Valorizing industrial

Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Część 3. Zarządzanie szlakiem

SHIFT-X CENTRAL EUROPE Project No. 4CE521P4

Output: 3.2.1

przygotowane przez: Locativo sp. z o.o.
partner: PP8, Miasto Bydgoszcz

adres: Bydgoszcz, Poland
email: h.lewandowska@um.bydgoszcz.pl
telefon: +48 52 58 58 036

maj 2014, Kraków

SHIFT-X project is implemented through the CENTRAL EUROPE Programme co-financed by the ERDF.
This documentation reflects the author's views. The Programme bodies are not liable for any use that may be made of the information contained therein.

SPIS TREŚCI

Abstrakt 3
1. Zarządzanie szlakiem 3
1.1. Struktura zarządzania szlakiem 4
1.2. Podmioty wchodzące w skład szlaku 5
1.2.1. Organizator 5
1.2.2. Koordynator 5
1.2.3. Wsparcie koordynatora 7
1.2.4. Obiekty szlaku 7
1.2.5. Zestawienie obiektów na szlaku 8
1.2.6. Rekomendacje dla obiektów 9
1.3. Proces przyjęcia obiektów do szlaku 9
1.3.1. Standardy oferty stałej / udostępniania obiektu / obsługi klienta 10
1.4. Inne podmioty współpracujące ze szlakiem 11
1.4.1. Obiekty i podmioty towarzyszące oraz otoczenie 12
1.4.2. Kryteria graniczne dla obiektów / podmiotów towarzyszących i otoczenia 13
1.4.3. Zestawienie obiektów / podmiotów towarzyszących i otoczenia 13
2. Zasady współpracy 14
2.1. Zasady komunikacji 14
2.2. Sytuacje nadzwyczajne i baza kontaktów 15
2.3. Współpraca z obiektami / podmiotami towarzyszącymi i otoczenia 15
2.4. Prawa podmiotów na szlaku 15
2.5. Obowiązki podmiotów na szlaku 16
2.6. Sposoby egzekwowania zobowiązań 25
3. Działania w ramach szlaku 26
3.1. Zakresy 26
3.1.1. Zarządzanie szlakiem [KOORDYNATOR] 26
3.1.2. Administracja i finanse [KOORDYNATOR] 26
3.1.3. Informacja [KOORDYNATOR] 26
3.1.4. Promocja [KOORDYNATOR] 27
3.1.5. Kwestie merytoryczne [WSPARCIE KOORDYNATORA – MERYTORYKA] 27
3.2. Etapy 27
3.3. Ryzyka i zagrożenia 28
3.3.1. Kluczowe ryzyka 28
4. Wytyczne do monitoringu, ewaluacji i audytu 28
4.1. Monitoring 29
4.2. Ewaluacja wdrożenia projektu 29
4.3. Audyt szlaku 30
5. Rozwój szlaku 31
5.1. Wizja rozwoju szlaku 31
5.1.1. Nowi partnerzy szlaku 31
5.1.2. Nowe grupy odbiorców – turyści zagraniczni 32
5.1.3. Wspólna oferta pakietowa 32
Aneks nr 1. Wzory umów 33
Aneks nr 2. Szczegółowy opis zobowiązań koordynatora 41
Aneks nr 3. Szczegółowy opis zobowiązań wsparcia merytorycznego 44
Aneks nr 4. Szczegółowy opis zobowiązań wsparcia wydarzeniowego 46
Aneks nr 5. Szczegółowy opis zobowiązań obiektu (głównego i uzupełniającego) 48
Aneks nr 6. Harmonogram działań 52
Aneks nr 7. Budżet działań 54

Abstrakt

Zarządzanie szlakiem opiera się na strukturze składającej się z:

- **koordynatora** (Bydgoskie Centrum Informacji) – podmiotu zarządzającego szlakiem i odpowiedzialnego za funkcjonowanie sieci partnerów oraz wszystkie działania podejmowane w ramach szlaku, w tym: administrację i finanse, informację oraz promocję szlaku,
- **podmiotów wspierających** – współpracujących z koordynatorem w zakresach: kwestie merytoryczne (Wojewódzki Ośrodek Kultury i Sztuki) oraz kwestie kreowania oferty wydarzeniowej na szlaku (Miejskie Centrum Kultury w Bydgoszczy),
- **obiektów szlaku** – tworzących ofertę dla zwiedzających szlak (działają na różnych zasadach w zależności, czy są obiektem głównym na szlaku czy obiektem uzupełniającym)

Przedsięwzięcie jest podzielone na etapy (od wdrożenia projektu do zarządzania funkcjonowaniem „produktu na rynku"), zadania (wydzielenie poszczególnych prac wraz z opisem ich rezultatów i wzajemnych relacji) i zakresy (typologia zadań uwzględniająca różne wymiary zarządzania tego typu inicjatywą).

1. Zarządzanie szlakiem

Przedsięwzięcie , którego celem jest stworzenie szlaku kulturowego w Bydgoszczy ma charakter długofalowego projektu realizowanego przez sieć współpracujących ze sobą podmiotów. Celem tego przedsięwzięcia jest stworzenie sprawnie funkcjonującego szlaku kulturowego adresowanego do turystów oraz do mieszkańców Bydgoszczy[1].

Przedsięwzięcie opiera się na współpracy podmiotów w ramach ustalonej i przyjętej struktury zarządzania. Wiodącą rolę pełnić będzie KOORDYNATOR, wspierany przez 2 podmioty w pewnych zakresach, a podstawę oferty realizowanej w ramach szlaku zapewniają OBIEKTY. Wszystkie te podmioty tworzą strukturę, na której opiera się funkcjonowanie szlaku, ale należy pamiętać, że dla każdego z tych podmiotów szlak jest jednym z wielu realizowanych zadań.

Podmioty na szlaku (KOORDYNATOR, podmioty wspierające koordynatora (WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE) oraz OBIEKTY) współpracują z innymi podmiotami zaangażowanymi w szlak (podmioty / obiekty TOWARZYSZĄCE i OTOCZENIE) tworząc kluczowe partnerstwo na rzecz rozwoju i promocji turystyki kulturowej w Bydgoszczy. Kreują sieciowy produkt turystyczny skierowany do różnych grup odbiorców, ale także lokalnych pasjonatów, środowisk naukowych, turystycznych i branżowych działających w regionie i poza jego granicami.

W niniejszym dokumencie znajdują się kluczowe informacje dotyczące zaprojektowania i wdrożenia zarządzania szlakiem zgodnie metodologią zarządzania cyklem projektu. Działania te, opisane są w ramach pewnej struktury – schematu zarządzania szlakiem, czyli wzajemnych relacji wszystkich podmiotów zaangażowanych w szlak.

[1] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Diagnoza* [6.2.]

Zarządzanie szlakiem opiera się na strukturze składającej się z:

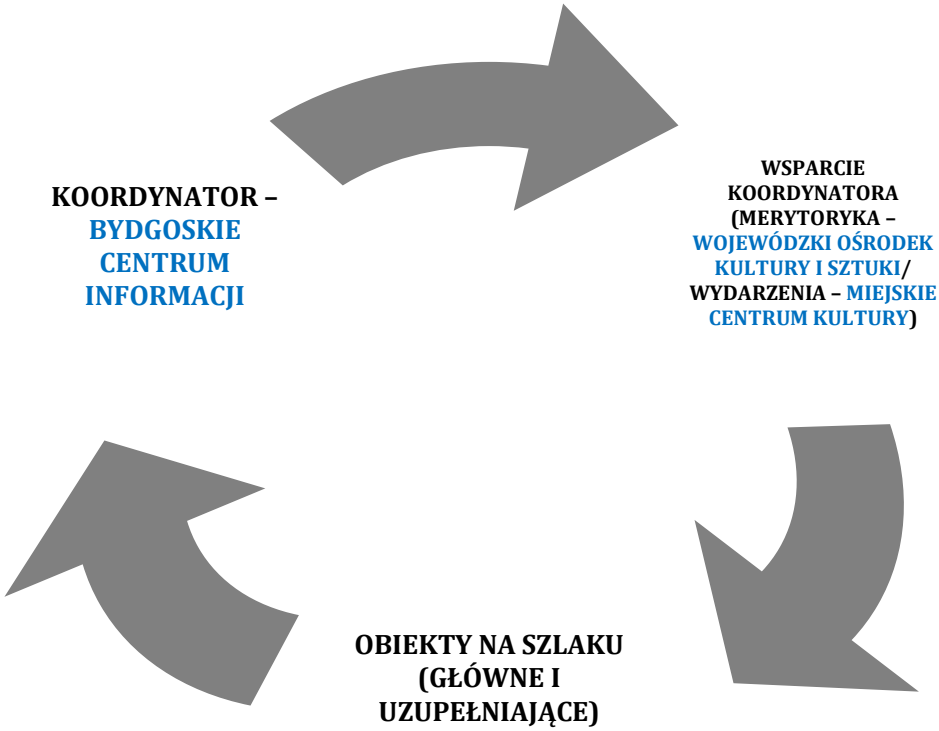
- **KOORDYNATORA** – podmiotu zarządzającego szlakiem i odpowiedzialnego za funkcjonowanie sieci partnerów oraz wszystkie działania podejmowane w ramach szlaku,
- **PODMIOTÓW WSPIERAJĄCYCH DZIAŁANIA KOORDYNATORA** (WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE) – współpracujących z KOORDYNATOREM w ściśle określonych zakresach: kwestie merytoryczne oraz kwestie kreowania oferty wydarzeniowej na szlaku,
- **OBIEKTÓW SZLAKU** – zapewniających ofertę dla zwiedzających szlak (działających na różnych zasadach w zależności, czy są OBIEKTEM GŁÓWNYM na szlaku czy OBIEKTEM UZUPEŁNIAJĄCYM).

Kwestią szczególnie istotną jest podział przedsięwzięcia na etapy (od wdrożenia projektu do zarządzania funkcjonowaniem „produktu na rynku"), zadania (wydzielenie poszczególnych prac wraz z opisem ich rezultatów i wzajemnych relacji) i zakresy (typologia zadań uwzględniająca różne wymiary zarządzania tego typu inicjatywą).

1.1. Struktura zarządzania szlakiem

KOORDYNATOR, WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE oraz OBIEKTY razem tworzą strukturę szlaku. Wszystkie podmioty działają w taki sposób, aby możliwa była współpraca oparta na wzajemnym zaufaniu, w szczególności wspólnych intencji, uczciwości, profesjonalizmu oraz dotrzymywania warunków przyjętych zobowiązań.

Schemat 1. Struktura zarządzania szlakiem



Źródło: Opracowanie własne

1.2. Podmioty wchodzące w skład szlaku

1.2.1. Organizator

Inicjatorem i ORGANIZATOREM szlaku jest Urząd Miasta Bydgoszczy, w jego gestii leży finansowanie szlaku po zakończeniu projektu SHIFT-X. Urząd jest głównym decydentem w zakresie kierunku rozwoju szlaku, a prawa te może scedować na inną instytucję w poszczególnych zakresach działań. Niezwykle ważne dla rozwoju szlaku są dobrze określone relacje pomiędzy ORGANIZATOREM a KOORDYNATOREM, który plany przedkłada Urzędowi do akceptacji, rozliczany jest z ich osiągnięcia. **W imieniu ORGANIZATORA zadania związane ze szlakiem realizuje KOORDYNATOR (w ramach uzgodnionego planu działania i budżetu przeznaczonego na to zadanie).**

1.2.2. Koordynator

Szlak kulturowy to produkt turystyczny, który oparty jest na współpracy wielu partnerów. Struktura i stopień zaangażowania poszczególnych podmiotów w szlak jest zróżnicowany, w zależności od funkcji, jakie one pełnią.

KOORDYNATOR planuje działania szlaku i zajmuje się ich wdrożeniem – jest podmiotem odpowiedzialnym za inicjację, funkcjonowanie i rozwój szlaku.

KOORDYNATOR jest reprezentantem wszystkich podmiotów działających w ramach szlaku **w kontaktach ze środowiskiem zewnętrznym** (odbiorcami, środowiskami lokalnymi i branżowymi). KOORDYNATOR informuje i promuje ofertę szlaku w imieniu wszystkich partnerów. Dba o atrakcyjność i różnorodność form zwiedzania szlaku, m.in. poprzez organizację wydarzeń skierowanych do różnych grup odbiorców.

Zadania KOORDYNATORA to również **działania wewnątrz struktury szlaku**: konsolidowanie i standaryzacja działań między wszystkimi partnerami szlaku, komunikacja pomiędzy podmiotami, konstruowanie oferty stałej na szlaku, zagadnienia związane z obsługą klienta i infrastrukturą okołoturystyczną. KOORDYNATOR odpowiedzialny jest również za finansowanie wybranych działań na szlaku. Czuwa nad prawidłowym funkcjonowaniem i rozwojem szlaku.

Zgodnie z ustaleniami z 15 kwietnia 2014 r. KOORDYNATOREM szlaku zostało **Bydgoskie Centrum Informacji** – jednostka miejska, działająca w sferze turystyki od 2010 r.

Głównym celem BCI jest udoskonalenie wizerunku Bydgoszczy – miasta, w którym turyści, goście i mieszkańcy będą mogli w siedzibie biura poznać informacje o mieście, jego historii i współczesności, atrakcjach i turystycznych oraz zaopatrzyć się w materiały promocyjne[2]*.*

Bydgoskie Centrum Informacji ściśle współpracuje z Wydziałem Promocji Sportu i Turystyki Urzędu Miasta, co ułatwi działania związane z finansowaniem szlaku oraz włączeniem go w strategię marki i promocji miasta.

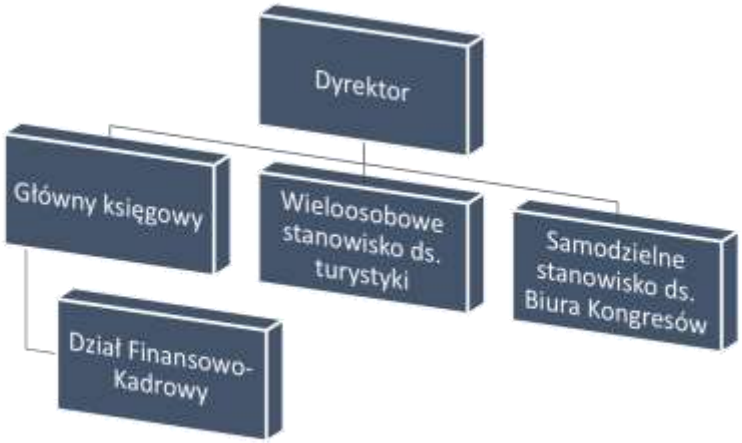
[2] http://bip.visitbydgoszcz.pl/ [dostęp: 2.05.2014]

Zgodnie z ustaleniami BCI przejęło nie tylko działania związane z zarządzaniem szlakiem, ale także funkcje administracyjne, informacyjne i promocyjne. Zakres tych działań jest częściowo zbieżny z funkcjami, jakie Centrum pełni na co dzień.

Działalność BCI obejmuje:
1) współdziałanie z Polskimi Ośrodkami Informacji Turystycznej za granicą i centrum informacji turystycznej w Polsce i zagranicą;
2) współpracę z lokalnymi, krajowymi i zagranicznymi ośrodkami masowego przekazu;
3) wykonywanie obsługi dziennikarzy turystycznych z kraju i zagranicy;
4) udostępnianie wydawnictw turystycznych klientom i turystom;
5) współudział w definiowaniu celów i kierunków rozwoju turystyki miasta Bydgoszczy; [3]

BCI, jako KOORDYNATOR szlaku, odpowiedzialne jest także za kwestie finansowe i administracyjne szlaku.

Schemat 2. Struktura organizacyjna Bydgoskiego Centrum Informacji



Źródło: Bydgoskie Centrum Informacji[4]

Jednak by koordynować szlak (zwłaszcza w jego fazie inicjacyjnej oraz w kolejnych etapach), szczególnie podczas przygotowywania oferty wydarzeniowej czy ofert specjalnych, niezbędny jest pracownik, który zostanie oddelegowany do obsługi szlaku.
Zaangażowanie takiego pracownika w kwestie związane ze szlakiem wymaga średnio ok. 40 godzin tygodniowo na etapie inicjacji szlaku oraz ok. 32 godzin tygodniowo przez pozostały czas jego funkcjonowania.

[3] http://bip.visitbydgoszcz.pl/ [dostęp: 2.05.2014]
[4] http://bip.visitbydgoszcz.pl/struktura-organizacyjna-mainmenu-149 [dostęp: 2.05.2014]

1.2.3. Wsparcie koordynatora

KOORDYNATOR nie jest w stanie obsłużyć wszystkich działań związanych ze szlakiem. Warto, by KOORDYNATOR współpracował z innymi podmiotami, których kompetencje i doświadczenie można wykorzystać w działaniach szlaku.
Podczas rozmów z podmiotami włączonymi w działania szlaku ustalono, że KOORDYNATOR będzie wspierany przez inne podmioty w dwóch zakresach kompetencyjnych:

1) **konsultacje merytoryczne (WSPARCIE MERYTORYCZNE)** – współpraca w ramach konsultacji materiałów o szlaku pod względem merytorycznym, współpraca przy organizacji projektów specjalistycznych (m.in. konkurs dla nauczycieli, gra planszowa, konferencja naukowa),
2) **kreowanie oferty wydarzeniowej szlaku (WSPARCIE WYDARZENIOWE)** – współpraca przy organizacji Premiery Szlaku, Programu Ster na Bydgoszcz, Dni Otwartych na Szlaku i innych wydarzeń poświęconych promocji szlaku, współpraca logistyczna przy organizacji wydarzeń skierowanych do specjalnych grup odbiorców (m.in. press tour, study tour, konferencja naukowa).

W kwestiach merytorycznych KOORDYNATORA wspierać będzie **Wojewódzki Ośrodek Kultury i Sztuki w Bydgoszczy**. WOKiS jest instytucją kultury województwa kujawsko-pomorskiego, której jednym z zakresów działalności jest:
prowadzenie działalności związanej z ochroną dziedzictwa kulturowego, podejmowanie prac badawczych, dokumentowanie zabytków architektury, urbanistyki i krajobrazu oraz wartości niematerialnych ze szczególnym uwzględnieniem kujawsko-pomorskiego obszaru kulturowego oraz popularyzację wiedzy w tym zakresie[5].

Zgodnie z ustaleniami w zakresie tworzenia oferty wydarzeniowej wsparcia udzieli **Miejskie Centrum Kultury w Bydgoszczy**. MCK jest samorządową instytucją kultury, jednym z jej celów jest :

kształtowanie potrzeb oraz zainteresowań kulturalnych odbiorców poprzez organizowanie między innymi: festiwali, konkursów, koncertów, wystaw, zjazdów, projekcji filmowych, plenerów, imprez rozrywkowych, pobytów twórczych, warsztatów o charakterze lokalnym, ogólnopolskim i międzynarodowym[6].

Dodatkowo, punktowo, w konstruowanie / funkcjonowanie szlaku włączona zostanie **Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna ByLOT** – promocja szlaku.

1.2.4. Obiekty szlaku

OBIEKTY, które będą brały udział w szlaku, to miejsca o różnym charakterze. Poszczególne podmioty są bardzo zróżnicowane pod względem struktury własnościowej, formy zarządzania, zasobów finansowych i personalnych. Różne też są ich związki z tematem przewodnim szlaku.

Ze względu na te różnice OBIEKTY zostały podzielone na 2 grupy[7]:

[5] http://bip.wokis.bydgoszcz.com/index.php?cid=4 [dostęp: 12.05.2014]
[6] http://www.bip.mck-bydgoszcz.pl/?cid=77 [dostęp: 2.05.2014]
[7] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Diagnoza* [6.2.]

- **OBIEKTY GŁÓWNE**,
- **OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE.**

Warto zaznaczyć, że podział ten nie jest wartościujący ze względu na formę prezentacji czy wartość kolekcjonerską ekspozycji.

KOORDYNATOR, WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE oraz OBIEKTY (GŁÓWNE i UZUPEŁNIAJĄCE) to elementy sieci funkcjonującej w ramach szlaku.

1.2.5. Zestawienie obiektów na szlaku

Tabela 1. Rodzaje obiektów na szlaku

OBIEKTY GŁÓWNE	
1.	Muzeum Fotografii przy WSG
2.	Muzeum Mydła i Historii Brudu
3.	Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy – Exploseum
4.	Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy – Spichrze nad Brdą
5.	Muzeum Wodociągów w Bydgoszczy – Wieża Ciśnień
6.	Kanał Bydgoski (grupa OBIEKTÓW)
7.	Wyspa Młyńska (grupa OBIEKTÓW)
OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE	
1.	Fabryka Obrabiarek do Drewna
2.	Gazownia Miejska
3.	Introligatornia przy Wojewódzkiej Bibliotece Publicznej w Bydgoszczy
4.	Izba Tradycji Bydgoskich Dróg Żelaznych
5.	Muzeum Farmacji
6.	Muzeum Kanału Bydgoskiego im. S. Malinowskiego
7.	Muzeum Wodociągów w Bydgoszczy – Las Gdański
8.	Warzelnia Piwa Bydgoszcz
9.	Zabytkowe Tramwaje

Źródło: Opracowanie własne

1.2.6. Rekomendacje dla obiektów

OBIEKT: **Barka Lemara** – propozycja dołączenia do kategorii OBIEKTY GŁÓWNE po stworzeniu ekspozycji dotyczącej szyperstwa w Bydgoszczy.
OBIEKT: **Muzeum Kanału Bydgoskiego im. S. Malinowskiego** – propozycja dołączenia do kategorii OBIEKTY GŁÓWNE po modernizacji ekspozycji i przeniesieniu do nowej siedziby.
OBIEKT: **Młyny Rothera** – propozycja dołączenia do kategorii OBIEKTY GŁÓWNE po rewitalizacji.
OBIEKT: **Kamienica 12** – propozycja dołączenia do kategorii OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE po rozpoznaniu oferty.

OBIEKT: **Śluza miejska wraz ze śluzą workową** – propozycja dołączenia do kategorii OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE po zakończeniu rewitalizacji.
OBIEKT: **Działające zakłady przemysłowe** – propozycja dołączenia do kategorii OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE po rozpoznaniu/stworzeniu oferty.
OBIEKT: **Teatr Rozmaitości w Bydgoszczy** – propozycja dołączenia do kategorii OTOCZENIE po rewitalizacji.

1.3. Proces przyjęcia obiektów do szlaku

Proces przyjmowania nowych OBIEKTÓW do szlaku realizowany jest co 2 lata, w momencie podsumowania kolejnego etapu funkcjonowania szlaku, aktualizacji i dodruku materiałów.
Przyjęcie OBIEKTU do szlaku odbywa się według poniższej procedury przeprowadza KOORDYNATOR:

1) **ZGŁOSZENIE –** OBIEKT zgłasza się do KOORDYNATORA lub OBIEKT zostaje zgłoszony przez podmioty ze szlaku,
2) **WSTĘPNE USTALENIA** – potwierdzenie chęci udziału w szlaku przez OBIEKT,
3) **INWENTARYZACJA** – uzyskanie kluczowych informacji o historii, lokalizacji oraz stanie obecnym kandydującego do szlaku OBIEKTU[8],
4) **KRYTERIA ZARZĄDCZE** – sprawdzenie / określenie podstawowych zasad udostępniania OBIEKTU,

- **kwestia administracji.** *Czy OBIEKT posiada instytucję / podmiot zarządzający, który decyduje o zaangażowaniu OBIEKTU w szlak i podpisuje umowy?*
- **kwestia dostępności.** *W jakich dniach i godzinach OBIEKT jest udostępniany zwiedzającym? Jakie są zasady zwiedzania przez osoby indywidualne oraz grupy zorganizowane? Jak można się skontaktować z osobą odpowiedzialną za organizację i obsługę zwiedzania?*
- **kwestia bezpieczeństwa.** *Czy OBIEKT posiada wszystkie wymagane dokumenty i zabezpieczenia do zapewnienia bezpieczeństwa zwiedzającym korzystającym z oferty OBIEKTU?*
- **kwestia infrastruktury turystycznej.** *Czy OBIEKT dba o estetykę, funkcjonalność i bezpieczeństwo OBIEKTU jak i jego otoczenia oraz zapewnia i udostępnia zwiedzającym podstawową infrastrukturę okołoturystyczną?*
- **kwestia oferty stałej.** *Czy OBIEKT posiada ofertę stałą, związaną z tematem przewodnim szlaku, skierowaną do przynajmniej jednej z grup odbiorców szlaku (zapewniającą udział w działaniach animacyjnych), usługę przewodnicką realizowaną w systemie stałym oraz*

[8] PATRZ: *Kryteria inwentaryzacji dziedzictwa przemysłowego w mieście Bydgoszcz*

ekspozycję tematyczną związaną z tematem szlaku?

5) **KATEGORYZACJA** – podzielenie OBIEKTÓW, które pomyślnie przeszły inwentaryzację oraz spełniły kryteria zarządcze, na OBIEKTY główne i uzupełniające[9],

KRYTERIA INTERPRETACYJNE: • potencjał OBIEKTU do tworzenia produktów turystycznych, odpowiadających na współczesne trendy w turystyce, • atrakcyjność dla turystów i mieszkańców Bydgoszczy, • *Genius loci* OBIEKTU.

6) **PODPISANIE UMÓW O WSPÓŁPRACY I AKTUALIZACJA MATERIAŁÓW SZLAKU**.

1.3.1. Standardy oferty stałej / udostępniania obiektu / obsługi klienta

Wprowadzenie i kontrola standardów ofert stałej, udostępniania obiektu oraz obsługi klienta jest istotna dla budowania marki szlaku kulturowego oraz zarządzania jakością oferowanego produktu turystycznego. W zależności od kategorii obiektu zostaną wprowadzone dwa typy standardów: dla OBIEKTÓW GŁÓWNYCH i obiektów UZUPEŁNIAJĄCYCH.
Monitoring będzie przeprowadzany przez KOORDYNATORA co 3 miesiące.
OBIEKTY włączone do szlaku muszą dostosować się do standardów w przeciągu 6 miesięcy od podpisania umowy o współpracy.

Tabela 2. Standardy oferty

OBIEKTY GŁÓWNE	**OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE**
STANDARDY OFERTY STAŁEJ[10]: 1) oferta wiąże się z tematyką przewodnią szlaku[11], 2) oferta kierowana jest do przynajmniej jednej z grup docelowych szlaku[12], 3) oferta realizowana jest w systemie ciągłym – bez konieczności wcześniejszej rezerwacji (dla odbiorców indywidualnych / grup zorganizowanych), 4) oferta zapewnia udział w działaniach edukacyjno-animacyjnych[13], 5) oferta zapewnia możliwość zwiedzania ekspozycji o spójnej narracji[14].	**STANDARDY OFERTY STAŁEJ:** 1) oferta wiąże się z tematyką przewodnią szlaku, 2) oferta kierowana jest przynajmniej do jednej z grup docelowych szlaku, 3) oferta realizowana w określonym czasie lub jest w systemie na życzenie (po wcześniejszej rezerwacji).

[9] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Diagnoza* [7.7.]
[10] Oferta stała –to ciągłe działania prowadzone w obiekcie, niezależne od działań wydarzeniowych, okazjonalnych.
[11] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.3]
[12] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Diagnoza* [6.2.]

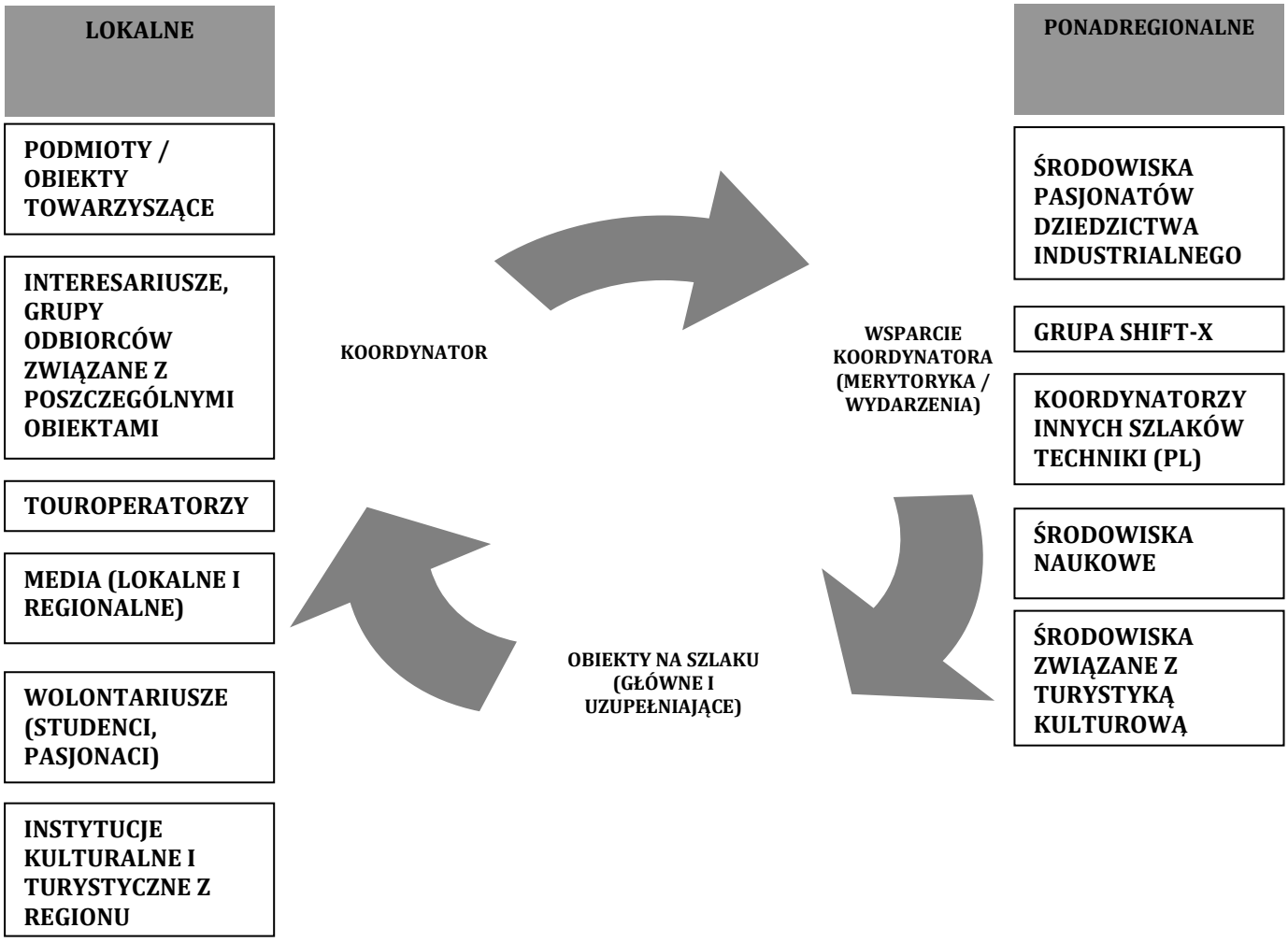
STANDARDY UDOSTĘPNIANIA OBIEKTU: 1) OBIEKT jest w pełni dostępny dla zwiedzających w ustalonym wcześniej zakresie (dni i godziny), 2) OBIEKT jest dostępny przynajmniej raz w tygodniu do godz. 18.00 oraz przynajmniej w jeden dzień weekendu, 3) OBIEKT posiada infrastrukturę turystyczną: • możliwość zaparkowania przy OBIEKCIE (parkingi płatne / bezpłatne, dla samochodów osobowych / autokarów), • możliwość skorzystania z gastronomii / sklepików z pamiątkami (lub polecane usługi), • udogodnienia dla osób z dziećmi / osób starszych / osób niepełnosprawnych: http://www.obserwatoriumkultury.pl/files/2011-02-21/go_niepenosprawny_w_muzeumraport.pdf (jeśli infrastruktura i charakter ekspozycji / OBIEKTU na to pozwala).	**STANDARDY UDOSTĘPNIANIA OBIEKTU:** 1) OBIEKT ma ustalone godziny i dni stałej dostępności i przekazuje je KOORDYNATOROWI oraz zamieszcza na swoich stronach internetowych, 2) OBIEKT posiada infrastrukturę turystyczną: • możliwość zaparkowania przy OBIEKCIE (parkingi płatne / bezpłatne, dla samochodów osobowych / autokarów).
STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA: 1) OBIEKT posiada własną stronę internetową, na której znajduje się informacja, w jaki sposób można skontaktować się z OBIEKTEM (telefon, e-mail), 2) w OBIEKCIE dostępna jest usługa przewodnicka realizowana w systemie ciągłym (dodatkowym atutem jest usługa przewodnicka w językach obcych).	**STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA:** 1) OBIEKT posiada własną stronę internetową, na której znajduje się informacja, w jaki sposób można skontaktować się z OBIEKTEM (telefon, e-mail), 2) w OBIEKCIE dostępna jest usługa przewodnicka realizowana na zamówienie.

Źródło: Opracowanie własne

1.4. Inne podmioty współpracujące ze szlakiem

[13] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.4.]
[14] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.5.]

Schemat 3. Podmioty współpracujące ze szlakiem



Źródło: Opracowanie własne

1.4.1. Obiekty i podmioty towarzyszące oraz otoczenie

W bliskiej relacji ze szlakiem może funkcjonować wiele obiektów i podmiotów pośrednio związanych z tematem przewodnim szlaku, zapewniających ofertę turystyczną nie polegającą na zwiedzaniu lub będących atrakcyjnymi dla odbiorców szlaku. **Obiekty TOWARZYSZĄCE** to podmioty włączające się incydentalnie w działania szlaku, np. poprzez udział w święcie szlaku lub tworzenie okazjonalnej oferty zwiedzania. Na co dzień obiekty i podmioty prowadzą różne formy działalności kulturalnej lub turystycznej, ale część ich aktywności wiąże się z tematem szlaku.

W ramach **OTOCZENIA szlaku** funkcjonuje wiele obiektów i podmiotów, które nie wiążą się z tematem szlaku, ale stanowią atrakcyjną ofertę uzupełniającą pobyt zwiedzającego na szlaku. Są to też obiekty związane z infrastrukturą okołoturystyczną (np. baza hotelowa, gastronomiczna).

Zakres współpracy z obiektami/ podmiotami TOWARZYSZĄCYMI określają umowy podpisywane w ramach realizacji konkretnego przedsięwzięcia w ramach szlaku.

1.4.2. Kryteria graniczne dla obiektów / podmiotów towarzyszących i otoczenia

Wybór obiektów współpracujących ze szlakiem jako obiekty / podmioty TOWARZYSZĄCE i OTOCZENIE dokonywany jest na wniosek poszczególnych podmiotów lub przez zaproponowanie przez podmioty szlaku [KOORDYNATOR, WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY]. Proces organizacji zasad współpracy przeprowadzany jest przez KOORDYNATORA.

Tabela 3. Kryteria graniczne dla obiektów, podmiotów towarzyszących i otoczenia

OBIEKTY / PODMIOTY TOWARZYSZĄCE	**OTOCZENIE**
Kryteria graniczne: • obiekt / podmiot związany z tematem przewodnim szlaku, • obiekt / podmiot współpracuje ze szlakiem w zakresie wzajemnej promocji, • obiekt / podmiot okazjonalnie włącza się w funkcjonowanie szlaku, np. przy okazji wydarzeń na szlaku.	**Kryteria graniczne:** • obiekt / podmiot niezwiązany z tematem przewodnim szlaku, • obiekt / podmiot znajdujący się w obrębie trasy szlaku, • obiekt / podmiot o dużej atrakcyjności turystycznej, • obiekt / podmiot okazjonalnie współpracuje ze szlakiem w zakresie wzajemnej promocji.

Źródło: opracowanie własne

1.4.3. Zestawienie obiektów / podmiotów towarzyszących i otoczenia

Tabela 4. Lista obiektów (towarzyszące i otoczenie) na szlaku

Lp.	**NAZWY PODMIOTÓW / OBIEKTÓW**	**TOWARZYSZĄCE**	**OTOCZENIE**
1.	Barka Lemara	+	
2.	Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna ByLOT	+	
3.	Działające zakłady przemysłowe	+	
4.	Hotel *Słoneczny Młyn* – Młyny Baerwalda	+	
5.	Tramwaj wodny	+	
6.	Visite.pl	+	
7.	Dom pasywny		+
8.	Klub „Mózg”		+
9.	Marina – Przystań Bydgoszcz		+
10.	Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy – Dom Wyczółkowskiego		+

11.	Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy – Europejskie Centrum Pieniądza		+
12.	Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy – Galeria Sztuki Nowoczesnej (Czerwony Spichrz)		+
13.	Muzeum Okręgowe im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy – Zbiory Archeologiczne (Biały Spichrz)		+
14.	Opera *Nova* w Bydgoszczy		+

Źródło: opracowanie własne

2. Zasady współpracy

2.1. Zasady komunikacji

Sprawne funkcjonowanie szlaku zależy od stworzenia skutecznej platformy współpracy pomiędzy wszystkimi podmiotami zaangażowanymi w szlak. Niezbędnym warunkiem takiej współpracy jest stała komunikacja pomiędzy poszczególnymi jego partnerami.
Proponowane formy komunikacji pomiędzy wszystkimi podmiotami szlaku to: stałe kontakty mailowe, telefoniczne, udział w spotkaniach roboczych, newsletter informacyjny.
Komunikację należy rozumieć w trzech głównych zakresach:

- **INFORMACJA** – wzajemne informowanie się o podejmowanych działaniach, wprowadzanych zmianach, planowanych zamierzeniach związanych z realizacją ustalonych zadań(forma współpracy: newsletter informacyjny / lista mailingowa),
- **KONSULTACJA** – wzajemne opiniowanie i konsultowanie pomysłów i projektów, które są powiązane z funkcjonowaniem szlaku, które mogą wpływać na realizację innych zadań (forma współpracy: spotkania robocze / konsultacja via e-mail), rozstrzygający głos w tych kwestiach ma KOORDYNATOR,
- **DECYDOWANIE** – uzgadnianie działań i współdecydowanie o przedsięwzięciach, które stanowią kluczową część funkcjonowania szlaku, które wymagają strategicznych decyzji, które są współzależne od wielu podmiotów i będę wymagały ich zaangażowania (formy współpracy: spotkania robocze i warsztaty, notatki i podsumowania spotkań rozsyłane do wszystkich partnerów). Wszystkie kluczowe decyzje dotyczące funkcjonowania szlaku podejmowane są większością głosów w gronie przedstawicieli poszczególnych podmiotów zaangażowanych w szlak (KOORDYNATORA, WSPARCIA MERYTORYCZNEGO, WSPARCIA WYDARZENIOWEGO oraz OBIEKTÓW). Decyzje strategiczne przyjmowane są przez konsensus, a w przypadku braku możliwości jego osiągnięcia, decydujący głos ma przedstawiciel ORGANIZATORA szlaku, który finansuje funkcjonowanie szlaku.

Każdy z podmiotów zaangażowanych w szlak jest reprezentowany przez swojego przedstawiciela. Jest on kluczową osobą, przez którą powinny przechodzić wszystkie ustalenia dotyczące współpracy i zadań. Prawa i obowiązki poszczególnych podmiotów szczegółowo określają umowy o współpracy[15].

2.2. Sytuacje nadzwyczajne i baza kontaktów

Wdrażania i funkcjonowanie szlaku to również nieprzewidziane sytuacje wymagające szybkich decyzji bądź interwencji. Warto przygotować procedury określające metody postępowania w przypadku sytuacji nadzwyczajnych (nagłe awarie, nieprzewidziane problemy ze strony zwiedzających, choroby personelu, itp.). Zazwyczaj trzeba szybko skontaktować się z daną osobą lub podjąć decyzję przy współpracy z osobą decyzyjną.

Podstawą jest przygotowanie i stałe aktualizowanie bazy kontaktów mailowych i telefonicznych do osób, które mogą pomóc przy załatwieniu spraw z rożnych zakresów:

- KADRA ZARZĄDZAJĄCA – sprawy wymagające decyzji managera, dyrektora, koordynatora obiektu,
- DZIAŁ PROMOCJI – działania związane z promocją i informacją szlaku,
- DZIAŁ WYDARZEŃ – działania związane z zapewnianiem oferty,
- DZIAŁ IT – w przypadku szybkich zmian na stronie internetowej obiektu.

Jest to ważne również w sytuacji brak możliwości skontaktowania się z przedstawicielem danego obiektu, w trakcie imprez, wydarzeń, niespodziewanych sytuacji.
Drugim elementem procedury poza dokumentem z kontaktami jest rozdysponowywanie wiedzy o działaniach na szlaku wśród wszystkich pracowników i współpracowników obiektów na szlaku, aby dysponowali oni wiedzą o aktywnościach na szlaku i wspólnych działaniach.

2.3. Współpraca z obiektami / podmiotami towarzyszącymi i otoczenia

Współpraca z obiektami / podmiotami TOWARZYSZĄCYMI i OTOCZENIE realizowana jest na podstawie odrębnych umów, które regulują wzajemne zobowiązania KOORDYNATORA oraz tych podmiotów i dotyczą dwóch zakresów współpracy:
1) PROMOCJA – druki, strony internetowe – wzajemna promocja
2) WSPÓŁPRACA PRZY WYDARZENIACH - poprzez punktowe zaangażowanie w tworzenie programu / oferty wydarzenia.

2.4. Prawa podmiotów na szlaku

Wszystkie podmioty na szlaku mają prawo wpływać na kierunek rozwoju szlaku – mają prawo do zgłaszania swoich propozycji KOORDYNATOROWI. KOORDYNATOR ma obowiązek analizy zgłaszanych propozycji i ustosunkowania się do nich wraz z argumentacją. KOORDYNATOR ma obowiązek

[15] PATRZ: Z*ałącznik – Umowy o współpracy*

odpowiadać na potrzeby zgłaszane przez podmioty, ale ma prawo wymagać szczegółowych informacji także finansowych, dotyczących realizacji postulowanych zamierzeń.

2.5. Obowiązki podmiotów na szlaku

Podział obowiązków KOORDYNATORA, WSPARCIA MERYTORYCZNEGO I WYDARZENIOWEGO oraz OBIEKTÓW na szlaku.

ETAP I: INICJOWANIE SZLAKU [II KW. – IV KW. 2014]

PRZEDSTAWICIELE

Wyznaczenie przedstawiciela – konkretnej osoby – posiadającej uprawnienia do reprezentowania podmiotu i podejmowania decyzji, ważne jest, by była to zawsze ta sama osoba (ciągłość relacji, wiedza o poczynionych ustaleniach, sprawność działania).

[KOORDYNATOR, WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Stworzenie wspólnej listy osób odpowiedzialnych za funkcjonowanie szlaku z ramienia poszczególnych instytucji (np. lista mailingowa).

ZASADY KOMUNIKACJI, PROCEDURY REAGOWANIA W SYTUACJACH NADZWYCZAJNYCH

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Zarządzanie szlakiem* [2.2.]

[KOORDYNATOR] Opracowanie zasad komunikacji oraz procedury przekazywania ważnych informacji.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Konsultacja z KOORDYNATOREM zasad komunikacji dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku. Dostarczenie pakietu danych związanych z kontaktami i obiegiem informacji w instytucji zarządzającej podmiotem.

UMOWY O WSPÓŁPRACY

PATRZ: *ZAŁĄCZNIK – UMOWY O WSPÓŁPRACY*

[KOORDYNATOR] Opracowanie zapisów umów o współpracy w ramach szlaku.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Konsultacja z KOORDYNATOREM zapisów umów o współpracy w ramach szlaku (umowy zawierane są na okres 2 lat). Podpisanie umowy.

BUDŻET I ZASADY FINANSOWANIA SZLAKU

ZASADY FINANSOWANIA:

- jakiego typu działania / wydarzenia będą współfinansowane przez KOORDYNATORA,
- jakie są zasady pozyskiwania środków finansowych przez podmioty na rzecz realizacji działań /wydarzeń na szlaku,
- jakie inne formy wsparcia (logistyka /merytoryka / promocja) zapewnia KOORDYNATOR podmiotom realizującym działania / wydarzenia w ramach szlaku.

[KOORDYNATOR] Przygotowanie budżetu, zasad współfinansowania, prezentacja dokumentu organowi zarządzającemu (okres: IV-XII 2014).

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Konsultacja z KOORDYNATOREM propozycji zasad współfinansowania działań / wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.

SPOTKANIA ROBOCZE

Spotkania robocze organizowane min raz na 2 miesiące.

[KOORDYNATOR] Organizacja spotkań.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Udział w spotkaniach roboczych.

SZKOLENIA

Proponowane tematy szkoleń:

BYDGOSZCZ TECHNICZNA

- historia i ludzie związani z przemysłem w Bydgoszczy,
- dziedzictwo poprzemysłowe w regionie,

TURYSTYKA DZIEDZICTWA PRZEMYSŁOWEGO

- funkcjonowanie sektora turystyki kulturowej,
- działanie szlaków kulturowych, innych szlaków o tematyce technicznej, czym jest ERIH oraz projekt SHIFT-X,
- innowacyjne metody wykorzystania/zarządzania kulturowym dziedzictwem przemysłowym,

PARTNERSTWO NA SZLAKU

- wiedza o OBIEKTACH na szlaku (kwestia ich dostępności, oferty, specyfiki, zarządzania),
- potencjalne problemy i sposoby ich rozwiązywania (prawne, administracyjne, zarządzania budżetem itp.),
- współpraca pomiędzy partnerami,

KONTAKT Z KLIENTEM

- obsługa klienta – osoby pierwszego kontaktu,
- umiejętność nawiązywania kontaktu i dotarcia z komunikatem do różnych grup odbiorców,
- narracja i interpretacja dziedzictwa.

Opracowano na podstawie ankiet wypełnionych przez partnerów projektu.

oraz PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.15.]

[KOORDYNATOR] Organizacja szkoleń.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Udział w szkoleniach.

KSIĘGA ZNAKU

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.1.1.]

Jeżeli działanie zostanie przeprowadzone do końca 2014 r., będzie możliwość sfinansowania go w ramach projektu SHIFT-X (zgodnie z planem ujętym we wniosku aplikacyjnym)

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: opracowanie zasad identyfikacji wizualnej.

MATERIAŁY INFORMACYJNE ORAZ IKONOGRAFICZNE / BAZA ZDJĘĆ

Informacje i materiały:

- historia, opis obiektu,
- dokumentacja zdjęciowa obiektów (także zdjęcia archiwalne),
- baza zdjęć PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.1.6.]
- deklaracja o nakładach druków informacyjnych o szlaku, które mogą być dystrybuowane w podmiotach na szlaku.

  [KOORDYNATOR] Zebranie informacji oraz dokumentacji zdjęciowej OBIEKTÓW, koordynacja zlecenia zewnętrznego – wykonanie bazy zdjęć OBIEKTÓW.

  [OBIEKTY] Przygotowanie i udostępnienie informacji oraz dokumentacji zdjęciowej OBIEKTU.

PRZEDPREMIERA SZLAKU

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.2.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja i realizacja wydarzenia.

PROMOCJA SZLAKU REALIZOWANA PRZEZ PARTNERÓW

Informacja o szlaku:

MATERIAŁY DRUKOWANE NIEZWIĄZANE TEMATYCZNIE Z DZIAŁANIAMI SZLAKU:

- informacja: OBIEKT X należy do szlaku,
- logotyp szlaku + adres strony www szlaku.

MATERIAŁY DRUKOWANE ZWIĄZANE TEMATYCZNIE Z DZIAŁANIAMI NA SZLAKU:

- informacja: OBIEKT X należy do szlaku,
- logotyp szlaku + adres strony www szlaku,
- adnotację: działanie / wydarzenie realizowane w ramach szlaku.

STRONY INTERNETOWE - GŁÓWNE STRONY INTERNETOWE:

- informacja: OBIEKT X należy do szlaku,
- logotyp szlaku,
- adres strony www szlaku.

STRONY INTERNETOWE - PODSTRONY POŚWIĘCONE SZLAKOWI I DZIAŁANIOM W RAMACH SZLAKU:

- informacja: OBIEKT X należy do szlaku,
- logotyp szlaku,
- adres strony www szlaku,
- opis idei szlaku + kontakt do KOORDYNATORA + odnośnik do strony internetowej szlaku,
- informacje o ofercie realizowanej przez OBIEKT w ramach szlaku wraz z adnotacją: działanie / wydarzenie realizowane w ramach szlaku.

  [KOORDYNATOR] Opracowanie zasad wykorzystywania identyfikacji graficznej szlaku w materiałach drukowanych przez podmioty oraz przekazanie wszystkich niezbędnych materiałów i informacji.

  [WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Informowanie o szlaku w materiałach drukowanych oraz na stronie internetowej oraz stworzenie podstrony poświęconej szlakowi.

WYSTAWY I PREZENTACJE

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.3.5.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: opracowanie wystaw i prezentacji.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE] Konsultacja merytoryczna.

[OBIEKTY] Współpraca przy tworzeniu, konsultacja i akceptacja materiałów.

KONFERENCJE BRANŻOWE

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.12.]

[KOORDYNATOR] Reprezentowanie szlaku na konferencjach branżowych oraz promocja szlaku.

ETAP II: OPRACOWANIE TREŚCI O SZLAKU [I KW. 2015]

BUDŻET I ZASADY FINANSOWANIA PO ZAKOŃCZENIU PROJEKTU SHIFT-X

Utrzymanie ciągłości finansowania szlaku (jako struktury) oraz działań związanych z ofertą turystyczną (informacja / promocja / wydarzenia).

[KOORDYNATOR] Przygotowanie budżetu, zasad współfinansowania, prezentacja dokumentu organowi zarządzającemu.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Konsultacja zasad finansowania szlaku.

SZLAK JAKO MIEJSKI PRODUKT TURYSTYKI KULTUROWEJ

Spójność strategiczna w działaniach promocyjnych i wizerunkowych Bydgoszczy – uwzględnienie szlaku jako ważnego produktu turystycznego (oferty) miasta.

[KOORDYNATOR] Włączenie koncepcji szlaku w plan wizerunkowy kultury i miasta (współpraca z wydziałem promocji Urzędu Miasta Bydgoszczy).

TREŚCI SZLAKU W OPARCIU O LINIĘ INTERPRETACYJNĄ

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.1.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: proces opracowania treści szlaku.

[OBIEKTY] Dostarczenie materiałów informacyjnych, konsultacja materiałów.

PROMOCYJNE MATERIAŁY O SZLAKU

PRZEWODNIK

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.2.]

ULOTKI OBIEKTÓW

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.3.]

PRZEWODNICZEK DLA DZIECI

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.4.]

Jeżeli działanie zostanie przeprowadzone do końca 2014 r., będzie możliwość sfinansowania go w ramach projektu SHIFT-X (zgodnie z planem ujętym we wniosku aplikacyjnym)

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: przygotowanie, konsultacja, zlecenie podmiotom zewnętrznym, wydruk i dostarczenie materiałów promocyjnych.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Konsultacja materiałów informacyjnych, określenie wysokości nakładu.

STRONA INTERNETOWA I APLIKACJA MOBILNA

STRONA WWW

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.6.]

APLIKACJA MOBILNA

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.7.]

Jeżeli działanie zostanie przeprowadzone do końca 2014 r., będzie możliwość sfinansowania go w ramach projektu SHIFT-X (zgodnie z planem ujętym we wniosku aplikacyjnym)

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: opracowanie i uruchomienie strony internetowej oraz aplikacji mobilnej.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE, WSPARCIE WYDARZENIOWE, OBIEKTY] Konsultacja materiałów informacyjnych.

TABLICA PRZY OBIEKCIE

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.1.]

Jeżeli działanie zostanie przeprowadzone do końca 2014 r., będzie możliwość sfinansowania go w ramach projektu SHIFT-X (zgodnie z planem ujętym we wniosku aplikacyjnym)

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: przygotowanie, opracowanie graficzne oraz wydruk tablicy informacyjnej o szlaku, dostarczenie jej do OBIEKTÓW.

[OBIEKT] Zamieszczenie tablicy informacyjnej o szlaku przy OBIEKCIE (pozyskanie wszystkich koniecznych zezwoleń).

TABLICE – ODSYŁACZE DO SZLAKU

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.1.8.]

[KOORDYNATOR] Nawiązanie współpracy z podmiotami zaangażowanymi w zadanie, opracowanie koncepcji i realizacja zadania.

ETAP III: FUNKCJONOWANIE SZLAKU [II KW. 2015 – II KW. 2016]

DZIAŁANIA W INTERNECIE

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.1.4.]

[KOORDYNATOR] Promocja szlaku w intrenecie.

DIRECT MAILING

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.5.]

[KOORDYNATOR] Nawiązanie kontaktu z mediami w celu promocji i informacji o szlaku.

DZIAŁANIA PROMOCYJNE (STOJAKI NA ROWERY, PRODUKTY SZLAKOWE, SPOT PROMOCYJNY)

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.1.9., 7.2.1.10., 7.2.1.11.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja zleceń zewnętrznych: realizacja poszczególnych zadań.

GRA PLANSZOWA

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.3.9.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: opracowanie i wydruk prototypu gry planszowej.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE] Konsultacja merytoryczna elementów gry.

OFERTA EDUKACYJNO-ANIMACYJNA

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.4.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja działań oraz ich współfinansowanie.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE] Konsultacja merytoryczna działań.

[OBIEKTY] Opracowanie i realizacja działań edukacyjno-animacyjnych.

OBIEKTY / PODMIOTY TOWARZYSZĄCE ORAZ OTOCZENIE

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Zarządzanie szlakiem* [2.3.]

[KOORDYNATOR] Nawiązanie oraz opracowanie zasad współpracy z obiektami / podmiotami TOWARZYSZĄCYMI oraz OTOCZENIE w celu promocji szlaku oraz punktowego zaangażowania ich w działania szlaku.

PREMIERA SZLAKU

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.2.]

[KOORDYNATOR] Opracowanie harmonogramu wydarzenia wraz z propozycjami częściowego sfinansowania wydarzeń.

[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Realizacja wydarzenia.

[OBIEKTY] Współorganizacja wydarzenia.

DNI OTWARTE SZLAKU

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.3.]

[KOORDYNATOR] Opracowanie harmonogramu wydarzenia wraz z propozycjami częściowego sfinansowania wydarzeń.

[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Realizacja wydarzenia.

[OBIEKTY] Współorganizacja wydarzenia poprzez udostępnienie obiektu i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.

PROGRAM STER NA BYDGOSZCZ

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.4.]

[KOORDYNATOR] Opracowanie harmonogramu wydarzenia wraz z propozycjami częściowego sfinansowania wydarzeń.
[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Realizacja wydarzenia.
[OBIEKTY] Współorganizacja wydarzenia poprzez udostępnienie obiektu i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.

KONKURS DLA NAUCZYCIELI

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.6.]

[KOORDYNATOR] Nawiązanie współpracy z Kujawsko-Pomorskim Centrum Edukacji Nauczycieli w Bydgoszczy i realizacja konkursu.
[WSPARCIE MERYTORYCZNE] Opieka merytoryczna nad konkursem.

MONITORING STANDARDÓW

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Zarządzanie szlakiem* [1.3.1.]

[KOORDYNATOR] Monitoring standardów udostępniania OBIEKTÓW, oferty stałej i obsługi klienta zgodnie z zasadami – przeprowadzany raz na 3 miesiące.
[OBIEKTY] Przestrzeganie standardów, kontakt z KOORDYNATOREM w razie zmian.

ADMINISTRACJA STRONY INTERNETOWEJ ORAZ APLIKACJI MOBILNEJ

Aktualizacja danych zamieszczonych na stronie internetowej oraz aplikacji na urządzenia mobilne:

- informacje o zmianach w ofercie stałej / obsłudze klienta w OBIEKCIE – przekazywane do KOORDYNATORA na bieżąco,
- informacje o wydarzeniach realizowanych w OBIEKCIE, związanych z tematem szlaku – przekazywane do KOORDYNATORA min. 2 tygodnie przed wydarzeniem.

[KOORDYNATOR] Administracja i aktualizacja strony internetowej oraz aplikacji na urządzenia mobilne, kontakt z odbiorcami oferty szlaku.
[OBIEKTY] Informacja o zmianach w zakresie oferty stałej, obsługi klienta oraz informacja o wydarzeniach realizowanych w OBIEKCIE, związanych z tematem szlaku.

MONITORING RUCHU TURYSTYCZNEGO

Określenie liczby turystów – odbiorców szlaku w podziale na odbiorców lokalnych (regionalnych), krajowych i zagranicznych poprzez stały monitoring.

Określenie charakterystyki wykorzystania produktu (liczba dni spędzanych w Bydgoszczy, wydatki, sposób zwiedzania szlaku, kanały komunikacji i promocji) poprzez badania społeczne i marketingowe.
Określenie „ruchu" w Internecie na stronach związanych ze szlakiem, opinii, powracania, pochodzenia, itp. poprzez stały monitoring.
Określanie zainteresowania szlakiem w mediach i nowych mediach, opinie, itp. poprzez stały monitoring, badania marketingowe i społeczne.

[KOORDYNATOR] Opracowanie i wdrożenie, w porozumieniu z OBIEKTAMI, metod i zakresu monitoringu ruchu turystycznego (odbiorców) szlaku, którego celem jest gromadzenie informacji na potrzeby ewaluacji, sprawozdawczości, rozwoju promocji i komunikacji.

[OBIEKTY] Gromadzenie i przekazywanie KOORDYNATOROWI danych o odbiorcach szlaku – zgodnie z wypracowaną procedurą.

SZKOLENIA DOTYCZĄCE SZLAKU

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.8., 7.2.2.9., 7.2.2.10.]

[KOORDYNATOR] Organizacja, sfinansowanie i realizacja szkoleń.

[OBIEKTY] Prezentacja oferty wybranych OBIEKTÓW.

LOKALNE ŚRODOWISKA ZWIĄZANE Z DZIEDZICTWEM PRZEMYSŁOWYM BYDGOSZCZY

Stworzenie bazy osób kompetentnych w zakresie zabytków techniki w Bydgoszczy, które mogą być zatrudnione przy okazji wydarzeń organizowanych na szlaku (przewodnicy, wykładowcy, animatorzy).

[KOORDYNATOR, WSPARCIE MERYTORYCZNE] Nawiązanie współpracy z pasjonatami lokalnego dziedzictwa przemysłowego Bydgoszczy.

ŚRODOWISKO AKADEMICKIE Z BYDGOSZCZY

Włączenie środowiska akademickiego (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy, Wyższa Szkoła Gospodarki) w:
- działania promocyjne na szlaku,
- umożliwienie odbywania praktyk w OBIEKTACH na szlaku (studenci kierunków turystycznych),
- umożliwienie prowadzenia badań ewaluacyjnych szlaku (studenci, doktoranci kierunków socjologia, kulturoznawstwo).

[KOORDYNATOR] Nawiązanie współpracy ze środowiskiem akademickim – wykładowcy i studenci z Bydgoszczy.

KONFERENCJA NAUKOWA W BYDGOSZCZY

Konferencja naukowa:
- poświęcona ochronie, rewitalizacji i promocji dziedzictwa industrialnego,
- Konferencja skierowana do środowisk naukowych zajmujących się zagadnieniami dziedzictwa industrialnego, koordynatorów innych szlaków technicznych.

Uczestnicy konferencji powinni mieć możliwość:
- zwiedzania szlaku,
- udziału w wydarzeniach na szlaku,

- poznania dobrych praktyk szlaku w zakresie promocji dziedzictwa industrialnego.

[KOORDYNATOR] Konsultacja programu, koordynacja realizacji wydarzenia, współfinansowanie i wsparcie organizacyjne oraz promocja.

[WSPARCIE MERYTORYCZNE] Opracowanie zagadnień konferencji i wybór prelegentów, konsultacja i opieka naukowa, kontakty z uczestnikami.

[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Realizacja wydarzenia.

[OBIEKTY] Udostępnienie OBIEKTU i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.

PRZEDSTAWICIELE INNYCH SZLAKÓW

Przedstawiciele innych szlaków:

- poświęconych dziedzictwu poprzemysłowemu,
- innych szlaków kulturowych z województwa kujawsko-pomorskiego.

[KOORDYNATOR] Inicjowanie i podtrzymywanie kontaktów z koordynatorami innych szlaków – stworzenie sieci kontaktów oraz wzajemnej promocji.

PAKIET USŁUG DLA GRUP ZORGANIZOWANYCH

Pakiet usług związanych ze zwiedzaniem szlaku powinien obejmować:

- możliwość zwiedzania w grupach zorganizowanych (20-50 osób),
- ofertę stałą wybranych OBIEKTÓW, z której jednocześnie może skorzystać większa liczba osób,
- informacje o usługach okołoturystycznych (parkingi dla autobusów, polecane punkty gastronomiczne i miejsca noclegowe).

[KOORDYNATOR] Stworzenie oferty dla zwiedzania szlaku przez grupy zorganizowane.

[OBIEKTY] Konsultacja oferty dla grup zorganizowanych.

QUESTINGI

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.8.]

[KOORDYNATOR] Koordynacja zlecenia zewnętrznego: opracowanie questingów.

STUDY TOUR DLA TOUROPERATORÓW

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.7.]

[KOORDYNATOR] Nawiązanie współpracy z touroperatorami w celu włączenia zwiedzania szlaku w program wycieczek zorganizowanych.

[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Realizacja wydarzenia.

[OBIEKTY] Udostępnienie OBIEKTU i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.

PRESS TOUR

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.11.]

[KOORDYNATOR] Nawiązanie współpracy z mediami w celu promocji szlaku.

[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Realizacja wydarzenia.

[OBIEKTY] Udostępnienie OBIEKTU i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.

NAGRODA PETERSONA

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.14.]

[KOORDYNATOR] Opracowanie zasad przyznania nagrody, organizacja posiedzenia kapituły nagrody.

[WSPARCIE WYDARZENIOWE] Organizacja gali wręczenia nagrody.

STARANIA O WŁĄCZENIE SZLAKU DO ERIH

PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [7.2.2.16.]

[KOORDYNATOR] Przygotowanie i złożenie wniosku aplikacyjnego.

2.6. Sposoby egzekwowania zobowiązań

Urząd Miejski w Bydgoszczy (ORGANIZATOR) pełni istotne funkcje nadzorcze i kontrolne wobec szlaku, którego koordynację zlecił Bydgoskiemu Centrum Informacji (KOORDYNATOR). ORGANIZATOR jako inwestor i główny właściciel marki (produktu) ma prawo egzekwować ustalone w planie działania – robi to w stosunku do KOORDYNATORA i WSPARCIA MERYTORYCZNEGO I WYDARZENIOWEGO. Nie powinien bezpośrednio kontaktować się z OBIEKTAMI z pominięciem KOORDYNATORA, chyba że w ramach delegacji uprawnień dla wybranych zakresów, tak jak zostanie to ustalone.

Egzekwowanie zobowiązań OBIEKTÓW przeprowadza KOORDYNATOR – sankcją za niewywiązywanie się ze zobowiązań (np. brak oferty, nieprzestrzeganie standardów, nieuczestniczenie we wspólnych projektach, niepoprawnego wydatkowania funduszy szlaku przekierowanych z Urzędu) jest wykluczenie ze szlaku. Tego typu procedury zostały ujęte w umowie.

W przypadku dokonania weryfikacji OBIEKTU (monitoring standardów oferty stałej, udostępniania obiektu, obsługi klienta) i stwierdzenia przez KOORDYNATORA nieznacznych uchybień prowadzących do niespełnienia kryteriów OBIEKT zobowiązany jest do ich usunięcia w terminie 3 miesięcy od otrzymania informacji o nieprawidłowościach. Po usunięciu tych uchybień OBIEKT ma prawo do dalszego udziału w Szlaku.

W przypadku dokonania weryfikacji OBIEKTU przez KOORDYNATORA (monitoring standardów oferty stałej, udostępniania obiektu, obsługi klienta) i wydania przez KOORDYNATORA negatywnej rekomendacji OBIEKT zostaje wykreślony ze szlaku. Od decyzji KOORDYNATORA nie przysługuje odwołanie.

Egzekwowanie zobowiązań KOORDYNATORA, na wniosek OBIEKTÓW lub podmiotów wspierających, przeprowadza ORGANIZATOR. Sankcją za niewywiązywanie się ze zobowiązań (brak ustalonych środków, zła koordynacja zadań) jest rozwiązanie współpracy z KOORDYNATOREM / zmiana KOORDYNATORA.

3. Działania w ramach szlaku

3.1. Zakresy

Zakresy to grupy przedsięwzięć związane z konkretnym zagadnieniem (np. administracją lub promocją). Każdy z zakresów ma przyporządkowany podmiot, który jest odpowiedzialny za realizację zadań.
W ramach bydgoskiego szlaku wyróżniono 6 zakresów, które kompleksowo uwzględniają działania szlaku.
Większość z tych zakresów (4) znajduje się w gestii KOORDYNATORA szlaku, natomiast 2 z nich zostały zlecone WSPARCIU.
Przy realizacji zadań z poszczególnych zakresów niezbędna jest współpraca z OBIEKTAMI szlaku, a w przypadku niektórych zagadnień także obiektów / podmiotów towarzyszących lub podmiotów z kategorii otoczenie.
Zakresy funkcjonowania szlaku można podzielić na 2 grupy:

- **działania wewnętrzne** – mające na celu sprawne funkcjonowanie szlaku (zarządzanie, administracja i finanse, kwestie merytoryczne),
- **działania zewnętrzne** – skierowane do bezpośrednich odbiorców szlaku (informacja, promocja, kwestie oferty wydarzeniowej szlaku).

Pogrupowanie zadań w zakresy ma pomóc w określeniu praw i obowiązków podmiotów działających w ramach szlaku, określić obszary odpowiedzialności i wskazać kluczowe zadania do realizacji.

3.1.1. Zarządzanie szlakiem [KOORDYNATOR]

Wszystkie działania związane z komunikacją i koordynacją prac // opracowaniem standardów i monitoringiem udostępniania obiektów, oferty stałej, obsługi klienta // planowaniem wydarzeń // współpracą z podmiotami zaangażowanymi w szlak (ORGANIZATOR, WSPARCIE KOORDYNATORA, OBIEKTY , obiekty i podmioty TOWARZYSZĄCE i OTOCZENIE) // włączenia szlaku w strategię promocji miasta // działania ewaluacyjne // związane z rozwojem szlaku.

3.1.2. Administracja i finanse [KOORDYNATOR]

Całość działań związanych z administracją, obsługą prawną, zasadami finansowania szlaku, zarówno w aspekcie oferty stałej jak i wydarzeniowej szlaku.

3.1.3. Informacja [KOORDYNATOR]

Działania związane z tworzeniem i aktualizowaniem informacji o szlaku, tworzeniem, dystrybucją materiałów informacyjnych o szlaku, tworzeniem identyfikacji graficznej szlaku.

3.1.4. Promocja [KOORDYNATOR]

Kompleksowe działania promocyjne związane z docieraniem do różnych grup odbiorców, środowisk branżowych.

3.1.5. Kwestie merytoryczne [WSPARCIE KOORDYNATORA – MERYTORYKA]

Obszar działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i OBIEKTÓW na szlaku. Nawiązanie współpracy ze środowiskami lokalnymi związanymi z dziedzictwem przemysłowym Bydgoszczy w celu włączenia ich w punktowe działania na szlaku. Konsultacja merytoryczna przy działaniach promocyjnych (m.in. gra planszowa, konkurs dla nauczycieli, konferencja naukowa).

3.1.6. Kwestie oferty wydarzeniowej [WSPARCIE KOORDYNATORA – WYDARZENIA]

Realizacja wydarzeń na szlaku (m.in. Premiera szlaku, Dni Otwarte Szlaku, Program Ster na Bydgoszcz**,** study tour dla touroperatorów, press tour po szlaku dla przedstawicieli mediów, konferencji naukowej, nagroda Petersona).

3.2. Etapy

W zależności od etapu konstruowania szlaku zadania KOORDYNATORA, WSPARCIA KOORDYNATORA oraz OBIEKTÓW na szlaku są zróżnicowane.

Można wyróżnić 4 etapy, które następują kolejno po sobie:

1) **etap I – inicjowanie szlaku** (czas realizacji: II kw. 2014 – IV kw. 2014) – to czas nawiązywania porozumień, prac koncepcyjnych nad tematyką i zakresem szlaku.
2) **etap II – przygotowanie szlaku** (czas realizacji: I kw. 2015) – to czas przygotowania treści interpretacyjnych oraz materiałów promocyjnych szlaku. Kończy się w momencie, kiedy szlak jest gotowy na przyjęcie pierwszych zwiedzających.
3) **etap III – funkcjonowanie szlaku** (czas realizacji: I kw. 2015 – II kw. 2016) – to czas, kiedy szlak jest już udostępniony zwiedzającym, zaczyna się jego promocja. niezwykle istotne na tym etapie szlaku jest utrzymanie standardów funkcjonowania szlaku.
4) **etap IV – rozwój szlaku**[16] (III kw. 2016 – …) – to moment, kiedy szlak już sprawnie funkcjonuje, warto jednak zastanowić się nad perspektywami rozwoju / aktualizacją zasobów, pozyskiwania nowych typów odbiorców. Szczególnie ważna jest komercjalizacja szlaku i wykreowanie oraz wdrożenie projektów rozwojowych związanych z nowymi produktami na szlaku / nowymi partnerami szlaku / nowymi grupami odbiorców.

[16] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Zarządzanie szlakiem* [5.]

3.3. Ryzyka i zagrożenia

Realizacja projektu wiąże z rożnego typami zagrożeniami i ryzykami mogącymi utrudnić bądź uniemożliwić realizację poszczególnych zadań. Warto dla kluczowych działań przeprowadzić analizę oceny ryzyka wraz z określeniem środków profilaktycznych czy działań naprawczych.
Ryzyko jest postrzegane jako czynnik, zdarzenie lub wpływ, który stanowi niebezpieczeństwo dla prawidłowego zakończenia projektu w kontekście czasu, kosztu lub jakości. Dobrze przeprowadzone spotkanie zespołu przedstawicieli wszystkich podmiotów zaangażowanych w szlak może wspomóc proces planowania zadania i uspójnić wiedzę o zagrożeniach i sposobach zapobiegania czy przeciwdziałania.

3.3.1. Kluczowe ryzyka

Przykładowe ryzyka związane z projektem oraz strategie postępowania wobec nich:
1) przerwanie finansowania szlaku ze strony ORGANIZATORA (akceptacja ryzyka),
2) wypadek zwiedzającego w trakcie zwiedzania OBIEKTU szlaku (transfer ryzyka – obligatoryjne ubezpieczenie OBIEKTÓW),
3) brak zasobów kompetencyjnych ze strony KOORDYNATORA i OBIEKTÓW uniemożliwiający sprawne wdrażanie projektu (łagodzenie ryzyka poprzez szkolenie personelu),
4) paraliż decyzyjny lub konflikt w grupie podmiotów (unikanie ryzyka poprzez aktywność ORGANIZATORA i KOORDYNATORA w aspekcie komunikacji i mediowania),
5) zmiana właściciela OBIEKTU na szlaku lub samolikwidacja podmiotu prowadzącego OBIEKT (przygotowanie planu awaryjnego wobec OBIEKTÓW z takim ryzykiem),
6) rozminięcie się oczekiwań ORGANIZATORA lub KOORDYNATORA z potrzebami OBIEKTÓW (unikanie ryzyka poprzez aktywność KOORDYNATORA w aspekcie komunikacji i mediowania).

4. Wytyczne do monitoringu, ewaluacji i audytu

Szlak w Bydgoszczy to przedsięwzięcie o charakterze sieciowego produktu turystyki kulturalnej. Kluczowym celem jest stworzenie wspólnego i spójnego pakietu ofert w kilkunastu OBIEKTACH miasta, co ułatwi promocję dziedzictwa kulturowego, poszerzy ofertę turystyczną, wzmocni (kompetencyjnie, finansowo, ofertowo) wszystkie OBIEKTY współtworzące szlak. Docelowo może przełożyć się na zwiększenie ruchu turystycznego w mieście, wzmocnienie marki miasta, komercjalizację oferty turystycznej, zwiększenie liczby atrakcyjnych miejsc pracy, powstanie nowych inicjatyw w oparciu o zasoby dziedzictwa czy lepszą ochronę zabytków.
Warunkiem dla osiągnięcia tych rezultatów jest konsekwentne, dobrze zaprojektowane i wdrożone przedsięwzięcie o charakterze projektu (czyli realizowane zgodnie z metodologią cyklu zarządzania projektem). Ważnym etapem wdrożenia projektu jest jego ewaluacja (zamierzone w czasie przedsięwzięcie badawczo-eksperckie, którego celem jest określenie, czy zamierzone efekty zostały osiągnięte oraz jak można podnieść jakość oferty). Wdrażaniu przedsięwzięcia powinien również towarzyszyć monitoring bieżących efektów (kluczowe jest mierzenie ruchu turystycznego oraz zadowolenia z jakości oferty) oraz badania mogące określić nieuwzględnione potrzeby turystów lub

udoskonalenia oferty. Kolejnym działaniem jest audyt szlaku kulturowego, czyli ekspercka diagnoza dotycząca funkcjonowania poszczególnych obiektów wraz z rekomendacjami zmian w zakresie wyłączenia / włączenia wybranych OBIEKTÓW.
Działania o charakterze ewaluacji, monitoringu, badań można zrealizować z użyciem własnych zasobów lub zlecić je zewnętrznym wykonawcom. Rekomendowane jest przeprowadzenie ewaluacji przez zewnętrzną firmę na podstawie zamówienia, przeprowadzenie badań poprzez współpracę z miejskimi placówkami uniwersyteckimi, a prowadzenie monitoringu z użyciem własnych zasobów. Audyt powinien zostać zrealizowany przez KOORDYNATORA, możliwie we współpracy z uznanym ekspertem na podstawie ustalonego zakresu działań audytowych.

4.1. Monitoring

Stałym działaniem po uruchomieniu szlaku powinno być wdrożenie przez KOORDYNATORA procesu monitoringu ruchu turystycznego oraz mierzenia zadowolenia z oferty/ obsługi na szlaku. Monitoring powinien dostarczać takich informacji jak:
1) szacunki liczby unikalnych odbiorców szlaku w podziale na jednostki czasu, liczbę odwiedzanych OBIEKTÓW, liczbę dni spędzanych w Bydgoszczy, typ oferty (uczestnicy imprez, uczestnicy otwartych wydarzeń, zwiedzający wystawę, uczestnicy zajęć, warsztatów) [Dzięki ankietom, współpracy z centrami informacji, OBIEKTAMI noclegowymi],
2) liczba sprzedanych biletów i darmowych wejściówek, w podziale na OBIEKTY i jednostki czasu,
3) liczba sprzedanych ofert (poza zwiedzaniem podstawowym),
4) statystyki stron internetowych (strona szlaku, strony OBIEKTÓW) oraz aplikacji mobilnej (wejścia, użytkownicy, porzucenia, itp.),
5) liczba wygenerowanych materiałów prasowych (w podziale na pozytywne, neutralne, negatywne),
6) analiza komentarzy i opinii zamieszczonych przez odbiorców szlaku na portalach turystycznych, kulturalnych, w lokalnych mediach, itp.
System monitoringu powinien zostać ustalony w gronie podmiotów uczestniczących w przedsięwzięciu, jak również powinien zostać przyjęty sposób raportowania OBIEKTÓW o liczbie odbiorców.
Odbiorcy szlaku powinni otrzymać możliwość oceny oferty z użyciem kwestionariusza. Obsługa OBIEKTÓW powinna zachęcać do ich wypełnienia, dodatkowo powinni oni otrzymać możliwość wypełnienia kwestionariusza na stronie szlaku lub w aplikacji mobilnej. Ważne jest aby wypełnione ankiety trafiały do wspólnej bazy i były poddawane ocenie.

4.2. Ewaluacja wdrożenia projektu

Ewaluacja wdrożenia projektu powinna zostać przeprowadzona:

1) zgodnie z pięcioma kryteriami Polskiego Towarzystwa Ewaluacyjnego (trafności – czyli na ile cele i założenia odpowiedziały na potrzeby i problemy rozwoju turystyki w mieście; efektywności – czyli stosunku poniesionych kosztów i nakładu pracy do uzyskanych wyników; skuteczności – czyli stopnia, w jakim wstępnie zdefiniowane cele szlaku zostały osiągnięte; oddziaływania – czyli jak

szlak wpływa na szersze kwestie rozwoju miasta; trwałości – czyli na ile korzyści z utworzenia szlaku utrzymują się w czasie),
2) zgodnie ze strukturą szlaku (badaniu poddany powinien być ORGANIZATOR, KOORDYNATOR, OBIEKTY, WSPARCIE, kluczowi interesariusze),
3) zgodnie z zakresami (modułami) działania, tak aby wszystkie elementy przedsięwzięcia poddane zostały ewaluacji.

Proponowane jest aby ewaluacja odbyła się przynajmniej po 1,5 roku od momentu otwarcia szlaku, to minimalny okres czasu, który umożliwi rzetelną oceną funkcjonowania szlaku jako stałej oferty a nie projektu w fazie kształtowania. Aby w jak największym zakresie wykorzystać efekty ewaluacji (raport ewaluacyjny) rekomendowane jest przygotowanie przez Koordynatora szlaku raportu otwarcia, w którym zawarte będą informacje o:

1) liczbie turystów odwiedzających OBIEKTY na szlaku przed uruchomieniem szlaku,
2) skali przychodów wszystkich partnerów na szlaku wraz z ich źródłami,
3) ocenie przygotowania OBIEKTÓW do obsługi ruchu turystycznego,
4) rodzaju oferty w posiadaniu poszczególnych OBIEKTÓW,
5) rodzaju oczekiwań ze strony głównych interesariuszy szlaku.

Tego typu raport może przygotować samodzielnie KOORDYNATOR przy wykorzystaniu kilku formularzy online do zebrania informacji. Informacje powinny dotyczyć okresu sprzed uruchomienia szlaku. Dodatkowo można zawrzeć w nim konkretne mierzalne cele, które przewiduje plan wdrożenia szlaku do osiągnięcia (wzrost liczby turystów, wzrost rozpoznawalności oferty Bydgoszczy w skali regionu/kraju, itp.). Będzie to materiał dla ewaluatorów przy określaniu efektów.
KOORDYNATOR szlaku powinien również nawiązać współpracę z wybranymi uczelniami, jednostkami badawczymi w Bydgoszczy i zaoferować możliwość prowadzenia badań (np. do prac licencjackich i magisterskich, projektów doktoranckich). Efekty tych badań mogą być dodatkowym źródłem informacji o szlaku i jego ofercie.

4.3. Audyt szlaku

Po 2 latach funkcjonowania szlaku powinien zostać przeprowadzony audyt szlaku dotyczący funkcjonowania poszczególnych obiektów w zakresie wypełniania standardów oferty stałej / udostępniania obiektu / obsługi klienta[17] oraz określania potencjału OBIEKTU w kontekście nowych działań szlaku[18]. Tak jak ewaluacja szlaku ma dotyczyć realizacji całości projektu i osiągniętych rezultatów w możliwie szerokim spektrum zagadnień, tak audyt powinien dotyczyć działalności poszczególnych OBIEKTÓW, a jego efektem powinny być rekomendacje w zakresie zmian naprawczych dla OBIEKTÓW w zakresie standardów, możliwości rozwoju w ramach szlaku lub wyłączania wybranych miejsc ze szlaku, jeśli nie rokują one poprawy. Za przeprowadzenie audytu odpowiedzialny jest KOORDYNATOR, który może współpracować z zewnętrznym ekspertem

[17] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego. Zarządzanie szlakiem* [1.3.1.]
[18] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego. Zarządzanie szlakiem* [5.1.]

zajmującym się tego typu działaniami. Audyt jest narzędziem dla KOORDYNATORA związanym z zarządzaniem, jakością oferty oraz metodą oceny obiektów.

5. Rozwój szlaku

5.1. Wizja rozwoju szlaku

Po rocznym okresie funkcjonowania szlaku wszystkie podmioty (KOORDYNATOR, WSPARCIE, OBIEKTY) wspólnie konsultują i opracowują:

- nowe kierunki rozwoju szlaku – opracowane na podstawie badań ewaluacyjnych,
- pozyskiwanie nowych partnerów – OBIEKTÓW na szlaku, OBIEKTÓW / podmiotów TOWARZYSZĄCYCH i OTOCZENIA, partnerów zagranicznych np. instytucje SHIFT-X,
- tworzenie oferty dla nowych grup odbiorców np. turystów zagranicznych,
- rozwój nowych produktów oferowanych w ramach szlaku np. wspólna oferta pakietowa.

Propozycje innowacyjnych działań prezentowane są Urzędowi Miejskiemu w Bydgoszczy (ORGANIZATOROWI), który wyraża opinię / zgodę zarówno w kwestii działań jak i zasad finansowania.

5.1.1. Nowi partnerzy szlaku

Po 2 latach funkcjonowania szlaku konieczna jest aktualizacja danych o OBIEKTACH i uwzględnienie wszelkich zmian. Jest to również odpowiedni czas na pozyskiwanie nowych OBIEKTÓW do szlaku na podstawie rekomendacji przekazanych podmioty na szlaku lub zgłoszonej chęci przez potencjalny OBIEKT. Rozszerzanie zakresu szlaku o nowe OBIEKTY odbywa się w oparciu o procedurę przyjęcia nowych OBIEKTÓW[19].

Przez cały czas funkcjonowania szlaku, na bieżąco, KOORDYNATOR może pozyskiwać nowe podmioty współpracujące ze szlakiem[20] - TOWARZYSZĄCE i OTOCZENIE. Współpraca nawiązywana jest na podstawie rekomendacji przekazanych podmioty na szlaku lub zgłoszonej chęci przez potencjalny obiekt / podmiot.

KOORDYNATOR powinien również nawiązać współpracę z instytucjami partnerskimi projektu SHIFT-X w celu:

- współpracy promocyjnej – wymiana świadczeń,
- informacji o szlaku w Bydgoszczy na innych szlakach europejskich poświęconych dziedzictwu przemysłowemu – pozyskanie nowej grupy odbiorców.

[19] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego. Zarządzanie szlakiem* [1.3.]

[20] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego. Zarządzanie szlakiem* [1.4.2.]

5.1.2. Nowe grupy odbiorców – turyści zagraniczni

W celu udostępnienia szlaku nowej grupie odbiorców – turystom zagranicznym - KOORDYNATOR pracuje z wybranymi OBIEKTAMI nad dostosowaniem oferty stałej, obsługi klienta oraz ekspozycji OBIEKTU do potrzeb zagranicznego odbiorcy.
W warstwie komunikacyjnej należy uwzględnić wersje językowe w materiałach informacyjnych, promocyjnych i na stronie internetowej oraz aplikacji mobilnej.

5.1.3. Wspólna oferta pakietowa

W ramach wspólnej oferty szlakowej tworzenie podstaw prawnych, zasad finansowania i rozliczania wspólnej oferty pakietowej realizowanej z OBIEKTAMI.
Wspólna oferta pakietowa między podmiotami na szlaku obejmuje:

- jeden bilet wstępu do wielu OBIEKTÓW,
- system zniżek (np. na warsztaty) dla odbiorców odwiedzających więcej niż jeden OBIEKT,
- wspólne oferty łączące więcej niż jeden OBIEKT (warsztaty, gry miejskie),
- bony na zajęcia edukacyjne dla podmiotów z regionu honorowane na szlaku przez wszystkie OBIEKTY,
- karty członkowskie dla wolontariuszy/ aktywistów obejmujące darmowe wejścia zniżki do wszystkich OBIEKTÓW,
- użyczanie sobie zasobów (kadry, sprzęt) i WSPARCIA merytorycznego.

Wspólna oferta pakietowa realizowana we współpracy z obiektami / podmiotami TOWARZYSZĄCYMI i OTOCZENIEM obejmuje:

- zniżki na usługi w obiektach / podmiotach TOWARZYSZĄCYCH i OTOCZENIU.
- umowy barterowe na wymianę świadczeń promocyjnych,
- współtworzenie ofert dla biznesu (spotkania firmowe, wydarzenia integracyjne, itp.)

Aneks nr 1. Wzory umów

Umowa o współpracy

Zawarta w Bydgoszczy, w dniu ..... r. pomiędzy:

Bydgoskim Centrum Informacji, z siedzibą w ....., ul. ....., zarejestrowanym w ....., nr NIP ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Koordynatorem**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Wsparciem merytorycznym**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Wsparciem wydarzeniowym**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem głównym 1**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem głównym 2**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem głównym 3**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem głównym 4**”

a

....., z siedzibą w ....., ul. ....., który reprezentuje:

..... – .....

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem głównym 5**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 1**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 2**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 3**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 4**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 5**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 6**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 7**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 8**”

a

……, z siedzibą w ……, ul. ……, który reprezentuje:

…… – ……

zwanym w dalszej części umowy „**Obiektem uzupełniającym 9**”

Strony niniejszej Umowy (łącznie jako Strony oraz każda z osobna jako Strona) ustalają, co następuje:

§ 1

Przedmiot umowy.

1. Celem niniejszej Umowy jest ustalenie obowiązków, zasad i warunków współpracy między Stronami przy tworzeniu i funkcjonowaniu szlaku *Szlak Wody, Przemysłu i Rzemiosła „TeH_2O" w Bydgoszczy*, zwanego w dalszej części umowy „**Szlakiem**".
2. Strony działają w taki sposób, aby możliwa była współpraca oparta na wzajemnym zaufaniu, w szczególności wspólnych intencji, uczciwości, profesjonalizmu oraz dotrzymywania warunków przyjętych zobowiązań.
3. Spory, jakie mogą wyniknąć między Stronami umowy, będą rozstrzygane przede wszystkim w trybie polubownym. Strony zobowiązują się dążyć w dobrej wierze do zakończenia wszelkich sporów między nimi ugodą, uwzględniającą cel tej umowy, z równym poszanowaniem ich zasługujących na ochronę interesów.

§ 2

Zobowiązania Stron.

Koordynator zobowiązuje się do:

1. Koordynacji wszystkich działań na szlaku i stałej komunikacji ze Stronami w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.
2. Przygotowania budżetu, zasad współfinansowania poszczególnych przedsięwzięć i prezentacji dokumentu organowi zarządzającemu.
2. Koordynacji zleceń realizowanych przez podmioty zewnętrzne.
3. Działań związanych z aktualizowaniem informacji o szlaku, dystrybucją materiałów informacyjnych o szlaku, tworzeniem identyfikacji graficznej szlaku.
4. Kompleksowych działań promocyjnych związanych z docieraniem do grup odbiorców szlaku, środowisk branżowych i lokalnych, reprezentowania szlaku na zewnątrz.
5. Koordynacji oraz współfinansowanie tworzenia oferty edukacyjno-animacyjnej w Obiektach.
6. Opracowania i monitoringu (raz na 3 miesiące) standardów udostępniania obiektów, oferty stałej, obsługi klienta.
6. Opracowania harmonogramu wydarzeń wraz z propozycjami częściowego sfinansowania wydarzeń.
7. Realizacji całości działań związanych z administracją, obsługą prawną, zasadami finansowania szlaku, zarówno w aspekcie oferty stałej jak i wydarzeniowej szlaku.
8. Prowadzenia działań ewaluacyjnych szlaku.
10. Współpracy z przedstawicielem wsparcia merytorycznego przy realizacji działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i obiektów na szlaku.
11. Współpracy z przedstawicielem wsparcia wydarzeniowego przy realizacji działań na szlaku.

Wsparcie merytoryczne zobowiązuje się do:

1. Stałej komunikacji z Koordynatorem w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.
2. Konsultacji propozycji zasad współfinansowania działań i wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.
3. Współpracy przy realizacji działań informacyjnych i promocyjnych o szlaku.
4. Współpracy z Obiektami przy realizacji działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i obiektów na szlaku.
5. Współpracy z przedstawicielem Wsparcia wydarzeniowego przy realizacji działań na szlaku.
6. Współpracy z Koordynatorem przy działaniach promocyjnych.
7. Współpracy z Koordynatorem przy działaniach związanych z zawartością merytoryczną szlaku.

Wsparcie wydarzeniowe zobowiązuje się do:

1. Stałej komunikacji z Koordynatorem w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.
2. Konsultacji propozycji zasad współfinansowania działań i wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.
3. Współpracy przy realizacji działań informacyjnych i promocyjnych o szlaku.
4. Współpracy z przedstawicielem wsparcia merytorycznego przy realizacji działań na szlaku.
5. Współpracy z Koordynatorem i Obiektami w sprawach związanych z organizacją wydarzeń i działań promocyjnych na szlaku oraz realizacji wydarzeń skierowanych do szerokiej publiczności oraz promujących szlak.

Obiekt zobowiązuje się do:

1. Stałej komunikacji z Koordynatorem w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.
2. Konsultacji propozycji zasad współfinansowania działań i wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.
3. Współpracy przy realizacji działań informacyjnych i promocyjnych o szlaku.
4. Współorganizacji wydarzeń poprzez udostępnienie obiektu i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.
5. Modyfikacji / zmiany oferty stałej oraz obsługi klienta w przeciągu 6 miesięcy od podpisania umowy, tak aby były zgodne ze ustalonymi standardami (różne standardy: dla OBIEKTÓW GŁÓWNYCH oraz OBIEKTÓW UZUPEŁNIAJĄCYCH). Obiekt zobowiązuje się do przestrzegania standardów dotyczących oferty stałej, obsługi klienta oraz informowania Koordynatora o zmianach w tym zakresie:
6. Współpracy przy działaniach związanych z ofertą i zawartością merytoryczną szlaku.
7. Współpracy z Koordynatorem przy realizacji działań ewaluacyjnych na szlaku
8. Współpracy z przedstawicielem wsparcia merytorycznego przy realizacji działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i obiektów na szlaku.
9. Współpracy z przedstawicielem wsparcia wydarzeniowego przy realizacji działań na szlaku.

§ 3

Zasady współpracy.

Każda ze Stron wyznacza osoby do bezpośredniego kontaktu, które są odpowiedzialne za wzajemne przekazywanie sobie wszelkich istotnych informacji dotyczących Szlaku i należytej realizacji umowy:

Po stronie Koordynatora:

……– przedstawiciel Koordynatora

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Wsparcia merytorycznego:

……– przedstawiciel podmiotu wspierającego koordynatora w kwestiach merytorycznych

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Wsparcia wydarzeniowego:

……– przedstawiciel podmiotu wspierającego koordynatora w kwestiach kreowania oferty wydarzeniowej

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu głównego 1:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu głównego 2:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu głównego 3:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu głównego 4:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu głównego 5:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu uzupełniającego 1:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu uzupełniającego 2:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……..

Po stronie Obiektu uzupełniającego 3:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

Po stronie Obiektu uzupełniającego 4:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

Po stronie Obiektu uzupełniającego 5:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

Po stronie Obiektu uzupełniającego 6:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

Po stronie Obiektu uzupełniającego 7:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

Po stronie Obiektu uzupełniającego 8:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

Po stronie Obiektu uzupełniającego 9:

……– przedstawiciel Obiektu

e-mail: ……, tel. ……, tel. kom. ……

§ 4

Czas trwania umowy. Prawo odstąpienia.

1. Umowa zawarta jest na okres: (2 lata).
2. Bez uprzedniej pisemnej zgody Koordynatora Strona nie ma prawa przenieść na inny podmiot praw i obowiązków z niniejszej umowy.
3. Strony przewidują możliwość wypowiedzenia niniejszej umowy pisemnie za 3-miesięcznym okresem wypowiedzenia ze skutkiem na koniec roku kalendarzowego.
4. W przypadku wypowiedzenia umowy Strona przekazuje Koordynatorowi materiały, które zostały przekazane przez Koordynatora w ramach Szlaku. Koordynator wyklucza Stronę z działań informacyjnych i promocyjnych, w tym informuje o opuszczeniu Szlaku na stronie internetowej szlaku.
5. Koordynator ma prawo do odstąpienia od niniejszej umowy z winy Strony, w terminie 30 dni w przypadku stwierdzenia naruszenia postanowień niniejszej umowy przez Stronę, w tym w szczególności w przypadku:

    5.1. nie stosowania się do obowiązków wynikających z § 2 niniejszej umowy,

    5.2. zakończenia prowadzenia działalności,

    5.3. zmiany profilu działalności.

6. W przypadku dokonania weryfikacji Obiektu (monitoring standardów oferty stałej, udostępniania obiektu, obsługi klienta) i wydania przez Koordynatora negatywnej rekomendacji Koordynator podejmuje decyzję o wykreśleniu Obiektu ze Szlaku z winy Obiektu. Od decyzji Koordynatora nie przysługuje odwołanie. Przedstawiciel Obiektu informowany jest o tej decyzji w formie pisemnej do 30 dni od daty jej podjęcia.
7. W przypadku dokonania weryfikacji Obiektu (monitoring standardów oferty stałej, udostępniania obiektu, obsługi klienta) stwierdzenia przez Koordynatora nieznacznych uchybień prowadzących do niespełnienia kryteriów Koordynator wzywa Obiekt do usunięcia uchybień w terminie 3 miesięcy od otrzymania informacji o nieprawidłowościach. Po usunięciu tych uchybień Obiekt ma prawo do dalszego udziału w Szlaku. Niezastosowanie się do wezwania Koordynatora skutkować będzie odstąpieniem od umowy z winy Obiektu w terminie 30 dni od upływu wyznaczonego terminu usunięcia uchybień.

§ 5

Wykonanie zobowiązań.

1. Każda ze Stron wykona swe zobowiązania określone w niniejszej umowie na własny koszt.
2. Strony oświadczają, że przyjmują na siebie realizację jednostkowych umów i zobowiązań finansowych w zakresie wynikającym z zakresu zobowiązań każdej ze stron, określonego w niniejszej umowie.
3. Podpisanie niniejszej umowy nie rodzi po żadnej ze Stron odpowiedzialności oraz jakichkolwiek zobowiązań majątkowych wobec osób trzecich, w tym także mających charakter podatkowy dotyczących drugiej Strony umowy.
4. Żadna ze Stron na mocy postanowień niniejszej umowy nie jest uprawniona do zaciągania zobowiązań w imieniu drugiej Strony.

§ 6

Siła wyższa.

1. W przypadku, gdy wskutek „siły wyższej" któraś ze Stron nie będzie w stanie wykonać któregokolwiek ze swych obowiązków, w związku z tym funkcjonowanie Szlaku będzie zagrożone, w pełnym lub częściowym wymiarze, Strony, po przeprowadzeniu wzajemnych konsultacji, zdecydują pisemnie o ewentualnej zmianie poszczególnych zapisów umowy.
2. Strony są zobowiązane informować się wzajemnie bez zwłoki drogą elektroniczną lub telefonicznie/faksem o wystąpieniu przypadku „siły wyższej".

§ 7

Postanowienia końcowe.

1. Niniejszą umowę zawarto na czas nieokreślony, od dnia jej podpisania.
2. Każda ze Stron jest uprawniona do wypowiedzenia niniejszej umowy z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia.
3. Wszelkie zmiany lub uzupełnienia umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
4. Integralną część Umowy stanowi :

3.1. Załącznik nr 1: Szczegółowy opis zobowiązań Koordynatora

3.2. Załącznik nr 2: Szczegółowy opis zobowiązań Wsparcia merytorycznego

3.3. Załącznik nr 3: Szczegółowy opis zobowiązań Wsparcia wydarzeniowego

3.4. Załącznik nr 4: Szczegółowy opis zobowiązań Obiektu

3.5. Załącznik nr 5: Harmonogram działań

5. W sprawach nieuregulowanych w niniejszej umowie stosuje się w szczególności przepisy Kodeksu Cywilnego.
6. Wszelkie spory wnikające z niniejszej Umowy będą rozstrzygane przed sądem powszechnym właściwym dla siedziby Koordynatora.
7. Niniejsza Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.

Na dowód powyższego, Strony, poprzez należycie umocowanych przedstawicieli, podpisały niniejszą umowę w dniu podanym na początku umowy.

Aneks nr 2. Szczegółowy opis zobowiązań koordynatora

Koordynator zobowiązuje się do:

1. **Koordynacji wszystkich działań na szlaku i stałej komunikacji ze Stronami w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.**
    - 1.1. Opracowanie zasad komunikacji ze oraz procedury przekazywania ważnych informacji.
    - 1.2. Organizację i udział w spotkaniach roboczych – min. raz na 2 miesiące.
    - 1.3. Organizację i udział w szkoleniach dla Stron.
    - 1.4. Kontakt z odbiorcami oferty szlaku.
    - 1.5. Koordynacji procesu przyjęcia do szlaku nowych Obiektów, obiektów / podmiotów TOWARZYSZĄCYCH i OTOCZENIA.
2. **Przygotowania budżetu, zasad współfinansowania poszczególnych przedsięwzięć i prezentacji dokumentu organowi zarządzającemu.**
    - 3.1. Przygotowania budżetu, zasad współfinansowania, prezentacja dokumentu organowi zarządzającemu (okres: III – IV kw. 2014).
    - 3.2. Przygotowania budżetu, zasad współfinansowania, prezentacja dokumentu organowi zarządzającemu (okres: I kw. 2015 – II kw. 2016).
    - 3.3. Pozyskania środków na działanie szlaku – w tym organizację / dostosowanie oferty stałej oraz realizację wydarzeń.
    - 3.4. Stworzenie czytelnych zasad współfinansowania przedsięwzięć w ramach szlaku.
4. **Koordynacji zleceń realizowanych przez podmioty zewnętrzne.**
    - 4.1. Opracowanie zasad identyfikacji wizualnej (księgi znaku).
    - 4.2. Wykonanie bazy zdjęć obiektów.
    - 4.3. Opracowanie wystaw i prezentacji.
    - 4.4. Procesu opracowania treści szlaku.
    - 4.5. Opracowania i wydruku materiałów promocyjnych (ulotki obiektów, przewodnik, przewodnik dla dzieci).
    - 4.6. Opracowanie strony internetowej i aplikacji mobilnej o szlaku.
    - 4.7. Opracowanie i wydruk tablic o szlaku.
    - 4.8. Opracowanie i realizacja działań promocyjnych:
        - 4.8.1. Montaż stojaków dla rowerach w pobliżu obiektów na szlaku.
        - 4.8.2. Produkty szlakowe dostępne w obiektach.
        - 4.8.3. Realizacja spotu promocyjnego.
        - 4.8.4. Gra planszowa – prototyp.
        - 4.8.5. Questingi
5. **Działań związanych z aktualizowaniem informacji o szlaku, dystrybucją materiałów informacyjnych o szlaku, tworzeniem identyfikacji graficznej szlaku.**

4.1. Zebrania od Obiektów informacji oraz dokumentacji zdjęciowej niezbędnej do stworzenia materiałów informacyjnych o szlaku.

4.2. Opracowania zasad wykorzystywania identyfikacji graficznej szlaku w materiałach drukowanych oraz na stronach internetowych Stron oraz przekazania wszystkich niezbędnych materiałów i informacji.

4.3. Dostarczenia promocyjnych materiałów drukowanych do przedstawicieli Stron, zgodnie z deklaracjami o nakładach druków dystrybuowanych przez Strony.

4.4. Dostarczenia tablicy informacyjnej o szlaku do Obiektu.

5. Kompleksowych działań promocyjnych związanych z docieraniem do grup odbiorców szlaku, środowisk branżowych i lokalnych, reprezentowania szlaku na zewnątrz.

6.1. Promocji szlaku w intrenecie:

6.1.1. Aktywność w mediach społecznościowych.

6.1.2. Administracji i aktualizacji strony internetowej / aplikacji na urządzenia mobilne.

6.2. Direct mailing – nawiązanie kontaktu z mediami w celu promocji i informacji o szlaku.

6.3. Realizacji działań promocyjnych:

6.3.1. Koordynacji i realizacji wydarzenia Przedpremiera szlaku – III kw. 2014.

6.3.2. Włączenia koncepcji szlaku w plan wizerunkowy Bydgoszczy.

6.3.3. Promocji szlaku na terenie Bydgoszczy poprzez system tablic – odsyłaczy - nawiązanie współpracy z podmiotami zaangażowanymi w zadanie, opracowanie koncepcji i realizacja zadania.

6.3.4. Przygotowanie i złożenie wniosku aplikacyjnego dotyczącego włączenia szlaku do ERIH.

6.4. Nawiązania współpracy z:

6.4.1. Podmiotami / obiektami TOWARZYSZĄCYMI oraz z kategorii OTOCZENIA w celu promocji szlaku oraz punktowego zaangażowania ich w działania szlaku.

6.4.2. Touroperatorami w celu włączenia zwiedzania szlaku w program wycieczek zorganizowanych.

6.4.3. Mediami w celu promocji szlaku.

6.4.4. Środowiskami lokalnymi związanymi z dziedzictwem przemysłowym Bydgoszczy w celu włączenia ich w punktowe działania na szlaku.

6.4.5. Środowiskiem akademickim (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy, Wyższa Szkoła Gospodarki) w celu zaangażowania ich w działania szlaku.

6.4.6. Przedstawicielami innych szlaków w celu promocji i wymiany doświadczeń.

6.5. Stworzenia oferty zwiedzania szlaku przez grupy zorganizowane.

6.6. Organizacji wydarzeń promujących szlak:

6.6.1. Konkursu dla nauczycieli - nawiązanie współpracy z Kujawsko-Pomorskim Centrum Edukacji Nauczycieli w Bydgoszczy i realizacja konkursu.

6.6.2. Konferencji naukowej w Bydgoszczy poświęconej ochronie i promocji dziedzictwa przemysłowego – konsultacja programu, koordynacja realizacji wydarzenia, współfinansowanie i wsparcie organizacyjne oraz promocja.

6.6.3. Nagroda Petersona. Opracowanie zasad przyznania nagrody, organizacja posiedzenia kapituły nagrody.

6.6.4. Udziału w konferencjach branżowych – reprezentacja szlaku i promocja.

6.7. Organizacji, realizacji i sfinansowania szkoleń dla podmiotów zewnętrznych:

6.7.1. Szkolenie dla bydgoskich instytucji, organizacji oraz firm.

6.7.2. Szkolenie dla pracowników kadr bydgoskich firm.

6.7.3. Szkolenie dla środowisk opiniotwórczych, urzędników oraz hotelarzy z Torunia.

7. Koordynacji oraz współfinansowanie tworzenia oferty edukacyjno-animacyjnej w Obiektach.

8. Opracowania i monitoringu standardów udostępniania obiektów, oferty stałej, obsługi klienta.

8.1. Monitoring standardów udostępniania Obiektów, oferty stałej i obsługi klienta zgodnie z zasadami – przeprowadzany raz na 3 miesiące.

8.2. Aktualizacja danych dotyczących standardów we wszystkich materiałach o szlaku.

7. **Opracowania harmonogramu wydarzeń wraz z propozycjami częściowego sfinansowania wydarzeń.**

8.1. Premiera szlaku – II kw. 2015

8.2. Dni Otwarte Szlaku – II kw. 2015

8.3. Program Ster na Bydgoszcz – II kw. 2015

9. **Realizacji całości działań związanych z administracją, obsługą prawną, zasadami finansowania szlaku, zarówno w aspekcie oferty stałej jak i wydarzeniowej szlaku.**

10. **Prowadzenia działań ewaluacyjnych szlaku.**

10.1. Opracowania i wdrożenia, w porozumieniu z Obiektami, metod i zakresu monitoringu ruchu turystycznego (odbiorców) szlaku, którego celem jest gromadzenia informacji na potrzeby ewaluacji, sprawozdawczości, rozwoju promocji i komunikacji.

10.2. Koordynacja zlecenia zewnętrznego: ewaluacja wdrożenia projektu (min. po 1,5 roku funkcjonowania szlaku)

10.3. Przeprowadzenie audytu po 2 latach funkcjonowania szlaku.

12. Współpracy z przedstawicielem wsparcia merytorycznego przy realizacji działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i obiektów na szlaku.

13. Współpracy z przedstawicielem wsparcia wydarzeniowego przy realizacji działań na szlaku.

Aneks nr 3. Szczegółowy opis zobowiązań wsparcia merytorycznego

Wsparcie merytoryczne zobowiązuje się do:

1. **Stałej komunikacji z Koordynatorem w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.**
    - 1.1. Dostarczenia przez Wsparcie merytoryczne pakietu danych związanych z kontaktami i obiegiem informacji w instytucji zarządzającej obiektem.
    - 1.2. Udziału w spotkaniach roboczych organizowanych przez Koordynatora.
    - 1.3. Udziału w szkoleniach organizowanych przez Koordynatora.
2. **Konsultacji propozycji zasad współfinansowania działań i wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.**
3. **Współpracy przy realizacji działań informacyjnych i promocyjnych o szlaku.**
    - 3.1. Przygotowania i udostępniania Koordynatorowi informacji (opis podmiotu, informacje teleadresowe), niezbędnej do stworzenia materiałów informacyjnych o szlaku.
    - 3.2. Konsultacji zawartości merytorycznej materiałów informacyjnych (przewodnik, ulotki obiektów, przewodniczek dla dzieci) oraz dystrybucji tych materiałów po dostarczeniu ich przez Koordynatora, zgodnie z deklaracjami o nakładach druku.
    - 3.3. Konsultacji zawartości merytorycznej strony internetowej / aplikacji na urządzenia mobilne oraz przekazywania do Koordynatora bieżących informacji o zmianach w celu aktualizacji.
    - 3.4. Uwzględniania identyfikacji graficznej szlaku w:
        - 3.4.1. Materiałach drukowanych związanych / nie związanych z tematem przewodnim szlaku (zgodnie z zasadami).
        - 3.4.2. Stronie internetowej Wsparcia merytorycznego oraz podstronie informacyjnej o szlaku na stronie internetowej wsparcia merytorycznego (zgodnie z zasadami).
        - 3.4.3. Dystrybucji, dostarczonych przez Koordynatora, materiałów o szlaku wśród grup interesariuszy.
4. **Współpracy z Obiektami przy realizacji działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i obiektów na szlaku.**
5. **Współpracy z przedstawicielem Wsparcia wydarzeniowego przy realizacji działań na szlaku.**
6. **Współpracy z Koordynatorem przy działaniach promocyjnych:**
    - 6.1. Gra planszowa – konsultacja merytoryczna elementów gry.
    - 6.2. Konkurs dla nauczycieli – opieka merytoryczna nad konkursem.
    - 6.3. Konferencja naukowa
        - 6.3.1. Opracowanie zagadnień konferencji.

6.3.2. Wybór prelegentów.

6.3.3. Konsultacja i opieka naukowa.

6.3.4. Kontakty z uczestnikami.

6.4. Nawiązanie współpracy ze środowiskami lokalnymi związanymi z dziedzictwem przemysłowym Bydgoszczy w celu włączenia ich w punktowe działania na szlaku.

7. Współpracy z Koordynatorem przy działaniach związanych z zawartością merytoryczną szlaku:

7.1. Konsultacji merytorycznej materiałów powstających w ramach tworzenia wystaw i prezentacji w Obiektach.

7.2. Konsultacji merytorycznej działań edukacyjno-animacyjnych w Obiektach.

Aneks nr 4. Szczegółowy opis zobowiązań wsparcia wydarzeniowego

Wsparcie wydarzeniowe zobowiązuje się do:

1. **Stałej komunikacji z Koordynatorem w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.**

    1.4. Dostarczenia przez Wsparcie wydarzeniowe pakietu danych związanych z kontaktami i obiegiem informacji w instytucji zarządzającej obiektem.

    1.5. Udziału w spotkaniach roboczych organizowanych przez Koordynatora.

    1.6. Udziału w szkoleniach organizowanych przez Koordynatora.

2. **Konsultacji propozycji zasad współfinansowania działań i wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.**

3. **Współpracy przy realizacji działań informacyjnych i promocyjnych o szlaku.**

    3.5. Przygotowania i udostępniania Koordynatorowi informacji (opis podmiotu, informacje teleadresowe), niezbędnej do stworzenia materiałów informacyjnych o szlaku.

    3.6. Konsultacji materiałów informacyjnych (przewodnik, ulotki obiektów, przewodniczek dla dzieci) oraz dystrybucji tych materiałów po dostarczeniu ich przez Koordynatora, zgodnie z deklaracjami o nakładach druku.

    3.7. Konsultacji strony internetowej / aplikacji na urządzenia mobilne oraz przekazywania do Koordynatora bieżących informacji o zmianach w celu aktualizacji.

    3.8. Uwzględniania identyfikacji graficznej szlaku w:

        3.8.1. Materiałach drukowanych związanych / nie związanych z tematem przewodnim szlaku (zgodnie z zasadami).

        3.8.2. Stronie internetowej Wsparcia wydarzeniowego oraz podstronie informacyjnej o szlaku na stronie internetowej Wsparcia wydarzeniowego (zgodnie z zasadami).

        3.8.3. Dystrybucji, dostarczonych przez Koordynatora, materiałów o szlaku wśród grup interesariuszy.

4. **Współpracy z przedstawicielem wsparcia merytorycznego przy realizacji działań na szlaku.**

5. **Współpracy z Koordynatorem i Obiektami w sprawach związanych z organizacją wydarzeń i działań promocyjnych na szlaku oraz realizacji wydarzeń:**

    6.1. Wydarzeń skierowanych do szerokiej publiczności:

        6.1.1. Premiera szlaku – II kw. 2015 – realizacja wydarzenia.

        6.1.2. Dni Otwarte Szlaku – II kw. 2015 – realizacja wydarzenia.

        6.1.3. Program Ster na Bydgoszcz – II kw. 2015 – realizacja wydarzenia.

    6.2. Wydarzeń promujących szlak:

6.2.1. Study tour dla touroperatorów.
6.2.2. Press tour po szlaku dla przedstawicieli mediów.
6.2.3. Konferencji naukowej w Bydgoszczy.
6.2.4. Nagroda Petersona – organizacja gali wręczenia nagrody.

Aneks nr 5. Szczegółowy opis zobowiązań obiektu (głównego i uzupełniającego)

Obiekt zobowiązuje się do:

1. **Stałej komunikacji z Koordynatorem w sprawach dotyczących funkcjonowania i działań na szlaku.**
    - 1.1. Dostarczenia przez Obiekt pakietu danych związanych z kontaktami i obiegiem informacji w instytucji zarządzającej obiektem.
    - 1.2. Udziału w spotkaniach roboczych organizowanych przez Koordynatora.
    - 1.3. Udziału w szkoleniach organizowanych przez Koordynatora.
2. **Konsultacji propozycji zasad współfinansowania działań i wydarzeń realizowanych w ramach szlaku.**
3. **Współpracy przy realizacji działań informacyjnych i promocyjnych o szlaku.**
    - 3.1. Przygotowania i udostępniania Koordynatorowi informacji (opis obiektu, informacje teleadresowe) oraz dokumentacji zdjęciowej obiektu (w tym fotografii archiwalnych), niezbędnej do stworzenia materiałów informacyjnych o szlaku.
    - 3.2. Konsultacji zawartości materiałów informacyjnych (przewodnik, ulotki obiektów, przewodniczek dla dzieci) oraz dystrybucji tych materiałów po dostarczeniu ich przez Koordynatora, zgodnie z deklaracjami o nakładach druku.
    - 3.3. Konsultacji zawartości strony internetowej / aplikacji na urządzenia mobilne oraz przekazywania do Koordynatora bieżących informacji o zmianach w celu aktualizacji.
    - 3.4. Zamieszczenia, przekazanej przez Koordynatora, tablicy informacyjnej o szlaku przy Obiekcie (pozyskania wszystkich koniecznych zezwoleń) i dbania o nią.
    - 3.5. Uwzględniania identyfikacji graficznej szlaku w:
        - 3.5.1. Materiałach drukowanych związanych / nie związanych z tematem przewodnim szlaku (zgodnie z zasadami).
        - 3.5.2. Stronie internetowej Obiektu oraz podstronie informacyjnej o szlaku na stronie internetowej Obiektu (zgodnie z zasadami).
    - 3.6. Dystrybucji, dostarczonych przez Koordynatora, materiałów o szlaku wśród grup interesariuszy.
    - 3.7. Prezentacja oferty wybranych Obiektów w ramach szkoleń dla podmiotów zewnętrznych.
    - 3.8. Konsultacji oferty dla grup zorganizowanych przygotowanej przez Koordynatora.
4. **Współorganizacji wydarzeń poprzez udostępnienie obiektu i zapewnienie oferty specjalnej, dostosowanej do grupy odbiorców.**

4.1. Przedpremiera szlaku – III kw. 2014

4.2. Premiera szlaku – II kw. 2015

4.3. Dni Otwarte Szlaku – II kw. 2015

4.4. Program Ster na Bydgoszcz – II kw. 2015

4.5. Study tour dla touroperatorów.

4.6. Press tour po szlaku dla przedstawicieli mediów.

4.7. Konferencji naukowej w Bydgoszczy.

5. Modyfikacji / zmiany oferty stałej oraz obsługi klienta w przeciągu 6 miesięcy od podpisania umowy, tak aby były zgodne ze ustalonymi standardami. Obiekt zobowiązuje się do przestrzegania standardów dotyczących oferty stałej, obsługi klienta oraz informowania Koordynatora o zmianach w tym zakresie:

OBIEKTY GŁÓWNE:

5.1. **STANDARDY OFERTY STAŁEJ[21]:**

5.1.1. oferta wiąże się z tematyką przewodnią szlaku[22],

5.1.2. oferta kierowana jest do przynajmniej jednej z grup docelowych szlaku[23],

5.1.3. oferta realizowana jest w systemie ciągłym – bez konieczności wcześniejszej rezerwacji (dla odbiorców indywidualnych / grup zorganizowanych),

5.1.4. oferta zapewnia udział w działaniach edukacyjno-animacyjnych[24],

5.1.5. oferta zapewnia możliwość zwiedzania ekspozycji o spójnej narracji[25].

5.2. **STANDARDY UDOSTĘPNIANIA OBIEKTU:**

5.2.1. obiekt jest w pełni dostępny dla zwiedzających w ustalonym wcześniej zakresie (dni i godziny),

5.2.2. obiekt jest dostępny przynajmniej raz w tygodniu do godz. 18.00 oraz przynajmniej w jeden dzień weekendu,

5.2.3. obiekt posiada infrastrukturę turystyczną:

5.2.3.1. możliwość zaparkowania przy obiekcie (parkingi płatne / bezpłatne, dla samochodów osobowych / autokarów),

[21] Oferta stała –to ciągłe działania prowadzone w obiekcie, niezależne od działań wydarzeniowych, okazjonalnych.
[22] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.3]
[23] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Diagnoza* [6.2.]
[24] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.4.]
[25] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.7.3.5.]

5.2.3.2. możliwość skorzystania z gastronomii / sklepików z pamiątkami (lub polecane usługi),

5.2.3.3. udogodnienia dla osób z dziećmi / osób starszych / osób niepełnosprawnych: http://www.obserwatoriumkultury.pl/files/2011-02-21/go_niepenosprawny_w_muzeumraport.pdf (jeśli infrastruktura i charakter ekspozycji / obiektu na to pozwala).

5.3. **STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA:**

5.3.1. obiekt posiada własną stronę internetową, na której znajduje się informacja w jaki sposób można skontaktować się z obiektem (telefon, e-mail),

5.3.2. w obiekcie dostępna jest usługa przewodnicka realizowana w systemie ciągłym (dodatkowym atutem jest usługa przewodnicka w językach obcych).

OBIEKTY UZUPEŁNIAJĄCE

5.4. **STANDARDY OFERTY STAŁEJ[26]:**

5.4.1. oferta wiąże się z tematyką przewodnią szlaku[27],

5.4.2. oferta kierowana jest do przynajmniej jednej z grup docelowych szlaku[28],

5.4.3. oferta realizowana w określonym czasie lub jest w systemie na życzenie (po wcześniejszej rezerwacji).

5.5. **STANDARDY UDOSTĘPNIANIA OBIEKTU:**

5.5.1. obiekt ma ustalone godziny i dni stałej dostępności i przekazuje je koordynatorowi oraz zamieszcza na swoich stronach internetowych,

5.5.2. obiekt posiada infrastrukturę turystyczną:

5.5.2.1. możliwość zaparkowania przy obiekcie (parkingi płatne / bezpłatne, dla samochodów osobowych / autokarów),

5.6. **STANDARDY OBSŁUGI KLIENTA:**

5.6.1. obiekt posiada własną stronę internetową, na której znajduje się informacja w jaki sposób można skontaktować się z obiektem (telefon, e-mail),

5.6.2. w obiekcie dostępna jest usługa przewodnicka realizowana na zamówienie.

---

[26] Oferta stała – to ciągłe działania prowadzone w obiekcie, niezależne od działań wydarzeniowych, okazjonalnych.

[27] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Plan marketingowy* [2.3]

[28] PATRZ: *Koncepcja zarządzania dziedzictwem poprzez utworzenie szlaku kulturowego o tematyce przemysłowej. Diagnoza* [6.2.]

6. **Współpracy przy działaniach związanych z ofertą i zawartością merytoryczną szlaku.**

    6.1. Współpracy przy tworzeniu, konsultacji i akceptacji materiałów powstających w ramach tworzenia wystaw i prezentacji w Obiektach.

    6.2. Dostarczenie materiałów informacyjnych, konsultacja materiałów niezbędnych do realizacji procesu opracowania treści szlaku w oparciu o linię interpretacyjną.

    6.3. Opracowania i realizacji działań edukacyjno-animacyjnych w Obiektach.

7. **Współpracy z Koordynatorem przy realizacji działań ewaluacyjnych na szlaku**

    7.1. Gromadzenia i przekazywania Koordynatorowi danych o odbiorcach szlaku – zgodnie z wypracowaną procedurą.

    7.2. Współpraca przy realizacji zlecenia zewnętrznego: ewaluacja wdrożenia projektu (min. po 1,5 roku funkcjonowania szlaku)

    7.3. Udział w audycie po 2 latach funkcjonowania szlaku.

8. **Współpracy z przedstawicielem wsparcia merytorycznego przy realizacji działań związanych z konsultacjami merytorycznymi dotyczącymi szlaku i obiektów na szlaku.**

9. **Współpracy z przedstawicielem wsparcia wydarzeniowego przy realizacji działań na szlaku.**

Aneks nr 6. Harmonogram działań

	ETAP I				ETAP II		ETAP III				
	II kw. 2014	III kw. 2014	IV kw. 2014		I kw. 2015		II kw. 2015	III kw. 2015	IV kw. 2015	I kw. 2016	II kw. 2016
ETAP I: INICJOWANIE SZLAKU											
Przedstawiciele											
Zasady komunikacji, procedury reagowania w sytuacjach nadzwyczajnych											
Umowy o współpracy											
Baza zdjęć											
Budżet i zasady finansowania szlaku											
Spotkania robocze											
Szkolenia											
Księga znaku											
Materiały informacyjne oraz ikonograficzne											
Przedpremiera szlaku											
Promocja szlaku realizowana przez partnerów											
Wystawy i prezentacje											
Konferencje branżowe											
ETAP II: PRZYGOTOWANIE SZLAKU											
Budżet i zasady finansowania po zakończeniu projektu SHIFT-X											
Szlak jako miejski produkt turystyki kulturowej											
Treści szlaku w oparciu o linię interpretacyjną											
Promocyjne materiały o szlaku											
Strona internetowa i aplikacja mobilna											
Tablica przy obiekcie, stojaki na rowery											
Tablice - odsyłacze do szlaku											
ETAP III: FUNKCJONOWANIE SZLAKU											
Działania w internecie											
Direct mailing											
Działania promocyjne (stojaki na rowery, produkty szlakowe, spot promocyjny)											
Gra planszowa											
Oferta edukacyjno-animacyjna											
Obiekty i podmioty towarzyszące oraz otoczenie											
Premiera szlaku											

Dni Otwarte Szlaku											
Program Ster na Bydgoszcz											
Konkurs dla nauczycieli											
Monitoring standardów											
Administracja strony internetowej oraz aplikacji mobilnej											
Monitoring ruchu turystycznego											
Szkolenia o szlaku											
Lokalne środowiska związane z dziedzictwem przemysłowym Bydgoszczy											
Środowisko akademickie z Bydgoszczy											
Konferencja naukowa w Bydgoszczy											
Współpraca z przedstawicielami innych szlaków											
Pakiet usług dla grup zorganizowanych											
Questingi											
Study tour dla touroperatorów											
Press tour											
Nagroda Petersona											
Starania o włączenie szlaku do ERIH											

Aneks nr 7. Budżet działań

	jednostkowa kwota brutto	ilość jednostek	jednostka miary	całościowa kwota brutto
KOSZTY ZARZĄDCZE				
Pracownik BCI oddelegowany do obsługi szlaku	3 600	24	miesiąc	86 400
Koszty materiałów realizacyjnych i biurowych	2 000	2	rok	4 000
Koszty połączeń telefonicznych	100	24	miesiąc	2 400
Obsługa prawna	2 000	2	rok	4 000
Obsługa księgowa	2 000	2	rok	4 000
Spotkania	200	12	spotkań	2 400
Szkolenia	1 500	4	szkolenia	6 000
Delegacje	300	24	miesiące	7 200
KOSZTY MERYTORYCZNE				
Zespół interpretacyjny - prace	5 000	3	miesiące	15 000
Koncepcje wystaw i prezentacji	40 000	3	prezentacje	120 000
Konferencja naukowa	60 000	1	konferencja	60 000
KOSZTY PRODUKTÓW DODATKOWYCH				
Questingi	3 000	5	sztuka	15 000
Działania edukacyjno-animacyjne	1 500	10	sztuka	15 000
Gry terenowe	4 000	3	sztuka	12 000
KOSZTY PROMOCJI				
Księga znaku	20 000	1	sztuka	20 000
Strona www szlaku	30 000	1	sztuka	30 000
Aplikacja mobilna	25 000	1	sztuka	25 000
Działania w internecie	30 000	2	rok	60 000
Promocyjne materiały drukowane	100 000	1	zestaw	100 000
Baza zdjęć	20 000	1	baza	20 000
Tablice z opisami obiektów	45 000	1	zestaw	45 000
Tablice - odsyłacze do szlaku	30 000	1	zestaw	30 000
Stojaki na rowery	2 500	20	stojak	50 000
Produkty szlakowe dostępne w obiektach	30 000	2	rok	60 000
Spot reklamowy szlaku	50 000	1	sztuka	50 000
KOSZTY AKCJI I KAMPANII PROMOCYJNYCH				
Przedpremiera szlaku (organziacja i promocja)	85 000	1	wydarzenie	85 000
Premiera szlaku (organizacja i promocja)	160 000	1	wydarzenie	160 000
Dni Otwarte Szlaku (organizacja i promocja)	50 000	1	wydarzenie	50 000
Program szlakowy podczas Steru na Bydgoszcz	40 000	2	wydarzenie	80 000
Direct mailing	150	100	pakiet	15 000
Konkurs dla nauczycieli	50 000	1	wydarzenie	50 000
Study tour dla touroperatorów	20 000	1	wydarzenie	20 000
Szkolenie dla bydgoskich instytucji, organizacji	400	100	osób	40 000
Szkolenie dla pracowników kadr bydgoskich firm	333	30	osób	9 990
Szkolenie dla środowisk opiniotwórczych z Torunia	500	20	osób	10 000
Press tour	20 000	1	wydarzenie	20 000
Udział w konferencjach branżowych	2 000	5	wydarzenie	10 000
Gra planszowa	80 000	1	prototyp	80 000
Nagroda Petersona	50 000	2	rok	100 000
Szkolenie z zarządzania treścią	6 000	8	wydarzenie	48 000
Starania o włączenie szlaku do ERIH	10 000	1	rok	10 000
Ewaluacja	40 000	1	badanie	40 000
				1 671 390