

## Metryczka Szlaku Kulinarnego

<b>Nazwa szlaku</b>	<b>Kujawsko-Pomorski Gęsinowy Szlak Kulinarny</b>			
<b>strona www szlaku</b>	<b>www.czasnagesine.pl</b>			
<b>Koordynator szlaku</b>	<b>Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna</b>			
<b>Dane kontaktowe koordynatora</b>	<b>Osoba do kontaktu</b>	Karolina Drużyńska	<b>Adres</b>	Wełniany Rynek 5/8, 85-036 Bydgoszcz
	<b>Numer Telefonu</b>	52-3767019	<b>e-mail</b>	biuro@k-pot.pl
<b>Jaka idea legła u podstaw powstania szlaku?</b>	<p>Podtrzymanie staropolskiej tradycji spożywania gęsiny, która dawniej królowała na naszych stołach. Na Kujawach i Pomorzu zajmowała poczesne miejsce i była przyrządzana na wiele sposobów. Doskonale wpisuje się też w ideę zdrowego odżywiania – gęsina z Kołudy słynie bowiem z wyjątkowych wartości odżywczych.</p>			
<b>Opis szlaku</b>	<p><b>Kujawsko-Pomorski Szlak Gęsinowy</b> to prawdziwa kulinarna opowieść o najlepszych tradycyjnych smakach naszego regionu. W karczmach Chełmna, Pawłówka, Ślesina i Bystawia, gotyckich kamienicach Torunia i secesyjnych – Bydgoszczy, w dawnym młynie i wytwornym Pałacu Bursztynowym we Włocławku, w stylowych browarach - z kunsztem odtwarza się tajemnice staropolskich receptur. Biała gęś kołudzka, bohaterka naszej kulinarnej opowieści, stanowi też dla szefów kuchni niezwykłą inspirację, dzięki czemu wciąż powstają nowe, pełne finezji, dania kuchni fusion.</p> <p>Serdecznie zapraszamy do odwiedzenia Kujaw, Ziemi Dobrzyńskiej, Pałuk, Krajny, Kociewia i Ziemi Chełmińskiej. Można tu nie tylko delektować się smakiem najlepszej gęsiny, ale też przekonać się jak doskonale komponuje się z innymi lokalnymi przysmakami – miodami i jabłkami z Doliny Dolnej Wisły, grzybami i owocami lasu z Borów Tucholskich, z bydgoskim i toruńskim piwem. Ruszaj w kujawsko-pomorskie. Nadszedł czas na gęsinę!</p>			
<b>Co jest wyróżnikiem szlaku? (główne atrakcje, stałe wydarzenia – kalendarium)</b>	<p>Do Kujawsko-Pomorskiego Szlaku Gęsinowego włączone zostały najlepsze restauracje z regionu. Wiele z nich to miejsca zabytkowe, o ciekawej historii – hołdujące nie tylko najlepszym tradycjom Kuchni Polskiej, ale też mocno związane z dziejami miejsc, w których się znajdują.</p>			

	Główne wydarzenie w gęsinowym kalendarzu to „Gęsina na świętego Marcina” organizowane w Przysieku pod Toruniem oraz w Hotelu „Pod Orłem” w Bydgoszczy – podczas Obchodów Święta Niepodległości, 11 listopada.		
Jaką kuchnię promuje szlak (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)	Regionalną	TAK	
	Polską	TAK	
	Międzynarodową	-	
	Tradycyjną	TAK	
	Związaną z danym produktem, jakim?	Gęsina	
	Inną, jaką?	-	
Kiedy powstał szlak? (proszę podać datę)	Listopad 2013		
Kto był pomysłodawcą szlaku?	Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna		
<b>ZARZĄDZANIE SZLAKIEM I JEGO PROMOCJA</b>			
Jaki jest model zarządzania szlakiem?	Zewnętrzny (koordynatorem jest zewnętrzna instytucja, która nie współtworzy szlaku)	Wewnętrzny (koordynatorem jest jeden z członków szlaku)	Inny, jaki?
			K-POT
Kto jest głównym decydem?	Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna		
Jaki jest roczny			

<b>budżet</b>					
<b>Kto dysponuje budżetem?</b>	<b>Koordinator</b>		<b>Członkowie szlaku</b>		<b>Inne rozwiązanie, jakie?</b>
<b>Na co budżet jest rozdysponowywany?</b>	<b>Działania marketingowe (jakie)</b>		<b>Infrastruktura, szkolenia (jakie)</b>		<b>Inne, jakie?</b>
	<p><b>W I-szym etapie</b> głównie materiały poligraficzne: ulotki, mapki szlaku, plakaty, foldery, eventy inauguracyjne szlak w regionie.</p> <p><b>Obecnie:</b> Public Relations i Media Relations oraz eventy.</p>		<p>Projekt został tematycznie skorelowany z innym realizowanym przez K-POT: <b>Akademią Kucharza Regionu</b>. W ramach tego projektu dania z gęsiny stanowiły jeden z głównych tematów szkoleniowych dla kucharzy z regionu.</p>		
<b>Jakie działania marketingowe są podejmowane?</b>	<b>Strona www</b>	<b>Portale społ.</b>	<b>Udział w targach</b>	<b>Wydawnictwa</b>	<b>Inne, jakie?</b>
	tak	tak	tak	tak	
<b>Czy szlak jest rozwijany w oparciu o strategię, program, plan rozwoju?</b>	<p><b>W I-szym etapie w oparciu o projekt (realizowany ze środków MSiT) w ramach którego powstały określone standardy i procedury. Obecnie plany rozwoju będą wpisane do działań strategicznych K-POT.</b></p>				
<b>Jeśli tak, kto opracowuje taki plan?</b>			<b>Jeśli nie, kto podejmuje decyzje o działaniach promujących czy rozwijających szlak?</b>		
<p><b>Biuro Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej</b></p>			-		

## CZŁONKOWIE SZLAKU

<b>Ilu jest członków szlaku?</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Restauracja Weranda w Hotelu Bohema , Bydgoszcz</li> <li>2. Restauracja 1921 w Hotelu Pod Orłem, Bydgoszcz</li> <li>3. Restauracja Za piecem, Bydgoszcz ,</li> <li>4. Regionalna Warzelnia Piwa, Bydgoszcz</li> <li>5. Restauracja w Hotelu Filmar, Toruń</li> <li>6. Restauracja w Hotelu 1231, Toruń</li> <li>7. Restauracja w Hotelu Heban, Toruń</li> <li>8. Jan Olbracht Browar Staromiejski, Toruń</li> <li>9. Restauracja Sfera by Sebastian Krauzowicz w Hotelu Copernicus, Toruń</li> <li>10. Restauracja Ostromecka, Ostromecko</li> <li>11. Restauracja Gęsia Dolina, Ślesin</li> <li>12. Karczma Rzym, Pawłówek</li> <li>13. Karczma Borowiacka, Bysław</li> <li>14. Restauracja w Vistula Hotel, Świecie</li> <li>15. Karczma Chełmińska, Chełmno</li> <li>16. Restauracja w Hotelu Młyn&amp;SPA, Włocławek</li> <li>17. Restauracja w Pałacu Bursztynowym, Włocławek</li> </ol>	
<b>Kto jest członkiem szlaku?</b> <i>(można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</i>	<b>Ilość</b>	
<b>Restauracje i inne lokale gastronomiczne</b>	<b>tak</b>	
<b>Producenci i wytwórcy produktów</b>	-	
<b>Atrakcje turystyczne</b>	-	
<b>Inne, jakie?</b>	-	
<b>Inne, jakie?</b>	-	
<b>Inne, jakie?</b>	-	
<b>Czy udział w szlaku jest sformalizowany?</b>	<b>tak</b>	
<b>Jeśli tak, w oparciu o jaki dokument (umowa,</b>		

<b>deklaracje uczestnictwa, porozumienie o współpracy, inny- jaki?)</b>	<b>deklaracje przystąpienia</b>
<b>Czy udział w szlaku jest płatny?</b>	<b>nie</b>
<b>Czy istnieje forma certyfikacji, sprawdzania jakości usług/produktów członków, którzy chcą wstąpić na szlak?</b>	<b>tak</b>
<b>Jeśli tak, kto ustala te normy?</b>	<b>K-POT</b>
<b>Czy normy te są sformalizowane, czy uznaniowe?</b>	<b>sformalizowane</b>
<b>Jeśli sformalizowane, to w oparciu o jaki dokument przeprowadzana jest certyfikacja? (karty certyfikacyjne, ankiety, wywiady, wizyty, audyty)</b>	<b>Ankiety – przed przystąpieniem, karta oceny, audyty</b>
<b>DOSTĘPNOŚĆ SZLAKU ( stopień komercjalizacji)</b>	
<b>Czy szlak posiada gotową ofertę turystyczną z ceną do zakupienia przez klienta ? <i>(prosimy dołączyć)</i></b>	<b>nie</b>
<b>Czy oferta jest całoroczna czy sezonowa (terminy) ?</b>	<b>W przypadku niektórych obiektów – całoroczna, innych - sezonowa</b>
<b>Gdzie można tę ofertę zakupić? <i>(można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</i></b>	<b>W miejscu świadczenia</b>
<b>Biuro Turystyczne</b>	-
<b>Organizacja lokalna?</b>	-
<b>Inny podmiot ?</b>	-
<b>Sprzedaż przez Internet ?</b>	-

Inny sposób sprzedaży, jaki?	-
Czy oferta jest dostępna tylko na zamówienie ?	nie
Czy oferta jest dostępna dla grup (jeśli tak min. czy max. liczba osób w grupie jednorazowo) ?	tak
Czy jest dostępna dla turystów indywidualnych	tak
Jeżeli tak, to na jakich warunkach można ją zamówić/ zakupić ?	Bezpośrednio w miejscu świadczenia
Jaka jest wielkość sprzedaży (ilość osób/rok, miesiąc, sezon) ?	
Jakie kroki są podejmowane w kierunku komercjalizacji szlaku ?	Szlak z założenia jest komercyjny – z punktu widzenia gestorów, ale nie w kontekście sprzedaży sieciowej