny punkt obrony niemieckiej. Rozpościera się z niego piękny widok na Bagna Nietlickie będące największą w Polsce ostoją żurawi. Jesienią, przed odlotem, zbiera ich się tam ponad 10 tysięcy.
Punkt widokowy nad Jeziorem Święcajty i Cmentarz z czasów I Wojny Światowej gm. Węgorzewo	Nad brzegiem jeziora Święcajty, pod koniec I wojny światowej założono cmentarz wojenny. Znajdują się na nim groby 344 żołnierzy niemieckich oraz 234 rosyjskich, którzy podczas tej wojny polegli. Cmentarz ogrodzony jest kamiennym murkiem, w centrum cmentarza znajduje się drewniany krzyż, który został ufundowany przez rodzinę Lehndorffów, arystokratów z Prus Wschodnich, właścicieli majątku w Sztynorcie. Ze wzgórza, na którym usytuowano cmentarz rozciąga się przepiękny widok na jezioro Święcajty oraz Półwysep Kalski. Doskonałe miejsce do podziwiania zachodów słońca.
Zalecenia do koncepcji (kategoria: obiekty sakralne i nekropolie): W przypadku tych obiektów zaleca się tablice z krótką informacją o obiekcie oraz oznaczenie w formie znaków „tablica obiektu turystycznego” opracowanych przez Polską Organizację Turystyczną.	

5. Propozycje działań zwiększających rozpoznawalność marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”

Propozycje działań zwiększających rozpoznawalność marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” koncentrują się na promocji i upowszechnianiu dziedzictwa kulturowego rybołówstwa i akwakultury na obszarze działania Stowarzyszenia. W związku z tym, że ich główną przesłanką jest promocja zarówno całego subregionu, jak i zasobów poszczególnych gmin, konieczna jest koordynacja wydarzeń i zaangażowanie pomiotów z poszczególnych jst. Takie podejście pozwoli wzmocnić nie tylko markę LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie” ale pozytywnie przełoży się na atrakcyjność całego obszaru.

WYDARZENIA

Dni Mazurskiej Ryby to cykliczny event organizowany wspólnie przez wszystkie gminy członkowskie Stowarzyszenia. Powinien on na stałe zagościć w kalendarzu dużych imprez odbywających się na tym terenie. Na jego realizację można zarezerwować np. pierwszy lub ostatni weekend wakacji, co automatycznie nasuwa skojarzenie z początkiem lub zakończeniem letniego wypoczynku.

Jako dobrą praktykę można wykorzystać odbywający się w lipcu (ostatni tydzień czerwca/pierwszy tydzień lipca) w Mikołajkach Mazurski Festiwal Rybny „Rybkę na zdrowie”.

W przypadku Dni Mazurskiej Ryby zalecana jest nie tylko powtarzalność wydarzenia w czasie, ale także przyjęcie stałej struktury. Należy przez to rozumieć każdorazowe grupowanie atrakcji (odbywających się równolegle w różnych miejscach na terenie gmin członkowskich) w cztery bloki tematyczne. Proponowane wydarzenia to: **Festiwal Smaków**, **Strefa Wiedzy**, **Aktywnie**, **Po Godzinach**. Wszystkie atrakcje składające się na dany blok powinny mieć w programie imprezy przyporządkowany określony kod kolorystyczny.

BLOK 1: Festiwal Smaków

Pod tą zbiorczą nazwą kryje się grupa wydarzeń kulinarnych, w których motywem są lokalne ryby, szczególnie te cieszące się mniejszą popularnością i rozpoznawalnością (m.in. Amur, Tołpyga, Troć, Wzdręga i in.). Myślą przewodnią tego bloku powinna być fraza Jean Anthelma Brillat-Savarina „Odkrycie nowego dania bardziej przyczynia się do ludzkiego szczęścia niż odkrycie nowej gwiazdy” (*Physiologie du Gout*, 1825). Miejscem realizacji imprez powinny być obiekty znajdujące się na Mazurskim Szlaku Rybackim i/lub uwzględnione w Koncepcji jednorodnego systemu znakowania szlaków i obiektów

turystycznych na obszarze działania LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”. Jako przykładowe wydarzenia można tu wskazać:

- *Rybna uczta – tradycja i nowoczesność* – warsztaty kulinarne dla amatorów, w ramach których szefowie kuchni (zarówno z lokalnych restauracji, jak i o ogólnopolskiej rozpoznawalności) dzielą się wiedzą na temat potraw z ryb występujących w mazurskich jeziorach. W ramach spotkania uczestnicy mają możliwość przygotowywania dań w sposób tradycyjny. Mogą uczestniczyć w warsztatach przygotowywania dań w wydaniu fusion. Wykorzystując tajniki kuchni molekularnej mogą pod okiem specjalistów przygotować rybę o smaku czekolady, a także rozpracować wegański przepis na „rybę bez ryby”.
- *Danie rybne wczoraj, dziś, jutro* – konkurs kulinarny na dania przygotowane na bazie ryb wg receptur tradycyjnych i nowoczesnych w myśl zasady, że „Tradycja to przeszłość obecna w teraźniejszości”.
- *Łamiemy przepisy na Mazurach* – program sponsorowany przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”, promujący wydarzenie Festiwal Smaków, w którym tradycyjne danie rybne przygotowywane jest przez znanego kucharza w „złamany” (tj. niecodzienny) sposób. Znany z tego stylu gotowania jest m.in. K. Okrasa.
- Organizacja warmińsko-mazurskiego Festiwalu Kół Gospodyń Wiejskich „Polska od Kuchni”. Festiwal to wyjątkowe, ogólnopolskie wydarzenie przygotowane z myślą o szerzeniu dziedzictwa kulinarnego, promowaniu zdrowego stylu życia, edukacji ekologicznej oraz pielęgnacji polskiej kultury i tradycji. W pierwszym etapie, w każdym województwie odbywają się festiwale regionalne. Na każdym z nich gości pyszne jedzenie, ogromna porcja wiedzy, świetna zabawa, niezapomniane przeżycia i ciekawe nagrody. Wielki finał imprezy odbędzie na PGE Narodowym 24 września 2022 r.

Rys. 25. Logo Festiwal Kół Gospodyń Wiejskich „Polska od Kuchni”
Źródło: https://www.festiwalpolskaodkuchni.pl/informacje-o-festiwalu-s6057 (16.01.2022).

- *Mazury od Kuchni* – wydarzenie pomyślane jako wyjątkowe święto kół gospodyń wiejskich w formule konkursu, w trakcie którego przedstawiciele kół gospodyń z poszczególnych gmin przygotowują dania z ryb. Przykładowo może to być najlepsza ucha czyli tradycyjna zupa mazurska. Jej nazwa pochodzi od rosyjskiego słowa jucha, oznaczającego wywar. Zupa przyrządzana jest z kilku gatunków ryb słodkowodnych, mogą to być: płocie, ogonie czy pstrągi. Tradycyjnie taka zupa przygotowywana była na palenisku. Teraz, by uzyskać ten specyficzny aromat dymny, zanurza się dymiące gałązki drzew w garze z wywarem. Ucha powinna być esencjonalnym bulionem o wyrazistym, rybnym smaku. Nagrody przyznawane są przez organizatora konkursu, tj. Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie". Gospodarzem konkursu w każdym kolejnym roku jest inna gmina LGR.
- *Rybka smakuje* – konkurs kulinarny dla dzieci w dwóch kategoriach wiekowych. Dzieci starsze, na wzór programu Masterchef Junior, przyrządzają propozycje potraw smacznej rybki (smacznie i zdrowo). Dzieci młodsze przygotowują „smakołyki" z ciastoliny. Nagrody przyznawane są przez organizatora konkursu, tj. Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Wielkie Jeziora Mazurskie". Zabawa może odbywać się równolegle w kilku gminach LGR.

BLOK 2: Strefa Wiedzy/Wydarzenia edukacyjne

Blok obejmuje warsztaty edukacyjne dla dzieci i dorosłych prowadzone w interaktywny sposób przez zapalonych miłośników wędkarstwa, rybołówstwa, ichtiologii, akwakultury i rozwoju zrównoważonego. Głównym celem jest przekazanie wiedzy na temat hodowli ryb i ich roli w ekosystemie Warmii i Mazur, wartościach odżywczych tych organizmów, kryteriów branych pod uwagę podczas zakupu w sklepie i restauracji, zasad obróbki i przechowywania itp. Spotkania dopasowane są do grupy wiekowej odbiorców informacji – dla dorosłych mają formę prelekcji i pokazów, podczas gdy dla dzieci są to gry, zabawy i konkursy z nagrodami.

Przykładowe tytuły wydarzeń z tego bloku to:

- *Z rybą za pan brat,*
- *Ryby mają głos,*
- *Czy ryby śpią? Codzienne zwyczaje mazurskich stworzeń,*
- *Kto sieje ten sieje złowi,*
- *Akademia Młodego Wędkarza.*

BLOK 3: Aktywnie

Ta nazwa ta odnosi się do zbioru aktywności opartych na wysiłku i rywalizacji, a w tym np.:

- Rajd rowerowy *Szlakiem mazurskiej ryby*.
- Triatlon rybacki – wydarzenie, w którym tradycyjny trójbój obejmujący pływanie, kolarstwo i bieganie zastępują czynności wpisujące się w specyfikę obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie", tj. zawody wędkarskie, spływ kajakowy szlakami gmin członkowskich LGR i nordic walking.
- Tematyczne zawody wędkarskie *Lin Champion* – zawody, w których o wygranej decyduje nie to kto złowi więcej ryb, ale to kto złowi najwięcej ryb określonego gatunku, w tym przypadku lina. Zawody mogą być wykorzystane do promowania mało znanych gatunków ryb występujących w mazurskich jeziorach.
- Questy przygotowane przez LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" i realizowane równolegle we wszystkich gminach.

BLOK 4: Po Godzinach/wydarzenia plenerowe

Wydarzenia muzyczno-taneczne odbywające się na zakończenie każdego dnia, a w tym np.:

- Biesiady, występy, zabawy pn. *Mazurskie Wesele*. W celu uatrakcyjnienia Mazurskich Dni Ryby wskazane jest zorganizowanie występu znanego artysty polskiej sceny muzycznej.
- *Mazurska Spiżarnia* – klimatyczne targowiska zlokalizowane np. w zmodernizowanych starych stodołach w gminach zainteresowanych tą formą promocji lokalnych produktów. Będzie tu można nabyć żywność od rolników i lokalnych producentów (głównie ryby i przetwory rybne) oraz rękodzieło. Zalecane jest otwieranie Mazurskich Spiżarni nie tylko na potrzeby Dni Mazurskiej Ryby, ale przedłużenie ich działania na cały sezon letni.

FORMY DOTARCIA DO ODBIORCÓW

Nowoczesne media:

- **Branding w Internecie** prowadzony przez wyspecjalizowaną agencję reklamową, która zadba o właściwy i systematyczny przekaz w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok), a także zaopiekuje się witryną internetową Stowarzyszenia i rozszerzy ją o informacje dotyczące szlaków i obiektów turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem Mazurskiego Szlaku Rybackiego. Dodatkowo warto zachęcać członków Szlaku, jak również gminy członkowskie do większej obecności na portalach i blogach podróżniczych. To bardzo dobry sposób

docierania do szerszej grupy odbiorców m.in. z informacjami o wydarzeniach odbywających się na terenie LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”.

Udział w targach:

- targi wędkarskie Rybomania to największe wydarzenie wędkarskie w Europie, podczas którego prezentowane są nowości rynkowe wszystkich najważniejszych marek wędkarskich na świecie. Jest tu również miejsce dla turystyki wędkarskiej i pokazów specjalnych. Intensywny program wydarzeń z udziałem mistrzów wędkarstwa przyciąga jak magnes, a opowieści o sprzęcie, niezwykłych łowiskach i wielkich rybach integrują i inspirują dziesiątki tysięcy pasjonatów wędkarstwa niezależnie od poziomu ich doświadczenia. Podczas wydarzenia można nawiązać kontakty biznesowe, dokonać zakupów i przygotować się do nadchodzącego sezonu. Rybomania to nie tylko targi ale również społeczność, to wymiana doświadczeń i spostrzeżeń na Facebooku, wsparcie nowych inicjatyw i rozwój wędkarstwa wśród młodych ludzi[26].
- targi turystyczne – lista targów turystycznych odbywających się w Polsce w 2022 r. jest bardzo zróżnicowana. Można się z nią zapoznać na stronie: http://www.targi-turystyczne.pl.

EDUKACJA

Program **„Edukacja dla Krainy Wielkich Jezior Mazurskich"** to kompleksowe, zaangażowanie nauczycieli i edukatorów ze szkół, przedszkoli oraz ośrodków edukacji pozaszkolnej, podejmowane w celu zachowania regionalnej i przyrodniczej specyfiki obszaru Wielkich Jezior Mazurskich oraz przeciwdziałania skutkom zmiany klimatu. Przykładowe wydarzenia realizowane w ramach programu to:

- UCZYMY dla Krainy Wielkich Jezior Mazurskich,
- UCZYMY dla klimatu,
- Konkursy wiedzy o Krainie Wielkich Jezior Mazurskich,
- Godzina Wychowawcza Kuchnia Mazurska,
- Warmia i Mazury – region w którym mieszkam,
- Mazurskie ryby,
- Zabawy z materiałami edukacyjnymi typu puzzle itd.

Interaktywne Centrum Rybołówstwa, Akwakultury i Zrównoważonego Rozwoju – obiekt wzorowany na Interaktywnym Muzeum Rybactwa w Biskupinie, wzbogacony rozwiązaniami z zakresu wirtualnej rzeczywistości i interaktywnych multimediów.

[26] https://www.rybomania.com.pl/pl/o-wydarzeniu/o-targach/ (14.01.2022).

Interaktywne Muzeum Rybactwa w Biskupinie powstało z inicjatywy dr inż. Henryka Sobolewskiego. Jego celem jest przybliżenie w przystępnej, nowoczesnej formie szerokiego spektrum kulturowego związanego z rybactwem, symboliką ryby oraz kulturą połowu i eksploatacji jezior w Polsce. Zwiedzanie muzeum to interaktywna wędrówka przez świat jezior i historii, którą rozpoczynamy zaglądając do domu XIX wiecznego rybaka, poznając jego rodzinę i uczestnicząc w przygotowaniach do posiłku. Wystawa podzielona jest na płynnie przechodzące w siebie sektory tematyczne, przybliżające kluczowe zagadnienia w sposób atrakcyjny wizualnie i dźwiękowo. Zwiedzający zapoznają się m.in. z głównymi technikami i technologiami połowów, gatunkami i morfologią ryb słodkowodnych, charakterystyką flory i fauny polskich jezior oraz tajnikami popularnej sztuki wędkowania. Ponadto mają okazję popłynąć w rejs ze starym rybakiem i posłuchać jego gawędy, zapoznają się z 50-letnią historią Gospodarstwa Rybackiego w Łysininie i prywatną kolekcją zbiorów Założyciela. Na zewnątrz muzeum znajduje się niezwykły, gigantyczny labirynt rybackich sieci, którego przebycie dostarcza niezwykłych wrażeń zarówno dzieciom, jak i dorosłym. Tu można dotykać obiektów, pod mikroskopem zobaczyć łuskę ryby, ułożyć puzzle z łańcucha pokarmowego i dowiedzieć się dlaczego warto jeść ryby[27]. Muzeum organizuje również wycieczki po okolicy – pięknej krainie zwanej Pałukami.

Rys. 26. Interaktywne Muzeum Rybactwa w Biskupinie
Źródło: https://muzeumbiskupin.pl (14.01.2022).

Jako inspirację do stworzenia Interaktywnego Centrum Rybołówstwa, Akwakultury i Zrównoważonego Rozwoju potraktować można również wystawę „Rybołówstwo”

[27] https://www.muzeumbiskupin.pl (14.01.2022).

w Narodowym Muzeum Rolnictwa w Pradze[28]. Wystawa przedstawia rybołówstwo jako zjawisko, które w związku z hodowlą ryb stanowi istotną działalność człowieka, które zmienia i wpływa na krajobraz. Cechą charakterystyczną wystawy jest jej dynamiczna i interaktywna koncepcja, a także szereg eksponatów na żywo. Wystawę ożywia duże akwarium z rybami słodkowodnymi. Zwiedzający zobaczą suma, szczupaka, karpia czy płoć, interaktywny model systemu stawowego oraz dioramę z połowu w stawie. Ekspozycja składa się z sześciu części:

- Złoty wiek hodowli ryb – w pierwszej części wystawa przybliża zwiedzającym historię hodowli ryb w Czechach. Można tu posłuchać rozmowy Jakuba Krčína i Wilhelma von Rosenberga, którzy w karczmie opowiadają o planach budowy stawu czy badaniu cyklu życia karpia. Interesującym elementem interaktywnej ekspozycji jest modelowy system stawów. Zwiedzający mogą sami zasymulować napełnianie lub opróżnianie stawu i nadzorować, które odpływy wypełniają dany staw.
- Dowiedz się o życiu pod wodą – w tej części zwiedzający mogą zaznajomić się z życiem pod powierzchnią wody stojąc przed akwariami wypełnionymi wirtualnymi rybami. Atmosferę przestrzeni podkreślają projekcje poziomu wody.
- Czas na zabawę – przy nabrzeżu można przymierzyć wędkarskie stroje, usiąść na wędkarskich krzesłach i obserwować wodę. Poziom wody jest tworzony przez projektory Gobo, które umożliwiają realistyczne odwzorowanie ruchomej i płynącej powierzchni wody. Dla dzieci w tej części przygotowano strefę ze zjeżdżalnią i balonami, interaktywne gry i quizy oraz możliwość porównania wagi i wzrostu wybranych ryb. Całości towarzyszy interaktywna sceneria rzeki.
- Laboratorium naukowe – w laboratorium naukowym zwiedzający mogą spróbować określić wiek ryb na podstawie ich łusek. Umieszcza się je pod mikroskopem, który połączony jest ze zintegrowanym panelem graficznym, na którym wyświetlana jest waga wraz ze szczegółowym opisem. Mogą też przetestować wirtualnego raka, który jest najbardziej zaawansowanym czujnikiem do określania czystości wody.
- Region Třeboň[29] – zwiedzający mogą wirtualnie podziwiać piękne zakątki flory i fauny tego fragmentu Czech, słuchając realistycznych odgłosów zwierząt i ptaków. Całość wzbogacona jest nastrojową atmosferą zmian między dniem a nocą.

Wystawa poświęcona rybołówstwu i hodowli ryb opisuje nie tylko historię hodowli ryb w Czechach, ale także rybołówstwo jako zjawisko żywnościowe. Na wystawie zwiedzający mogą zapoznać się z anatomią karpia i jego rozczłonkowaniem lub poczytać ciekawe przepisy, nie tylko na świąteczny stół.

[28] https://www.avmedia.cz/en/references/culture/detail/59_2900-interactive-fishing-exhibition-at-the-national-museum-of-agriculture (14.01.2022).
[29] Okolice miasta Třeboň w Czechach to malownicza kraina stawów rybnych.

Rys. 27. Wystawa „Rybołówstwo” w Narodowym Muzeum Rolnictwa w Pradze
Źródło: https://www.avmedia.cz/en/references/culture/detail/59_2900-interactive-fishing-exhibition-at-the-national-museum-of-agriculture (14.01.2022)

Ekspozycje w Interaktywnym Centrum Rybołówstwa, Akwakultury i Zrównoważonego Rozwoju powinny dostarczać wiedzy w sposób innowacyjny i nieoczywisty. Przykładem takiego kreatywnego rozwiązania jest np. Muzeum Florence Nightingale. Dedykowane najsłynniejszej pielęgniarce w Wielkiej Brytanii łączy wiedzę medyczną i ważne momenty historyczne. Ta nieskomplikowana technologicznie interaktywna wystawa jest obsługiwana przez gości za pomocą stetoskopu (rys).

Rys. 28. Muzeum Florence Nightingale
Źródło: https://www.katapult.co.uk/10-of-the-best-interactive-museum-exhibition-ideas-for-curators/ (14.01.2022).

Innym ciekawym rozwiązaniem jest „ukryta” wystawa Danijela Meshtrovicha Kurinčiča, która odbyła się w Tokio. Jej zobaczenie wymagało od gości wkładania głów w specjalne otwory (rys.).

Rys. 29. Wystawa kontenerowa w Japonii
Źródło: https://www.katapult.co.uk/10-of-the-best-interactive-museum-exhibition-ideas-for-curators/ (14.01.2022).

Wydaje się, że takie „zanurzenie się" w wirtualnych mazurskich jeziorach może być fascynującym przeżyciem.

GADŻETY

Gadżety przygotowane wg wytycznych z Księgi znaku utrwalające markę LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" i pomagające budować brand:

- Kalendarz *Rybne specjały z Mazur* – 12 stronicowy kalendarz, w którym „patronem" każdego miesiąca jest potrawa rybna przygotowana z lokalnych gatunków. Oprócz przepisu na danie pojawia się tu charakterystyka danej ryby, prezentacja miejsc jej występowania, a także wskazane są restauracje leżące na Mazurskim Szlaku Rybackim, w których można zjeść danie.
- Gra Monopol – tradycyjna gra zastąpiona obiektami z gmin członkowskich LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie"; w grze planszowej pionki w kształcie lokalnych ryb, w grze o rozmiarze XXL pionkami są gracze (rys.).

Rys. 30. Gra monopol w rozmiarze XXL
Źródło: https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/wiadomosci/gra-monopoly-wypromuje-eventy-w-centrach-handlowych,45167.html (14.01.2022).

- Rybne szachy – tradycyjna gra z pionkami w kształcie ryb; różne rozmiary – od mini (wersja turystyczna, która umili czas urlopu na Mazurach) po XXL (stacjonarna; przenoszenie pionków wymaga użycia siły).
- Rybne wyroby czekoladowe, np. *Bombonierka z Mazur*, *Wędkarskie czekoladki*.

6. Podsumowanie

Marki są latarniami w morzu ofert. Silną markę buduje się, wytyczając nieprzekraczalne granice i konsekwentnie się ich trzymając nie przez kilka, lecz kilkadziesiąt lat. Silna marka potrafi stworzyć wierną klientelę na różnych rynkach geograficznych, przestając być marką jedynie regionu.

Marka LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" to:

- piękne krajobrazy,
- jeziora i aktywny wypoczynek,
- lasy,
- cud natury,
- bezpieczeństwo,
- zaufanie,
- sentyment,
- gwarancja wysokiej jakości usług,
- spokój,
- natura,
- ekologia,
- naturalna, regionalna żywność,
- ciekawa historia.

Cele wspólnej marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie":

- Wzmocnienie rozpoznawalności regionu i oferty.
- Zwiększenie liczby inwestorów, turystów, mieszkańców.
- Wykorzystanie Cross-Sellingu (wspólna prezentacja na rynku umożliwiająca przekazanie informacji o produktach i usługach).
- Utrzymanie dotychczasowych turystów.
- Prezentacja mocnych stron regionu, a przez to zwiększenie szans rynkowych i wartości dodanej.

Korzyści wspólnej marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie":

- Wzrost znajomości regionu oznacza większe korzyści dla miast, gmin i lokalnej gospodarki.
- Rozpoznawalność regionu to rozpoznawalność produktów, wzrost wartości dodanej.
- Partnerzy reklamują region wspólnie (pośrednio: każdy reklamuje każdego).
- Partnerzy łączą wydatki na działania marketingowe.

- Wspólne wykorzystanie specyfiki potencjału regionalnego.
- Silna marka wzmacniania pozycję podmiotów działających w regionie.
- Marka wykorzystuje wspólne sukcesy do celów promocyjnych.
- Marka umożliwia uzyskanie efektu rozpoznania i wzbudzenie zainteresowania.
- Silna marka to zobrazowanie standardów jakości i wydajności.

Rynki docelowe:

- nowi mieszkańcy,
- turyści i odwiedzający,
- inwestorzy,
- przedsiębiorcy,
- liderzy opinii (dziennikarze, naukowcy, artyści),
- mieszkańcy innych jednostek osadniczych.

Komercjalizacji marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie”:

- Kampania informacyjno-promocyjna.
- Dopasowanie informacji do różnych rynków docelowych objętych wspólną marką.
- Wspólne kanały dystrybucji produktów w przypadku różnych branż – galerie, targowiska, targi , jarmarki itd.
- Wspólny dach produktów z marką regionalną – segmentacja produktowa.
- Wspólne opakowania.
- Maksymalizacja dostępności informacji i wymiany.
- Współpraca władz gmin w zakresie wsparcia i rozwoju wspólnych inicjatyw promocyjnych i dystrybucyjnych.
- Kreowanie atrybutów tożsamości marki.

Spis załączników

Załącznik 1

Zachowania nabywcze wśród turystów, istota marketingu miejsc i tożsamości marki w świetle przeglądu literatury

Załącznik 2

Księga znaku

Załącznik 1

Zachowania nabywcze wśród turystów, istota marketingu miejsc i tożsamości marki w świetle przeglądu literatury

Walory turystyczne to obiekty przyrodnicze i wytwory działalności człowieka, które ludzie chcą poznać i zwiedzić. Mogą mieć one charakter wypoczynkowy, krajoznawczy lub specjalistyczny. W przypadku tworzenia rozpoznawalnej marki – brandu obszaru ważne jest poznanie indywidualnych wyobrażeń i odczuć klientów/turystów dotyczących infrastruktury turystycznej, oferowanych usług turystycznych, produktów (w tym szczególnie ryb), czy podmiotów świadczących usługi związane z tą branżą.

Popytowe i podażowe przemiany zachodzące na współczesnym rynku turystycznym powodują znaczące zmiany zachowań nabywczych wśród turystów. Zmieniają się formy organizacji podróży, długość i częstotliwość wyjazdów, sposoby spędzania czasu wolnego. Ciągle jednak głównym motywem wyboru miejsca turystycznego wyjazdu wypoczynkowego pozostają walory turystyczne, na które składają się elementy przyrodnicze i antropogeniczne. Są to główne czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej obszaru. Dodając do tego odpowiednie zagospodarowanie turystyczne oraz dobrą dostępność komunikacyjną, otrzymuje się region – destynację turystyczną, mogącą bez problemu konkurować z innymi regionami o pozyskiwanie turystów. Zauważa się także, że władze i przedsiębiorcy funkcjonujący we współczesnych miejscowościach i regionach turystycznych mają świadomość konieczności podnoszenia atrakcyjności regionu, do którego chcą zaprosić turystów i inwestorów.

Proces podejmowania decyzji przez turystów i czynniki determinujące wybór miejsca do wypoczynku, to rozważania które są istotne przed stworzeniem wizerunku regionu i oferty produktowej, którą określony region chce przygotować.

Proces podejmowania decyzji przez turystów, zwany również **procesem planowania podróży** turystycznej (*the vacation planning process*), jest elementem zachowań nabywczych na rynku turystycznym. Jest on związany z dokonywaniem wyborów dotyczących wyjazdów turystycznych, ich kierunków i celów, sposobów zorganizowania i realizacji. W jego ramach turysta udziela sobie odpowiedzi na wiele pytań, w tym m.in.:

1. Czy jechać?
2. Dokąd jechać?
3. Kiedy, z kim i na jak długo jechać?
4. Jak zorganizować podróż?
5. Czym i jaką trasą jechać?
6. Gdzie nocować i jeść?
7. Co robić w miejscu docelowym?

Proces podejmowania decyzji nabywczych przez turystów był i nadal jest szeroko opisywany w literaturze naukowej, głównie amerykańskiej. Zachowaniami konsumentów na rynku turystycznym, a zwłaszcza wyborem miejsc docelowych podróży (destynacji turystycznych), w badaniach naukowych zaczęto zajmować się w latach 60. i 70. XX w. Pojawiło się wówczas pojęcie teorii planowania podróży (*travel-planning theory*), dyscypliny próbującej wyjaśniać postępowanie turystów na rynku i jego uwarunkowania. Od tamtego czasu opracowanych zostało wiele modeli procesu podejmowania decyzji turystycznych. Główną uwagę skupiają one na identyfikowaniu czynników determinujących proces wyboru destynacji turystycznej i opisie etapów tego procesu ze szczególnym uwzględnieniem ich logicznej sekwencji. W większości z tych modeli akcentuje się fakt, że na podejmowanie decyzji przez turystów oddziałuje duża liczba zmiennych o różnym znaczeniu i charakterze. Największy wkład w rozpoznanie procesu dokonywania wyborów przez turystów i czynników go determinujących mieli m.in. M. Clawson i J. Knetch, E. Mayo i L. Jarvis, W.F. van Raaij i D.A. Francken, L. Moutinho, A.G. Woodside i S. Lysonski, S. Um i J. Crompton, B. Goodall, A. Decrop i D. Snelders.

Analiza zaproponowanych w literaturze przedmiotu modeli ujawnia kilka specyficznych **cech zachowań nabywczych na rynku turystycznym**[30]:

1. Proces podejmowania decyzji nabywczych przez turystów jest bardzo złożony i wieloaspektowy. Nie jest to wybór wyłącznie jednostkowy (jednego dobra czy usługi), lecz wybór produktu złożonego, zaspokajającego kompleks potrzeb (w ramach tego procesu potencjalni turyści decydują o wielu elementach podróży turystycznej, tj. miejscu/ach docelowym/ch wypoczynku, środku transportu, miejscu noclegu, rodzaju wyżywienia, sposobach spędzania czasu itd.). Inaczej mówiąc, jest to proces związany z podejmowaniem nie jednej, lecz wielu decyzji.
2. Wybór dokonywany przez turystę jest wieloopcjonalny, co więcej między wybieranymi opcjami zachodzą współzależności (przykładowo wybór destynacji turystycznej zazwyczaj wyznacza sposoby dotarcia do niej, rodzaj zakwaterowania, a także wpływa na wybór biura podróży, gdzie turysta kupi ofertę zawierającą daną destynację i odwrotnie, np. lojalność wobec jednego touroperatora orientuje wybór turysty tylko na te kierunki, które są w ofercie tego biura podróży).
3. Proces podejmowania decyzji nabywczych przez turystów przebiega etapami, a dokonanie wyboru i zakup nie kończy tego procesu, ostatnią jego fazą jest ocena podjętej decyzji, odbywająca się w czasie i po zakończenie podróży.
4. Wybory turystyczne są determinowane wieloma zmiennymi o charakterze ekonomicznym, emocjonalnym, społecznym, historycznym, sytuacyjnym, wewnętrznym i zewnętrznym,

[30] Hyde K.F., Ch. Laesser, A Structural theory of the vacation, „Tourism Management" 2009, Vol. 30, No. 2, s. 240–248; S.H. Jun, CH.A. Vogt, K.J. MacKay, Relationships between travel information search and travel product purchase in pretrip contexts, „Journal of Travel Research" 2007, Vol. 45, No. 3, s. 266–274; E. Sirakaya, A.G. Woodside, Building and testing theories of destination making by travellers, „Tourism Management" 2005, Vol. 26, No. 6, s. 81–832; A. Niezgoda, P. Zmyślony, Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003, s. 118–141.

wśród których szczególna rola przypada wcześniejszemu doświadczeniu turysty, jego wiedzy i umiejętnościom.

5. Konsument w swym postępowaniu kieruje się zazwyczaj zasadami racjonalności działania, choć można znaleźć od tego wyjątki (czego przykładem jest fala wakacyjnych wyjazdów pomimo trwającej pandemii Covid-19).

Jednym z ważniejszych pytań zadawanych przez turystów jest pytanie: „Dokąd jechać?". Odnosi się ono do wyboru miejsca docelowego podróży (destynacji turystycznej) i pojawia się zaraz po uświadomieniu sobie potrzeby wyjazdu turystycznego w ogóle i pozytywnej odpowiedzi na pytanie: „Czy jechać?". Wybór destynacji nie kończy jednak procesu decyzyjnego. W dalszej kolejności turysta dokonuje szczegółowych wyborów w zakresie elementów wyjazdu. Przykładowo wybiera biuro podróży, gdzie dokona zakupu imprezy turystycznej obejmującej wybraną destynację, decyduje o rodzaju noclegu, środku transportu, sposobie wyżywienia, programie pobytu itp.

Proces decyzyjny rozciąga się więc przez wszystkie etapy konsumpcji turystycznej. Niemniej jednak decyzja o kierunku wyjazdu wydaje się najważniejsza i najtrudniejsza, najbardziej złożona spośród wszystkich wyborów. Obok skomplikowanego charakteru i czasochłonności procesu decydowania o miejscu wypoczynku, należy wspomnieć o jego zależności od wielu czynników. Można wskazać dwie grupy zmiennych oddziałujących na proces wyboru destynacji turystycznej:

a) czynniki wewnętrzne odnoszące się do osoby podejmującej decyzję i jej charakterystyki psychospołecznej (możliwości finansowe podejmującego decyzję, osobowość, motywacje, wartości, postawy);
b) czynniki zewnętrzne, niekontrolowane przez turystę, obejmujące cechy miejsc wypoczynku (elementy atrakcyjności destynacji turystycznych), instrumenty marketingowego oddziaływania regionów i miejscowości turystycznych na podejmujących decyzje oraz zmienne otoczenia społecznego (np. grupy odniesienia, opinie liderów, wpływ bliskich i przyjaciół).

Wybrane korzyści wynikające ze stosowania marki na rynku usług turystycznych, korzyści dla organizacji i turystów[31]:

- Umacnianie pozycji rynkowej.
- Gwarancja jakości.
- Zwiększona odporność na działania konkurencji.
- Prestiż i poczucie satysfakcji z użytkowania produktu markowego.
- Ekskluzywny, prestiżowy wizerunek organizacji wynikający z posiadanych w ofercie markowych produktów.
- W przypadku znanych marek, łatwość podejmowania decyzji zakupowych.
- Utrzymywanie stosunkowo wysokiego poziomu cen wynikającego z popytu na jakościowe produkty.

[31] Dudkiewicz D., Produkt turystyczny, w: Marketing usług turystycznych, red. D. Dudkiewicz, AlmaMer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2009.

- Ułatwiona dostępność do produktu (uwarunkowana sprawnie działającą siecią dystrybucji).
- Większa lokalność klientów do marki.
- Ograniczenie ryzyka związanego z użytkowaniem mniej znanych produktów.
- Marka znacznie usprawnia procesy wprowadzania na rynek nowych produktów lub zmian istniejących.
- Klient może mieć zwiększone zaufanie do organizacji, która od wielu lat oferuje produkty markowe.
- Oszczędności w zakresie wydatków na promocję (należy podkreślić, że konieczne działania ograniczające budżet promocyjny należy wprowadzać w sposób stopniowy i przemyślany, nawet najsilniejsze marki na świecie prowadzą cykliczne akcje promocyjne).
- Marka jest ułatwieniem dla klienta w obszarze identyfikacji produktów na rynku.

Można zatem stwierdzić, że **atrakcyjność turystyczna** to pewien zespół czynników wpływających na rozwój turystyki w określonej destynacji turystycznej lub pojedynczym obiekcie. Jest to suma walorów turystycznych, sposobu ich zagospodarowania oraz dostępności komunikacyjnej obszaru, a także postawy mieszkańców wobec turystów. Tak zdefiniowana atrakcyjność turystyczna może być rozumiana jako siła z jaką dane miejsce, obiekt lub zjawisko przyciąga odwiedzających lub jako stopień nasycenia wydzielonych układów przestrzennych czynnikami, które zgrupowano w cztery układy zmiennych charakteryzujących. Są to[32]:

- liczba i jakość walorów przyrodniczych, będących pierwotną siłą warunkującą powstanie i rozwój turystyki na danym obszarze;
- stopień zagospodarowania turystycznego, oferta rekreacyjno-wypoczynkowa, w tym kulinarna;
- dostępność komunikacyjna do regionu oraz zapewnienie turyście odpowiedniej mobilności w regionie;
- poziom zanieczyszczenia środowiska przyrodniczego.

Istotę atrakcyjności turystycznej można prezentować w trzech znaczeniach[33]:

a) atrakcyjność określaną przez różnego rodzaju klasyfikacje, kategoryzacje itp. (atrakcyjność ideograficzna);
b) atrakcyjność wynikającą z przyjęcia określonej techniki oceniania;
c) atrakcyjność będącą wynikiem subiektywnego postrzegania.

Atrakcyjność turystyczna może mieć charakter uniwersalny lub względny. O uniwersalnym znaczeniu atrakcyjności turystycznej mówi się wówczas, gdy cechy przyrodnicze, kulturowe oraz wyposażenie obszaru w infrastrukturę turystyczną są atrakcyjne dla ogółu turystów. W ujęciu względnym atrakcyjność obszaru rozpatruje się z punktu widzenia określonych form turystyki, np. atrakcyjność dla turystyki narciarskiej, turystyki kulturowej czy uzdrowiskowej.

[32] Jedlińska M., Szubert-Zarzeczny U., Gospodarka turystyczna, Wyd. AE, Wrocław 1994, s. 79.
[33] Kowalczyk A., Geografia turyzmu, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 64.

Rozpoznanie poziomu atrakcyjności destynacji turystycznej odgrywa istotną rolę w:

- planowaniu prawidłowego wykorzystania jej zasobów przyrodniczych i społecznych zgodnie ze zrównoważonym rozwojem,
- wskazaniu stopnia konkurencyjności względem innych obszarów uznanych za turystyczne,
- stwarzaniu podstaw do określenia działań podnoszących konkurencyjność regionów i podmiotów gospodarki turystycznej zlokalizowanych na jej obszarze,
- kreowaniu przyszłego popytu turystycznego,
- tworzeniu podstaw informacyjnych ułatwiających precyzyjne podejmowanie decyzji inwestycyjnych w turystyce i minimalizacji ryzyka,
- wyodrębnieniu nowych dotąd niewykorzystywanych turystycznie regionów,
- identyfikacji i rozwoju określonych form turystyki na danym terenie,
- aktywizacji rozwoju turystyki obszaru turystycznego m.in. poprzez wzrost zainteresowania kapitału inwestycjami w turystyce.

Elementy składowe budowania strategii wizerunku marki miejsc

Marka jest częścią systemu komunikacji ułatwiającą rozpowszechnianie informacji o miejscu, elementem oddziaływania na nabywcę (nakłaniającym do odwiedzin, powrotów), środkiem konkurowania na rynku (przekazem szeregu zakodowanych informacji w postaci nazwy, hasła, symbolu)[34]. Władze jednostek terytorialnych, podejmując się opracowania i wdrożenia strategii wizerunku marki miejsca, powinny określić[35]:

7. obszar terytorialny – czy dane miejsce ma być znane i kojarzone jako marka lokalna, regionalna, krajowa czy może światowa;
8. grupy docelowe;
9. strukturę wizerunku marki – czy miejsce ma być kreowane jako całość, czy też powinny być eksponowanie charakterystyczne submarki jako integralne części miejsca;
10. głębokość zmian wizerunku – czy działania i zakres zmian ma mieć charakter liftingu, ewolucji czy może rewolucji.

W procesie tworzenia marki można wskazać następuje etapy:

1. Ustalenie tożsamości rzeczywistej i pożądanej. Dokonanie diagnozy skojarzeń z obecną marką, określenie cech, korzyści z niej płynących, reprezentowanych wartości. Poznanie tożsamości rzeczywistej, czyli takiej, jaka jest obecnie postrzegana przez odbiorców marki. Ustalenie tożsamości pożądanej, zbioru tych elementów, które w sposób zgodny z oczekiwaniami mieszkańców, przedsiębiorców, włodarzy pozwalają w sposób jednoznaczny na określenie pozycji miejsca względem innych[36].
2. Zdefiniowanie zespołu czynników składających się na wizerunek miasta poprzez analizę walorów pod kątem możliwości ich wykorzystania w tworzeniu lub modyfikowaniu wizerunku marki. Ustalenie wzajemnych interakcji i konkurencyjności, pozycji poszczególnych

[34] Witek-Hajduk M.K, Zarządzanie marką, Difin, Warszawa 2001, s. 21–22.
[35] Szczęsny S., Marketing miasta i miejsca, „Marketing w Praktyce" 2006, nr 5, s. 9–10.
[36] Szromnik A., Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2007, s. 135–136.

walorów w ramach jednostki, jak również względem innych miejsc. Najczęściej analizowanymi zasobami są walory historyczne, kulturalne, biznesowe, edukacyjne, przyrodnicze, emocjonalne, wypoczynkowe[37]. Głównym celem tych działań jest poznanie i zrozumienie różnicy, jaka występuje pomiędzy obecnym wizerunkiem a pożądaną tożsamością.

3. Ustalenie korzyści marki, cech, wartości, opracowanie hasła i logo, elementów wizualizacji miejsca, kolorystyki, wyłonienie produktów lub subproduktów, jakie będą popularyzatorami marki. Opracowanie strategii i działań promocji marki. Określenie formatu komunikatów promocyjnych. Dobór narzędzi i technik promocji. Zakres działań i możliwości realizowania szeregu inicjatyw w tym obszarze jest ogromny. Interesującymi przykładami jest angażowanie społeczności lokalnych jako ambasadorów marki, tworzenie oryginalnych wytworów kultury i sztuki, systemu identyfikacji wizualnej i komunikacyjnej dostosowanej do poszczególnych rynków docelowych. Szczególnie ważne jest, aby były to działania spójne, powtarzalne i długookresowe, gdyż to one mają większą wartość dla budowania silnej marki niż krótkookresowe i jednorazowe.
4. Określenie etapów czasowych ekspansji marki oraz zaangażowanie szeregu podmiotów w celu konsekwentnej realizacji przyjętej strategii i działań promocyjnych. Oprócz samorządów (lokalnych, powiatowych i wojewódzkich), które powinny pełnić rolę wiodącą i koordynującą, wymagane jest podjęcie współpracy z organizacjami (branżowymi, społecznymi), firmami i innego typu podmiotami. Podejmując się budowania wizerunku marki, należy uwzględnić fakt, że istnieją różnice między tym, jak ludzie postrzegają kraje, regiony i miasta. Kraje ze względu na swoje znaczne funkcjonalne zróżnicowanie są postrzegane w kategoriach reprezentacyjnej części tożsamości marki, podczas gdy regiony i miasta są postrzegane bardziej z funkcjonalnego punktu widzenia, a czynniki, które wpływają na oceny krajów różnią się od tych, które mają wpływ na ocenę regionów i miast[38].
5. Niemal każdy region turystyczny posiada określoną cechę charakterystyczną, która przywodzi na myśl ten, a nie inny obszar. Często są to niepowtarzalny krajobraz, ukształtowanie terenu, zabytek światowej sławy, np. Wieża Eiffla w Paryżu czy Krzywa Wieża w Pizie. Cechą tą mogą być także elementy folkloru, np. górale podhalańscy, gościnność miejscowej ludności lub jakość produktu turystycznego.

W ramach budowania marki regionów turystycznych ważne jest zrozumienie tego, w jaki sposób informacja, którą turysta kojarzy z danym obszarem turystycznym wpływa na stosunek do oferowanych usług turystycznych oraz na wybór miejsca do wypoczynku czy spędzania czasu wolnego. Ta informacja i sposób jej przekazania tworzy **system identyfikacji wizualnej**. W odniesieniu do przedsiębiorstwa system identyfikacji wizualnej określa się zazwyczaj jako zespół różnorodnych elementów graficznych, pozwalający odbiorcom na rozpoznanie firmy i odróżnienie jej od konkurencji. Dla przedsiębiorstw stanowi on swoisty kod optyczny i estetyczny. Kod ten daje

[37] Lutek P., A. Gołoś, Model przygotowania strategii marki miejsca, „Marketing i Rynek"2010, nr 10, s. 19.
[38] Caldwell N., J.R. Freire, The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model, „Brand Management" 2004, Vol. 12, No. 1, s. 58–59.

firmie możliwość przekazania sygnałów, na których jej najbardziej zależy, czyli takich, które budują i utrwalają jej dobry wizerunek w otoczeniu. W odniesieniu do atrakcyjnych miejsc pojęcie to ma nieco bardziej złożony charakter, ponieważ obok oficjalnego systemu identyfikacji wizualnej, zaproponowanego np. przez władze regionu, organizacje regionalne, gminne czy miejscowości turystyczne, funkcjonują także systemy standaryzowane stosowane przez poszczególne organizacje turystyczne.

Elementem turystycznego systemu identyfikacji wizualnej informującej o atrakcyjnych miejscach powinien być także system identyfikacji obejmujący kompleksowe oznakowanie dojścia i dojazdu do najważniejszych atrakcji turystycznych ich opis. System ten powinien charakteryzować się jednolitą kolorystyką, spójną z systemem identyfikacji wizualnej. Każdy drogowskaz i tablica informacyjna powinny zawierać logo promocyjne organizacji, regionu. Zakres treści przekazywanych przez system identyfikacji regionalnej powinien obejmować m.in.:

- nazwy miejscowości, ulic, lokalizacji,
- atrakcje turystyczne, w ujęciu określonych kategorii: obiekty historyczne, przyrodnicze, sakralne i nekropolie, rekreacja i wypoczynek, stare młyny, wiatraki, kuźnie , zabytki techniki,
- szlaki turystyczne i ścieżki,
- kierunkowskazy dla ruchu pieszego,
- kierunkowskazy dla ruchu kołowego,
- mapy i plany gminy, najbliższej okolicy,
- schematy komunikacyjne,
- informację turystyczną,
- informację historyczną,
- ciekawe i unikatowe miejsca charakterystyczne dla miejscowości, gminy, regionu.

Kolejnym systemem mającym wpływ na kształtowanie wizerunku obszaru opisanego marką, jest zespół ludzi, środków i sposobów posługiwania się nimi w procesie informowania turystów. Jest to zatem to zbiór aktualnych, komunikatywnych i wiarygodnych wiadomości o faktach i zdarzeniach, podany w takiej formie, która pozwala odbiorcy ustosunkować się do zaistniałej sytuacji i podjąć decyzję o uczestnictwie w rynku turystycznym zarówno po stronie popytu, jak i podaży.

Na współczesny **system informacji i skutecznej komunikacji** z wykorzystaniem jednolitych systemów składają się m.in.:

- punkty (biura) informacji turystycznej lub organizacji takich jak np. LGR[39];
- multimedialne kioski informacyjne (infomaty) oraz tablice z wymiennymi informacjami;
- jednolity system oznakowania atrakcji turystycznych;
- jednolite wydawnictwa informacyjne i promocyjne;
- serwisy informacyjne zamieszczane w prasie, radiu i telewizji;

[39] Lokalna grupa rybacka (LGR) – jest specjalnym podmiotem, który opracowuje i realizuje lokalną strategię rozwoju obszarów rybackich. LGR posiada osobowość prawną i działa na podstawie ustawy o wspieraniu zrównoważonego rozwoju sektora rybackiego z udziałem Europejskiego Funduszu Rybackiego. LGR wybierane są przez ministra właściwego ds. rybołówstwa w drodze zaproszenia do składania wniosków spośród stowarzyszeń, działających na podstawie w/w ustawy.

- internetowe serwisy informacji turystycznej.

Sprawny system informacji turystycznej powinien spełniać następujące cele:

b) zapewnić usprawnienie obsługi turystów;
c) zapewnić prawidłowe rozmieszczenie ruchu turystycznego w stosunku do możliwości poszczególnych regionów i miejscowości;
d) zapewnić popularyzację mało znanych regionów i miejscowości turystycznych;
e) zwiększyć zainteresowanie turystów zagranicznych regionem i/lub krajem

Ogromny wpływ na kształtowanie wizerunku regionu poprzez wykorzystanie marki-brandu ma odpowiednio zorganizowany system **promocji mix**, który można zdefiniować jako ogół działań mających na celu pozyskanie klientów oraz wzrost sprzedaży oferty LGR, w której dominujące znaczenie mają następujące grupy instrumentów:

e) reklama służąca do komunikowania się z szeroką publicznością, będąca odpłatną formą prezentowania konkretnej oferty, np. foldery turystyczne, billboardy, kampanie reklamowe gmin;
f) promocja uzupełniająca (dodatkowa), która obejmuje środki zwiększające stopień atrakcyjności produktu, czy firmy dla nabywców i podwyższające ich skłonność do zakupu czy współpracy, np. karta turystyczna LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie";
g) sprzedaż osobista, czyli bezpośredni kontakt interpersonalny sprzedawców z nabywcami, np. udzielanie informacji turystycznej przez pracowników Biura LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" lub sprzedaż rejsów housboatem[40];
h) public relations, czyli działania zmierzające do pozyskania zrozumienia i zaufania opinii publicznej oraz stworzenia atrakcyjnego wizerunku LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie", np. organizowanie stałych imprez takich jak „Mazurskie spotkania z wodą, rybą i tradycją".

Oznacza to możliwość realizacji działania w jednej dziedzinie, np. promocji mix (m.in. opracowanie i rozpowszechnianie folderów na temat walorów turystycznych czy PR) lub identyfikacji wizualnej obszaru (np. ustawienie podświetlanych tablic, pylonów i gablot, stanowiących wizualne dominanty otoczenia) lub informacji turystycznej (np. zorganizowanie punktów informacji turystycznej wraz z procedurami gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji).
Kompatybilność systemów w celu tworzenia pozytywnego wizerunku może być zapewniona poprzez:

- swobodny przepływ informacji pomiędzy podmiotami w poszczególnych systemach;
- powołania koordynatora procesów współpracy i współdziałania;
- wymianę wiedzy na temat prowadzenia działań wizerunkowych;
- wzajemne oddziaływanie kompetencji podmiotów funkcjonujących w ramach marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie";
- wytworzenie klimatu współpracy wewnątrz Grupy, a także pomiędzy nimi;
- wypracowanie zasad i metod kooperacji i ich przestrzeganie przez wszystkich członków LGR;

[40] Więcej informacji na ten temat pod linkiem http://www.mazurylgr.pl/przeplyn-z-nami-quest-wodny/.

- dostęp poszczególnych podmiotów do nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Kreowanie marki i branding

Istnieją takie miejsca, które posiadają niezwykłe zdolności przyciągania, pewien magnetyzm dodający uroku ich ofercie. Jednocześnie pozwala im to na osiąganie komercyjnego sukcesu rynkowego, wynikającego ze zwiększonej liczby przyjazdów do tychże miejsc czy zakupów produktów z nich pochodzących. Zarówno kraje, jak też regiony czy miasta zabiegają o to, aby mieć dobrą reputację i pozytywny wizerunek, co pozwala na zbudowanie silnej marki.

Aby zostać zauważonym wśród konkurencyjnych regionów, trzeba się wyróżnić. Wyraźny, oryginalny, jednoznaczny i atrakcyjny dla nabywców wizerunek marki jest więc niezwykle ważny, by zapewnić powodzenie w działaniach marketingowych LGR. Zacząć należy jednak od tożsamości. Jest ona bowiem źródłem postrzegania marki przez odbiorców. Zrozumienie procesu, jakim jest dążenie do wykreowania odpowiedniego wizerunku, pomaga śledzić czynniki wpływające na wizerunek oraz podjąć odpowiednio wczesne i możliwie najskuteczniejsze działania, ułatwiające osiągnięcie sukcesu.

W obecnych czasach o kupnie towarów i usług decydują nie tylko ich rzeczywiste walory, ale także wyobrażenia odbiorców o produkcie. Istotne jest to, co kojarzy się z daną marką – jej prestiż, jakość i wzbudzane zaufanie. Podobna sytuacja dotyczy także regionów, gmin, miast. Oprócz tego, co oferują one mieszkańcom, inwestorom czy turystom, istotne jest również to, z czym się kojarzą, czyli ich wizerunek.

Właściciel marki nie kreuje jej wizerunku, ale definiuje jej tożsamość, która go współtworzy. Tożsamość danego regionu tworzą elementy: *organiczne* (historia, kultura, stopień zorganizowania regionu), *ekonomiczne* (analiza działań gospodarczych, które dominowały na danym terenie, diagnoza sytuacji ekonomicznej), *geograficzne* (wpływ elementów geograficznych na tożsamość mieszkańców, lokalizację działań ekonomicznych, dominację typu działań ekonomicznych) i *symboliczne* (tożsamość wizualna regionu – pejzaże, architektura).

Istotę miejsca stanowią m.in.: krajobraz, sztuka, historia, architektura, usługi publiczne, własne produkty miejsca, znani ludzie i ich reputacja. Tożsamość rzeczywista jest to sposób, w jaki zarządzający widzą swoją markę, jej cechy, korzyści z niej płynące, wartości, jakie reprezentuje. Tożsamość pożądana natomiast to stan, który chcieliby oni osiągnąć. To wszelkie ich plany, cele i aspiracje odnośnie do marki. Natomiast wizerunek to obraz w umysłach nabywców. LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" dążyć będzie do wywołania ściśle określonych skojarzeń odnośnie do marki (wizerunek pożądany).

By zmienić obecne postrzeganie subregionu/krainy/obszaru i nadać mu charakter marki należy zdefiniować, czym jest **obietnica marki**. W ogólnym znaczeniu jest to wszystko, co otrzyma turysta w kontakcie z oferowanym produktem turystycznym (w tym usługami, oznaczeniem miejsc,

dostępnością do lokalnych produktów, np. ryb, dostępem i gamą atrakcji itp.). Nie muszą to być wyłącznie obiekty widoczne w terenie, których można bezpośrednio doświadczyć podstawowymi zmysłami, jak np. wzrok. Ważną częścią obietnicy marki są odczucia i doświadczenia, których doznaje odbiorca/turysta w kontakcie z samą marką. Oczekiwania turystów są w znaczącej mierze kształtowane przez obietnicę marki. Jeśli oczekiwania okażą się niespełnione, to odbiorcy oferty/turyści poczują się rozczarowani i mogą nie traktować marki jako znaku wysokiej jakości. To zagrożenie dotyczące spadku pozytywnych doświadczeń, w związku z pobytem na szeroko rozumianym obszarze jakim są Mazury, stanowi pretekst do podjęcia aktywnych działań.

Ścieżka zakupowa turysty, wraz ze składającymi się na nią touchpointami[41], służy nauczeniu konsumenta tego, czym jest nasza marka i jakie benefity przynosi produkt. Najważniejszym elementem w uczeniu się jest powtarzanie. W związku z tym propozycja opracowania jednolitego oznakowania obszaru w formie map i oznaczeń atrakcji turystycznych jest drogowskazem i początkiem tworzenia opowieści o atrakcyjnym skrawku ziemi w Polsce.

Jeżeli turysta przebywający w tym obszarze każdego dnia będzie się stykał z przygotowanym przekazem co najmniej kilkukrotnie, w różnych sytuacjach, to go zapamięta na dłużej. Szczególnie jeżeli z symbolami i atrybutami materialnymi będzie kojarzył pozytywne emocje, wartości, przeżycia, czyli wszystko to co współcześnie jest siłą przetargową miejsc, do których wracają turyści.

Z wielu stosowanych w praktyce strategii pozycjonowania warto wskazać kilka prostych możliwości, które obrazują ideę unikalnej **pozycji marki**, a są to tożsamość marki, jej namacalne efekty i postrzeganie przez podejmowane działania.

Marka ma swoją tożsamość

Marka w stadium kreowania rozpoczynająca byt rynkowy buduje własną autonomię i własne znaczenie oparte na wspomnieniach, przeszłych działaniach promocyjnych i doświadczeniach przeszłych produktów. Marka jako słowo „doklejone" do produktów w fazie wprowadzenia adoptuje w miarę upływu czasu symbole, które nadają jej znaczenia, zakreślając jej terytorium, jej **indywidualność i trwałość**. Poza wyglądem produktu turystycznego, jego cechami i przeznaczeniem, marka ma również swoją niepowtarzalną charakterystykę. Nie jest ona namacalnie wpisana w produkt turystyczny, jednak istnieje poza nim w formie osobowości. Dzięki przyjęciu ludzkich cech, marka może stać się bardziej wyrazista, lepiej zrozumiana, co sprawia że może skuteczniej komunikować się z turystami.

Tożsamość regionu (*region identity*) określa się jako sumę jego charakterystycznych cech i działań, które odróżniają go od podobnych podmiotów. Ponadto:

- tożsamość określa: „kim" jest marka, „co robi" i „jak" to robi;

[41] Najogólniej touchpoint to miejsce bądź sytuacja, w której niedoszły lub obecny konsument styka się z daną marką przed, w trakcie lub po czynności zakupu.

- tożsamość opiera się na trwałości, spójności, realizmie, wiarygodności;
- tożsamość marki odnosi się do jej właściciela;
- tożsamość wspólnej marki to działania kilku czy kilkudziesięciu właścicieli odpowiedzialnych za tworzenie indywidualności regionu Wielkich Jezior Mazurskich.

Wyjaśniając problematykę tożsamości marki należy wskazać różnice pomiędzy jej tożsamością a wizerunkiem:

- wizerunek marki odnosi się do jej odbiorcy(nabywcy) i jest przez niego tworzony;
- właściciel, członkowie LGR, kształtuje tożsamość marki pośrednio wpływając na jej wizerunek;
- wizerunek to synteza sygnałów (nazwa, znaki graficzne, produkty, reklama, sponsoring itp.), ich dekodowanie, wydobywanie przez konsumenta znaczenia tych sygnałów i ich interpretacja, to określenie jak odbiorcy wyobrażają sobie markę.

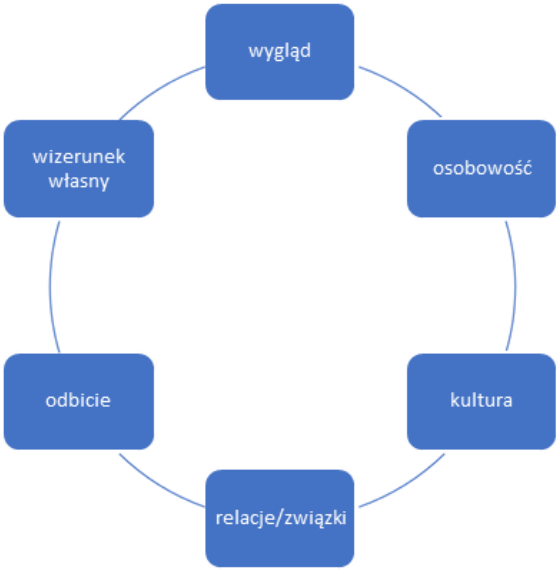
Tworzenie istoty tożsamości marki wynika z odpowiedzi na następujące pytania:

1. Na czym polega indywidualność marki?
2. Jakie są długofalowe plany i ambicje marki?
3. Co stanowi o jej spójności?
4. Jakie są wartości tworzące markę?
5. Jaka jest podstawowa o niej prawda?
6. Jakie są jej znaki rozpoznawcze?

Wyjaśniając istotę tożsamości marki i właściwie ją kreując właściciele (członkowie LGR) powinni zadbać o to, by była ona:

- konkretna,
- uzasadniona,
- nagradzająca konsumenta,
- wykorzystująca słabości konkurencyjnych gmin,
- oryginalna,
- wyróżniająca się.

Powinni również mieć na uwadze tzw. sześciokąt tożsamości marki.



Rys. 31. Sześciokąt tożsamości marki

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Azoulay A., Kapferer J. 2003. *Do brand personality scales really measure brand personality?* Journal of Brand Management 11(2), s. 146.

Wygląd to kombinacja niezależnych cech, które mogą być widoczne albo przychodzą natychmiast na myśl kiedy marka jest wymieniana; logotyp LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie":

- wygląd marki stanowi podstawę do komunikacji marketingowej;
- wszyscy użytkownicy marki są odpowiedzialni za tworzenie spójnych pozytywnych skojarzeń;
- podstawowa kolorystyka symbolu: logotyp LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" – niebieski to symbol jezior, nieba, spokoju, relaksu itd.

Osobowość marki odpowiada na pytanie „kim byłaby marka, gdyby była istotą ludzką", osobowość wpływa na akceptację tożsamości marki i jej docenienie przez konsumenta, na to czy marka jest lubiana:

- może być modna, atrakcyjna, konserwatywna, naturalna, solidna, skuteczna;
- cechy decydujące o postrzeganej osobowości marki: szczerość, fascynacja, kompetencje, wrażliwość, empatia, przyjazność;
- cechy obszaru LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie": abasador wartości eko, natural, organic, uspokaja, sprzyja aktywności;
- obszar LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" – obszar przyrodniczo cenny;
- obszar LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" to kraina odmienna od zgiełku codziennego życia: ostoja spokoju, natury, relaksu itd.

Kultura marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" – marka ma własną kulturę, z której czerpią wszystkie produkty nią objęte. Kultura wskazuje system wartości oraz źródło inspiracji i energii dla marki. Istotne są tu wzory zachowań, dziedzictwo historyczne, korzenie geograficzne:

- tradycja = doświadczenie= jakość;
- wartości = wzory zachowań = zaufanie = lojalni klienci;

- korzenie geograficzne = miejsce wytwarzania = oryginalność;
- dziedzictwo historyczne = inspiracja= indywidualność.

Marka to także **relacja** z klientami, za które odpowiedzialnie są wszyscy użytkownicy obszaru, zarówno instytucje jak i mieszkańcy. Relacje/związki marki LGR „Wielkie Jeziora Mazurskie" obejmują:

- entuzjazm,
- dbałość o klienta,
- gościnność,
- otwartość,
- wrażliwość,
- tolerancyjność.

Odbicie – marka „odbija", odzwierciedla wizerunek konsumenta. Marki tworzą portret konsumenta takim, jakim chciałby być widziany w związku z użytkowaniem marki. Wizerunek własny marki to „wewnętrzne lustro nabywców", tworzenie relacji nabywcy z samym sobą:

- stać mnie na taki luksus,
- buduję rozwój regionu,
- wspieram przedsiębiorców regionu,
- jestem odpowiedzialny za tworzenie kultury regionu.

Marka posiada namacalne artefakty

Wszystkie namacalne elementy w postaci logo, materiałów firmowych, map, aplikacji, oznaczeń w terenie, stylu i tonu komunikacji, muszą odzwierciadlać obietnicę marki, oddawać jej tożsamość oraz być zgodne z pozycjonowaniem. Tak wygląda dobry branding oraz spójny wizerunek marki.

Marka jest postrzegana przez działania

Marka może być rozpoznawalna, ale jednocześnie źle postrzegana. Branding marki to proces, a nie tylko identyfikacja wizualna. W związku z tym, jak w każdym procesie, mamy do dyspozycji różne narzędzia służące do osiągnięcia założonego celu. Branding marki dotyczy wielu kwestii związanych z procesem budowania marki, m.in. takich jak jej: architektura, historia, wartości, nazewnictwo, slogany i symbole z nią związane (kraina Wielkich Jezior Mazurskich, kraina tysiąca jezior) oraz jej wizja i misja.