

**KONKLUZJE PANELU EKSPERTÓW
SPORZĄDZONE NA PODSTAWIE WYPOWIEDZI EKSPERTÓW
I PRZEPROWADZONEJ W TRAKCIE PANELU DYSKUSJI**

- 1. Green Velo stanowi konkretne dobro – cieszący się zainteresowaniem szlak i produkt turystyczny, stanowiący już rozpoznawalną markę. Ograniczone możliwości wykorzystania Szlaku przez użytkowników, są skutkiem niewłaściwych założeń, które zdeterminowały jakość techniczną tej trasy.**
- 2. Zakończenie okresu trwałości projektu unijnego powinno być traktowane jako początek nowych możliwości rozbudowania tego produktu (umożliwia wprowadzenie rozwiązań wcześniej nieprzewidzianych), a w żadnym wypadku nie jako zgoda na zapomnienie o nim i jego stopniową degradację. Green Velo powinno zostać dalej utrzymane i w miarę możliwości racjonalnie rozwijane.**
- 3. Szlak ten może być atrakcyjny dla różnych grup użytkowników. Można ich podzielić np. według wieku, doświadczenia, przygotowania kondycyjnego, rodzaju używanych przez nich rowerów, długości planowanej trasy, celu podróży, itp. Te różne grupy, ich potrzeby i możliwości należy uwzględnić także w działaniach promocyjnych.**
- 4. Zasadnym byłoby wyłonienie lub powołanie jednego podmiotu do zarządzania Szlakiem. Do rozważenia, dyskusji i decyzji właściwych władz pozostaje jego forma organizacyjno-prawna. Przy jej określeniu należy uwzględnić, że niezależnie od przyjętego modelu zarządzania, dobre efekty przynosi udział podmiotów prywatnych, zainteresowanych utrzymaniem i rozwojem Szlaku. Jednocześnie powinna to być struktura, która ma realną możliwość działania odpowiednio blisko miejsc przebiegu Szlaku.**
- 5. Dotychczasowe doświadczenia, także dotyczące Green Velo, oraz standardy, dobre wzorce i praktyki – krajowe i zagraniczne, należy wykorzystać w przyszłości, planując i realizując trasy lub szlaki rowerowe, w celu wyeliminowania najważniejszych błędów i problemów.**
- 6. Green Velo prowadzi przez tereny bardzo atrakcyjne turystycznie, o zróżnicowanych, niejednokrotnie wybitnych walorach krajoznawczych (m.in. Warmia i Mazury, Puszcza Białowieska, Roztocze, dolina Sanu). Większa część Szlaku jest niewymagająca technicznie (wyjątek – górskie odcinki na Podkarpaciu, które są trudne nawet dla wytrawnych rowerzystów), co stanowi o jego ogólnej atrakcyjności turystycznej. Ważne jest jednak, aby zapewnić dostęp i informację o znajdujących się przy nim atrakcjach turystycznych, zwłaszcza w miastach. W przeciwnym wypadku Green Velo będzie interesujące wyłącznie jako posiadająca walory krajobrazowe trasa do pokonania.**
- 7. Szansą dla dalszego rozwoju Szlaku jest partnerstwo z krajami sąsiednimi – obecnie realna jest współpraca z Litwą i Słowacją. W dalszej perspektywie szczególnie obiecujące może być połączenie Szlaku z Ukrainą – ze względu na jej atrakcje turystyczne.**

8. Problemy powstałe na etapie projektowania i budowy Szlaku znacząco utrudniają korzystanie z niego. W związku z tym przynajmniej niektóre z przyjętych wówczas rozwiązań można i należy starać się skorygować. Dotyczy to w szczególności poprawy nawierzchni, tam gdzie jest to konieczne – z zastosowaniem co do zasady ścieżek asfaltowych, jako rozwiązania optymalnego dla rowerzystów (ewentualnie innego, odpowiedniego, np. ze względu na otoczenie przyrodnicze rodzaju nawierzchni dobrej jakości) oraz likwidacji „wąskich gardeł” (bariery architektoniczne w miastach, brak odpowiedniej przeprawy przez Bug). Oprócz zwiększenia wartości technicznej istotne będzie także, że taka droga publiczna, stanowiąca obiekt budowlany, będzie mieć swojego gospodarza (właściciela), który zobowiązany jest dbać o niego. Należy także zadbać o bezpieczeństwo użytkowników, przede wszystkim poprzez odpowiednie rozwiązania techniczne, zwłaszcza dotyczące nawierzchni. Warto również rozważyć wprowadzenie alternatywnych odcinków i dróg dojazdowych, właściwie zaprojektowanych i wykonanych.

9. Promocja Green Velo powinna w szczególności uwzględniać: informację o rzeczywistym stanie tego Szlaku i utrudnieniach, na które mogą napotkać użytkownicy oraz odpowiedź na pytanie, dla kogo (jakich grup docelowych) kierowany jest Szlak. Do właściwie zidentyfikowanych kategorii użytkowników powinny być dostosowane działania oraz odpowiednie środki, w tym nowoczesne technologie i media społecznościowe. Warto przy tym również wykorzystać elementy dobrej rywalizacji, kolekcjonerstwa, itp., w szczególności poprzez ustanowienie pamiątkowej odznaki lub odznak, przy których zdobywaniu można również wykorzystać narzędzia elektroniczne.

10. W utrzymaniu i wykorzystaniu istotnym partnerem dla władz publicznych powinni być przedsiębiorcy, zwłaszcza prowadzący MPR. Ważne jest przy tym, aby mieli oni świadomość przywileju, jakim jest możliwość posługiwania się tym certyfikatem oraz korzyści i obowiązków z tym związanych.

11. Istotna jest współpraca także z innymi partnerami, zwłaszcza instytucjonalnymi, których działalność ma istotny wpływ na możliwość korzystania z Green Velo (PKP – dojazd i przewóz rowerów, Lasy Państwowe – bezpieczeństwo, komfort i atrakcyjność przejazdu przez tereny leśne).

12. W działaniach dotyczących Green Velo należy uwzględnić również specyficznych jego użytkowników, np. mieszkańców, którzy dojeżdżają do pracy, szkoły, itp. albo osoby, które wybierają się na okazjonalne, krótkie wyjazdy, nawet bez świadomości poruszania się po Szlaku.

13. Pandemia COVID-19 – przy wszystkich związanych z nią ograniczeniach i ryzykach – stanowi jednocześnie ogromną szansę dla przyszłości Green Velo. Wobec zagrożeń i ograniczeń z nią związanych ludzie będą szukali bezpiecznych możliwości aktywnego wypoczynku, w małych (np. rodzinnych) grupach, a takie właśnie możliwości daje Szlak. Stwarza to ogromną szansę zarówno dla niego, jak i jego otoczenia (gospodarstwa agroturystyczne, małe pensjonaty, gastronomia, itp.), która dobrze wykorzystana może przynieść pozytywne, daleko idące skutki, trwające nawet po ustaniu pandemii, w postaci rozwoju form aktywnego wypoczynku na Green Velo i rozwoju zaplecza z tym związanego.

Michał Żemła (dr hab., profesor Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych) podkreślił, że Szlak (jako produkt turystyczny) został zaprojektowany jako droga, która umożliwi skorzystanie z konkretnych atrakcji turystycznych. Zwrócił uwagę na trzy segmenty odbiorców Szlaku (doświadczeni kolarze, osoby zainteresowane aktywnymi wakacjami, rowerzyści okazjonalni), podkreślając, że promocja Szlaku trafia przede wszystkim do tych dwóch ostatnich grup. Brakuje natomiast promocji adresowanej do kluczowej grupy, jaką są osoby z segmentu pierwszego, dla których podstawową motywacją jest właśnie trasa. Brakuje zatem promocji tego Szlaku jako **wyzwania**. Tymczasem dla doświadczonych turystów rowerowych 2 tys. km Green Velo to właśnie wspaniałe wyzwanie warte podjęcia – porównywalne z tym, czym dla turystów pieszych stał się w ostatnich latach (i to bez szczególnego wsparcia instytucjonalnego) Główny Szlak Beskidzki. Wyzwanie takie m.in. rodzi **potrzebę wymiany doświadczeń** pomiędzy użytkownikami, do czego wykorzystywane są m.in. media społecznościowe, a do czego może również służyć rozbudowanie aplikacji Green Velo.

Bardzo ważna jest również **dobra współpraca z przedsiębiorcami**, którzy prowadzą MPR. Przedsiębiorca taki nie tylko powinien spełniać związane z tym warunki, ale mieć świadomość, że dostał przywilej posługiwania się **cenną marką**.

Marcin Hyla (wiceprezes ogólnopolskiej sieci organizacji rowerowych *Miasta dla Rowerów*)

wskazał na brak wykorzystania przy budowie Szlaku doświadczeń nabytych przy realizacji Gdańskiego Rowerowego Projektu Inwestycyjno-Promocyjnego, czy praktyk z Zachodniej Europy. **Przebieg Green Velo ustalono bez podstaw merytorycznych i bez zachowania wymaganych standardów**. W związku z tym nie wiadomo, dla kogo Szlak ten został skierowany i kto jest docelowym użytkownikiem (turysta rowerowy, który podróżuje z bagażem i korzysta z co najmniej jednego noclegu, turysta w ramach rekreacji, który musi wrócić do miejsca startu, czy osoba uprawiająca sport, kolarstwo, współzawodnictwo), co powoduje problemy. Szlak nie ma właściwego początku i końca, gdyż powinien być połączony z dworcem kolejowym lub mieć styk z inną trasą. Inne błędy Green Velo: nawierzchnie na Szlaku eliminują większość użytkowników rowerowych (szutrowe drogi są szybko niszczone, trudno przejezdne, niebezpieczne); występujące balustrady są niebezpieczne i generują dodatkowe koszty; przykłady niewłaściwej organizacji ruchu; niewłaściwe geometrie drogi, na których nie zmieści się rower np. z przyczepką; nieprzejezdne miejsca, np. schody na trasie, brak kładki na Bugu (Gnojno-Niemirów), gdzie nie zawsze kursuje prom. Brak instrukcji obsługi i planu użytkowania rodzi problem, co dalej z Green Velo.

Zaproponował **program naprawczy**, jeżeli Szlak ma być dalej kontynuowany, wskazując m.in. na następujące kwestie: dostępność do kolei, konieczność eliminacji wąskich gardeł, wyasfaltowanie tras. Jako **dobry przykład** wskazał VeloMałopolska, gdzie zaplanowane są trasy dla każdego i na każdym rowerze, z dostępnością do kolei. Zdaniem tego Eksperta, aby dokończyć lub uzupełnić Green Velo, a także budować nowe

trasy w Polsce niezbędne są: specustawa (umożliwi racjonalne planowanie sieci tras oraz absorpcję środków unijnych); subsydiarność (planowanie i realizacja tras ponadregionalnych i regionalnych przez samorządy województw, a lokalnych przez samorządy gmin); właściwe, zintegrowane planowanie („rower + kolej”, dostęp rowerem do i z centrów miast).

Armin Mikos von Rohscheidt (dr hab., profesor GSW Milenium w Gnieźnie w dziedzinie zarządzanie i turystyka, organizator, wykładowca i praktyk turystyki kulturowej, twórca i redaktor naczelny czasopisma „Turystyka Kulturowa”)

wskazał, że alternatywą dla braku węzłów włączenia się do Szlaku mogły by być wypożyczalnie rowerów, których właściciele ściśle współpracowali by ze sobą, osiągając z tego wzajemne korzyści. Przeszkodą dla takiej współpracy jest niestety nadal niski poziom kapitału społecznego. Dobrze byłoby tworzyć i rozwijać **pakiety lokalne (turystyczne)**, w ramach których turysta kupuje w jednym miejscu wszystkie potrzebne mu usługi (świadczenia). Jest to rozwiązanie znane od lat i z powodzeniem stosowane w wielu miejscach na świecie. Ważne są **strona internetowa**, którą warto byłoby rozwinąć o funkcjonalność dotyczącą zamówienia konkretnych usług świadczonych przez MPR oraz **planer**, który również powinien umożliwiać zamówienie np. wizyty w danym obiekcie oraz noclegu (przy czym dobry planer wskazuje, czy użytkownik będzie w stanie wykonać wszystkie zaplanowane zamiary), co staje się szczególnie istotne w sytuacji pandemii. Problemem jest brak odpowiedniej informacji o atrakcjach turystycznych w miejscach, zwłaszcza w miastach, przez które przebiega Green Velo. Walory kulturowe powinny zostać uwzględnione w promocji, inaczej Szlak pozostanie atrakcyjny głównie dla zainteresowanych jedynie przejazdem tą trasą.

Istnieją **trzy typy zarządzania szlakami** – centralny, rozproszony i sieciowy (klastrowy). Model, w którym instytucja publiczna jest głównym koordynatorem nie jest optymalny, gdyż z jednej strony będzie ona dominować, a z drugiej ma ona swoje uwarunkowania (finansowe, organizacyjne, prawne, itd.), które będą ograniczać zarządzanie i rozwój Szlaku. Lepszą formą jest stowarzyszenie samorządów lokalnych, z dopuszczeniem przedsiębiorców na równych prawach. Najlepszą formą jest **celowa organizacja turystyczna**, do której tworzenia i działalności również włącza się przedsiębiorców.

Odnośnie promocji w marketingu należy pamiętać, że kluczowa jest **kolejność działań**. Najpierw trzeba zastanowić się, co chcemy promować. W drugim kroku należy rozstrzygnąć, do kogo kierowana ma być promocja. Dalej trzeba zastanowić się, jakich kanałów promocji (dostosowanych do zdefiniowanej grupy lub grup odbiorców) należy użyć. Dopiero na końcu dobierane są treści działań promocyjnych.

Wśród źródeł finansowania szlaków turystycznych (w tym działań promocyjnych) potencjalnym sposobem obok środków publicznych i opłat użytkowników mogą być **marże** m.in. z pakietów, których znaczenie w miarę upływu czasu i zainteresowania użytkowników powinno wzrastać.

Marek Koba (przewodniczący Komisji Turystyki Kolarskiej Zarządu Głównego PTTK)

podał, że turyści rowerowi, korzystający ze Szlaku narzekali na warunki rowerowe na drogach, zwłaszcza po deszczu. Odnosząc się do reklamy, wskazał, że była prowadzona w różnych formach, przy czym prezentacje mogły być mylące dla odbiorcy, gdyż pokazywały, że jest to piękny Szlak z wyasfaltowanymi ścieżkami, biegnący po płaskim terenie, a tymczasem rzeczywistość odbiega od takich standardów. Mapki, atlasy, paszporty dla „Królestw” były cenne i podobały się. Jednak w promocji zabrakło **odznaki turystycznej** dla trasy, która sprawdziła się w innych tego typu atrakcjach (np. Wiślana Trasa Rowerowa), a która mogłaby być dla całego Szlaku lub jako odznaki dla poszczególnych województw. Ważnym aspektem powinny być **drogi dojazdowe** do poszczególnych atrakcji, obiektów znajdujących się w danym „Królestwie” (np. w formie dodatkowych ścieżek rowerowych lub dróg dojazdowych biegnących po drogach o niskim natężeniu ruchu), tak aby można się było łatwo do nich dostać ze Szlaku.

Dalsze zarządzanie Szlakiem jest problemem, zbyt trudnym dla gmin, dlatego powinno się dążyć do zarządzania centralnego. Obecna sytuacja pandemii spowoduje wzrost wyjazdów rowerowych w małych grupach osobowych, co należy wykorzystać. Wskazał jednak przy tym na potencjalne utrudnienia jak np. atrakcja zamknięta ze względu na COVID-19, którą chce zwiedzić turysta.

Agnieszka Sikorska (dyrektor Biura Śląskiej Organizacji Turystycznej) podała, że istotnym problemem jest często to, że projekt po okresie trwałości staje się „zapomniany”. Tymczasem w projektach turystycznych (niezależnie od tego, ile kosztowało ich utworzenie) najważniejsze jest właśnie to, aby pozostały one nadal utrzymane i w miarę możliwości rozwijane, a nie pozostawione „samemu sobie”.

Projektowanie produktów turystycznych, w tym szlaków to jedna z kluczowych spraw. W praktyce przy rozpoczynaniu realizacji zadań turystycznych, niestety brak jest przedkładania ich do zaopiniowania przez organizacje turystyczne, mimo iż **opiniowanie planów rozwoju infrastruktury turystycznej** w regionie jest ustawowym zadaniem (kompetencją) tych organizacji. Realizacja tego obowiązku zapewniłaby, że powstająca infrastruktura turystyczna byłaby skierowana na turystów i im służyła.

Wskazała też, że brak jest informacji o tym, ile szlaków turystycznych powstało w Polsce. Co więcej, brak jest też odpowiednich przepisów dotyczących takich szlaków, choć byłoby to bardzo potrzebne.

Celowym byłoby powołanie podmiotu do dalszego zarządzania i utrzymywania Green Velo, gdyż każda infrastruktura, każdy produkt wymaga zarządzającego. Zarządzanie szlakami turystycznymi na poziomie gmin jest rozwiązaniem, które nie sprawdza się w praktyce. Zarówno w Polsce, jak i za granicą o wiele lepiej sprawdzają się organizacje pozarządowe. W ramach potencjalnych źródeł finansowania warto wskazać na **opłatę turystyczną**, której wprowadzenie jest postulowane, lecz nadal niezrealizowane, a której wprowadzenie i powszechne zbieranie wprowadziłoby

nieistniejące obecnie źródło finansowania infrastruktury jak szlaki turystyczne, w tym w szczególności szlaki ponadregionalne. Elementem wsparcia mogły być **marki terytorialne**, ale projekt ich wprowadzenia również został zarzucony. Zarządzający markami terytorialnymi, czyli np. organizacje pozarządowe, których dochody stanowiłyby m.in. wpływy z opłaty turystycznej, mogłyby być również zarządzającymi infrastrukturą turystyczną na swoim terenie. Trudno bowiem oddzielić infrastrukturę turystyczną od marki danego regionu. Na markę bowiem składa się m.in. istniejąca na jej terenie infrastruktura (przykład marka Tyrol, infrastruktura – trasy narciarskie).

Wanda Nowotarska (kierownik Biura ds. komunikacji rowerowej w Zachodniopomorskim Urzędzie Marszałkowskim w Szczecinie)

wskazała, iż najważniejszą grupą będącą wyznacznikiem, że trasa rowerowa jest prawidłowa są **grupy z małymi dziećmi**. Większość trasy Green Velo biegnie w ciągu dróg publicznych o dużym natężeniu, występują również drogi szutrowe – mało komfortowe, droższe w użytkowaniu, nieprzystosowane do różnego rodzaju rowerów, w tym z dodatkowym wyposażeniem. Głównym powodem porażki Green Velo nie był brak środków na jego realizację, tylko złe zaprojektowanie przebiegu. Wydłużenie trasy generuje duże koszty, a na takiej trasie jest mniej użytkowników.

Przy budowie tras rowerowych w województwie zachodniopomorskim korzystano z doświadczeń Green Velo, jak również krajów Europy Zachodniej, przy czym trasy nakładały się na istniejącą sieć kolejową, gdzie co 30–50 km jest stacja kolejowa. Aby dobrze zrealizować trasy należy zapewnić standardy. Potrzebna jest też specustawa. Aby osiągnąć sukcesy w turystyce rowerowej należy prowadzić **badania rynku**, w tym grupy docelowej, komu chcemy sprzedać produkt. Do trasy musi być przypisany operator, który będzie się zajmował utrzymaniem. Należy zapewnić właściwe usługi jak atrakcje, noclegi, gastronomię. W ramach marketingu należy przedstawić rzeczywisty obraz. Ponadto należy obserwować **aktualne trendy**, jak ostatnio np. wykorzystanie rowerów elektrycznych, czy rozwój aplikacji. Można wykorzystywać aplikacje ogólnodostępne, gdzie są dostępne informacje o wszystkich szlakach. Najlepsze trasy rowerowe w Europie to trasy prowadzone wzdłuż rzek i linii kolejowych. Można również wykorzystywać wały powodziowe. W Polsce występuje problem z dostępnością do taboru kolejowego – niedostosowane pociągi z małą liczbą miejsc dla rowerów. Warto korzystać z jednolitego systemu oznakowania, w tym również miejsc atrakcyjnych, noclegowych, itp. Odnośnie badań ruchu wskazała na **system pętli indukcyjnych** do monitoringu ruchu rowerowego – pokazują trendy ruchu, monitorują ruch wedle sezonu. W wyniku pandemii wzrósł znacznie ruch rowerowy, co należy dobrze wykorzystać. Ważne są też **pakiety dla turysty rowerowego**. W zakresie utrzymania trwałości trasy istotnym czynnikiem jest wysoka jakość danego odcinka, która przekłada się na wykorzystywanie go przez licznych mieszkańców. Nasze doświadczenia wskazują, że w takim przypadku lokalny samorząd dostrzega potrzebę należytego utrzymania trasy i prowadzi działania samorządowe.

Tadeusz Kopta (dr inż., emerytowany pracownik GDDKiA/zastępca naczelnika Wydziału Studiów, szef zespołu ds. Dróg Rowerowych/, autor podręczników i standardów projektowania infrastruktury rowerowej, rzeczoznawca SITK, biegły sądowy)

podkreślił, że standardy dla Green Velo zostały opracowane, ale odbyło się to zbyt późno, gdyż były już wówczas dokonane uzgodnienia przebiegu Szlaku. **Ogólnymi zasadami** przy projektowaniu tras rowerowych są m.in. zasada „kręgosłupa i ości”, gdzie „kręgosłup” to główna trasa, która powinna przebiegać możliwie prosto, a „ość” to sięgacze, pętle, trasy alternatywne umożliwiające dojazd do poszczególnych atrakcji; powiązanie z istniejącymi trasami; bezpośredniość (sparametryzowana poprzez maksymalny współczynnik wydłużenia); określone maksymalne pochylenie, zalecane prowadzenie tras wzdłuż dolin rzecznych, dawnych linii kolejowych; minimum 80% trasy o nawierzchni asfaltowej. Green Velo jako trasa główna powinna spełniać najwyższe standardy.

Założenia te niestety nie zostały dotrzymane na Green Velo. Przy przyjętym, niezasadnie wydłużonym przebiegu tej trasy, nie było to możliwe ze względu na koszty (mimo ogromnych środków przeznaczonych na to przedsięwzięcie). Nawierzchnia o złej jakości znajduje się na około 300 km. Na całym Green Velo jest **686 punktów zmian rodzajów nawierzchni**, czyli średnio zmiana następuje co 2,7 km. Z dobrej nawierzchni asfaltowej wjeżdża się nagle w piach lub w błoto, co powoduje duże zmęczenie i irytację rowerzystów. Niektóre odcinki są praktycznie w ogóle nieprzejezdne (zwłaszcza po opadach), co jest niedopuszczalne. nierozwiązanym problemem jest też brak kładki na Bugu.

Mimo niskich standardów, wyniki badania pomiaru ruchu pokazują **duże zainteresowanie** tym Szlakiem. Ludzie są spragnieni jazdy turystycznej rowerem. Dlatego też mimo wszystko – z braku innych, lepszych możliwości – będą korzystać z Green Velo. Zdaniem tego Eksperta, powinno się od nowa zaprojektować i wykonać tę trasę. Obecnie rząd wielkości nakładów niezbędny na wykonanie porządnej trasy rowerowej to od 300 do 600 tys. zł za km. W związku z tym należy skrócić przebieg tego Szlaku, zaprojektować go zgodnie ze standardami, wykorzystując przy tym doświadczenia z województw małopolskiego i zachodniopomorskiego, a trasy prowadzić jak najmniej po drogach z dużym ruchem samochodów.