

## Szlak wież i platform widokowych SILESIAANKA a biznes turystyczny

Podczas konferencji w Ostrawie podkreślano znaczenie projektu SILESIAANKA w rozwoju ruchu turystycznego.

- Budowanie dobrego produktu turystycznego wymaga czasu i ogromnego wysiłku. Prezentowany projekt SILESIAANKA ma początki w latach 2013 – 2014 roku kiedy to tworzyła się strategia rozwoju Euroregionu SILESIA – mówi Daria Kardaczyńska oraz Roman Tomaneć jako dyrektorzy zarządzający biurami Euroregionu SILESIA w Ostrawie podczas konferencji w Ostrawie w Witkowicach 18.02.2020.

Towój czas, w strategię na lata 2014–2020 wpisano m.in. szlak wież i platform widokowych SILESIA. W 2014 roku w programie INTERREG w pisanowość priorytetową 2 „Rozwój potencjału przyrodniczego i kulturowego oraz wsparcie w rozwoju przedsiębiorczości i zatrudnienia” wspomnianie działanie. Od 2016 roku praktycznie rozpoczęła się realizacja projektu – wspomina Daria Kardaczyńska. Do projektu przystępowały kolejne obiekty i partnerzy. Jednym z nich była gmina Pietrowice Wielkie. Wójt gminy Andrzej Wawrzynek, który wspominał, że Lokalna Grupa Działania „Partnerstwo dla Rozwoju”, LGD „Lyskor” oraz Sdrużenie Obcic Hlicinska zapoczątkowały w 2017 roku własny projekt, który rozpoczął się od wizyt studyjnych podobnego projektu w Euroregionie Glacensis, w tym wieży w Czerwonej Wodzie, wieży na Suchej Górze, wieży Marianka w Czerwnej Górze, Wierzbicach, wieży św. Anny w Nowej Rudzie, wieży w Radkowie, oraz platformy w Kudowie Zdrój. Wynik tych doświadczeń gmina Pietrowice Wielkie przystąpiła w 2017 roku do budowania wieży widokowej na swoim terenie w ramach projektu Euroregionu SILESIA. W kwietniu 2020 roku Pietrowice wraz z czeskim partnerem Mesto Odry, zbudują również infrastrukturę turystyczną wokół wież (w tym tężnię solankową).

Pokilku latach w ramach SILESIAANKI zbudowano ponad 30 obiektów, mapy wyglądają imponująco, zarówno co do ilości jak i obszaru projektu. Jak zapowiadają dyrektorzy Euroregionu SILESIA, to jeszcze nie koniec. - Przed nami promocja wspomnianego szlaku. Zaplanowanych jest szereg działań, takich jak oznakowanie obiektów kodami QR, zbudowanie programu lojalnościowego, a nawet stworzenie gry planszowej, znaczków, modeli obiektów itp.) – mówi Daria Kardaczyńska. W planach jest również zorganizowanie konkursu na logo, które wyłoniono w drodze konkursu prac dzieci z Polski i Czech.

Warto podkreślić, że jednym z priorytetów projektu jest zaangażowanie w współpracę partnerów samorządowych, na obszarach których znajdują się obiekty. Mowa tu m.in. o dostarczeniu aktualnych zdjęć opisów obiektów, umieszczeniu oznakowania i dystrybucji materiałów promocyjnych. Organizatorzy nie wykluczają udziału partnerów w projektach, miękki chwałki w zakresie promocji tworzonego szlaku turystycznego.

W panelu dyskusyjnym brała udział również Agnieszka Sikorska – dyrektor Śląskiej Organizacji Turystycznej. – W województwie Śląskim, zupełnie niekojarzonej turystyką, bardzo niejednorodnym, zdecydowaliśmy się na promocję turystyki poprzez szlak tematyczne. W ten sposób komunikujemy głównie atrakcje, oraz powstała marka. Nową marką jest Kraina Górnej Odry, która powstaje w tej chwili a obejmuje zasoby turystyczne Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego. Mam nadzieję, że i tamarką znajdziesz swoją specjalizację (być może w turystyce wodnej) będzie kolejną marką jaką będziemy potrafili zakomunikować na zewnątrz – mówi Agnieszka Sikorska.

Turystykę transgraniczną w Kraju Morawo-Śląskim jej trendy przedstawił DAVID KARČMÁŘ, dyrektor Moravian-Silesian Tourism, organizacji, która zajmuje się zarządzaniem turystyką w regionie turystycznym Moraw Północnych i Śląska.

-ponad 46 tys. turystów z Polski odwiedziło nas w 2019 roku, to blisko tyle co w Słowacji i zdecydowanie więcej niż w Niemczech. To dla nas ważna informacja. Jeszcze więcej przesłanek jak rozwijać biznes turystyczny wynika z takich danych jak to, że z Polski najchętniej odwiedzają nas państwo, potem rodzina, single a dopiero później grupy zorganizowane. Zdecydowaną większość przyjeżdżają samochodem. To z jednej strony nic dziwnego, jednak z drugiej strony warto o tym pamiętać planując naszą ofertę turystyczną – mówi DAVID KARČMÁŘ.

Więcej na: [https://plusylabiznesu.pl/Szlak-wiez-i-platform-widokowych-SILESIAANKA-a-biznes-turystyczny\\_n935.html](https://plusylabiznesu.pl/Szlak-wiez-i-platform-widokowych-SILESIAANKA-a-biznes-turystyczny_n935.html)