



## **KORZYŚCI DLA REGIONÓW PILOTAŻOWYCH (uczestników projektu) ZE WSPÓŁPRACY w PROJEKCIE „BASCIL”**

1) 5-10 lokalnych producentów żywności z regionu województwa lubuskiego może zaprojektować (zaktualizować) atrakcyjne usługi lub oferty turystyki kulinarnej przy osobistym wsparciu konsultanta ds. turystyki i zespołu projektowego poprzez:

- » analizę aktualnej sytuacji i zasobów turystyki kulinarnej
- identyfikacja potencjalnych grup klientów, jaką usługę można im zaoferować
- jakie usługi/oferty turystyki kulinarnej mają największy potencjał dla firmy w oparciu o dostępne zasoby i wartość dla potencjalnych klientów.

(wrzesień-październik 2023)

2) Producenci zapraszani są na hackathon (rodzaj innowacyjnego spotkania warsztatowego) turystyki kulinarnej, podczas którego wraz z zespołem projektowym opracują pomysły we współpracy z ekspertami kulinarnymi i turystycznymi, lokalnymi interesariuszami oraz zespołem projektowym. Do końca realizacji projektu firma-producent lokalny będzie miał nową lub zaktualizowaną koncepcję usługi/oferty turystyki kulinarnej - czym jest usługa, do jakich klientów jest kierowana i jak do tych klientów można dotrzeć.

(październik-listopad 2023)

3) Po hackathonie zostanie zorganizowane seminarium rozwoju produktu, na którym firmy przedstawią i omówią plan działania z konsultantami i ekspertami: jakie kroki należy podjąć, aby uruchomić nową/zaktualizowaną usługę w 2024 roku.

(listopad-grudzień 2023)

4) Producentów zapraszamy na 2-3 praktyczne seminaria/szkolenia o określonej tematyce, np.: organizacja atrakcyjnego wydarzenia kulinarnego, organizacja warsztatów kulinarnych, degustacji i wycieczek, marketing internetowy itp. Tematyka spotkań zostanie uzgodniona z przedstawicielami regionu pilotażowego w zależności od tego, co jest najbardziej istotne i niezbędne dla firm.

(listopad 2023-kwiecień 2024)

5) Oczekuje się, że producenci uruchomią i przetestują nową/zaktualizowaną usługę lub ofertę turystyki kulinarnej w 2024 r. wiosną, latem lub jesienią w zależności od zawartości usługi i grupy klientów. W okresie testowym udzielane będą porady i wsparcie zespołu projektowego.

6) Dla regionu/sieci pilotażowej zostanie zaprojektowana (lub udoskonalona) atrakcyjna oferta turystyki kulinarnej/trasa we współpracy z konsultantami ds. marketingu turystycznego, zespołem projektowym i ekspertami - inspiracjami, m.in. strategia marketingowa. Lokalni producenci żywności mogą aktywnie uczestniczyć w tym procesie, ponieważ to oni są głównymi beneficjentami prac projektowych - będą bardziej widoczni na rynku turystycznym, przyciągną więcej turystów odwiedzających region itp.

(czerwiec-listopad 2024)

7) W celu pilotowania strategii marketingowej zostaną zaprojektowane atrakcyjne narzędzia marketingowe, zarówno online, papierowe itp., zgodnie z planem strategii projektu (zdjęcia, filmy do internetu i mediów społecznościowych itp.).

(wrzesień-grudzień 2024)

8) Zorganizowane zostaną 1-2 seminaria praktyczne dotyczące projektowania atrakcyjnej trasy lub wycieczki kulinarnej oraz skutecznego i atrakcyjnego marketingu regionu, jako destynacji-kierunku turystyki kulinarnej. Pomysły i tematy z tym związane będą uzgadniane we współpracy z regionem pilotażowym zgodnie z rzeczywistymi potrzebami.

(listopad 2024-marzec 2025)

9) Celem wymiany doświadczeń zostanie zorganizowany 1-2 dniowy wyjazd studyjny dla przedstawicieli regionów/sieci pilotażowych do innego regionu, aby zaprezentować dobre praktyki w rozwoju i marketingu turystyki kulinarnej.

(listopad 2024-marzec 2025)

10) Nowa lub zaktualizowana oferta turystyki kulinarnej - trasa kulinarna, gastro tour lub podobna - zostanie uruchomiona wiosną/latem 2025.

11) Przedstawiciele regionów/sieci pilotażowych mogą uczestniczyć w ponadnarodowej sieci organizacji turystyki kulinarnej/wiejskiej, brać aktywny udział w projektowaniu i pilotowaniu modelu biznesowego turystyki kulinarnej dla lokalnych producentów/sieci żywności i odwiedzać inne regiony wokół Morza Bałtyckiego.

Przedstawiciele regionów pilotażowych mogą wziąć udział w około 5 wspólnych warsztatach partnerskich w różnych krajach.

**W rezultacie działań projektowych lokalne firmy i sieci spożywcze z regionu pilotażowego, mają możliwość dywersyfikacji własnej oferty biznesowej, aby przyciągnąć więcej klientów i zwiększyć swoje dochody.**