

Nr 19 2020 ISSN 2081-4909

Egzemplarz bezpłatny



Kochaj Lubuskie

www.lotur.eu

Odkrywamy nieznaną i polecamy lubiane – Magazyn Turystyczny

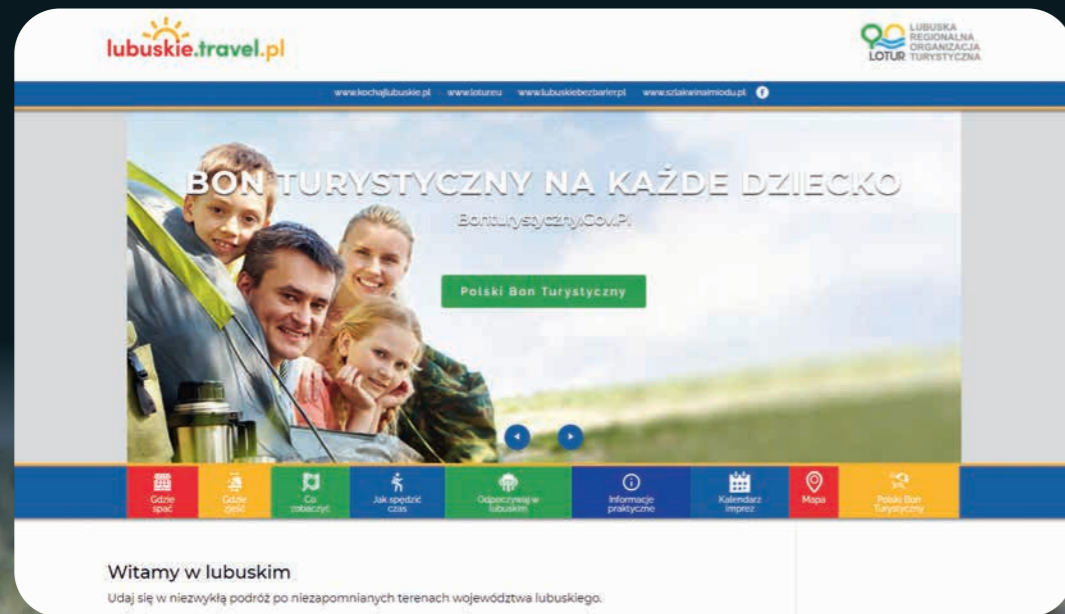
WYDANIE SPECJALNE II

Polski Bon Turystyczny

Czas pandemii

**Lubuskie a Turystyczne
Mistrzostwa Blogerów**

portal turystyczny
www.lubuskie.travel



odwiedź stronę, napisz
wiadomość, wrzuć zdjęcie

zapraszamy do współpracy



Od wydawcy i redakcji

Drodzy Czytelnicy „Kochaj Lubuskie”!

Kiedy zbieraliśmy materiały do poprzedniego wydania specjalnego naszego magazynu Kochaj Lubuskie, tematem przewodnim była pandemia COVID-19 w kontekście jej wpływu na branżę turystyczną. Niestety, obecnie mamy do czynienia z sytuacją tak dramatyczną, że jeszcze kilka miesięcy temu, trudno nam było sobie wyobrazić taki scenariusz. Turystyka, używając terminologii bokserskiej, otrzymała serię ciężkich ciosów i znalazła się na deskach ringu, ale podniosła się i nadal walczy...

Dla licznych branż gospodarki wielkimi krokami nadchodzą czasy kryzysu na ogromną skalę. Wielu straciło po prostu nie da się już odrobić nawet jeśli optymistycznie spojrzeć na przyszłość. Czy dotychczasowa tarcza antykryzysowa będzie wystarczająca? Jak turystyka poradzi sobie w dobie pandemii? Jak zmieni się rynek turystyczny kiedy wrócimy do „normalności”? Te pytania zadaje sobie wielu z nas.

Tymczasem różnymi sposobami próbujemy współpracować i działać na rzecz turystyki lubuskiej. Dla Państwa uruchomiliśmy między innymi nowe działy na portalu lubuskie.travel, gdzie promujemy obiekty z naszego województwa, które realizują Polski Bon Turystyczny. Działania promocyjne prowadzimy we współpracy z operatorem bonu, czyli Polską Organizacją Turystyczną oraz z Lubuskim Urzędem Marszałkowskim. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom pracowników branży turystycznej organizujemy 15 grudnia konferencję on-line z zakresu dobrych praktyk w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi, w ramach ogólnopolskiego projektu koordynowanego przez Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych.

Jak co roku włączyliśmy się również do Turystycznych Mistrzostw Polski Blogerów. Tym razem piękno naszego regionu na swoim blogu Polska Po Godzinach opisali – Katarzyna Łaskawiec i Tomasz Sawirski. Jak sami mówią, ich blog powstał „by inspirować do poznawania najciekawszych miejsc w kraju”. Od 5 lat odwiedzają różne zakątki Polski, a tym razem przyjechali do Lubuskiego i opisali słowem i fotografią to, co zobaczyli min. w Rzeczpospolitej Ptasiej, w Parku Narodowym Ujście Warty, w Mierzęcinie, w Wiechlicach, Łagowie, Janowcu. Konkurs na najlepszych blogerów rozstrzygnie się już wkrótce. Życzymy naszym gościom, aby odwiedzono i opisane lubuskie zakamarki przyniosły im zwycięstwo. Trzymamy kciuki i gorliwie oddajemy głosy!

W tym wydaniu prezentujemy między innymi oferty zgłoszone do programu Polski Bon Turystyczny z terenu naszego województwa, informacje o bieżących działaniach w turystyce oraz wybrane oferty członków Lubuskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej oraz oczywiście kolejne tarcze antykryzysowe dla turystyki.

Mamy nadzieję, że jesteście zdrowi, życzymy Wam wiele sił i środków na walkę w tych trudnych czasach.

Jadwiga Błoch
Redaktor Naczelna

www.kochajpolske.pl
Kochaj

Kochaj Lubuskie –
Odkrywamy nieznaną i polecamy lubiane – **Magazyn Turystyczny**

www.lotur.eu –
Magazyn Turystyczny on-line

Wydawca:
Lubuska Regionalna
Organizacja Turystyczna
„LOTUR”

65-057 Zielona Góra
ul. Podgórna 7
e-mail: turystyka@lotur.eu



Redaktor Naczelna:

Jadwiga Błoch, tel. 792 306 555, e-mail: j.bloch@lotur.eu

Redaguje zespół

Foto: archiwum LOTUR, materiały archiwalne samorządów, członków LOTUR, obiektów noclegowych, Jadwiga Błoch, Paweł Błoch, Krzysztof Chmielnik, Karolina Gałązka, Monika Kobel, Bruno Aleksander Kieć, Katarzyna Łaskawiec, Marek Maciantowicz, Tomasz Sawirski, Adam Żyworonek

Skład: Carbo Media Sp. z o.o.

ISSN 2081-4909

Nakład: 2.000 egz. Wydawnictwo dystrybuowane nieodpłatnie.

Redakcja nie zwraca tekstów nie zamówionych i zastrzega sobie prawo redagowania oraz dokonywania skrótów. Redakcja nie odpowiada za treść materiałów reklamowych.

Okładka: Katarzyna Łaskawiec, Tomasz Sawirski

Spis treści

6 Wywiad	
Ponad 25 tys. lubuszan skorzystało już z Bonu Turystycznego	str. 6
Raport Polski Bon Turystyczny na dzień 4.XII.2020	str. 9
6 Czas epidemii	
Epidemie i co dalej???	str. 10
Turystyka w cieniu covidu	str. 12
6 Tarcza antykrzysowa	
Z jakich programów pomocowych będą mogli skorzystać przedsiębiorcy z branży turystycznej	str. 14
6 Bon turystyczny	
Bon turystyczny	str. 18
Oferty niektórych lubuskich przedsiębiorców realizujących Polski Bon Turystyczny	str. 19
6 Atrakcje turystyczne	
Wielki urok niewielkiego parku	str. 26
Niewykorzystane szanse lubuskiej turystyki	str. 29
6 Promocje	
Odpoczywaj w Polsce, odpoczywaj w Lubuskiem, Lubuskie do zwiedzania	str. 32



6 Blogerzy	
Turystyczne Mistrzostwa Blogerów 2020	str. 34
Oto kilka wpisów i zdjęć Kasi i Tomasa	str. 35
6 Prezentacje	
Email marketing w turystyce	str. 40
6 Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna – konferencja	
Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi	str. 42
6 Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna	
Walne Zebranie Sprawozdawcze LOTUR za 2019	str. 44
6 Informacja turystyczna	
Rekomendowany regulamin pracy	str. 46
Informacje turystyczne	str. 47
6 Galeria	
Nowa atrakcja turystyczna w lubuskim MARINA SANTOK	str. 48
Walne Zebranie Członków LOTUR	str. 49
Horoskop	str. 50

Ponad 25 tys. lubuszan skorzystało już z Bonu Turystycznego

rozmowa z Agatą Muchowską

Polski Bon Turystyczny stanowi wsparcie zarówno dla polskich rodzin jak i przedstawicielei krajowej branży turystycznej, która ucierpiała w wyniku epidemii COVID-19. Skorzystało z niego już ponad milion Polaków z czego przeszło 25 tys. stanowią Lubuszanie. Za utworzenie, dostosowanie i utrzymanie infrastruktury informatycznej do obsługi bonu jest odpowiedzialny Zakład Ubezpieczeń Społecznych. O tym jak Polski Bon Turystyczny sprawdza się w praktyce rozmawialiśmy z Agatą Muchowską, regionalnym rzecznikiem prasowym ZUS w woj. lubuskim.

Jadwiga Błoch Jaki wpływ na korzystanie z Polskiego Bonu Turystycznego miała epidemia koronawirusa?

Agata Muchowska Impulsem do stworzenia Polskiego Bonu Turystycznego była pandemia COVID-19, która najbardziej dała się we znaki polskiej branży turystyczno-hotelarskiej. W wyniku epidemii ucierpiały także rodziny, które z powodu utraty pracy bądź redukcji wynagrodzeń nie mogły sobie pozwolić na odpoczynek. Polski Bon Turystyczny miał wynagrodzić straty związane z pandemią, i jak czas pokazał, okazał się sukcesem. W sumie uprawnionych do Bonu Turystycznego jest ponad 4,1 mln. osób, z czego przeszło 105tys. to Lubuszanie. Do tej pory aktywowało go już ponad 1 mln. Polaków, w tym ok. 25 tys. mieszkańców naszego województwa. Do tej pory wykonano transakcji bonem za przeszło 235,5 mln. zł – co oznacza, że kwota ta zasiłowała polską branżę turystyczną.

JB Obecnie z powodu nałożonych obostrzeń korzystanie w bonu turystycznego jest bardzo ograniczone. Co mogą zrobić osoby, które nie zdążyły go wykorzystać w tym roku?

AM Jeżeli ktoś nie zdążył skorzystać z bonu w te wakacje to nic straconego. Można nim bowiem opłacić weekendowe wyjazdy, zimowiska czy wakacyjne pobyty w kolejnych latach. Choć bonem można płacić

do końca marca 2022 r., to nie znaczy, że do tego czasu trzeba skorzystać z noclegu czy imprezy. Można bowiem opłacić bonem rezerwacje na pobyt w późniejszym terminie.

JB Zdarza się, że niektórzy zarezerwowali już i opłacili bonem pobyty w hotelach lub pensjonatach, ale z powodu obostrzeń nie mogą z niego skorzystać. Co zrobić w tej sytuacji, czy bon przepada? Można go zamienić na gotówkę?

AM Jeśli realizacja usługi hotelarskiej lub imprezy turystycznej nie jest możliwa, a została opłacona bonem, podmiot turystyczny który przyjął opłatę powinien zwrócić płatność na rachunek bankowy Polskiej Organizacji Turystycznej. Pieniądze z niewykorzystanego bonu trafią ponownie do beneficjenta. Bon nie podlega wymianie na gotówkę.

JB Jak wygląda zainteresowanie bonem turystycznym wśród Lubuszan? Chętnie korzystają z tego rozwiązania?

AM W naszym województwie uprawnionych do Bonu Turystycznego jest ponad 105 tys. Lubuszan. Aktywowało go już przeszło 25 tys. osób, czyli niemal jedna czwarta uprawnionych. Najczęściej z bonu korzystali mieszkańcy Zielonej Góry i Gorzowa Wlkp., najmniejszym zainteresowaniem bon cieszył się wśród mieszkańców Wschowy, którzy aktywowali niewiele ponad 700 bonów.

JB Kto może skorzystać z bonu turystycznego?

AM Bon w wysokości 500 złotych przyznawany jest na każde dziecko, na które przysługuje dodatek „500+”. Dzieci z orzeczoną niepełnosprawnością dostaną dwa bony w wysokości 500 zł, jednak aby otrzymać drugi, należy złożyć odpowiednie oświadczenie na PUE ZUS. Bonem można płacić za noclegi i imprezy turystyczne na terenie Polski nie tylko w wakacje. Można go wykorzystać na wspólny weekend bądź zimowisko.

JB Jak to wygląda technicznie? Co należy zrobić krok po kroku, żeby zapłacić bonem?

AM Bon można zrealizować jedynie poprzez PUE ZUS. Aby to zrobić nie trzeba składać wniosku. Bon znajdziemy na PUE ZUS w zakładce [Ogólny], w menu bocznym w zakładce [Polski Bon Turystyczny] > [Mój bon]. Przed aktywacją bonu warto sprawdzić, która osoba w rodzinie jest uprawniona do pobierania świadczenia wychowawczego 500+ (tzn. która osoba składała wniosek o 500+). Na PUE ZUS zakładka [Polski Bon Turystyczny] jest widoczna bowiem u tej właśnie osoby. Przy aktywacji trzeba podać swoje dane kontaktowe – adres e-mail i nr telefonu komórkowego. Jest to niezbędne, ponieważ po aktywacji bonu na podany adres mailowy zostanie wysłany kod obsługi płatności, przy użyciu którego będzie można płacić podmiotom turystycznym. Każda płatność będzie potwierdzona jednorazowym kodem autoryzacyjnym wysłanym SMS-em.

JB Za co można płacić bonem? Czy tylko za noclegi czy także za atrakcje turystyczne albo wyżywienie?

AM Za pomocą bonu można dokonać płatności za usługi hotelarskie lub imprezy turystyczne realizowane przez przedsiębiorcę turystycznego lub organizację pożytku publicznego na terenie kraju. Listę podmiotów turystycznych przyjmujących płatność bonem znajdziemy m.in. na stronie pot.gov.pl. Jeśli dany obiekt w ramach noclegu oferuje inne atrakcje a także wyżywienie można z nich korzystać w ramach bonu.

JB Lista podmiotów turystycznych z lubuskiego wraz z ofertą jest także zaprezen-



Agata Muchowska, regionalny rzecznik prasowy ZUS w woj. lubuskim, fot. zielonanews.pl

towana na naszym portalu www.lubuskie.travel. Czy bonem mogą zapłacić tylko i wyłącznie za dziecko czy także za siebie?

AM Bon jest przyznawany na rzecz dziecka, jednak logiczne jest, że dziecko nie może pojechać samo, bez dorosłego opiekuna. Bonem więc można zapłacić za całość rachunku, pod warunkiem, że z pobytu korzysta uprawnione dziecko. Nie można natomiast zapłacić bonem, jeśli planujemy wyjazd bez dziecka.

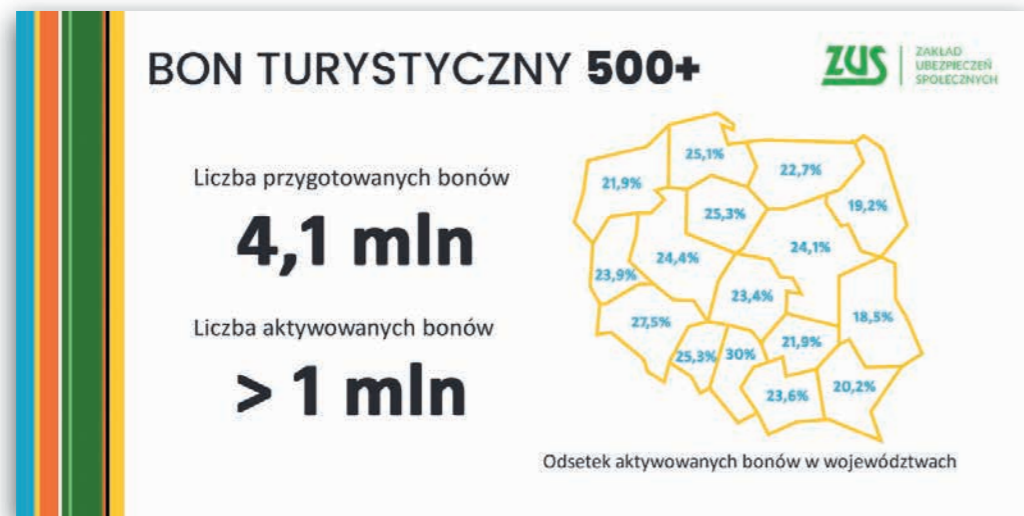
JB Czasami zdarza się, że mimo tego, że ktoś posiada dzieci

nie ma na PUE ZUS zakładki z bonem turystycznym. Co zrobić w takiej sytuacji?

AM Jeśli pomimo tego, że jesteśmy uprawnieni do bonu, nie mamy takiej zakładki na PUE, należy zwrócić się do Polskiej Organizacji Turystycznej, która wyjaśni sprawę.

JB A co w przypadku, gdy rodzice pracują za granicą i nie otrzymują świadczenia 500 plus? Czy im też przysługuje bon?

AM Bon przysługuje rodzicom, którzy pracują za granicą, nawet jeśli nie pobierają świadczenia 500 plus.



Warunkiem jest jednak, aby dziecko przebywało w Polsce. Bon otrzymają osoby, które złożyły wniosek o świadczenie wychowawcze, który został przekazany do wojewody. Osoby, które nie złożyły takiego wniosku, muszą to zrobić do końca 2021 roku. W tym wypadku, rodzic otrzyma decyzję odmowną (nie dostanie świadczenia 500 plus), natomiast będzie miał prawo do Polskiego Bonu Turystycznego.

JB A jak to wygląda w przypadku podmiotów turystycznych? Czy chętnie korzystają z tego rozwiązania?

AM Do tej pory do programu zarejestrowało się ponad 18 tys. podmiotów. Ich listę można sprawdzić na stronach www.bonturystyczny.gov.pl, www.pot.gov.pl oraz www.polska.travel.

JB A lubuskie jak już mówiłam na www.lubuskie.travel Jak wygląda obsługa bonu z perspektywy przedsiębiorcy?

AM Przedsiębiorcy turystyczni i organizacje pożytku publicznego, które chcą przyjmować płatności bonem muszą wpisać się na listę prowadzoną przez POT. Można to zrobić wyłącznie za pośrednictwem PUE. Jeśli ktoś jeszcze nie posiada profilu na Platformie Usług Elektronicznych ZUS może to zrobić w każdej chwili przez internet (w celach bezpieczeństwa należy

potwierdzić swoją tożsamość) lub w każdej placówce Zakładu. Aby przystąpić do programu Polski Bon Turystyczny, na PUE ZUS trzeba wypełnić „Oświadczenie przedsiębiorcy turystycznego lub organizacji pożytku publicznego w celu przystąpienia do programu Polski Bon Turystyczny” (PBT). Poprzez Platformę można także upoważniać swoich pracowników do przyjmowania płatności bonem. Podmioty turystyczne mają także na PUE wgląd do transakcji dokonanych za pomocą bonu. Widoczny jest unikalny identyfikator transakcji, numer bonu użytego do realizacji, data, kwota oraz status transakcji. Można także sprawdzić aktualne saldo rozliczeń, m.in. kwoty płatności przyjętych za pomocą bonu oraz otrzymane przelewy.

JB Wielu przedsiębiorców przyznaje, że boi się respektowania płatności bonem, ponieważ nie wiedzą kiedy pieniądze trafią na ich konto. Czy ich obawy są słuszne?

AM Za realizację płatności bonem na rzecz przedsiębiorców turystycznych oraz organizacji pożytku publicznego odpowiada Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Po przyjęciu płatności bonem ZUS zrobi przelew w ciągu 14 dni na rachunek, który został podany przy rejestracji na Platformie Usług Elektronicznych.

JB Dziękuję za rozmowę

więcej na www.lotur.eu

Raport Polski Bon Turystyczny na dzień 4.XII.2020

Podmioty Turystyczne			
Dzisiejsze rejestracje	0	Liczba wszystkich zarejestrowanych	18203
Dzisiejsze rezygnacje	0	Liczba wszystkich rezygnacji	535

Menadżerowie i Recepcjoniści			
Dzisiejsza rejestracja aktywnych Menadżerów	0	Liczba wszystkich aktywnych Menadżerów	20461
Dzisiejsza rejestracja aktywnych Recepcjonistów	0	Liczba wszystkich aktywnych Recepcjonistów	19949

Operacje POT			
Dzisiejsze wykreślenia Podmiotów	0	Wszystkie wykreślenia Podmiotów	2

Uprawnieni i dzieci			
Liczba osób uprawnionych do PBT	4161524	Liczba dzieci – wniosek o dodatkowe świadczenie	62668
Liczba osób uprawnionych z profilem PUE	2069166	Liczba wygenerowanych bonów	4161516
Liczba dzieci – świadczenie podstawowe	6693602	Liczba aktywnych bonów	1099978

AKTYWNE BONY – wykorzystanie							
Stopień wykorzystania	Liczba	Wartość	Liczba płatności	Kwota płatności	Liczba zwrotów	Kwota zwrotów	Saldo
Niewykorzystany	767445	653704250	236	150548.30	234	150548.30	653704250
Wykorzystany całkowicie	212654	166541250	223710	166544250	6	3000.00	0
Wykorzystany częściowo	119879	125369000	136610	69756293.17	120	45550.02	55658256.85

Liczba PBT wykorzystanych do realizacji płatności: **332533**

Suma płatności zrealizowanych z wykorzystaniem PBT: **236300543.17**

Płatność PBT -> Imprezy Turystyczne (liczba/kwota): **316658/207584051.67**

Płatność PBT -> Organizacja Pożytku Publicznego (liczba/kwota): **53/36955.24**

Płatność PBT -> Usługi Hotelarskie (liczba/kwota): **38534/25896060.21**

Płatność PBT -> Usługi Hotelarskie oraz Imprezy Turystyczne (liczba/kwota): **5311/2934024.35**

Liczba recepcjonistów wykorzystujących dzisiaj stronę bonturystyczny.zus.pl: **0**

Liczba wysłanych SMS: **806647**

Epidemie i co dalej???

Czas epidemii COVID-19, tak bardzo uciążliwy dla turystyki prowokuje do przypomnienia mało znanego w Lubuskim medyka, specja od epidemii. Epidemie bowiem należą do europejskiej tradycji i w pewnym sensie są pochodną turystyki, a precyzyjniej podróżowania ludzi. A to w celach handlowych, a to dla podboju, a to dla wojennych zmagają.

Epidemią która właśnie z tych powodów pojawiła się w Europie pod koniec XV wieku jest kiła. Choroba ta zwana w Polsce chorobą francuską, pojawiła się podczas wojny o Neapol w 1494 roku. Francuzi nazywali ją włoską, Holendrzy hiszpańską, Rosjanie polską, a Turcy chrześcijańską. Choroba szybko przeszła w stadium epidemiczne. W 1495 pierwszą osobą, u której stwierdzono „de morbo gallico”, była pewna pobożna szewcowa, która powróciła do Krakowa z pielgrzymki do Rzymu.

Na kiłę, zwaną w Polsce także francą, a z łaciny syfilisem, chorowano na dworach dosyć powszechnie. Jednym z pierwszych królów cierpiącym na tę „karę boską” był król Anglii Henryk VIII. W Rosji dopadła Iwana Groźnego. W Szwecji chorował na kiłę Eryk XIV Szalony, o królach francuskich nie wspominając. Przypadłością, zwaną też dworską, cieszyli się papieże.

Pierwsza fala choroby pod koniec XV wieku uśmierciła około 5 milionów ludzi w samej Europie. Nic więc dziwnego, że ówczesni medycy gwałtownie szukali na tę dolegliwość remediów. Co ciekawe traktowana była jako „kara boska”, ale dopiero w 1905 roku poznano jej etiologię.

Specjalistą od leczenia tej przykrej dolegliwości, był Lubuszanin Jan Solfa. Jan Benedyktynowicz, a zatem syn Benedykta, znany jako Ioannes Benedictus lub Joannes Benedicti de Trebul urodził się w 1483 roku w miejscowości Trzebieł w Dolnych Łużycach, w rodzinie mieszczańskiej. Wiemy, że jego dziadek był balwierzem, czyli rodzajem lokalnego specjalisty łączącego umiejętności medyka i aptekarza. Dolne Łużyce to południowo-zachodnia część województwa lubuskiego, o czym przypomnieć warto, mniej obytym z geografii. Nie wiele wiemy o jego dzieciństwie i młodości. Musiał pochodzić z dosyć zamożnej rodziny mieszczańskiej, skoro ją było stać na wysłanie syna „na uniwersytety”.

Jan Benedyktowicz zjawia się w Krakowie na Uniwersytecie jako 23 latek i zaczyna w 1506 studiowanie sztuk wyzwolonych – artes liberales. Dzisiaj ten termin niewiele nam mówi, dlatego warto go objaśnić. Ciekawie ujął to Seneka, myśliciel rzymski, który objaśnił że są to studia, które nie prowadzą do zdobycia umiejętności służących zarabianiu pieniędzy. Nazywane są one wolnymi, bo są godne człowieka wolnego. I z tego powodu, jak twierdził Seneka, do sztuk wyzwolonych nie należą malarstwo, architektura i inne sztuki manualne. Natomiast należy do nich literatura i matematyka. Seneka, nie miał pojęcia, że w Renesansie owe studia dadzą medikom sporo nie tylko sławy i wolności, ale i grosza.

Jan Solfa jako docent bezpłatny podjął w 1512 wykłady na Wydziale Filozoficznym uniwersytetu w Krakowie. Jesienią tego roku wyjeżdża na studia od Włoch. Do Padwy i Bolonii. Ta pierwsza była w owym czasie celem pielgrzymek amatorów studiowania medycyny. Większość znanych europejskich

medyków, tam zdobywało medyczne ostrogi. Uznaje się, że jako „Ioannes Polonus” promowany został w Bolonii w 1516 na doktora medycyny. Wiadomo, że powrócił na kilka tygodni do Krakowa wiosną 1518 roku, w związku z małżeństwem króla Zygmunta I z Boną Sforza i wtedy zapoznał się z teorią heliocentryczną Kopernika, i rozpoczął z nim korespondencję.

Latem 1518 znowu udał się do Rzymu i przez kilka miesięcy praktykował w rzymskim szpitalu św. Ducha, przodującym ówczesnie ośrodku praktycznej nauki medycyny. Od wiosny 1519 przebywał w Wenecji, nawiązując kontakty z tamtejszym środowiskiem medycznym i tam wydał swą pierwszą medyczną dysertację „De morbo gallico”, poświęconą właśnie kile.

Chorobie poświęcano wiele naukowej uwagi, w 1581 roku, inny lekarz, Wojciech Oczko, nadworny medyk królów Stefana Batorego i Zygmunta III Wazy, napisał książkę o pochodzeniu i sposobach leczenia syfilisu. Miał bowiem sporo wysoko urodzonych pacjentów, u których kiłę leczył. Na syfilis chorował bowiem król Stefan Batory. Stefan Batory nie był jedynym polskim władcą cierpiącym na tę chorobę. Podobno syfilis był przyczyną śmierci Zygmunta Augusta. Gdy był jeszcze młodzieńcem, chorobą tą zaraziła go włoska dwórka jego matki, królowej Bony. Na syfilis chorowali synowie Kazimierza Jagiellończyka, królowie Jan Olbracht i Aleksander Jagiellończyk. Syfilisem zarażony był pierwszy elekcyjny król Polski Henryk Walezy, a także Jan Kazimierz. Ta „wstydliva choroba”, za sprawą królowej Marysieńki, podbiła bohatera spod Wiednia Jana III Sobieskiego. Jak można przeczytać w protokole jego sekcji zwłok – „Król miał dwie gangreny koło jajec”. Podobno król stosował znaną i zalecaną już przez Solfę kurację rtęciową. Pomagała na kiłę, ale siała spustoszenie w nerkach.

Być może na kanwie kiły wszedł w kontakt z bankierską rodziną Bonerów, co ułatwiło mu społeczny awans. W roku 1521 wydał w Krakowie wybór mów Cyncerona, który zadeptykował Franciszkowi Bonerowi, który zapewne był jego protektorem. Kolejny traktat medyczny Solfy: „Libellvs nouus de causis, signis et curatio[n]e pestilentiae, ad praeseruationem simul et curam eius mali, apprime utilis” poświęcony był dżumie. Publikację oparł na źródłach starożytnych, ale wykorzystał też własne doświadczenia lekarskie z Bolonii i Rzymu. Pracę tę z kolei dedykował innemu swemu „patronowi” podkanclerzemu koronnemu i przyszłemu biskupowi krakowskiemu Piotrowi Tomickiemu, którym opiekował się stale jako lekarz. Dzięki takim protektorom w 1522 dochrapał się urzędu przybocznego lekarza króla Zygmunta I, ze stałą roczną pensją 100 grzywien, opartą na żupach krakowskich, oraz corocznym przydziałem „sukni”.

Nasz medyk związany odtąd z osobą króla, przebywał na dworze krakowskim, bądź towarzyszył monarsze w jego licznych podróżach, stając się niebawem postacią wpływową w środowisku dworskim, niejednokrotnie proszoną o pomoc i interwencję. W 1526 roku dzięki poparciu króla otrzymał kanonię warmińską, co umożliwiło mu bliższe kontakty z Kopernikiem, którego pracami żywo się interesował, prowadząc obfitą korespondencję. Przypuszcza się, że opiekował się nim w czasie śmiertelnej choroby w roku 1543.

Solfę cenili biskup warmiński Maurycy Ferber, który, podobnie jak i kanonicy warmińscy, szukali u niego pomocy lekarskiej. Relacje biskupa jako naocznego świadka choroby zwanej potami angielskimi wykorzystał Solpa w dziełku „Regimen de novo Germaniae inauditio morbo, passim anglicum sudorem”. Owa choroba, zapewne wirusowa, dzisiaj trudna do zidentyfikowania, choć niektórym przypomina współczesną ebolę, pierwszy raz pojawiła się w Anglii w 1485 zabijając w ciągu 6 tygodni 15 tysięcy osób. W roku 1528 kolejna fala zarazy, tym razem największa, opuściła Anglię i drogą morską uderzyła w Hamburg, gdzie w ciągu miesiąca zmarło tysiąc osób, a następnie następnie wzdłuż Wybrzeża Bałtyckiego przez Gdańsk, w którym pochłonęły trzy tysiące ofiar, do Danii, Szwecji, Norwegii, Litwy i Rosji.

Dzięki medycznej wiedzy, ale i zapewne dzięki leczniczym sukcesom, miał utrwaloną pozycję tak materialną jak i intelektualną, a 18 lutego 1541 roku na podstawie nobilitacji nadanej wcześniej przez cesarza Karola V, otrzymał od Zygmunta I powtórny indygenat polski, czyli szlachectwo. Odtąd pieczętował się szlacheckim herbem z papugą trzymającą w dziobie różę i nazwiskiem Solfa.

Towarzyszył królowi Zygmuntovi I w ostatnich chwilach na łożu śmierci 29 czerwca 1548 roku. I chociaż jego nazwisko nie pojawia się wśród medyków Zygmunta II Augusta, nadal pobierał pensję i zatrzymał tytuł lekarza królewskiego. Nadal leczył znakomitości sceny politycznej, ale pod koniec życia wciągnął go dyskurs intelektualny związany z szerzeniem się idei reformacji w Polsce. Pisał rozprawki o tematyce teologicznej. Podjął polemikę z tezami protestanckimi dotyczącymi dogmatów i kultu Matki Boskiej. Bronił doktryny o istnieniu czyśćca.

Pod koniec życia, już jako sędziwy i uznany uczonek, odwiedził rodzinny Trzebieł. Podczas tej wizyty przekazał 12 tysięcy reńskich guldenów na odbudowę rodzinnego miasta zniszczonego przez zarazę. Z myślą o potrzebach mieszkańców ufundował szpital, a także wspomógł materialnie aptekarza miejskiego. Zmarł 30 marca 1564 w Krakowie mając 79 lat.

Jan Solfa nie jest postacią całkiem nieznaną w Lubuskim, bowiem od roku 2006 jest patronem Łużyckiej Szkoły Wyższej w Żarach, ale wśród większości Lubuszan postać Solfy nie jest znana. Postać to ciekawa, a nawet światowa, przynajmniej europejskiego wymiaru.

Dobłą pointą tej anegdoty jest to, że od jego nazwiska pochodzi nazwa sulfamidy znanych także jako sulfonamidy. To grupa organicznych związków chemicznych mających zastosowanie w medycynie jako środki bakteriostatyczne i odkażające. O tych specyfikach jest inna opowieść. O innym Lubuszaninie, urodzonym w Łagowie, laureatem Nagrody Nobla, Gerhard Domaqk.

Ale to już XX wiek.

Krzysztof Chmielnik



więcej na www.lotur.eu

Turystyka w cieniu covidu

Pandemia kładzie się cieniem na turystycznej branży. Postanowiliśmy wśród naszych członków i sympatyków zajmujących się profesjonalną obsługą turystów przeprowadzić telefoniczno-internetowy rekonesans, aby dowiedzieć się jak próbują ten trudny czas przetrwać. Zadaliśmy im dwa pytania. Pierwsze jak sobie radzą w czasie obowiązywania licznych ograniczeń związanych z ruchem turystycznym oraz drugie, czego oczekują od władz, tak samorządowych jak i państwa. Oto czego się dowiedzieliśmy.

1. Muzeum, będące samorządową jednostką kulturalną.

Z powodu finansowania z budżetu samorządowego nie musimy się obawiać o przyszłość. Tym niemniej z powodu zakazu nie możemy w pełni świadczyć naszych usług. Bo co prawda na działalność podstawową mamy budżet zapewniony, to tracimy wpływy z działalności dodatkowej, na przykład gastronomicznej. Nie zarabiają także nasi przewodnicy, obsługujący grupy. Ci turyści, którzy do nas mimo wszystko przyjeżdżają, samodzielnie zwiedzają ogólnodostępne zewnętrzne obiekty. Tego im zabronić nie możemy. O intensywności ruchu wnioskujemy po pozostawionych przez turystów „śladoch”, które musimy sprzątać.

W przerwie pomiędzy wiosenną, a jesienną falą epidemii, mieliśmy spory, rzekłbym nadspodziewanie duży, ruch. Świadczy o tym, że nasze działania promocyjne dają dobre rezultaty. Dlatego teraz jesienią prowadzimy akcją promocyjną. Rejestrujemy duże zainteresowanie naszymi obiektami w internecie i liczymy na zwiększony ruch w przyszłości. Ale część naszych pracowników nie ma dodatkowych przychodów wynikających z obsługi grup. To spore zmartwienie, bo mogą odejść do innych zajęć i już nie powrócić, kiedy epidemia się skończy.

Mimo epidemii nasze projekty rozwojowe wsparte finansowaniem samorządowym idą dobrze. Zatem na wsparcie ze strony samorządu nie mamy prawa narzekać. Jeśli zaś idzie o wsparcie państwa, to ono nas w zasadzie dotyczy pośrednio, dotyczy naszego otoczenia biznesowego. Rozumiemy ograniczenia i czekamy na lepszy dla turystyki czas.

2. Lokalne biuro podróży

W naszej działalności mamy dwa rozdzielone kierunki działania. Jeden to obsługa krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego



dla nazwijmy to dorosłych, a drugi to organizacja wycieczek szkolnych. Tak jeden jak i drugi praktycznie zamarł. Zamknięto granice i szkoły. Aby zobrazować stopień obniżenia naszych obrotów, to powiem, że w zeszłym roku w analogicznym okresie zorganizowaliśmy imprezy dla ponad 100 grup szkolnych. Tego roku takich imprez udało się nam przeprowadzić jedynie 6.

Istniejemy w pewnej strukturze przepływów finansowych. Z naszych przychodów 50% idzie na opłaty hotelowe, a 30% to pieniądze przekazywane przewoźnikom. Brak naszych przychodów, jak w dominie, przenosi się na naszych biznesowych partnerów. Niestety nasze usługi nie zaliczają się do kategorii objętych dotąd tarczami antykrzysowymi. Musimy jakoś przetrwać i przetrwamy. Pracujemy na biegu jałowym. Korzystając z zawieszenia modernizujemy naszą stronę internetową, zastanawiamy się nad poszerzeniu naszej oferty, obmyślamy koncepcje na przyszły rok. Nikogo nie zwolniliśmy.

Jeżeli idzie o współpracę z samorządem, to żałujemy, że nie możemy skorzystać, tak jak na przykład ogrodnicy, ze wsparcia. Nie chcemy nic za darmo, ale szkoda, że nikt nie dostrzega możliwości uczestniczenia naszych przewodników w edukacji internetowej. Znamy region, moglibyśmy uczyć dzieciaki regionu, promować atrakcje jakich sporo w Lubuskiem. Organizować im internetowe zwiedzania regionu. Zlecenia nam prowadzenia takich wirtualnych wycieczek byłoby istotnym dla nas wsparciem.

Od rządu natomiast oczekujemy jasnej wizji przyszłości. Trochę gubimy się w odgadywaniu zamierzeń. Tego co będzie wolno, a czego nie. Choćby najbliższe ferie, na których nasz budżet w znacznej części bazuje, to nadal wielka niewiadoma. Rozumiemy epidemiologiczną niepewność, ale dobrze byłoby, gdyby rząd określił swoją strategię wobec branży turystycznej. To setki firm i tysiące miejsc pracy. I nie chodzi tylko o antykrzysowe tarcze, ale o wieloletnią strategię. Branża turystyczna będzie się w Polsce rozwijać, a jej udział w dochodach budżetu państwa będzie rósł.

3. Gospodarstwo edukacyjne

Zacznijmy od tego, że jako podmiot turystyczny z trudem mieścimy się w potocznych turystycznych kategoriach. Realizujemy dosyć kreatywną hybrydę, łączącą rolnictwo ekologiczne z turystyką edukacyjną. To wbrew pozorom nie jest niszowa odmiana turystyki. Istnieje spora grupa turystów, których nudzi leżenie na plaży i odpoczywanie. Przyjmujemy spore, jak na nasze możliwości, liczby turystów, którzy przybywają do nas nie wypoczywać, nie dla rozrywki, ale po naukę. Uczymy ich rolnictwa tradycyjnego, naturalnego, które nosi dzisiaj modne miano ekologicznego. Uczymy ich odmiennego podejścia do ogrodu i do tego co jemy. Nastawieni jesteśmy na niewielkie, zorganizowane grupy. Czasem kilkuosobowe.

Ten rok jest jakiś poszarpany. Wiosną i latem byliśmy zamknięci, ale od września przyjmowaliśmy grupy. Mieliśmy także wizytę pewnej stacji telewizyjnej. Podczas niej, z zachowaniem wszystkich standardów, prezentowaliśmy się ogólnopolskiej widowni. Na szczęście nasza oferta realizowana jest na wolnym powietrzu, a więc maseczki i dystans gwarantują bezpieczeństwo.

Przyjmowaliśmy jedynie osoby, które się wcześniej zapowiedziały. Mieliśmy gości z całej Polski. Nie dziwią nas goście z Krakowa, czy Gdańska. Odmawialiśmy grupom z regionów, w których występowało nasilenie zarażeń. Teraz przygotowujemy się na prowadzenie kursów przez platformę internetową.

Z samorządem mamy dobre relacje, choć czasem niecierpliwi nas pasywność, ale generalnie nie możemy narzekać. Realizujemy z nim duży projekt, wraz z kołem gospodyń wiejskich, który z powodu ograniczeń przyhamował i będziemy negocjowali przesunięcie terminu na wiosnę. Mamy nadzieję, że rząd odwiesi restrykcje.

Z powodu pandemii ponosimy straty, których nikt nam nie wyrówna. Szkoda, że rząd uprawia politykę sprzecznych komunikatów. Nie da się niczego zaplanować na dwa, trzy miesiące do przodu. Potrzeba nam więcej pozytywnego przekazu, bardziej optymistycznej wizji. Bo tak czy inaczej jakoś poradzimy sobie. Jesteśmy dostatecznie kreatywni.

4. Zagroda edukacyjna

Nasza oferta kierowana jest głównie do młodzieży. Chcemy jej przybliżyć tradycyjne wiejskie zawody, zajęcia i to jak dawniej produkowano żywność. Uczymy także tego, jak przyrządzać tradycyjne potrawy. Zrozumiałym jest zatem, że zawieszenie zajęć szkolnych, to dla nas poważny cios. Nasz wysiłek daje jedynie 15% efektów. Tego się nie da odrobić. Nasza inicjatywa, którą nazwaliśmy „kosze regionalne” z powodu epidemicznych ograniczeń ma słaby popyt. To, że duże miasta są dosyć daleko nie ułatwia nam realizacji tej idei. Ale się nie poddajemy. Dalsze pomysły „w drodze”.

Samorząd mogłoby zrezygnować z niektórych opłat jakie od nas pobiera, ale rozumiem, że on także z powodu epidemii ma trudności. Na rządową pomoc, którą na szczęście jest, trzeba jednak długo czekać. Tak zwane postojowe, czy zwolnienie z ZUS, ma sens. Dobrym rozwiązaniem byłyby testy na COVID-19, w ramach składek zdrowotnych. Dawało by to nam poczucie większego bezpieczeństwa.

Epidemia dotyka nie tylko turystykę, ale ma szeroki front szkodliwych skutków. Dlatego powinny być wysłane konkretne i przemyślane komunikaty do społeczeństwa. Niejasne są decyzje w kwestii ferii zimowych, tak ważnych dla turystyki. Także tej lokalnej. W tych trudnych czasach powinny być wyznaczone wspólne cele i środki skierowane na ratowanie turystyki, hoteli, restauracji. I chociaż nie ma zbyt wielu powodów do optymizmu, zawsze tli się nadzieja. Bo ona umiera ostatnia.

5. Hotel & Spa

Nasz obiekt położony z dala od uczęszczanych szlaków sprofilowany był na turystów, którzy nas znają i doceniają, takich którzy do nas wracają. Oferujemy im relaks z dala od miasta, dobre jedzenie a także usługi typu SPA. Mamy własną winnicę i produkujemy wino. Nie jesteśmy całkowicie zamknięci, ale pracujemy na 10% naszych możliwości przy nieomal 100% kosztach. Pracowników zatrudniamy na umowy o pracę, a jest ich ponad 30. Zatem epidemia wepchnęła nas w czarną...

Co prawda otrzymaliśmy w ramach antykrzysowych tarcz wsparcie na pokrycie kosztów płac i ZUS'u, ale koszty ogrzewania, oświetle-

nia, utrzymania budynków i parku w dobrej kondycji, to już nasze zmartwienie. Nasze pismo do gminy, o zmniejszenie podatku od nieruchomości, lub prolongatę płatności, spotkało się z odmową. Oni też muszą zamknąć budżet na zero.

Mieliśmy prawie pełne obłożenie na Boże Narodzenie i Sylwestra. Jak co roku. W tym sporo gości z zagranicy. Teraz większość z nich żąda zwrotu zadatków. Nikt nam tego, nie zrefinansuje. To są realne straty. Tylko część naszych klientów zdecydowało się zamienić zaliczki na wouchery do wykorzystania w późniejszym terminie. Rozumieją sytuację i nadal chcą do nas przyjechać.

Stosujemy najwyższy standard sanitarny, w każdym pokoju mamy ozonatory. Jak dotąd nikt u nas na covid nie zachorował. Moglibyśmy działać choćby na „pół gwizdka”. Zachowując sanitarny reżim. Nie bardzo rozumiemy, dlaczego sklepy mogą pracować, przy znacznie większym ruchu ludzi jak u nas. Skoro tam się ludzie nie zarażają, to dlaczego ktoś uważa, że pobyt w hotelu jest bardziej ryzykowny. Większość naszych gości to rodziny. Liczymy na to, że może uwzględni nas kolejna antykrzysowa tarcza, nad którą, jak wiem, trwają prace w parlamencie. Presja środowiska hotelarskiego, szczególnie tego z regionów, tradycyjnie głosujących na PiS, może pomóc całej branży.

Nasi rozmówcy nie stanowią zbioru dostatecznie reprezentatywnego dla całej branży. Jednak te jednostkowe opinie, choć nie tworzą obiektywnej diagnozy, ogniskują się na dwóch ważnych aspektach. Pierwszym z nich jest niejasny powód restrykcyjnego potraktowania całej branży, bez możliwości negocjowania warunków dopuszczających do prowadzenia działalności chociażby w ograniczonym zakresie, przy spełnieniu określonego, nawet bardzo wymagającego reżimu sanitarnego, podobnego do obowiązującego w innych branżach. Przy jednoczesnym braku finansowych rekompensat i propozycji wsparcia. Wsparciem takim mogłoby być szybkie testy przesiewowe dla gości hotelowych.

Drugim jest nieczytelna polityka komunikacyjna związana z epidemią. Trudno prowadzić działalność gospodarczą, gdy rząd nie ma jasnej strategii gospodarczej wobec branży turystycznej. A szkoda, bo branża ta dopiero się w Polsce tworzy i jest na dobrej ścieżce wzrostu. Z istoty rzeczy potrzebuje więc inwestycji, a te z kolei choćby minimum stabilności prawnej. Zawirowania covidowe bardzo jej szkodzą. Mimo to nasi respondenci zachowują optymizm i z nadzieją czekają na koniec epidemii.

I wiadomość z ostatniej chwili to znaczy z 26 listopada 2020 roku. Premier Mateusz Morawiecki na konferencji prasowej zapowiedział, że rząd zamierza przeznaczyć kolejne nieomal 40 mld złotych na pomoc dla branż najbardziej dotkniętych epidemicznym kryzysem. Pomoc ma trafić do około 40 różnych zawodów, według PKD. Wśród nich premier wymienił turystykę, hotelarstwo, gastronomię i transport.

To dobra wiadomość dla branży. Zapewne dzięki rządowej pomocy spora część turystycznego biznesu przetrwa. Trzeba mieć też nadzieję, że zmuszeni do przymusowego siedzenia w domach Polacy, kiedy minie pandemia, ruszą gremialnie w Polskę, a branża wyjdzie z pocovidowego cienia. My proponujemy Lubuskie, jako odtrutkę, na po kwarantannowy stres.

Krzysztof Chmielnik

Z jakich programów pomocowych będą mogli skorzystać przedsiębiorcy z branży turystycznej

TARCZA TURYSTYCZNA

Co się zmieniło? Z czego można skorzystać?

Tarcza turystyczna to efekt nowelizacji ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw.

Zapewniono preferencyjne pożyczki na zwroty wpłat klientów organizatorów turystyki, specjalny fundusz, w którym będą gromadzone pieniądze dla turystów i organizatorów wycieczek za odwołane imprezy turystyczne, postojowe oraz zawieszenie składek ZUS dla całej branży turystycznej. Dzięki Turystycznemu Funduszowi Zwrotów, będzie można zwrócić turystom pieniądze za odwołane imprezy turystyczne w związku z COVID-19. Fundusz będzie miał 30 dni na weryfikację złożonych dokumentów, a w przypadku ich pozytywnej oceny wypłaci pieniądze w ciągu 14 dni. Powstanie też Turystyczny Fundusz Pomocowy gromadzący pieniądze na zwroty za imprezy turystyczne, które się nie odbędą w przyszłości z powodu innych sytuacji kryzysowych. Dodatkowo postojowe i zwolnienie z płacenia składek ZUS obejmie przewoźników autokarowych, osoby prowadzące działalność kulturalną i artystyczną, gestorów bazy hotelowej a także agentów turystycznych, pilotów i przewodników turystycznych, którzy wcześniej nie mogli skorzystać ze wsparcia m.in. w związku z sezonowością ich pracy i zawieszeniem działalności. Warunkiem udzielenia pomocy będzie w większości przypadków wykazanie spadku obrotów o co najmniej 75%.



Źródło grafiki: Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii

Kolejne formy wsparcia dla turystyki

W związku z wprowadzonymi przez rząd obostrzeniami wiele branż narażonych jest na niewyobrażalne straty ekonomiczne. Pod koniec listopada br. premier RP zapowiedział kolejne rozwiązania, które mają na celu zniwelowanie narzuconego uniemożliwienia prowadzenia wielu form biznesu (w tym szeroko rozumianej turystyki, gastronomii i kultury), jakże dotkliwego w skutkach.

Oto propozycja wsparcia w ramach tzw. tarczy 2.0.

TARCZA FINANSOWA PFR 2.0

Tarcza Finansowa PFR 2.0. ma celu pomoc finansową dla firm z 38 branż, które musiały ograniczyć lub zawiesić działalność w związku z sytuacją

epidemiologiczną związaną z COVID-19. Pomoc ma trafić do około 40 różnych zawodów, według PKD, m.in. związanych z turystyką, hotelarstwem, gastronomią i transportem. Tarcza 2.0 to co najmniej 35–40 mld złotych, w tym 3 mld złotych dla mikrofirm, 5 mld złotych dla małych firm i 25–27 mld złotych dla średnich i większych firm. Formy pomocy będą różne takie jak dotacje bezzwrotne dla mikrofirm, dopłaty do wynagrodzeń, postojowe i zwolnienie z ZUS.

O subwencje mogą się ubiegać **mikrofirmy**, które zatrudniają od 1 do 9 pracowników, ich obrót lub suma bilansowa za 2019 r. ma wynieść do 2 mln euro; subwencje finansowe mają wynieść – 18 tys. zł lub 36 tys. zł na zatrudnionego; subwencje do maksymalnej kwoty 324 tys. zł; wysokość subwencji zależna od liczby pracowników i spadku obrotów. Ponadto, z subwencji mogą skorzystać firmy, które odnotowały spadek obrotów w 2020 r. o minimum 30 procent w związku z COVID-19; środki bezzwrotne będą zastosowane pod warunkiem prowadzenia działalności i utrzymania poziomu zatrudnienia w ciągu 12 miesięcy. W wypadku **małych i średnich** firm tarcza zakłada wsparcie do 7 mld złotych. O pomoc będą mogły ubiegać się firmy zatrudniające do 249 pracowników z prawie 40 branż z Polskiej Klasyfikacji Działalności, których obrót za 2019 r. jest mniejszy lub równy kwocie 50 mln euro, a suma bilansowa mniejsza niż 43 mln euro, i które odnotowały spadek obrotów o minimum 30 proc. w związku z COVID-19. Firmy te mogą liczyć na dofinansowanie kosztów stałych niepokrytych przychodami w formie subwencji finansowej w kwocie 70 proc. straty brutto za okres 1 listopada 2020 r. do 30 kwietnia 2021 r. Subwencje do maksymalnej kwoty: 3,5 mln złotych; wysokość subwencji zależna jest od prognozy kosztów i przychodów oraz straty brutto. Środki bezzwrotne będą zastosowane dla tych firm pod warunkiem prowadzenia działalności oraz rozliczenia subwencji na zasadzie finansowania 70 proc. straty brutto. Możliwe jest też umorzenie 100 proc. subwencji.

Dla **dużych firm** przeznaczono około 25 mld złotych i uelastyczniono zasady programu. W tym wypadku o wsparcie mogą się ubiegać firmy zatrudniające od 250 pracowników z obrotem powyżej 50 mln euro. Możliwa jest aktualizacja warunków i wydłużenie programu z którego już korzystają i wprowadzenie nowej wersji pożyczki preferencyjnej, z nowym okresem szkody COVID-19 do 31 marca 2021 r.



Źródło grafiki: Grupa Polskiego Funduszu Rozwoju

Podstawowe założenia:

Tarcza Finansowa PFR 2.0 dla mikrofirm – do 3 mld zł wsparcia

- Dla firm zatrudniających od 1 do 9 pracowników z 38 branż z Polskiej Klasyfikacji Działalności

- Obrót lub suma bilansowa za 2019 r. do 2 mln euro
- Subwencje finansowe – 18 tys. zł lub 36 tys. zł na zatrudnionego
- Subwencje do maksymalnej kwoty 324 tys. zł
- Wysokość subwencji zależna od liczby pracowników i spadku obrotów
- Dla firm, które odnotowały spadek obrotów w 2020 r. o min 30% w związku z COVID-19
- Środki bezzwrotne pod warunkiem prowadzenia działalności i utrzymania poziomu zatrudnienia w ciągu 12 miesięcy
- Termin składania wniosków: styczeń – luty 2021 r. (po zgodzie KE)

Tarcza Finansowa PFR 2.0 dla małych i średnich firm – do 7 mld zł wsparcia

- Dla firm zatrudniających do 249 pracowników z 38 branż z Polskiej Klasyfikacji Działalności
- Obrót za 2019 r. mniejszy lub równy kwocie 50 mln euro, a suma bilansowa mniejsza niż 43 mln euro
- Dofinansowanie kosztów stałych niepokrytych przychodami w formie subwencji finansowej w kwocie 70% straty brutto za okres 1 listopada 2020 r. do 30 kwietnia 2021 r.
- Subwencje do maksymalnej kwoty: 3,5 mln zł
- Wysokość subwencji zależna od prognozy kosztów i przychodów oraz straty brutto
- Dla firm, które odnotowały spadek obrotów o min 30% w związku z COVID-19
- Środki bezzwrotne pod warunkiem prowadzenia działalności oraz rozliczenia subwencji na zasadzie finansowania 70% straty brutto
- Termin składania wniosków: styczeń – luty 2021 r. (po zgodzie KE)

Dodatkowo: Możliwość umorzenia 100% subwencji z Tarczy Finansowej 1.0 (termin składania wniosków: po roku od otrzymania subwencji z Tarczy Finansowej 1.0)

Tarcza Finansowa 2.0 dla dużych firm – ok. 25 mld zł wsparcia i uelastycznienie zasad programu

- Dla firm zatrudniających od 250 pracowników z obrotem powyżej 50 mln euro
- Aktualizacja warunków i wydłużenie istniejącego programu oraz wprowadzenie nowej wersji pożyczki preferencyjnej, z nowym okresem szkody COVID-19 do 31 marca 2021 r.
- Termin składania wniosków: styczeń – marzec 2021 r. (po zgodzie KE)

Dokonałiśmy zmiany w formule na podstawie dotychczasowych doświadczeń z realizacji programu:

- znacząco ułatwiony proces dla niskich kwot pomocy
- zachowany zwrotny charakter środków z elementem umorzenia pożyczki pomocowej co związane jest z pełnym procesem analizy kredytowej
- większa elastyczność pod względem okresu finansowania wydłużonego z 4 do 6 lat i obniżenia kosztu

Co się zmieniło w przypadku dużych firm?

Pożyczka płynnościowa:

- Aktualizacja i wydłużenie istniejącego programu – składanie wniosków do 31 marca 2021 r. i zawierania umów do 30 czerwca 2021 r.
- Obniżenie oprocentowania, wydłużenie spłat pożyczek z 4 do 6 lat
- Wydłużenie okresu karencji dla spłat pożyczek oraz uproszczony proces dla małych transakcji

Pożyczka preferencyjna:

Wydłużenie możliwości rozpatrywania wniosków w obecnej pożyczce preferencyjnej oraz wprowadzenie nowej wersji pożyczki preferencyj-

nej, z nowym okresem szkody COVID (01 listopada 2020 r. do 31 marca 2021 r.)

- możliwość składania wniosków do 31 marca 2021 r. i zawierania umów do 30 czerwca 2021 r.
- Obniżenie oprocentowania, wydłużenie spłat pożyczek z 4 do 6 lat
- Wydłużenie okresu karencji dla spłat pożyczek oraz doprecyzowanie kryteriów kwalifikowalności

W tym przypadku niezbędna notyfikacja i decyzja Komisji Europejskiej.

Instrumenty Kapitałowe (zarówno w reżimie pomocy publicznej jak i rynkowe)

- Wydłużenie możliwości zawierania umów do 30 września 2021

Brak konieczności indywidualnej notyfikacji (będzie ogólna decyzja KE w tym zakresie)

Jakie warunki trzeba spełnić, aby otrzymać wsparcie Tarczy Finansowej PFR 2.0?

Warunki, jakie trzeba spełnić, aby otrzymać wsparcie z Tarczy Finansowej PFR 2.0 różnią się w zależności m.in. od wielkości firmy oraz poziomu spadku przychodów.

Warunki dla mikrofirm

Kwota subwencji dla mikrofirm to iloczyn liczby zatrudnionych na 30 września 2020 r. oraz kwoty bazowej subwencji. Wysokość tej kwoty

Warunki Tarczy Finansowej PFR 2.0 dla Mikrofirm

Skala spadku przychodów	Bazowa kwota subwencji na zatrudnionego	Kwota subwencji finansowej w zależności od liczby zatrudnionych (bez właściciela)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
<30,60%	18 000	18 000	36 000	54 000	72 000	90 000	108 000	126 000	144 000	162 000
<40%;100%	36 000	36 000	72 000	108 000	144 000	180 000	216 000	252 000	288 000	324 000

zależą od poziomu spadku przychodów w okresie IV–XII lub X–XII 2020 r. w stosunku do analogicznego okresu w 2019 r.

Maksymalna kwota finansowania przy skorzystaniu przez przedsiębiorcę z obu Tarcz Finansowych nie może być wyższa niż 72 tys. zł na jednego pracownika. Subwencja finansowa jest w całości bezzwrotna pod warunkiem łącznego spełnienia poniższych warunków:

- utrzymanie działalności gospodarczej na dzień 31 grudnia 2021 r.,
- utrzymanie średniego zatrudnienia w 2021 r. w porównaniu do 2020 r.

Warunki dla małych i średnich firm

O wsparcie z Tarczy PFR 2.0 mogą ubiegać się firmy, które w okresie IV–XII lub X–XII 2020 r. odnotowały spadek obrotów o min 30% w stosunku do analogicznego okresu w 2019 r. w związku z COVID-19.

Kwota subwencji dla MSP jest sumą:

- predykcji kosztów stałych, które wedle najlepszej wiedzy przedsiębiorcy mogą zostać przez niego poniesione, oraz
- poniesionych kosztów stałych niepokrytych w ramach działalności przedsiębiorstwa z: zysku brutto, oraz innych źródeł, takich jak ubezpieczenie, inne środki pomocy otrzymane na podstawie Tymczasowych Ram lub wsparcie z innych źródeł, w okresie 6 miesięcy

pomiędzy XI 2020 r. a IV 2021 r.

Jednocześnie w ramach Programu kwota nie może przekroczyć ilości liczby etatów i 72 tys. zł.

Kwota subwencji dla MŚP pokrywa 70% straty brutto beneficjenta za okres listopad 2020 – kwiecień 2021 r.:

- strata brutto obliczana jest z wyłączeniem rezerwa na aktywa
- strata brutto uwzględnia wsparcie otrzymane z innych źródeł

Subwencja finansowa jest bezzwrotna pod warunkiem łącznego spełnienia poniższych warunków:

- Utrzymanie działalności gospodarczej na dzień 31 grudnia 2021 r.
- Rozliczenie nadwyżki w terminie po 31 października 2021 r., przy czym nie ma możliwości rekompensaty poniesionych kosztów przekraczających otrzymane wsparcie
- Przedstawienia rozliczenia straty netto na podstawie sprawozdań finansowych

Zasady wykorzystywania subwencji

- Środki można wykorzystać tylko i wyłącznie na pokrycie kosztów prowadzonej działalności gospodarczej, m.in. wynagrodzeń pracowników
- Z otrzymanych środków nie można przedpłacać kredytów, leasingów oraz innych podobnych instrumentów
- Zakaz przeznaczania otrzymanych środków na płatności do właściciela oraz osób lub podmiotów powiązanych z właścicielem przedsiębiorstwa
- Z otrzymanych środków nie można finansować przejęcia innego przedsiębiorstwa lub akwizycji

38 branż skorzysta ze wsparcia – stan na 26.11.2020 r. (z uwagi na możliwość zmian) wg. PKD:

- 49.39.Z – Pozostały transport lądowy pasażerski, gdzie indziej niesklasyfikowany
- 47.71.Z – Sprzedaż detaliczna odzieży prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
- 47.81.Z – Sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych prowadzona na straganach i targowiskach
- 47.82.Z – Sprzedaż detaliczna wyrobów tekstylnych, odzieży i obuwi prowadzona na straganach i targowiskach
- 47.89.Z – Sprzedaż detaliczna pozostałych wyrobów prowadzona na straganach i targowiskach
- 56.21.Z – Przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych
- 55.10.Z – Hotele i podobne obiekty zakwaterowania
- 55.20.Z – Obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania
- 56.10.A – Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne
- 56.10.B – Ruchome placówki gastronomiczne
- 56.29.Z – Pozostała usługowa działalność gastronomiczna
- 56.30.Z – Przygotowywanie i podawanie napojów
- 59.14.Z – Działalność związana z projekcją filmów
- 74.20.Z – Działalność fotograficzna
- 77.21.Z – Wypożyczenie i dzierżawa sprzętu rekreacyjnego i sportowego
- 79.11.A – Działalność agentów turystycznych
- 79.12.Z – Działalność organizatorów turystyki
- 79.11.B – Działalność pośredników turystycznych
- 79.90.A – Działalność pilotów wycieczek i przewodników turystycznych
- 79.90.B – Działalność w zakresie informacji turystycznej
- 79.90.C – Pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji, gdzie indziej niesklasyfikowana

- 82.30.Z – Działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów
- 85.51.Z – Pozaszkolne formy edukacji sportowej oraz zajęć sportowych i rekreacyjnych
- 85.52.Z – Pozaszkolne formy edukacji artystycznej
- 86.90.A – Działalność fizjoterapeutyczna
- 86.90.D – Działalność paramedyczna
- 90.01.Z – Działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych- zespół muzyczny
- 90.02.Z – Działalność wspomagająca wystawianie przedstawień artystycznych
- 90.04.Z – Działalność obiektów kulturalnych
- 91.02.Z – Działalność muzeów
- 93.11.Z – Działalność obiektów sportowych
- 93.13.Z – Działalność obiektów służących poprawie kondycji fizycznej
- 93.19.Z – Pozostała działalność związana ze sportem
- 93.21.Z – Działalność wesołych miasteczek i parków rozrywki
- 93.29.A – Działalność pokojów zagadek, domów strachu, miejsc do tańczenia i w zakresie innych form rozrywki lub rekreacji organizowanych
- 93.29.B – Pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna, gdzie indziej niesklasyfikowana
- 93.29.Z – Pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna
- 96.04.Z – Działalność usługowa związana z poprawą kondycji fizycznej

Tarcza dla turystyki, tzw. tarcza 5.0

Uchwalona jeszcze w marcu br. ustawa ustanawiała możliwość oferowania voucherów klientom odwołanych imprez turystycznych lub zwrot pieniędzy po skutecznym rozwiązaniu umowy w ciągu 180 dni. Jednak mimo rządowej pomocy firmy turystyczne nadal przechodzą duże trudności, stąd konieczność wprowadzenia kolejnych rozwiązań. Powstanie:

- Turystyczny Fundusz Zwrotów zwracający turystom pieniądze za odwołane imprezy turystyczne w związku z COVID-19. Fundusz będzie miał 30 dni na weryfikację złożonych dokumentów, a w przypadku ich pozytywnej oceny wypłaci pieniądze w ciągu 14 dni.
- Turystyczny Fundusz Pomocowy gromadzący pieniądze na zwroty za imprezy turystyczne, które się nie odbędą w przyszłości z powodu innych sytuacji kryzysowych.
- Dodatkowe postojowe i zwolnienia z ZUS dla wskazanych działalności w obszarze turystyki.

Aby skorzystać z TFZ, organizator turystyki **będzie ponosić następujące opłaty:** 7,5% wnioskowanej kwoty, wpłaconej z własnych środków na poczet przyszłego Turystycznego Funduszu Pomocowego oraz 2,5% wniesione jako bezzwrotna opłata.

Organizator turystyki będzie musiał złożyć przez system teleinformatyczny wniosek do Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego, wykazać, iż przyjął płatność w formie bezgotówkowej i dostarczyć oświadczenie podróżnego, że z powodu pandemii odstąpił od umowy. Będzie także zobowiązany złożyć oświadczenie, że jako organizator imprezy turystycznej nie wręczył i nie wręczy podróżnemu vouchera.

Turysta otrzyma pieniądze z TFZ pod warunkiem, że złoży do UFG wniosek o wypłatę środków poniesionych na odwołaną imprezę turystyczną.

Dodatkowe postojowe i zwolnienie z płacenia składek ZUS obejmie przewoźników autokarowych, osoby prowadzące działalność kulturalną i artystyczną, gestorów bazy hotelowej a także agentów turystycznych, pilotów i przewodników turystycznych, którzy wcześniej nie mogli skorzystać ze wsparcia m.in. w związku z sezonowością ich pracy i zawieszeniem działalności. Warunkiem udzielenia pomocy będzie w większości przypadków wykazanie spadku obrotów o co najmniej 75%.

Tarcza turystyczna została podpisana przez prezydenta Andrzeja Dudę 22 września 2020 r. Jej przepisy zaczęły obowiązywać od 1 października br., z wyjątkiem przepisów dotyczących dodatkowego postojowego i zwolnień ze składek, które weszły w życie 15 października br.

Z kolei przepis regulujący Funkcjonowanie Turystycznego Funduszu Pomocowego zacznie obowiązywać od 1 stycznia 2021 roku.

TARCZA BRANŻOWA 6.0. (w czasie publikacji opieramy się na projekcie ustawy)



Tarcza branżowa 6.0 powstała ona z uwagi na obostrzenia wprowadzone w branżach silnie związanych z turystyką: m.in.: gastronomicznej, fitness, targowej, estradowej, filmowej, rozrywkowej i rekreacyjnej, fotograficznej i fizjoterapeutycznej, itp. Nowe rozwiązania są skierowane do branż, których działalność musiała zostać zawieszona lub znacznie ograniczona z powodu COVID-19. W związku z powyższym najwięcej zmian dotyczy wymienionych obszarów, ale przy okazji zmieniono jeszcze zapis odnoszący się do tarczy turystycznej. Dokonano zmiany terminu przekazania przez Ministra właściwego do spraw turystyki środków na wypłatę dodatkowego świadczenia postojowego dla branży turystycznej oraz kosztów obsługi wypłat tych świadczeń. Obecnie obowiązująca ustawa zapewnia finansowanie przedmiotowego świadczenia w 2020 r., zaproponowana zmiana ma zapewnić finansowanie również w kolejnym roku. Dodatkowe świadczenie postojowe przy spadku przychodu o 40%.

Branże prowadzące pozarolniczą działalność gospodarczą oznaczoną według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) 2007, jako rodzaj przeważającej działalności następującymi kodami:

47.71.Z, 47.81.Z, 47.82.Z, 47.89.Z, 56.10.A, 56.10.B, 56.29.Z, 56.30.Z, 59.11.Z, 74.20.Z, 77.21.Z, 82.30.Z, 85.51.Z, 86.90.A, 86.90.D, 93.11.Z, 93.13.Z, 93.19.Z, 93.21.Z, 96.04., będą mogły skorzystać z wypłaty dodatkowego świadczenia postojowego.

Warunkiem do otrzymania takiego świadczenia jest uzyskanie w październiku albo listopadzie 2020 r. niższego co najmniej o 40% przychodu z tej działalności w stosunku do przychodu uzyskanego odpowiednio w październiku albo listopadzie w 2019 r. Wypłata dodatkowego świadczenia postojowego ma charakter jednorazowy. Rada Ministrów może w drodze rozporządzenia przyznać ponowną wypłatę jednorazowego dodatkowego świadczenia postojowego dla osób, które otrzymały to świadczenie, mając na względzie okres obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego lub stanu epidemii oraz skutki nimi wywołane.

Tarcza zapewnia dofinansowanie wynagrodzeń pracowników w przypadku przestoju ekonomicznego lub obniżenia podstawy wymiaru czasu pracy od dnia 1 stycznia do dnia 30 czerwca 2021 roku oraz zwolnienie z opłacania składek ZUS w listopadzie 2020 pod warunkiem prowadzenia na dzień 30 września 2020 r. działalności oznaczonej według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) 2007, jako rodzaj przeważającej działalności, kodem:

47.71.Z, 47.81.Z, 47.82.Z, 47.89.Z, 56.10.A, 56.10.B, 56.29.Z, 56.30.Z, 59.11.Z, 74.20.Z, 77.21.Z, 82.30.Z, 85.51.Z, 86.90.A, 86.90.D, 90.01.Z, 90.02.Z, 93.11.Z,

93.13.Z, 93.19.Z, 93.21.Z, 93.29.A, 93.29.B, 93.29.Z, 96.04.Z,

Należy wykazać, że przychód w rozumieniu przepisów podatkowych uzyskany w listopadzie 2020 r. był niższy co najmniej o 40% w stosunku do przychodu uzyskanego w listopadzie 2019 r.

Osoby uprawnione do skorzystania ze zwolnienia z opłacania składek ZUS za okres od dnia 1 listopada 2020 r. do dnia 30 listopada 2020 r. będą miały czas na złożenie wniosku wraz z oświadczeniami do ZUS nie później niż do dnia 31 stycznia 2021 r.

Senatorowie postanowili rozszerzyć działanie Tarczy na grupy zawodowe, poszkodowane w wyniku kryzysu wywołanego pandemią. Dopisali do listy beneficjentów kilkadziesiąt PKD, w tym komplet PKD kojarzonych z turystyką. Uznali, że należy się pomoc za listopad organizatorom turystyki, hotelarzom, przedsiębiorcom prowadzącym inne niż hotele obiekty noclegowe, transportowi autokarowemu, pilotom i przewodnikom turystycznym, agentom turystycznym.

Jak podaje waszaturystyka.pl

Zakończyły się prace w Senacie nad projektem „tarczy 6.0”. Głosowaniu towarzyszyła kolejna wymiana zdań na temat pilotów i przewodników turystycznych.

Na 28 listopada przesunięto głosowanie nad przyjęciem uchwały Senatu w sprawie projektu tzw. tarczy antykryzysowej 6.0, która uzupełnia również przyjętą we wrześniu „tarczą branżową”. Zgodnie z zaleceniami komisji, przyjęto poprawki rozszerzające pomoc dla hotelarzy, agentów turystycznych, pośredników turystycznych, organizatorów turystyki, pilotów i przewodników oraz firm autokarowych. Nie wszystkie z nich mają jednak szansę przejść w Sejmie. Zapewne przejdą te, dla których poparcie wyraził rząd.

Dla pilotów i przewodników jednorazowe postojowe

Zarówno strona rządowa, jak i Senat, poparli jednak poprawkę, zakładającą przyznanie pilotom i przewodnikom jednorazowego dodatkowego postojowego na miesiąc. Ta ma szansę na nieodrzućenie w Sejmie.

Jaka będzie decyzja rządu – tego w dniu publikacji niestety nie wiemy jeszcze.

W chwili oddania materiału do druku nie znamy także decyzji Sejmu



Źródło grafiki: Kancelaria Premiera

Źródło: Rzeczpospolita – www.rp.pl i Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii – www.gov.pl

Monika Kobel, Karolina Gałązka



Wsparcie lubuskich organizatorów turystyki realizujących Polski Bon Turystyczny promujących walory turystyczne naszego regionu

W związku z trudną sytuacją branży turystycznej, dużymi problemami ekonomicznymi w ramach zwalczania i przeciwdziałania skutkom pandemii COVID-19 Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna „LOTUR” postanowiła podjąć dodatkowe działania wspierające lubuskie firmy.

Naszą akcję kierujemy głównie do firm turystycznych z terenu całego województwa, głównie tych, które zarejestrowały się poprzez platformę e-PUAP ZUS jako realizatorzy Polskiego Bonu Turystycznego.

Na portalu www.lubuskie.travel stworzyliśmy nową zakładkę poświęconą Polskiemu Bonowi Turystycznemu oprócz podstawowych danych o bonie przekazanych nam przez Polską Organizację Turystyczną (na mocy porozumienia pomiędzy POT i LOTUR) w której prezentujemy firmy turystyczne z terenu całego województwa, które zarejestrowały się poprzez platformę e-PUAP ZUS jako realizatorzy Polskiego Bonu Turystycznego. Niestety informacje o tych firmach na portalu bon.turystyczny.gov.pl są bardzo lakoniczne, bowiem przedstawiają tylko nazwę firmy, miejscowość. Nie zawsze po nazwie firmy wiadomo jaka jest oferta. Ponieważ na tym portalu zarejestrowało się już ponad 18 tys. firm z całego kraju, a ewentualnemu turyście trudno jest znaleźć poprzez wyszukiwarkę firmy z terenu województwa lubuskiego, jeżeli już ją znajdzie, to niestety nie wie jaką ofertę może zrealizować korzystając z bonu, gdyż brakuje kompleksowej informacji.

Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna w związku z panującą pandemią pragnie wesprzeć lubuskich przedsiębiorców z branży turystycznej upowszechniających turystykę w naszym regionie. LOTUR przefiltrował firmy lubuskie, które można znaleźć na www.lubuskie.travel.

Prezentujemy zarejestrowane do 30 listopada br. firmy lubuskie, prezentując oprócz nazwy, miejscowość dane teleadresowe, kontakt opisaną ofertę jaką może realizować turysta poprzez bon turystyczny. Dodatkowo oferta jest zilustrowana zdjęciami atrakcji turystycznych znajdujących się w pobliżu danego przedsiębiorcy.

Wśród branż dotkniętych pandemią COVID-19, to właśnie turystyka jest jedną z najbardziej odczuwającą skutki izolacji społecznej. Opóźnienie sezonu turystycznego z uwagi na wprowadzoną poprzez ogłoszenie stanu zagrożenia epidemicznego w dn. 15.03.2020 r. kwarantanny narodowej, związanych z nią

obstrzeżeń, nakazów reżimu sanitarnego oraz wprowadzone restrykcje i zakazy, ogromu strat jakie spowodowały nowe regulacje i ich skutków, które będą odczuwalne jeszcze przez długi okres, nie da się jeszcze przewidzieć jaki?. Nie mniej jednak, branża turystyczna nie poddaje się i stosując wszelkie zalecenia sanitarne podejmuje turystów na obszarze naszego województwa. Działania te wymagają jednak dodatkowego wsparcia. Dla skutecznego upowszechniania turystyki w trudnych warunkach pandemii COVID-19 konieczne jest stworzenie platformy komunikowania z potencjalnymi odbiorcami oferty turystycznej. Taka platforma, która zawierać będzie kompleksową informację o podmiotach świadczących usługi turystyczne, została utworzona poprzez realizację zadania „Wsparcie lubuskich organizatorów turystyki realizujących Polski Bon Turystyczny promujących walory turystyczne naszego regionu”. Dzięki niej branża turystyczna dotknięta niekorzystnymi skutkami pandemii otrzyma bezpośrednio, wymierne i rzeczywiste wsparcie w dotarciu do potencjalnego klienta – odbiorcy usługi turystycznej oraz niwelowane będą negatywne skutki wystąpienia COVID-19 na terenie województwa lubuskiego wśród podmiotów upowszechniających turystykę i walory turystyczne naszego regionu.



Zadanie ma także na celu przeciwdziałanie skutkom wystąpienia COVID-19, gdyż poprzez zachęcenie turystów do odwiedzenia naszego regionu, realizacji właśnie w regionie lubuskim. Dzięki realizacji zadania wzbogaciliśmy profesjonalny portal turystyczny, pokazujący turystom/mieszkańcom wszelkie możliwe turystyczne informacje nt. województwa lubuskiego. Dzięki planowanym działaniom pragniemy w sposób przejrzysty i uszeregowany przedstawić turystom krajowym, mieszkańcom i innym zainteresowanym jakie mamy atrakcje turystyczne, bazy noclegowo-gastronomiczne, wydarzenia kulturalne, najistotniejsze informacje o atrakcjach z regionu oraz możliwość kontaktu z lokalnymi mieszkańcami, chcącymi służyć turystom pomocą.

Zadanie publiczne jest współfinansowane ze środków otrzymanych z Województwa Lubuskiego- Urzędu Marszałkowskiego

LOTUR

więcej na www.lotur.eu

Oferty niektórych lubuskich przedsiębiorców realizujących Polski Bon Turystyczny



PUPH MARTINEZ Ewa Skonieczek

Usługi hotelarskie i gastronomiczne, spływy kajakowe

Martinez to firma rodzinna, związana od samego początku istnienia z Lubrzą. Zaczęliśmy skromnie, od sprzedaży wyrobów z wikliny. 30 lat temu byliśmy obecni jedynie na rynku lokalnym. Siły i serce, które wkładaliśmy w każdy wypieczony kosz, pozwoliły nam w miarę upływu czasu stać się rozpoznawalną marką, zarówno w kraju, jak i zagranicą. Ta właśnie droga pozwoliła nam na poszerzenie naszej działalności o usługi turystyczne i rekreacyjne. Od 2003 roku zajmujemy się organizowaniem jednych z najpopularniejszych w regionie spływów kajakowych. Do tego doszedł okazały, przepięknie zlokalizowany ośrodek wczasowy. A ostatnio również fantastyczny Park Rozrywki. Wszechstronna oferta firmy Martinez pozwala odpocząć od codzienności na wiele sposobów. Mamy coś zarówno dla miłośników aktywnego wypoczynku, jak i błogiego lenistwa. Mnóstwo chwil pełnych uśmiechu i radosnej zabawy znajdują tu dzieci wraz z opiekunami i bliskimi, czy to na koloniach i zielonych szkołach, czy na rodzinnych pobytach.

P.U.P.H. MARTINEZ Ewa Skonieczek

ul. Świebodzińska 74
66-218 Lubrza
tel. +48 68 381 30 97
martinez@martinez.com.pl
www.osrodek.martinez.com.pl



„Z dala od zgiełku” Gospodarstwo agroturystyczne

Nocleg ze śniadaniem

Kwaterna w sąsiedztwie Parku Narodowego „Ujście Warty”, 2 km od wsi. Doskonałe miejsce do obserwacji ptaków. Kilkadziesiąt kilometrów szlaków turystycznych w okolicy ułatwia wyprawy piesze i rowerowe. Na miejscu można wypożyczyć rowery, kajaki, lornetki oraz skorzystać z informacji turystycznej i usług przewodnika.

Rzeczpospolita Ptasia to nie tylko niezwykle atrakcyjny obszar rozlewisk w Ujściu Warty, ale przede wszystkim klub miłośników ptaków zrzeszający już ponad 3400 posiadaczy oryginalnych paszportów wydawanych w Słońsku.

Na terenie Rzeczpospolitej Ptasiej jest 6 znakowanych tras o łącznej długości 72 km.

Oznakowane „ptasie” szlaki piesze prowadzą przez malownicze i czasem dość odludne okolice Parku Krajobrazowego Ujście Warty. Otwarte przestrzenie łąk i pastwisk, poprzecinanych kanałami i starorzeczami, pasące się stada krów i koni oraz niewielkie kępy zadrzewień, będące często jedynymi śladami po starych osadach, to typowe elementy krajobrazu doliny dolnej Warty. Każdy szlak nosi nazwę gatunku ptaka, którego można spotkać wędrując daną trasą. Szlaki Gęgawy, Derkacza, Kani i Dudka oznakowane jako piesze, dostępne są również dla rowerzystów, choć wiodą po drogach gruntowych. Szlak Dzięcioła to ścieżka przyrodniczo-edukacyjna prowadząca przez leśne rezerваты przyrody, Szlak Zimorodka jest trasą kajakową po Postomi i starorzeczach Warty.

Dodatkową atrakcją dla miłośników geocachingu są umieszczone przy szlakach skrytki.

Kwaterna agroturystyczna „Z dala od zgiełku”

Stacja Pomp 2
66-436 Słońsk
tel: +48 607081317
hoopoe@hoopoe.com.pl
www.hoopoe.com.pl



Taberscy S.J. – Karczma

Karczma zachwyca swoim wyglądem, kaflowymi piecami, zgromadzonym starym sprzętem, związanym z gospodarką. Są też przyjazne zwierzęta... I łopaty piekarnicze, na których wyryto nazwiska Krumskich Osobowości. Wymyślono tę nagrodę, by docenić tych wielkich ludzi, którzy o sławę nie zabiegają, a dla lokalnej społeczności są prawdziwymi autorytetami.

Dlaczego właśnie takie narzędzie?

– Bo mój ojciec, Alfons Reimann, był piekarzem i to ma symbolizować szacunek dla wszystkich ludzi żyjących z pracy własnych rąk – tłumaczy pani Jolanta.

Dużo pracy ona, jej mąż, jak i dalsza rodzina, musieli włożyć, by Karczma Taberska tak pięknie dziś wyglądała. Ale to jeszcze nie wszystko. Także Kolesin uratowali od ruiny i zapomnienia. Choć nie znamy dokładnie daty wzniesienia dworu, to założenie budowy wskazuje na XVI–XVII wiek. Można sądzić, że drzewa w parku mają 250 i więcej lat.

W latach 50. XX wieku utworzono z dóbr kolesińskich Państwowe Gospodarstwo Rolne (PGR). W 1995 roku dwór wszedł do zasobu Agencji Własności Skarbu Państwa, natomiast od 1998 roku stanowi własność prywatną.

Zewsząd roznoszą się zapachy ziół, których tu bez liku. W sam raz do regionalnych trunków i potraw. Można godzinami siedzieć na ławce czy pomoście, przyglądać się jezioru Wojnowskiemu, delektować ciszą i wionią tutejszych roślin. A jak się ktoś znudzi, popływać na kajaku, rowerku, zatańczyć w sali balowej albo zajrzeć do restauracji lub do spichlerza, gdzie mistrz świata w tańcach latynoamerykańskich (znany też jako juror programu „Taniec z gwiazdami”) Michał Malitowski sam trenuje i udziela lekcji tancerzom z całego świata. Bo jak mówi, tu czuje się najlepiej. Wśród rodziny i swojej małej ojczyzny.

Gościniec „AGROTABERA” Karczma Taberska Marek Taberski

Janowiec 1
66-111 Nowe Kramsko
tel. +48 68 351 11 30, +48 504 213 677
info@karczmataberska.pl
www.karczmataberska.pl



więcej na www.lotur.eu

Pałac Wiechlice Zbigniew Czmuda

W północno-zachodniej części polski, wśród wspaniałego krajobrazu, dwa kilometry od Szprotawy, znajduje się pałac Wiechlice. Cztero gwiazdkowy hotel Pałac Wiechlice Resort & SPA położony jest w zielonym regionie województwa lubuskiego na skraju Borów Dolnośląskich. Jest to okazały dworek z XVIII-go wieku, który został w ubiegłych latach gruntownie odnowiony i zamieniony w luksusowy hotel. Całą doskonale odremontowaną posiadłość z pałacem, oficynami i parkiem otacza wyjątkowa aura. Do dyspozycji gości w Wiechlicach są między innymi, stylowe sale restauracyjne, winiarnia, sala konferencyjna i basen. Bardzo dobrze wyposażone SPA&Wellness oferuje relaks i profesjonalną opiekę. Pałac leży w pięknym, zadbanym parku ze starym drzewostanem, znajdują się tu także staw rybny i winnica. Restauracja Pałacu Wiechlice to miejsce, które uwodzi swoim niepowtarzalnym klimatem. W Pałacowej Restauracji wykorzystywane są świeże produkty pochodzące z najlepszych w regionie gospodarstw ekologicznych oraz własne wyroby. Goście mogą rozkoszować się wyśmienitymi daniami tradycyjnej kuchni polskiej. Strefa Wellness to 1200 m² gdzie mieści się przepiękny, klimatyczny basen wyposażony w szereg atrakcji takich jak bicz wodny, gejzery i przeciwprądy, strefa Saun obejmująca Saunę Parową, Fińską oraz Infrared, Kabina Floatingowa oraz gabinety SPA.

Pałac Wiechlice Zbigniew Czmuda

Wiechlice 45B
67-300 Szprotawa
tel. +48 68 376 86 10 +48 68 376 86 10
fax +48 68 376 86 11
repcja@palacwiechlice.pl
marketing@palacwiechlice.pl
www.palacwiechlice.pl



więcej na www.lotur.eu

Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji im. Zbigniewa Majewskiego



Oferta pobytowa dla rodzin obejmująca nocleg oraz dodatkowo: wyżywienie, usługi sportowo-rekreacyjne (pływalnia, jazda konna, tenis, tenis stołowy, jaskinia solna, strzelanie itp.).

- Oferta pobytowa dla grup zorganizowanych, np.: obozy, kolonie, obejmująca nocleg oraz dodatkowo: wyżywienie, usługi sportowo-rekreacyjne (pływalnia, jazda konna, tenis, tenis stołowy, jaskinia solna, strzelanie itp.).
- Półkolonia dla dzieci (zajęcia sportowo-rekreacyjne dla dzieci w wieku 7-11 lat wraz z wyżywieniem).

WOSiR to jeden z najnowocześniejszych kompleksów w Polsce, położony wśród zielonogórskich lasów, z dala od miejskiego zgiełku. Ośrodek posiada rozbudowaną bazą sportowo-rekreacyjną, noclegowo-gastronomiczną oraz szkoleniową.

To idealne miejsce na efektywny i aktywny sposób spędzenia wolnego czasu, który spełnia potrzeby zarówno gości indywidualnych, jak i grup zorganizowanych. Obiekt przystosowany w pełni dla osób niepełnosprawnych. W czasie ferii zimowych oraz wakacji organizujemy również półkolonie dla dzieci. Zapewniamy aktywny wypoczynek pod opieką wykwalifikowanych instruktorów sportowych oraz opiekunów animatorów. Urozmaicony program półkolonii zapewnia dzieciom uczestnictwo w wielu dyscyplinach sportowych i rozwijanie ich pasji: strzelanie, pływanie, tenis, jazda konna, szermierka itp. Ponadto zapewniamy gry i zabawy sportowo-rekreacyjne na świeżym powietrzu.

Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji im. Zbigniewa Majewskiego w Drzonkowie

ul. Drzonków-Olimpijska 20
66-004 Zielona Góra
cok@drzonkow.pl
www.drzonkow.pl

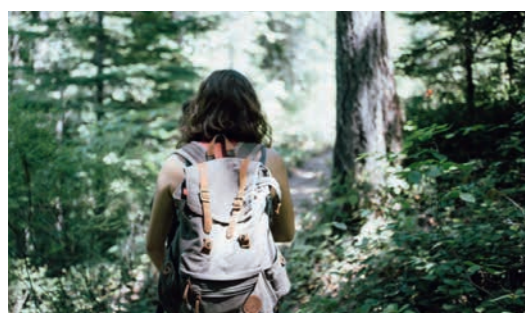
Biuro podróży Mega Tours Mariusz Grabowy

Od ponad dwudziestu dwóch lat zajmujemy się turystyką szkolną, a osiemnaście lat wspólnie z Wami organizujemy wycieczki szkolne, kolonie i obozy dla dzieci i młodzieży. Obecnie oferujemy ponad 100 sprawdzonych programów wycieczkowych. Dokładamy wszelkich starań by były profesjonalnie przygotowane i miały ciekawy program. Wycieczki prowadzą z reguły młodzi piloci – umiejący pracować z dziećmi. Ukoronowaniem naszych działań stało się przyjęcie naszego biura do elitarnego grona biur podróży w Polsce jakim jest Polska Izba Turystyki. Zgodnie z Ustawą o usługach turystycznych posiadamy koncesję organizatora turystyki nr 0034 wydaną przez Wojewodę Lubuskiego oraz posiadamy polisę OC w dla każdego wyjeżdżającego z nami turysty w AXA SA.

ul. Żeromskiego 10/1
65-066 Zielona Góra
tel. +48 68 324 03 77
wycieczka@megatours.pl
wycieczki.megatours.pl



Oddział zielonogórski PTTK



Wycieczki krajowe zamieszczone w kalendarzu imprez

Oferujemy wycieczki krajowe, ich zakres jest zamieszczony w kalendarzu imprez na stronie internetowej. Byliśmy i jesteśmy organizatorami wielu imprez turystycznych o różnym zasięgu. Wytoczyliśmy i wciąż tworzymy trasy nowych szlaków turystycznych na terenie całego powiatu i nie tylko. Cała Polska.

Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK

ul. Kupiecka 17
65-426 Zielona Góra
tel. 791 417 317
poczta@omzgora.pttk.pl
www.omzgora.pttk.pl

więcej na www.lotur.eu

Pałac Mierzęcín Wellness & Wine Resort

Usługa noclegowa Spa, winnica, bowling, basen, stadnina koni, restauracja

Rozległy majątek na skraju Puszczy Drawskiej – Pałac Mierzęcín ponownie został otwarty dla Gości. Słynący z winnicy i wyjątkowych win znalazł już swoje miejsce w sercach enoturystów z Polski i zagranicy. Mimo ograniczeń związanych z obecną sytuacją, możecie tu korzystać z bezpiecznej oferty rekreacyjnej – jazdy konnej, kortów tenisowych, wypożyczalni rowerów i sprzętu wędkarskiego. To również raj dla ceniących spokój i ciszę. 200 ha parków, ogrodów, łąk i lasów, a w nich trasy rowerowe, biegowe i Nordic Walking – w takim otoczeniu, każdy znajdzie ukojenie. Nie zapominajmy o Restauracji Destylarnia z szefującym jej Pawłem Salamoniem, zdobywcą Kulinarnego Pucharu Polski. Tu tradycja spotyka się z nowoczesnością, a świeżość i jakość są najważniejsze. Więc jeśli marzy Wam się bezpieczny wypoczynek, blisko natury, ale z odrobiną luksusu to jest właściwe miejsce.

Goście mają do dyspozycji eleganckie pokoje utrzymane w ciepłej kolorystyce. Udogodnienia dostępne w każdym z nich obejmują telewizor oraz łazienkę z prysznicem.

Obiekt Pałac Mierzęcín Wellness & Wine Resort jest położony w miejscowości Mierzęcín, zaledwie 500 metrów od Jeziora Mierzęckiego. Oferuje on rozmaite zabiegi odnowy biologicznej oraz zajęcia rekreacyjne, takie jak gra w golfa, jazda konna czy łucznicstwo. Na posesji znajduje się rozległa winnica, w której produkowane są wina. Działające na miejscu centrum spa oferuje zabiegi na twarz i ciało. W ich trakcie wykorzystywane są winogrona. Zabiegi należy rezerwować z wyprzedzeniem. Obiekt dysponuje też kortami tenisowymi oraz krytym basenem. W wolnej chwili Goście mogą pograć w bilard. Okolica jest wymarzone miejsce dla miłośników wędkowania, kajakarstwa, nordic walkingu i rowerowych wycieczek.

Dla najmłodszych przygotowano plac zabaw oraz pokój zabaw z zabawkami i grami. W kręgielni wydzielono też tory dla dzieci.

Pałac Mierzęcín Novol Sp. z o.o. Spółka komandytowa

Mierzęcín 1
66-520 Dobiegniew
tel. 609 224 925
repcja@palacmierzecin.pl
marketing@palacmierzecin.pl
www.palacmierzecin.pl



Wielki urok niewielkiego parku

Województwo lubuskie słynie z lasów i pięknych jezior. Na naszym terenie nie brakuje także pałaców i malowniczych parków. Wiele z nich to prawdziwe perełki, które mogą zaskoczyć niejednego.

W zachodniej części powiatu żagańskiego, tuż na skraju Borów Dolnośląskich, blisko powstającej właśnie autostrady A18, leży Iłowa. Geograficznie gmina należy do Niziny Śląskiej. Płyną przez nią dwa dopływy Bobru: Czarna Mała i Czarna Wielka. Około X w. powstała tu osada leżąca na skrzyżowaniu szlaków handlowych z Żagania do Zgorzelca i z Legnicy do Gubina. Prawa miejskie zostały nadane w 1679 roku. W zachodniej części miasta, między ulicami: Kolejową, Ogrodową, Żagańską i Surzyna, na powierzchni nieco ponad 15 ha rozpościera się Park Dworski. Od strony ul. Żagańskiej (główna droga przejazdowa przez Iłowę) znajduje się niewielki parking, na który wjeżdża się m.in. przez szachulcowy budynek przejazdowy dawnych zabudowań folwarku. Wejść do parku dla turystów pieszych jest kilka.

Park Dworski w Iłowej w swojej zasadniczej części powstał w XVII wieku, ale jego kompozycja kształtowana była przez kilka stuleci. Wpływ na nią mieli zmieniający się właściciele, przedstawiciele znamienitych rodów: Schellendorfów, Promnitzów, Hochbergów. W skład Parku Dworskiego w Iłowej wchodzi: ogród japoński, ogród chiński oraz ogród różany. Poza tym znajduje się tu 100-letni gaj różaneczników rozłożony na powierzchni ok. 1,5 ha i stanowiący jedną z największych kolekcji w Polsce. Krzewy rosną w obniżeniu rzeki Czarna Mała i jej kanału. W pomieszczeniach pałacu mieści się dzisiaj szkoła średnia. Kilka lat temu zakończono rewitalizację parku, przywracając mu wiele dawnego blasku z czasów największej świetności. Park Dworski stał się niewątpliwą ozdobą miasta oraz malowniczym miejscem rekreacji i wypoczynku. Jego romantyczną scenerię, jako znakomite tło do sesji, upodobał sobie fotograficy, turyści i nowożeńcy.

Szczególny urok ma ogród japoński z herbaciarnią, kamiennymi latarniami i mostkami. Obecnie jednym z najbardziej znanych w Polsce ogrodów japońskich jest Wrocławski Ogród Japoński z 1913 r. Jednak jego pierwowzorem był ogród japoński w Iłowej, który



powstał w roku 1905. Oba ogrody założone zostały przez hrabiego Hochberga oraz ogrodnika Anlaufa. Hrabia Fryderyk von Hochberga Fürstenstein był właścicielem pałacu oraz parku w latach 1902-1921. W Japonii był on ambasadorem cesarza Niemiec Wilhelma II. Ogród japoński znajduje się po południowej stronie pałacu. Jego zasadniczą część otoczona jest kanałami rzeki Małej Czernej. Głównym elementem kompozycyjnym był staw o nieregularnej linii brzegowej z czterema niewielkimi wysepkami. Obecnie dwie z nich połączone są mostkami – jeden z nich wykonano z piaskowca, drugi o charakterystycznym profilu wykonany jest z drewnianych klepek. Niegdyś wyspy połączone były kamiennymi stopniami, a brzeg zbiornika był umocniony kamieniami i ozdobiony roślinami.

Na wyspie znajdowała się także latarenka japońska, a we wschodniej części ogrodu charakterystycznie ułożone kamienie. Do dzisiaj zachował się jeden stojący kamień w kształcie rombu, który symbolizuje niebo.



więcej na www.lotur.eu



Zgodnie z filozofią zen, kamienie były niezwykle ważne, a odpowiednio ułożone symbolizowały harmonię między niebem, ziemią i człowiekiem. Grupa kamieni do dzisiaj znajduje się pod niewielkim wyniesieniem terenu. Na wspomnianym wyniesieniu, prawdopodobnie znajdował się pawilon herbaciany. Układ ścieżek, kanałów, sztuczne jezioro i wyspy zachowane są do dziś.

Wąski pas parku, po zach. stronie pałacu, zajmuje ogród chiński. Jego obszar rozpoczyna się przy schodach wiodących z mostu pałacowego. Uwagę zwiedzających przykuwają „bramy księżycowe”. To dwa ceglane bardzo charakterystyczne mury z owalnymi i okrągłymi otworami. Po przekroczeniu bramy księżycowej dochodzi się do mostku miłości z chińską pagodą.

Iłowskie ogrody zakwitają od wczesnej wiosny. Szczyt prawdziwej uczty dla zmysłów można przeżyć w maju w imponującym gaju różaneczników (rododendronów).

Okazałe krzewy z wielobarwnymi kwiatami w różnych odcieniach czerwieni, fioleto, żółci, różu, które potrafią zauroczyć każdego. To bez wątpienia największa atrakcja parku. Wspaniałe okazy zimozielonych roślin, o wysokości do 4–5 metrów, podziwiać można w pełni kwitnienia w maju i czerwcu. Tak potężna kolekcja roślin jest unikatem w województwie lubuskim. Wiele interesujących fontann w parku, tylko potęguje efekt zachwyty. Będąc na miejscu należy zwrócić uwagę m.in. na aleję dębowo-grabową, okazałe lipy, klony, olsze i cisy.

Chociaż to wiosną roślinność w Parku Dworskim w Iłowej roztacza największy urok, to warto wybrać się tam o każdej porze roku. W parku organizowane są różne imprezy. Ponad rok temu – 22. września – odbyła się tam I Krajowa Wystawa Psów Myśliwskich. W maju odbywały się wystawy kwiatów i towarzyszące im wydarzenia kulturalne pn. „Święto kwitnących azalii”. Z pewnością, gdy tylko pandemia COVID-19 odpuści na swojej niszczycielskiej sile, to będzie się można cieszyć tymi wydarzeniami na nowo. Tym czasem warto pospacerować alejkami Parku Dworskiego i podziwiać jego układ, szatę roślinną i architekturę.





Ciekawostki

Łłowa ma tradycje hutnicze, włókiennicze i ogrodnicze. Huta profilowanego szkła barwnego działa w Łłowej do dzisiaj. Od końca XIX w. do roku 1945 funkcjonowały tam dwa nowoczesne zakłady kwaciarskie. Organizowano także liczne wystawy kwiatów, zwłaszcza dali i storczyków, cieszące się uznaniem w całej Europie. Na ostatniej, na przełomie sierpnia i września 1939 r., pokazano aż 1000 odmian dali reprezentowanych przez 30 000 roślin. Głównymi wystawcami byli Paul Winkler oraz Paul Jentzig, ostatni prywatny właściciel pałacu i parku. Obecnie po gospodarstwach kwaciarskich nie ma śladu. Po wojnie, w latach 1949–1959 działało natomiast w Łłowej Technikum Ogrodnicze.

Najokazalsze w parku i w Polsce drzewo, to buk pospolity odmiany zwisającej (*Fagus sylvatica* 'Pendula'), o obwodzie pnia 615 cm – zachował pełen wigor do dzisiaj. Starymi drzewami są także wielkie dęby szypułkowe o obwodzie do 500 cm, platan klonolistny – 540 cm, tulipanowiec amerykański – 263 cm, daglezia zielona – 340 cm, lipa szerokolistna – 453 cm, choiny kanadyjskie, cyprysiki groszkowe, żywotniki – olbrzymi i zachodni w odmianach. Bardzo liczne są w parku amerykańskie dęby: czerwony (*Quercus rubra*) – najgrubszy o obwodzie 365 cm, błotny (*Q.*

palustris) i szkarłatny (*Q. coccinea*) oraz ich formy mieszańcowe. Nieprzeciętne wymiary osiągają kolumnowe olsze czarne (*Alnus glutinosa*), zwłaszcza te rosnące z różanecznikami. Przekraczają wysokość 300 m, a najokazalsza ma pień o obwodzie 445 cm. Jest to prawdopodobnie najgrubsza olsza czarna w krajowych parkach, a takie wymiary są w Polsce rzadkością.

Ogółem w parku zinwentaryzowano 88 gatunków i odmian drzew oraz krzewów. Park łłowski zajmuje 15,8 ha. Status zabytku otrzymał w 1986 r. Pałac znajdujący się na terenie Parku Dworskiego jest obiektem podnoszącym jego walory. Nosi cechy stylowe renesansu, baroku i neobaroku.

W pobliżu Łłowej znajduje się prawdziwy skarb przyrody – Bory Dolnośląskie, największy w Polsce las o powierzchni ok. 1650 km². Różnorodne formy terenowe sprawiają, że jest to nie tylko jeden z najpiękniejszych lasów w Polsce, ale także jedno z najlepszych miejsc do zbierania grzybów. Można natrafić na rośliny chronione, takie jak wawrzynek wilcze łyczo, pióropusznik strusi, widłak cyprysowaty, rosiczka długolistna, ponikło wielolodygowe czy storczyk Fuchsa.

Karolina Gałzka

Źródła:

www.łłowa.pl

„Zabytkowe parki województwa lubuskiego”

pod red. Barbary Bielinis-Kopeć, Zielona Góra 2013 r.

„Park Dworski w Łłowej. Monografia z przewodnikiem”
prof. dr hab. Mieczysław Czekalski, Łłowa 2009 r.



więcej na www.lotur.eu

Niewykorzystane szanse lubuskiej turystyki

Województwo lubuskie przedstawiane jest jako region o wysokich walorach turystycznych. Jednak pomimo wybitnych walorów naturalnych, jak liczne jeziora i duże kompleksy leśne, brak jest tutaj, z kilkoma wyjątkami, spektakularnych atrakcji znanych w całej Polsce. Obiekty UNESCO w Łęknicy, Międzyrzecki Rejon Umocniony oraz atrakcje winiarskie, to niestety za mało, by konkurować z takimi regionami jak Dolny Śląsk, Mazury czy Małopolska. Tymczasem na terenie województwa znajduje się kilka obiektów, które przy odpowiednim dofinansowaniu i wypromowaniu mogłyby znacząco rozszerzyć naszą ofertę turystyczną. Poniżej znajdują się opisy kilku niedoszłych lubuskich atrakcji.

Łłagów-Zdrój

Jedną z najbardziej spektakularnych porażek jest temat uzdrowiska w Łłagowie, który przed wojną był szeroko znany jako Luftkurort. Wątek powrotu do przedwojennych tradycji sięga jeszcze lat 60. XX wieku, kiedy pojawił się pomysł utworzenia w Łłagowie pełnoprawnego uzdrowiska, na bazie tutejszego ujęcia mineralnych wód chlorkowo-sodowych. Przez pewien czas działała nawet w pobliskim Łłagówku rozlewnia wody mineralnej „Łłagowianka”. W 1967 roku odbyła się w Łłagowie konferencja naukowa, której celem była ocena warunków i możliwości utworzenia tutaj uzdrowiska. Już w czasach PRL-u, w 1974 roku Rada Ministrów dała Łłagowowi 30-letnią prolongatę na budowę całorocznego zakładu lecznictwa uzdrowiskowego, co było warunkiem uzyskania statusu uzdrowiska. Zespół ekspertów wykonał profesjonalne badania terenowe, między innymi oceniając parametry lokalnego klimatu, nasłonecznienia, a nawet obecności komarów w okolicy. Zostały one opublikowane w 1976 roku, w monograficznym tomie, wydanym przez Lubuskie Towarzystwo Naukowe. Niestety przez 30 lat nie wybudowano całorocznego kompleksu uzdrowiskowego i prolongata przepadła. Temat powrócił jak bumerang kilka lat temu. Ponownie zostały zlecone badania, wykonane przez Instytut Geografii PAN, które

potwierdziły bardzo dobre, lecznicze walory środowiskowe Łłagowa. Mocno zaawansowane było też opracowanie operatu uzdrowiskowego, a prace z nim związane były na bieżąco konsultowane z Wydziałem Uzdrawisk Ministerstwa Zdrowia. Niestety władze samorządowe nie widzą potrzeby rozwoju Łłagowa w kierunku uzdrowiska. A szkoda, bo lubuskie jest jednym z ostatnich województw w kraju bez uzdrowiska. Każde miejsce sanatoryjne generuje 6, a nawet 8 miejsc pracy w szeroko pojętej obsłudze kuracjuszy. Jednak, co najważniejsze, region uzdrowiskowy tętni życiem cały rok, a nie jak obecnie 4 miesiące. Wystarczy zajrzeć do Łłagowa w lutym, aby się o tym przekonać... Może kolejni władarze powrócą do tego ważnego tematu.

Inną ciekawostką z niezrealizowanych planów w Łłagowie jest pochodząca z lat 80. XX wieku, koncepcja skansenu archeologicznego, który miał powstać na płaskim stoku Sokolej Góry, na południe od grodziska.

Zapomniana fabryka zbrojeniowa w Nowogrodzie Bobrzańskim.

Na zachód od Nowogrodu Bobrzańskiego, ukryte w sosnowym lesie, znajdują się pozostałości olbrzymiego Kombinatów DAG Alfred Nobel Krzystkowice, będącego filią koncernu IG Farben. Pozostałości tej niemieckiej fabryki amunicji i materiałów wybuchowych stanowią wielohektarowy kompleks około 200 budynków, schronów, ramp, silosów, a nawet potężnej elektrowni, położonych w lesie Nadleśnictwa Krzystkowice, pociętym siecią betonowych dróg. Po wojnie wyposażenie fabryki zostało wywiezione, a pozostałe obiekty z czasem zamieniły się w ruiny. Dziś na dachu kilkupiętrowego budynku można zobaczyć 50-letni las... Cały kompleks fabryczny, z wyjątkiem północnej części (jednostka wojskowa), jest co prawda dostępny do zwiedzania (szlak rowerowy), ale do poszczególnych budowli nie wolno wchodzić ze względów bezpieczeństwa. Gmina Nowogród Bobrzański widzi potencjał turystyczny takiej atrakcji, ale

odpowiednie wyeksponowanie i zabezpieczenie budowli leży poza jej możliwościami finansowymi. Przykładem jak można twórczo wykorzystać potencjał takiego miejsca, jest położone na przedmieściach Bydgoszczy – Exsploseum, obecnie oddział Muzeum Okręgowego im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy. Co ciekawe, to obiekt będący niemal lustrzanym odbiciem fabryki w Nowogrodzie. Bydgoska ekspozycja „Exploseum – Centrum techniki wojennej DAG Fabrik Bromberg” w roku 2012 została uhonorowana Nagrodą Ministra Kultury i uznana Wydarzeniem Muzealnym Roku SYBILLA 2011 w kategorii wystawy techniki. W 2015 roku Exploseum zostało włączone do Europejskiego Szlaku Dziedzictwa Przemysłowego, zyskując rangę tzw. punktu kotwicznego, jednego z 6 w Polsce i 77 w Europie. Punkty kotwiczne to obiekty industrialne o ponadregionalnym znaczeniu dla przemysłowej historii Europy i o dużym potencjale turystycznym, spełniające odpowiednie normy jakościowe. Natomiast 17 lutego 2017 roku Exploseum otrzymało Certyfikat Najlepszy Produkt Turystyczny 2016 nadany przez Polską Organizację Turystyczną. Jak widać takie miejsca mają bardzo duży potencjał.

Wicina – gród widmo

Niestety, nie ma też szczęścia projekt parku archeologicznego w Wicinie, leżącej niedaleko Lubska i Jasienia. Według doktora Arkadiusza Michalaka, dyrektora Muzeum Archeologicznego Środkowego Nadodrza w Świdnicy pod Zieloną Górą: „Wicina w wielu aspektach jest nawet ciekawsza niż Biskupin”. To dobrze zbadana osada obronna z wczesnej epoki żelaza, funkcjonująca w VIII–VI w. p.n.e. Obecnie jest objęta ochroną jako jeden z dwóch parków kulturowych w województwie lubuskim. Niestety dzisiaj pozostałości grodu w Wicinie przypominają niewielki pagórek wśród łąk i dla przeciętnego turysty są mało atrakcyjne. Rekonstrukcja grodu, jak w Biskupinie, wyniosłaby to ciekawe miejsce do rangi krajowej atrakcji. Szczególnie, że w wyniku prac archeologicznych pozyskano bardzo dużo interesujących artefaktów. Jako przykład może służyć nieodległy gród w niemieckiej miejscowości Raddusch. To łużyckie grodzisko odkryto podczas wykopalisk archeologicznych w 1984 roku, a już w roku 1990 rekonstrukcja została zakończona i stanowi obecnie jedną z atrakcji Dolnych Łużyc.

Duży potencjał w północnej części województwa lubuskiego ma również gród w Santoku, nazywany przez niektórych „polską Troją”.

Niedoceniona geologia

Od niedawna, południowo-zachodnia część województwa lubuskiego stała się znana w całej Polsce dzięki powstaniu Światowego Geoparku UNESCO „Łuk Mużakowa”. Niestety w tym przypadku splendory kroczyły przed infrastrukturą. Co prawda istnieje wielokrotnie nagradzana ścieżka geoturystyczna „Dawna Kopalnia Babina”, zrealizowana przez Nadleśnictwo Lipinki, jednak Centrum Promocji Geoparku UNESCO Łuk Mużakowa w Łęknicy, na które udało się w końcu zdobyć 3,9 mln zł, rodzi się w trwających już kilka lat bólach. A taki obiekt jest niezbędny, żeby przybliżyć turystom w przystępny sposób zawile treści związane z geologią i geomorfologią tego terenu. Są również pomysły stworzenia obiektów geoedukacyjnych w północnej części Geoparku, np. w dawnym budynku stacji kolejowej w Tuplicach, ale jak zwykle wszystko rozбивa się o finanse.

A tymczasem w województwie świętokrzyskim (o porównywalnej powierzchni i liczbie mieszkańców) powstały, aż dwa olbrzymie centra geoturystyczne, stanowiące jakoś samą w sobie. Pierwsze – Centrum Geoedukacji w Kielcach zbudowano 9 lat temu za 21 mln zł, a niedawno zakończono rozbudowę infrastruktury edukacyjnej za blisko 14 mln zł. Natomiast niedaleko Chęcina powstało Europejskie Centrum Edukacji Geologicznej za 34,5 mln. Można sobie tylko wyobrazić jakiej skali obiekty mogłyby powstać na terenie Łuku Mużakowa za blisko 70 mln zł.

Muzea w kolejce

Kolejną grupą obiektów, które znacząco by zwiększyły atrakcyjność turystyczną regionu są duże muzea, oparte na lubuskiej tematyce.

Jednym z takich obiektów miało być Muzeum Odry w Nowej Soli. Koszty obiektu oszacowano na 11,2 mln zł, z czego 7,3 mln zł miała wynieść dotacja z Unii Europejskiej. W tym roku, po czwartym przetargu na roboty budowlane miasto skapitulowało. Całkowite koszty Muzeum wzrosły

do ponad 15 mln zł, a dofinansowanie spadło poniżej 50 proc. Na potrzeby muzeum miasto miało zaadaptować zabytkowy magazyn solny z końca XVIII w. Szkoda, bo podobny obiekt, położony po niemieckiej stronie w Crieven, w dolnym biegu Odry, pokazuje, jak duże jest zapotrzebowanie na taką infrastrukturę.

Kolejną, ciekawą inicjatywą, jaka pojawiła się w Żaganiu jest powstanie Muzeum serialu Cztery pancerni i pies. Niestety od ponad 10 lat nie ma środków na utworzenie takiej placówki, pomimo, że wokół Żagania znajduje się aż 17 miejsc gdzie kręcono sceny do serialu, a członkowie Stowarzyszenia Klub Pancernych zgromadzili sporo eksponatów związanych z serialem. Muzeum Kargula i Pawlaka w Lubomierzu pokazuje, że Polacy z sentymentem powracają do filmów z dzieciństwa.

Od kilku lat pojawia się również temat utworzenia Muzeum Sosny na terenie Nadleśnictwa Lubsko, w sąsiedztwie Ośrodka Edukacji Przyrodniczo-Leśnej w Jeziorach Wysokich. A jest ku temu istotny powód, ponieważ w województwie lubuskim mamy najwyższy udział sosny zwyczajnej na świecie! Drzewostany sosnowe zajmują aż 87% powierzchni leśnej. I warto przybliżyć turystom w atrakcyjny sposób wiedzę o tym niezwykłym drzewie i jego roli nie tylko w gospodarce, ale i w starych wierzeniach oraz w kulturze. Póki co, problemy własnościowe, związane z lokalizacją obiektu, skutecznie uniemożliwiają rozpoczęcie działań w tym kierunku.

Straty

Mamy na terenie województwa również obiekty, które nie wytrzymały próby czasu lub są bliskie kapitulacji, a wystarczyłoby niewielkie dofinansowanie lub skuteczniejsza promocja.

Jednym z miejsc, których szkoda najbardziej, jest zlikwidowane Muzeum Bociana Białego w Kłopotcie koło Cybinki. Muzeum powstało w 2003 roku z inicjatywy Ligi Ochrony Przyrody i mieściło się w budynku dawnej wiejskiej szkoły. W czasach świetności, oprócz ciekawej ekspozycji poświęconej bocianom, funkcjonowało tutaj schronisko turystyczne dla 25 osób. Tuż obok znajdowało się pole namiotowe. Atrakcją była, nieistniejąca już,

drewniana wieża widokowa, z której można było obserwować największą w zachodniej Polsce kolonię bociana białego liczącą około 20 gniazd. Szkoda, że w trudnym momencie funkcjonowania tego obiektu nie znalazło się wsparcie ze strony zarówno samorządu gminnego jak i wojewódzkiego.

Kolejnym obiektem, który również nie wytrzymał próby czasu, było prywatne Ekomuzeum górnictwa węgla brunatnego w Miostowicach Dolnych koło Żar, prowadzone przez pana Tomasza Zabawę i finansowane z jego własnych środków.

Obiektem, który nie ma szczęścia, pomimo dużego potencjału, jest Skansen Łużycki w Buczynach, na terenie Łuku Mużakowa. Znajdują się tutaj ciekawe drewniane chaty łużyckie z licznymi eksponatami, jednak prywatnemu właścicielowi przydałaby się zarówno pomoc finansowa jak i merytoryczna, dotycząca odpowiedniej ekspozycji i zabezpieczenia ciekawych zbiorów.

Problem braku finansowania dotyczy również wielu zabytków, które nie mogą powrócić do stanu świetności. Od wielu lat z brakiem środków borykają się chociażby takie ważne zabytki jak piastowski zamek w Krośnie czy pałac w **Bojadłach**.

Warto również zwrócić uwagę na mniejsze przedsięwzięcia, jak regionalne izby muzealne, małe ekspozycje czy prywatne kolekcje udostępniane przez właścicieli. One też w dużym stopniu decydują o atrakcyjności turystycznej regionu. Może warto pomyśleć, zarówno o ich wsparciu finansowym, jak i lepszej promocji. Wystarczy spojrzeć za naszą zachodnią granicę jak wiele jest takich obiektów opierających się o pracę wolontariuszy i lokalnych stowarzyszeń.

Podsumowując, można stwierdzić, że w województwie lubuskim mamy zarówno obiekty, jak i oryginalne koncepcje na realizację spektakularnych przedsięwzięć, które mogłyby stać się znane zarówno w kraju jak i za granicą. Pozostaje mieć nadzieję, że znajdą się dedykowane fundusze i chociaż część z nich otrzyma swoją szansę.

Marek Maciantowicz

Odpoczywaj w Polsce, odpoczywaj w Lubuskiem, Lubuskie do zwiedzania

Podsumowanie kampanii

31 sierpnia br. zakończyła się kampania Odpoczywaj w Polsce, która była jedną z największych kampanii promocyjnych realizowanych na rynku krajowym przez Polską Organizację Turystyczną wspólnie z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi w tym z Lubuską Regionalną Organizacją Turystyczną „LOTUR” w ostatnich latach. Jak wiemy była ona przygotowywana i prowadzona w bardzo trudnym czasie dla całej branży turystycznej. Nie odniosłaby ona takiego sukcesu gdyby nie **wsparcie i zaangażowanie Regionalnych Organizacji Turystycznych**. Wspólnie udało się dotrzeć do kilkunastu milionów Polaków.

Kampania Odpoczywaj w Polsce składała się z 3 części:

Pierwszą i największą z nich była kampania telewizyjna. Podczas dwumiesięcznej kampanii w ogólnopolskich kanałach telewizyjnych liczba kontaktów z reklamą w grupie 4+ wyniosła prawie **150 milionów** na antenie POLSATu oraz ponad **184 miliony** na antenie TVP! Piętnastosekundowe spoty emitowane były nie tylko na antenach głównych Polsatu oraz TVP, ale i na kanałach tematycznych. Ponad **1300 emisji** spotu w dwumiesięcznej kampanii skutecznie inspirowała Turystów do wyboru najciekawszych kierunków podczas wakacyjnych podróży po Polsce. Lubuski spot nasza organizacja LOTUR otrzymała z prawami autorskimi z Urzędu Marszałkowskiego, spot ten gościł w wielu domostwach na ekranach telewizyjnych oraz w mediach społecznościowych.

Działania POT w telewizji to nie tylko spoty. Polska Organizacja Turystyczna przy silnej współpracy z regionami **stworzyła największy w polskiej telewizji śniadaniowej dedykowany cykl audycji „Pnś na Lato”**. W każdą sobotę oraz niedziele czerwca i lipca widzowie Pytania na Śniadanie mieli okazję poznawać najpiękniejsze zakątki Polski. Relacje z 16 regionów, które powstały w ciągu 36 dni zdjęciowych przyciągały średnio ponad **400 tys. widzów**. Podczas dwumiesięcznego cyklu



zrealizowano **48 felietonów** z 16 regionów. Lubuskie w telewizji śniadaniowej prezentowane było 27 czerwca br. Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna „LOTUR” zaproponowała relacje z Parku Mużakowskiego i Świątowego Geoparku Łuk Mużakowa – wejście 1, z Międzyrzeckiego Rejonu Umocnionego – wejście 2 oraz relacje z Łagowa – wejście 3.

więcej na www.lotur.eu

Silnym wsparciem kampanii była także kampania on-line prowadzona nie tylko w mediach społecznościowych POT, LOTUR ale i z pomocą Google Adwords oraz kampanii display na portalach horyzontalnych wraz z cyklem artykułów sponsorowanych o regionach.

Kampania Display trwająca prawie 2 miesiące wygenerowała prawie **80 milionów** odsłon, liczba wyświetleń w kampanii Adwords to prawie **64 miliony**. Zasięg postów na Facebook przekroczył ponad 8 milionów.

Województwo	PNŚ – oglądalność				FB+Instagram	GoogleAds	Artykuły
	wejście 1	wejście 2	wejście 3	średnia	zasięg łączny	wyświetlenia	zasięg UU
lubuskie	348 396	477 958	399 502	373 249	537 472	5 090 444	18 701

Statystyka z regionu lubuskiego

Z tego miejsca pragnę jeszcze raz podziękować naszym członkom współpracującym z nami przy realizacji tegoż przedsięwzięcia za nasz wspólny sukces. Ta akcja nie byłaby możliwa bez Państwa zaangażowania.

Jadwiga BŁOCH
LOTUR

Turystyczne Mistrzostwa Blogerów 2020

Polska Organizacja Turystyczna wybrała 16 finalistów Turystycznych Mistrzostw Blogerów. Każdy z nich wyruszył w trasę po najpiękniejszych zakątkach swojego regionu. Zwycięzca oprócz trzynastu i pół tysiąca złotych netto otrzyma możliwość dalszej współpracy z POT przy innych projektach.

Turystyczne Mistrzostwa Blogerów to jedyna akcja w Polsce promująca turystykę krajową, która łączy w sobie nowoczesne formy przekazu i element rywalizacji. Do tegorocznej edycji konkursu zgłosiło się 63 blogerów, spośród których kapituła wybrała 16 finalistów reprezentujących poszczególne regiony kraju. 5 października blogerzy rozpoczęli rywalizację ze sobą. Każdy z nich musiał przygotować minimum dwa wpisy oraz jeden materiał wideo (film), a także sześć postów na Facebooku oraz sześć postów na Instagramie, które dotyczyć mają kilkudniowego wypadu do przydzielonego województwa.

Podróżnicy mieli czas do 5 listopada na wykonanie określonych w konkursie zadań. Od 10 do 24 listopada na stronie mistrzostwoblogerow.polska.travel odbyło się głosowanie internetowe, gdzie wszyscy fani mogli głosować na swoich faworytów. Zwycięzców konkursu poznamy w grudniu. O tym kto wygra zdecydują trzy czynniki: wyniki głosowania internautów, zasięgi wygenerowane przez blogerów oraz opinia kapituły.



Zwycięzca mistrzostw otrzyma łącznie 13,5 tys. zł netto, oraz możliwość dalszej współpracy przy projektach realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną. Nagroda za zajęcie drugiego miejsca to 8,5 tys. zł netto, a bloger, który zajmie trzecie miejsce otrzyma 6,5 tys. zł netto.

WOJEWÓDZTWO LUBUSKIE reprezentują Katarzyna Łaskawiec i Tomasz Sawirski

www.polskapogodzinach.pl

Oto kilka wpisów i zdjęć Kasi i Tomasza

W październiku objechaliśmy Lubuskie z północy na południe w ramach Turystycznych Mistrzostw Blogerów (sporo tam Waszych inspiracji). Materiałów zebraliśmy co nie miara, bo Lubuskie ma czym się pochwalić. Powstały z tego wpisy na blogu, dwa filmy a lubuskie zdjęcia na Instagramie zachwycają naszych czytelników – sami możecie sprawdzić.

Lubuskie zamki, pałace i dwory – czy znasz je wszystkie?

Czy wiecie, że Lubuskie to wiele wspaniałych zamków, pałaców i dworów nie ustępujących zabytkom Dolnego Śląska? Poznaliśmy zarówno te, które dziś cieszą oko doskonale przeprowadzoną rewitalizacją, jak i takie, które czekają jeszcze na swój moment. Czy w najbliższym czasie uśmiechnie się do nich szczęście? O tym nasz kolejny wpis, w którym zabieramy Was do ośmiu z uwaga-uwaga 250 takich obiektów na terenie województwa!

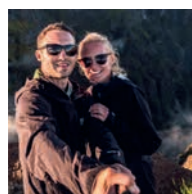
Gdzie odpoczniecie w pomysłowym SPA? Który zamek sięga historią do rycerskich czasów? Który obiekt położony jest urokliwie nad brzegiem jeziora? Sprawdźcie!



A tak było w ubiegłym roku

DRUGIE MISTRZOSTWA BLOGERÓW 2019

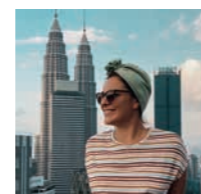
1 MIEJSCE
Anita i Paweł Skowera
Świętokrzyskie



2 MIEJSCE
Magda i Jacek Zbieraj
Zbieraj się!
Lubuskie



3 MIEJSCE
Patrycja Jaskot
traveLover
Mazowieckie



więcej na www.lotur.eu

A jak będzie w tym roku 2020, wyniki poznamy po 15 XII

Bądźmy jak pTaki! – witajcie w magicznej ptasiej krainie!

Województwo lubuskie zdaje się być na uboczu krajowej turystyki i być może w głowach wielu ludzi nie wywołuje silnych skojarzeń. Lubuskie to jednak doskonały kierunek na te zwariowane czasy – niska gęstość zaludnienia, najwięcej lasów w całej Polsce i masa ciekawych historii gwarantują, że w Lubuskiem można świetnie wypocząć.

Czy wiecie, że Park Narodowy „Ujście Warty” to taka „Biebrza Zachodu”, w której co roku obserwuje się ponad 250 gatunków ptaków przylatujących tu w setkach tysięcy sztuk? To tu możecie stać się obywatelami Rzeczypospolitej Ptasiej, uzyskując najprawdziwszy, stemplowany paszport! Jesień to doskonały moment na oglądanie imponujących kluczy żurawi i gęsi, które codziennie buszują po pobliskich mokradłach. Aby stać się widzem niezwykłego porannego spektaklu, wystarczy nastawić budzik przed wschodem słońca i złapać w garść dobrą lornetkę. Reszta dzieje się sama, a przyroda pisze najpiękniejsze scenariusze. Sprawdźcie nasz post o Parku Narodowym „Ujście Warty”!

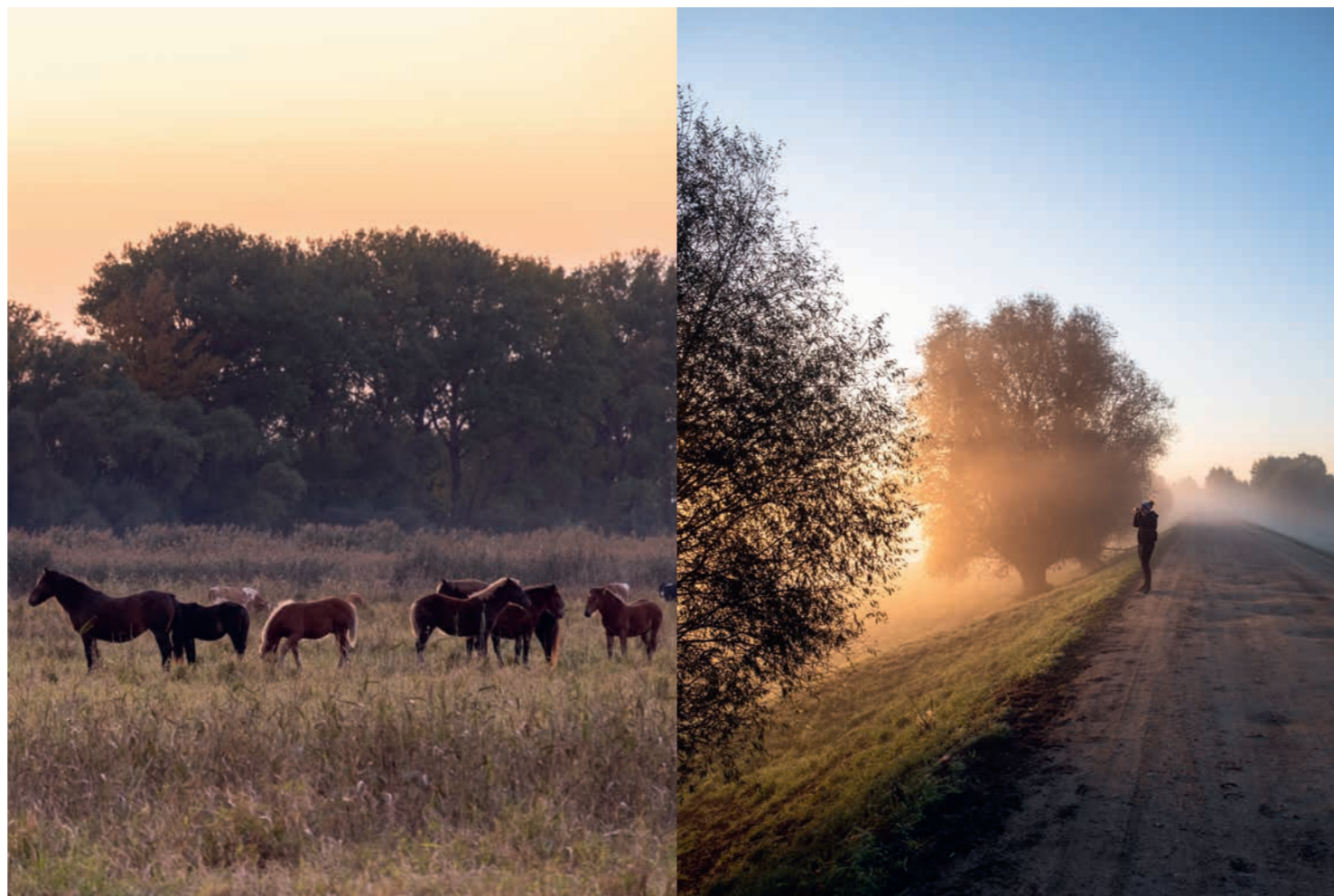
Moglibyśmy napisać, że to najmłodszy polski park narodowy, że w ciągu jednego dnia migracji można doliczyć się tu ponad 25 tysięcy żurawi i 100 tysięcy gęsi, że żyje tu ponad 260 gatunków ptaków, z czego prawie 10% to gatunki ginące w skali światowej... Ale może by tak inaczej...

Zamknijcie oczy i wyobraźcie sobie krainę spowitą porannymi mgłami, przez które delikatnie zaczynają przebijać promienie słońca. Ciszę przerywają pierwsze odgłosy żurawi. Z początku nieśmiało, pojedyncze



i jakby odległe, gdzieś znad rozlewisk spowitych mgłą. W miarę wędrówki słońca po nieboskłonie, przybierają wyraźną i donośną postać krzykliwych ptasich kluczy, wyruszających codziennie na żerowiska. Park Narodowy Ujście Warty to jedno z dwóch, obok Biebrzy, najważniejszych siedlisk i miejsc przelotów ptaków w Polsce. Od wiosny do jesieni ta kraina aż roi się od różnych zaśpiewów, świstów, gęgania, klangoru, świergotania i trelów, a każda pora roku pozwala obserwować inne gatunki ptaków i ich zwyczaje. Wiosną bataliony w godowym tańcu stroszą swe barwne pióra, w lato sprawne oko wypatrzy troskliwych rodziców przysposabiających młode do życia, a wraz z nadejściem wczesnej jesieni można obserwować przygoto-

więcej na www.lotur.eu



wania do odlotów i goszczenie przyjezdnych z północy Europy. Nawet zimą jest ciekawie, bowiem na terenie parku obserwuje się arktycznego łabędzia krzykliwego z charakterystycznym, żółto-czarnym dziobem.

My do Parku Narodowego „Ujście Warty” wybraliśmy się w październiku, kiedy na tych terenach niepodzielnie królują gęsi, przybyłe ze Skandynawii i Rosji, oraz żurawie, spotykane w Polsce jeszcze do czasu pierwszych porządnych przymrozków (choć niektóre zimują w Ujściu Warty). Korzystają one z resztek plonów na polach, szczególnie tych kukurydzianych, które stanowią smakowity bufet – w sam raz na wzmocnienie przed wędrówką na południe. W nocy spotkanie ptaki w głębi parku, gdzie wykorzystują podmokłe tereny, żeby odpocząć z dala od ludzi i drapieżników, a za dnia zobaczycie je buszujące na pobliskich łąkach i polach w poszukiwaniu pożywnych smakołyków. Przez lornetkę doskonale widać niezwykle liczne stada, które gromadzą się w tym wyjątkowym zakątku województwa lubuskiego. A czemu przylatują właśnie tu?

Park Narodowy „Ujście Warty” – przyrodnicza perełka lubuskiego

Park Narodowy Ujście Warty to w dobie uregulowanych rzek unikalne rozlewiska, z licznymi ciekami wodnymi i terenami podmokłymi, stanowiące wyśmienite





warunki dla wielu gatunków ptactwa. To tu, wśród rozległych łąk, bagnisk i trudno dostępnych dla drapieżników miejsc, ptasie kolonie mogą znaleźć spokój i doskonałe warunki żywieniowe.

Co ciekawe, wspomniane tereny nie zawsze były bezkresnymi przestrzeniami – do XVIII wieku te okolice pokrywały dzikie bagniska i podmokłe lasy, takie najbardziej niedostępne. Jednak w XVIII wieku król pruski Fryderyk Wilhelm zdecydował osuszyć mokradła i pozyskać nowe tereny do osiedlenia ludzi i rozwoju rolnictwa (jeśli interesują Was ciekawostki historyczno-geograficzne, więcej na końcu tekstu). Mamy więc dziś do czynienia z terenem przekształconym przez człowieka, jednak w formę, która ptasim przelotom szalenie sprzyja. Tym bardziej, że od ponad stu lat nadwarciańskie rozlewiska żyją w miarę naturalnym cyklem, z którego korzysta przyroda.

polskapogodzinach.pl/
rzeczpospolita-ptasia-park-narodowy-ujscie-warty/

Z raportu jaki otrzymaliśmy od blogerów, niektóre wyniki poniżej wynika, że mieliśmy bardzo piękną promocję regionu lubuskiego. Za wszystkie wpisy, zdjęcia dziękujemy.

Internautom dziękujemy za głosowanie.

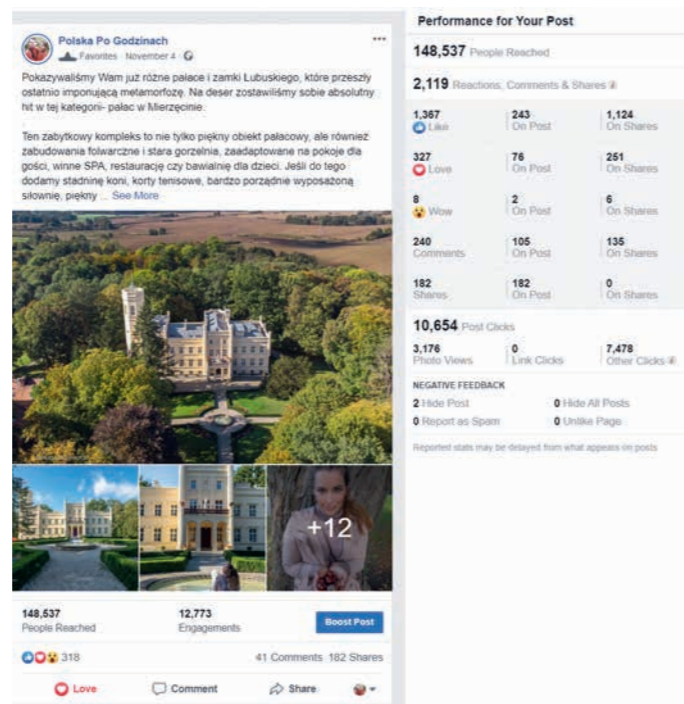
LOTUR

Post na Facebooku nr. 1

Link do posta na FB
<https://www.facebook.com/polskapogodzinach/posts/3423324101055650>

Zasięg FB całkowity: 148 537
 Zasięg na FB organiczny: 148 537
 Liczba polubień posta: 1702
 Liczba komentarzy do posta: 240
 Liczba udostępnień posta: 182

Zrzut ekranu ze statystykami posta:



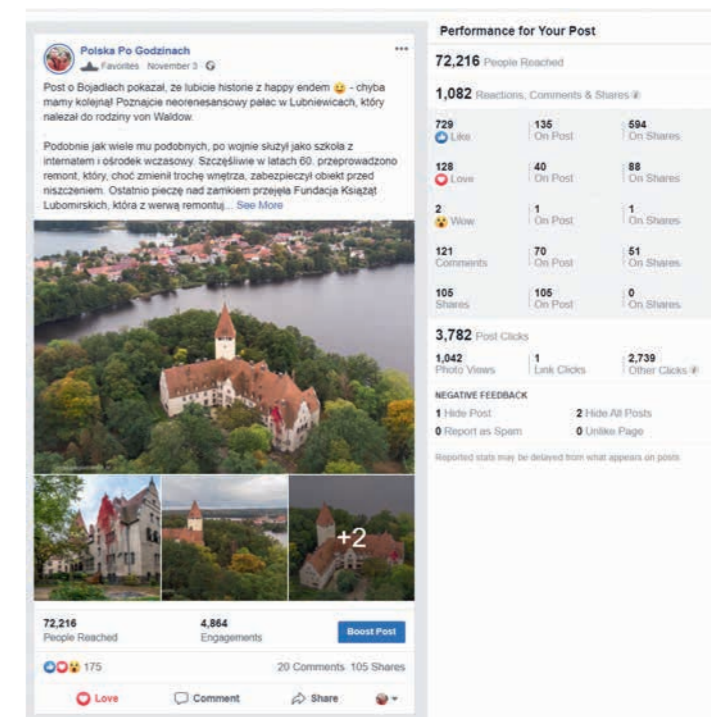
więcej na www.lotur.eu

Post na Facebooku nr. 2

Link do posta na FB
<https://www.facebook.com/polskapogodzinach/posts/3420876657967061>

Zasięg FB całkowity: 72 216
 Zasięg na FB organiczny: 72 216
 Liczba polubień posta: 859
 Liczba komentarzy do posta: 121
 Liczba udostępnień posta: 105

Zrzut ekranu ze statystykami posta:

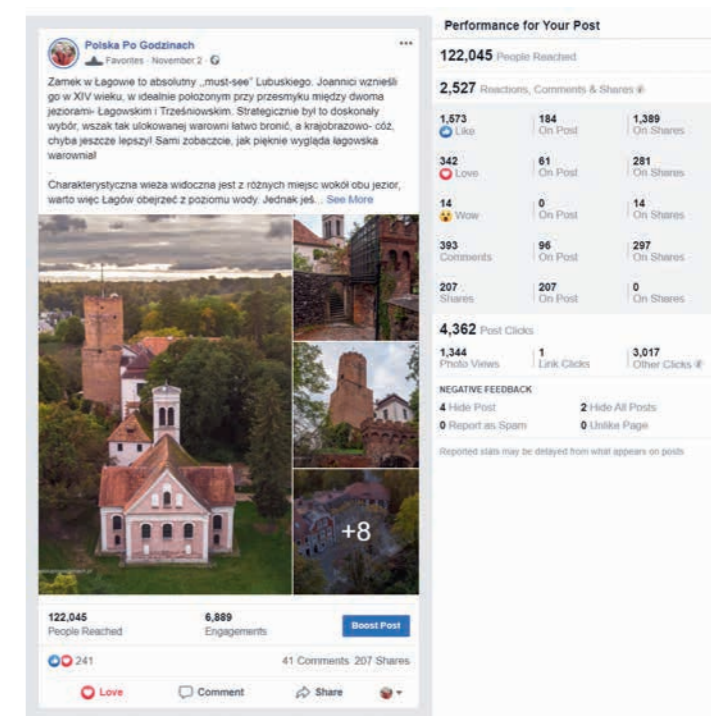


Post na Facebooku nr. 3

Link do posta na FB
<https://www.facebook.com/polskapogodzinach/posts/3418084574912936>

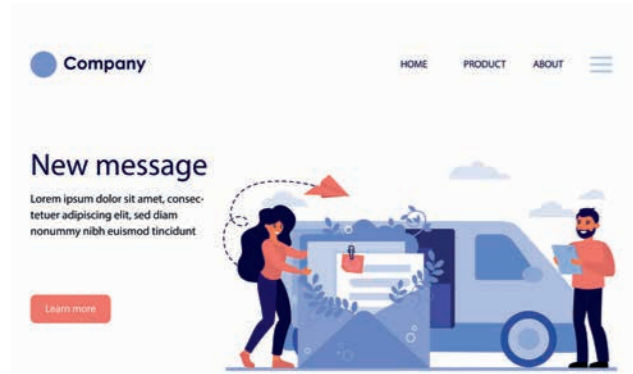
Zasięg FB całkowity: 122 045
 Zasięg na FB organiczny: 122 045
 Liczba polubień posta: 1929
 Liczba komentarzy do posta: 393
 Liczba udostępnień posta: 207

Zrzut ekranu ze statystykami posta:



Email marketing w turystyce

Zanim pojawił się Internet najpowszechniejszą formą utrzymania relacji ze stałymi klientami bądź z potencjalnymi klientami, była tradycyjna dystrybucja folderów, katalogów, ulotek, itp. Jednak czasy się zmieniły, technologia się rozwinęła i teraz głównymi kanałami kontaktu z klientami są narzędzia online. Mniejsze koszty spowodowały, że wiele firm turystycznych zrezygnowało z tradycyjnych wysyłek reklamowych na rzecz właśnie e-mail marketingu. Globalna liczba odbiorców poczty elektronicznej stale rośnie. Dla 83% klientów email to preferowany kanał komunikacji z ulubioną marką.



Jednym z najskuteczniejszych narzędzi e-mail marketingu jest newsletter. Tworzenie i gromadzenie bazy subskrybentów powinno być jednym z ważniejszych celów marketingowych potrzebnych do budowania długofalowej relacji z klientem. Ze względu na dużą konkurencję przygotowanie skutecznego newsletteru to nie lada wyzwanie. Poniżej przedstawiono wskazówki jak sprawić, by newsletter się sprawdził w branży turystycznej.

TIP 1 – baza mailingowa i segmentacja klientów

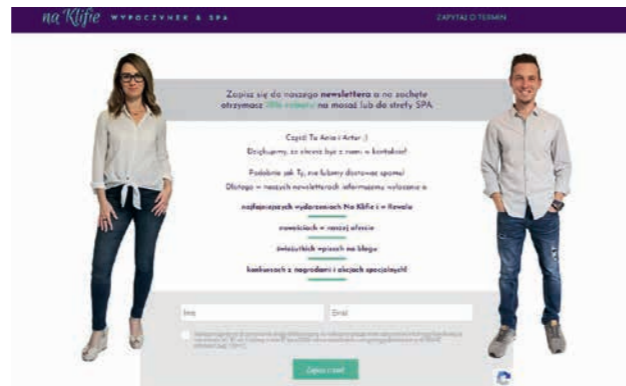
Pierwszym krokiem jest ustalenie kim są nasi klienci i do kogo chcemy skierować ofertę – można ich podzielić wg kategorii odpowiadając sobie na kilka pytań, m.in.:

- Kim są klienci, w jakim są wieku, jakiej są płci?
- Czy ich wyjazdy są bardziej prywatne czy biznesowe?
- Jak często wyjeżdżają?
- Gdzie szukają informacji (wyszukiwarka, social media, itd.)?
- W jaki sposób dokonują rezerwacji usług?

Dlaczego jest to tak ważne w branży turystycznej? Potrzeby klientów biznesowych są inne niż osób, które chcą tylko wypocząć. Rodziny z dziećmi posiadają również znacznie odmienne oczekiwania. By mailing był efektywny, należy zacząć od segmentacji klientów.

Jak zatem segmentować klientów?

Część segmentacji może się odbywać w trakcie zapisywania klienta na newsletter. Formularz zapisu można umieścić na swojej stronie internetowej, jak również na social mediach. Prosząc o imię można zdobyć informacje na temat płci, ale należy pamiętać, że formularz nie może zawierać zbyt dużo pól, gdyż zniechęci on do zapisu. Maksymalna ilość pól do wypełnienia to 6.



Źródło: <https://na-klifie.pl/newsletter.html>

TIP 2 – e-mail powitalny

Raport Experian mówi, że e-mail powitalny stanowi jedną z najczęściej otwieranych wiadomości. Warto wykorzystać tę okazję do zbudowania relacji. Pierwszą szansą na wysłanie welcome e-mail będzie rezerwacja klienta. Można mu za nią podziękować i ewentualnie napisać co go czeka po przyjeździe / po zakupie. Warto wówczas wspomnieć o dodatkowych ofertach, które mamy. Można zaproponować dołączenie do programu lojalnościowego i przedstawić korzyści w związku z przynależeniem. Jest duża szansa, że klienci skorzystają z tej opcji, a to może spowodować następne rezerwacje.



TIP 3 – poszerzanie bazy mailingowej poprzez działania offline

Poza oczywistym zwiększaniem bazy mailingowej poprzez działania w Internecie, pomocne są również działania offline, które są w miarę skuteczne i efektywne. W punktach styku z klientem można przygotować propozycje zapisu do bazy subskrybentów np. w recepcji hotelowej, gdzie recepcjonista ma kontakt z klientem. Można zachęcić turystów do pozostawienia adresu e-mail poprzez dostarczenie im informacji, które są im potrzebne, np. możemy przesłać na adres e-mail ciekawe miejsca do zwiedzenia podczas pobytu czy polecić ciekawe restauracje w okolicy. Przy check out można zasugerować turyście, aby pozostawił adres e-mail, na który będą wysyłane specjalnie spersonalizowane oferty. W czasie organizacji np. wesela w hotelu można zaoferować nowożeńcom

więcej na www.lotur.eu

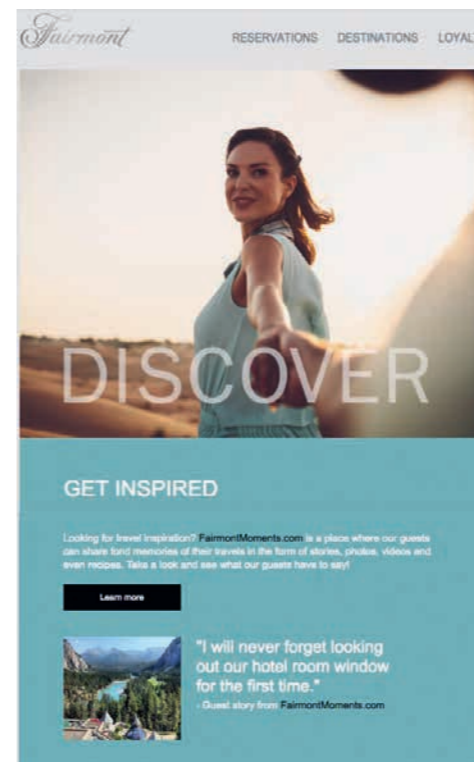
w zamian za zostawienie adresu e-mail, rabatu na pobyt w hotelu albo romantyczną kolację, w ich pierwszą rocznicę ślubu.

TIP 4 – skorzystaj z siły Real Time Marketingu

Real-Time Marketing, czyli nawiązywanie w komunikacji marketingowej do aktualnych wydarzeń, to skuteczny sposób na to, by zwiększyć zaangażowanie fanów. Odnosimy się tu bowiem, do aktualnych wydarzeń, które w tym momencie polaryzują uwagę internautów. Kalendarz daje możliwość, w przypadku branży hotelowej, skorzystania z dużej ilości okazji, które koniecznie należy wykorzystać, aby coś zaoferować swoim subskrybentom np. Walentynki, Dzień Kobiet, itp. Można zaproponować subskrybentom odpowiednie zniżki na SPA, vouchery na kolację, czy drinki w hotelowym barze. Pozwoli to jeszcze lepiej wykorzystać potencjał e-mail marketing. Większe miasta mają więcej eventów, których uczestnikom można dać możliwość odpoczynku u siebie. Przykładowo można przesłać swoim subskrybentom informację, że w konkretnym mieście będą się odbywały wydarzenia. Dobrze jeśli dodamy, że nasz hotel jest nieopodal i proponujemy dodatkowo ciekawy rabat.

TIP 5 – pozyskuj opinie

E-mail marketing jest doskonałym narzędziem, jeżeli chce się poszerzyć ilość klientów, ale nie tylko. Pamiętać trzeba, iż dobrze jest utrzymywać relację z klientami, którzy skorzystali z naszych usług. Dlatego można poprosić o opinie.



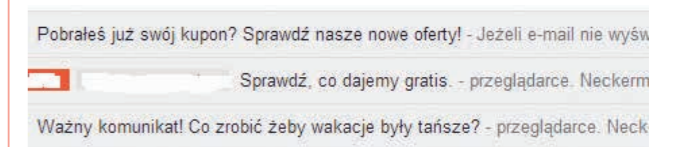
TIP 6 – dobrze zaprojektuj newsletter

Do zwrócenia uwagi odbiorcy możemy wykorzystać dwa pola: odbiorcę i tytuł wiadomości – to znaczy nasz potencjalny klient na liście wiadomości do przeczytania widzi te pola i z reguły przeprowadza selekcję maili – otwiera te, które wzbudziły w nim zaintereso-

wanie. Warto spróbować nadać wiadomości ludzkiego charakteru. Przykładem może być wysyłanie wiadomości od osoby, reprezentującej daną firmę. Taką właśnie zmianę wprowadziło TUI, wysyłając wiadomości z ofertami podpisane są przez Panie.



Można również zachęcić tytułem wiadomości, który powinien być zgodny z treścią czy też komunikatem marketingowym całej wiadomości. I tutaj także jest wiele wariantów do zastosowania i przetestowania. A tytułowanie wiadomości wyłącznie słowem „newsletter” lub „oferty specjalne”, co jest powszechne w polskiej branży turystycznej, nie jest dobrym pomysłem. Można np. zadać pytanie, ostrzec przed utratą korzyści, wzywać do działania, obiecywać, mówić o gratisach, czy też stosować dodatkowe znaki.



Celem obu przykładów jest przede wszystkim zwiększenie otwarć wysyłanych wiadomości (open rate). I warto testować wprowadzane rozwiązania, a następnie analizować, czy parametr open rate ulega poprawie. Tym bardziej, że zakres tych zmian jest bardzo prosty do wprowadzenia przez każdą firmę turystyczną, które wykorzystuje email marketing.

Do stworzenia interesujących grafik/ilustracji można wykorzystać darmowe narzędzia takie jak Canva czy Shutterstock. Najnowszym trendem w grafikach są ilustracje, które wskazują na większą klikalność. Konieczne jest również sprawdzenie przed wysyłką jak newsletter wygląda na ekranach różnych urządzeń.

Co wyróżnia dobry email marketing?

- interesująca treść, związana z aktywnością użytkownika lub jego zainteresowaniami
- grafiki, które wzbudzają emocje u klientów z wyraźnym przyciskiem CTA
- kreatywność – czasami lepiej wykorzystać storytelling czyli opowiedzieć jakąś historię niż przedstawić katalog z produktami
- można posłużyć się treściami stworzonymi przez odbiorców lub z ich pomocą, bowiem to one są najbardziej wiarygodne np. opinie, recenzje, itp.
- regularność wysyłanych newsletterów

Duża baza adresów e-mail pomaga skutecznie promować usługi turystyczne, zwiększać liczbę klientów, poprawić oglądalność oraz ruch na stronie internetowej. E-mail marketing w turystyce realizowany w przemyślany sposób może okazać się jedną z najefektywniejszych form marketingu internetowego. Dlatego też, wiele podmiotów branży turystycznej z powodzeniem wykorzystuje go teraz w swoich działaniach w sieci.

Opracowanie
Monika Kobel

Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi



Cykl szesnastu spotkań, które odbędą się we wszystkich 16 województwach Polski. Adresatami tego zadania są członkowie regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych oraz inni interesariusze rynku turystycznego, w tym przedstawiciele innych organizacji turystycznych, samorządów oraz przedstawiciele branży turystycznej. Celem warsztatowo-konferencyjnych spotkań jest prezentacja dobrych praktyk międzynarodowych w zakresie zarządzania i promocji turystycznymi markami terytorialnymi (zarówno ich organizacji, jak i promocji) dokonana przez ekspertów oraz wymiana dobrych praktyk w tym zakresie. Przeprowadzenie konferencji w regionach pozwoli na dotarcie z informacją do większej liczby potencjalnych użytkowników, którzy często nie są skłonni do uczestnictwa w jednym miejscu i czasie w określonej jednej konferencji, organizowanej centralnie. Ponadto pozwoli to na dobór ew. ekspertów/prelegentów jak najbardziej pod kątem specyfiki danego regionu.

Spotkania mają na celu zaprezentowanie najlepszych zagranicznych wzorców zarządzania organizacją i promocją terytorialnych marek turystycznych / destynacji turystycznych przy udziale wielu podmiotów rynku turystycznego oraz określenie ich wzajemnych powiązań oraz ról w rozwoju turystyki regionu/kraju.

Budowanie silnych turystycznych marek terytorialnych jest jednym z ważnych projektów Ministerstwa Rozwoju (wcześniej Sportu i Turystyki). Znalazło to wyraz w realizowanym projekcie „Polskie Marki Turystyczne”. Ministerstwo uznało, iż istnieje potrzeba wsparcia kreatorów marek terytorialnych w zakresie prowadzenia działań rozwojowych i marketingowych na rzecz regionów turystycznych oraz markowych produktów obszarowych.

Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna „LOTUR” jest organizatorem konferencji online pt. „Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi” w ramach ogólnopolskiego projektu koordynowanego przez Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych. Konferencja zaprezentuje wiedzę i doświadczenia najlepszych ekspertów w zakresie europejskich praktyk w dziedzinie budowy i rozwoju turystycznych marek terytorialnych z uwzględnieniem ich kontekstu i dynamiki relacji z rynkiem.

LOTUR


 więcej na www.lotur.eu


Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna „LOTUR”

zaprasza na konferencje online

Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi

15 grudnia 2020

Zgłoszenia udziału proszę wysłać na kwestionariuszu dostępnym na stronie www.lubuskie.travel do 13.12.2020

PROGRAM

10.00–10.10	Otwarcie konferencji moderator – Jadwiga Błoch, Prezes Lubuskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej
10.10–10.15	Wystąpienia Wicemarszałka Łukasza Poryckiego
10.15–11.30	Wino, Natura, Zdrowie – Kremstal w Dolnej Austrii przed i po pandemii – Włodzimierz Szeląg, Dyrektor Zagranicznego Ośrodka Polskiej Organizacji Turystycznej Wiedź
11.30–12.30	Rozwój produktu turystycznego na przykładzie LANDLUST – Helga (Bloder) HELGA BAUER były dyrektor Austriackiego Ośrodka Informacji Turystycznej w Warszawie
12.30–12.45	Przerwa
12.45–13.45	Turystyczne marki transgraniczne – Czesław Fiedorowicz-Prezes Konwentu Euroregionu „Sprewa-Nysa-Bóbr”
13.45–14.45	Bory Dolnośląskie – proces budowy marki terytorialnej – Mariusz Leszczyński, Prezes Zarządu, Dyrektor Biura Stowarzyszenia LGD Bory Dolnośląskie
14.45–15.00	Pytania i odpowiedzi

Dofinansowano ze środków Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii w ramach zadania „Dobre praktyki w promocji i zarządzaniu markami terytorialnymi.” umowa nr II/22/63003/2820/40/DT

Walne Zebranie Sprawozdawcze LOTUR za 2019

Zarząd Lubuskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej pod przewodnictwem Jadwigi Błoch otrzymał absolutorium za rok 2019 jednogłośnie. W pięknym Pałacu w Mierzęcinie zebrali się członkowie Lubuskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej „LOTUR”. Gości powitała i zebranie rozpoczęła Prezes Zarządu Jadwiga Błoch. Pan Dyrektor Tomasz Schulz jako gospodarz obiektu także przywitał gości i zaprezentował ofertę obiektu. Na przewodniczącą zebrania jednogłośnie wybrano Karolinę Gałązkę. Protokół zebrania prowadziła Joanna Majorczyk. Jadwiga Błoch przypomniała, iż sprawozdania zostały wysłane wszystkim członkom drogą pocztową w terminie zgodnym z zapisem statutowym. Przewodnicząca zebrania, przeczytała przesłany wcześniej wszystkim członkom porządek obrad. Zebrani nie mieli uwag do porządku obrad. Porządek obrad został przyjęty jednogłośnie. Przystąpiono do wyboru Komisji Uchwał i Wniośków oraz Komisji Skrutacyjnej. Jednogłośnie przyjęto skład Komisji w osobach: Danuta Cierpisz, Krzysztof Chmielnik i Kinga Konarska. Zebrani zostali zapoznani ze sprawozdaniem z pracy Zarządu w roku 2019, które w formie prezentacji multimedialnej przedstawiła Prezes Jadwiga Błoch. Następnie Przewodnicząca Zebrania zaproponowała przedstawienie sprawozdania Komisji Rewizyjnej, oddając głos przewodniczącej Komisji Pani Joannie Majorczyk. Po dyskusji przystąpiono do głosowania nad Uchwałami. Wszystkie Uchwały zostały przyjęte jednogłośnie. Członkowie LOTUR dokonali także zmiany w składzie Komisji Rewizyjnej z uwagi na rezygnację z prac w tej Komisji Pani Małgorzaty Hajdas-Grzesik. Do prac w Komisji wybrano Pana Pawła Czepukowicza z Lubrzy. Po dyskusji i omówieniu spraw różnych, uczestnicy spotkania zwiedzili obiekt w Mierzęcinie. W imieniu członków LOTUR jeszcze raz dziękujemy gospodarzom obiektu za przemiłą gościnę, „wspaniałą atmosferę i przepyszne dania serwowane przez Szefa Kuchni Pawła Salamon.

LOTUR



Rekomendowany regulamin pracy

w punktach informacji turystycznej, w związku z rozprzestrzenianiem się koronawirusa COVID-19:

Wytyczne dla pracowników punktów informacji turystycznej:

1. Przed rozpoczęciem pracy, tuż po przyjeździe do biura obowiązkowo należy umyć ręce wodą z mydłem.
2. Nosić osłonę nosa i ust, ewentualnie przyłbicę oraz rękawice ochronne podczas wykonywania obowiązków.
3. Zachować bezpieczną odległość od rozmówcy i współpracowników (rekomendowane są 2 metry).
4. Regularnie często i dokładnie myć ręce wodą z mydłem zgodnie z instrukcją znajdującą się przy umywalce i dezynfekować osuszone dłonie środkiem na bazie alkoholu (min. 60%).
5. Podczas kaszlu i kichania zakryć usta i nos zgiętym łokciem lub chusteczką – jak najszybciej wyrzucić chusteczkę do zamkniętego kosza i umyć ręce.
6. Staraj się nie dotykać dłońmi okolic twarzy, zwłaszcza ust, nosa i oczu.
7. Dołożyć wszelkich starań, aby stanowiska pracy były czyste i higieniczne, szczególnie po zakończonym dniu pracy. Należy pamiętać o dezynfekcji powierzchni dotykowych jak słuchawka telefonu, klawiatura i myszka, włączniki światła czy biurka.
8. Regularnie (kilka razy w ciągu dnia) czyścić powierzchnie wspólne, z którymi stykają się klienci, np. klamki drzwi wejściowych, poręcze, blaty, oparcia krzeseł.
9. Pilnować, aby w pomieszczeniu znajdowała się liczba klientów zgodna z aktualnymi przepisami prawa.
10. Pilnować, aby odwiedzający dezynfekowali dłonie przy wejściu, zakładali rękawice ochronne, oraz posiadali ochronę zakrywającą usta i nos.
11. Pilnować, aby odwiedzający nie przekraczali wyznaczonych linii (oznakowanie na podłodze).
12. Tradycyjne pokazywanie miejsc na mapie palcem zastąpić wyświetlaniem na ekranach lub za pośrednictwem lasera (zachowanie rekomendowanej odległości).
13. Unikać dojazdów do pracy środkami komunikacji publicznej, jeżeli istnieje taka możliwość.

Wytyczne dla pracodawców:

1. Zapewnić środki higieniczne w ilości wystarczającej na bieżące funkcjonowanie.
2. Zaopatrzyć pracowników w środki ochrony osobistej, w tym rękawiczki oraz maseczki ochronne, ew. przyłbicę.
3. W pomieszczeniach sanitarnohigienicznych wywiesić instrukcje dot. mycia rąk, zdejmowania i zakładania rękawiczek, zdejmowania i zakładania maseczki, a przy dozownikach z płynem do dezynfekcji – instrukcje dezynfekcji rąk.
4. Zapewnić sprzęt i środki oraz monitorować codzienne prace porządkowe, ze szczególnym uwzględnieniem dezynfekowania powierzchni dotykowych – poręczy, klamek, włączników światła, uchwytów, poręczy krzeseł i powierzchni płaskich, w tym blatów w pomieszczeniach pracy i w pomieszczeniach do spożywania posiłków.
5. Umieścić informację na drzwiach o maksymalnej liczbie klientów, mogących jednocześnie przebywać w punkcie obsługi turystycznej.
6. Usunąć z zasięgu klienta wszelkie ulotki, mapy i gadżety i nakażać pracownikom wydawanie ich bezpośrednio klientowi.
7. Podzielić zmiany pracowników w celu zmniejszenia liczby pracowników na miejscu w danym przedziale czasu.

8. Zmniejszyć liczbę pracowników korzystających ze wspólnych obszarów w danym czasie (np. przez rozłożenie przerw na posiłki).
9. Przygotować procedury postępowania na wypadek wystąpienia sytuacji podejrzenia zakażenia i skutecznie poinstruować pracowników.
10. Wyznaczyć i przygotować (m.in. wyposażone w środki ochrony indywidualnej i płyn dezynfekujący) pomieszczenie, w którym będzie można odizolować osobę w przypadku stwierdzenia objawów chorobowych.
11. Przygotować i umieścić w określonym miejscu (łatwy dostęp) potrzebne numery telefonów do stacji sanitarno-epidemiologicznej, służb medycznych.

Procedury postępowania w przypadku wystąpienia symptomów zakażenia wirusem SARS-CoV-2 u pracownika punktu informacji turystycznej.

Jeżeli w trakcie pracy wystąpią u pracownika niepokojące objawy sugerujące zakażenie koronawirusem powinien on zostać niezwłocznie odsunięty od pracy i odesłany transportem indywidualnym do domu. Należy wstrzymać przyjmowanie klientów, powiadomić właściwą miejscowo stację sanitarno-epidemiologiczną i stosować się ściśle do wydawanych instrukcji i poleceń.

Pamiętać należy, że:

Pracownicy powinni zostać poinstruowani, że w przypadku wystąpienia niepokojących objawów nie powinni przychodzić do pracy, powinni pozostać w domu i skontaktować się telefonicznie ze stacją sanitarno-epidemiologiczną, oddziałem zakaźnym, a w razie pogorszenia się stanu zdrowia zadzwonić na 999 albo 112 i poinformować, że mogą być zakażeni koronawirusem. Zaleca się bieżące śledzenie informacji GIS i MZ zamieszczonych na stronach www.gov.pl.

Procedury postępowania w przypadku potwierdzenia zakażenia wirusem SARS-CoV-2 osoby, która była klientem punktu informacji turystycznej w przeciągu ostatnich 14 dni.

1. Ustalenie listy pracowników oraz klientów (jeśli to możliwe) obecnych w tym samym czasie w punkcie i zalecenie stosowania się do wytycznych Głównego Inspektora Sanitarnego dostępnych na stronie gov.pl/web/koronawirus/ oraz gis.gov.pl odnoszących się do osób, które miały kontakt z zakażonym.
2. Ustalenie obszaru, w którym przebywał i poruszał się zakażony/chory klient. Przeprowadzenie rutynowego sprzątnięcia, zgodnie z obowiązującą procedurą oraz zdezynfekowanie powierzchni, których mógł dotykać (klamki, poręcze etc.)

Załączniki – instrukcje:

- ! **mycia rąk**
www.gis.gov.pl/zdrowie/zasady-prawidlowego-mycia-rak/
- ! **dezynfekcji rąk**
www.gis.gov.pl/aktualnosci/jak-skutecznie-dezynfekowac-rece/
- ! **prawidłowego zdejmowania maseczki**
www.gis.gov.pl/aktualnosci/jak-prawidlowo-nalozyc-i-zdjac-maseczke/
- ! **prawidłowego zdejmowania rękawiczek**
www.gis.gov.pl/aktualnosci/koronawirus-jak-prawidlowo-nalozyc-i-zdjac-rekawice/

więcej na www.lotur.eu

Wytyczne dla klientów Informacji Turystycznych

W związku z sytuacją epidemiologiczną w Polsce, w trosce o bezpieczeństwo odwiedzających oraz personelu punktu informacji turystycznej, prosimy o przestrzeganie poniższych zasad:

1. Po wejściu należy dezynfekować ręce płynem znajdującym się przy drzwiach wejściowych.
2. Wymagane jest noszenie ochrony ust i nosa i rękawiczek ochronnych.
3. W lokalu może przebywać jednorazowo maksymalnie... osób (zgodnie z aktualnym rozporządzeniem).
4. Nie wolno przekraczać wyznaczonej linii podczas obsługi.
5. Należy zachować 2 metry odstępu w kolejce.
6. Rekomendowana jest płatność kartą.
7. Po obsłużeniu, należy opuścić lokal.

Dziękujemy za wyrozumiałość i współpracę. Życzymy miłego i bezpiecznego pobytu na Ziemi Lubuskiej



Informacje turystyczne

- | | |
|--|--|
| <p>Punkt Informacji Turystycznej w Babimoście</p> <p>Centrum Sportu i Rekreacji Olimpia
ul. Żwirki i Wigury 10A
66-110 Babimost
tel. +48 68 351 33 14
csir@babimost.pl
www.csir.babimost.pl</p> | <p>Informacja Turystyczna – Kostrzyn nad Odrą / Muzeum Twierdzy Kostrzyn</p> <p>Brama Berlińska
66-470 Kostrzyn nad Odrą
tel. +48 95 752 23 60
biuro@muzeum.kostrzyn.pl
www.muzeum.kostrzyn.pl</p> |
| <p>Punkt Informacji Turystycznej w Lubrzy</p> <p>ul. Świebodzińska 41
66-218 Lubrza
tel. +48 68 38 130 48
promocja@lubrza.pl
www.lubrza.pl</p> | <p>Punkt Informacji Turystycznej w Krośnie Odrzańskim</p> <p>Zamek Piastowski
ul. Szkolna 1
66-600 Krosno Odrzańskie
tel. +48 68 383 89 94
sekretariat@cak-zamek.pl
www.cak-zamek.pl</p> |
| <p>Informacja Turystyczna w Łagowie</p> <p>ul. Kościuszki
66-220 Łagów
tel. +48 68 341 20 62
promocja@lagow.pl
www.lagow.pl</p> <p>Informacja sezonowa, czynna VI-VIII</p> | <p>Punkt Informacji Turystycznej przy Biurze Turystyki Przyrodniczej DUDEK Słońsk</p> <p>Stacja Pomp 2
66-436 Słońsk
tel. +48 95 757 22 12
hoopoe@hoopoe.com.pl
www.hoopoe.com.pl</p> |
| <p>Punkt Informacyjny Parku Mużakowskiego w Łęknicy</p> <p>Pracownia Terenowa „Park Mużakowski” w Łęknicy
ul. Wybrzeżna 25
68-208 Łęknica
tel. +48 68 362 41 82
pracownia.leknica@nid.pl
www.park-muzakowski.pl</p> | <p>Punkt Informacji Turystycznej w Strzelcach Krajeńskich</p> <p>ul. Katedralna 15 (Rynek)
66-500 Strzelce Krajeńskie
tel. +48 95 763 21 00
punkt@strzelce.pl
www.sok.strzelce.pl</p> <p>Informacja Turystyczna w Gorzowie Wlkp.</p> |
| <p>Punkt Informacji Turystycznej Stowarzyszenia Geopark Łuk Mużakowa</p> <p>ul. Wybrzeżna 25a
68-208 Łęknica
tel. +48 68 362 41 42
geopark@wp.pl
Informacja sezonowa, czynna IV-X</p> | <p>Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Zbigniewa Herberta</p> <p>ul. Sikorskiego 107
66-400 Gorzów Wlkp.
tel. +48 95 727 80 44
faks +48 95 727 80 40
informatorem@wimbp.gorzow.pl
www.gorzow.pl</p> |
| <p>Pałac Wiechlice Informacja Turystyczna</p> <p>Wiechlice 45B
67-300 Szprotawa
tel. +48 68 376 86 10
repcja@palacwiechlice.pl
www.palacwiechlice.pl</p> | <p>Informacja Turystyczna w Żaganiu</p> <p>ul. Szprotawska 4 (Pałac Książęcy)
68-100 Żagań
tel. +48 68 477 10 01
it@um.zagan.pl
www.urzadmiasta.zagan.pl</p> |
| <p>Transgraniczne Centrum Marketingu Euromiasta Gubin-Guben</p> <p>ul. Bolesława Chrobrego 6
66-620Gubin
tel. +48 68 359 00 89
www.info.gubin-guben.eu</p> | <p>Visit Zielona Góra</p> <p>Stary Rynek 1 (Ratusz)
65-067 Zielona Góra
tel. +48 68 323 22 22
info@visitzielonagora.pl
www.visitzielonagora.pl</p> |
| <p>Centrum Kultury „Zamek” w Kożuchowie</p> <p>ul. Klasztorna 14
67-120 Kożuchów
tel. +48 68 355 35 36
www.zamekkozuchow.pl</p> | <p>Visit Zielona Góra (Palmiarnia)</p> <p>ul. Wrocławska 12A
65-427 Zielona Góra
tel. +48 68 323 22 22
info@visitzielonagora.pl
www.visitzielonagora.pl</p> |

Nowa atrakcja turystyczna w lubuskim MARINA SANTOK

19 września 2020 nastąpiło uroczyste otwarcie Mariny SANTOK



więcej na www.lotur.eu

Walne Zebranie Członków LOTUR wrzesień '20, Mierzęcín



Jak znaki zodiaku zmieniają się pod wpływem pandemii i dla kogo nowy rok przyniesie nowe rozdzanie?



Baran 21.03-20.04

Pandemia koronawirusa uświadomiła Baranowi, że nie ma wpływu na wszystko i nie może kontrolować każdej sfery życia. To sprawiło, że nabrał odrobinę pokory. Cierpliwość to bardzo cenna lekcja, która pozwala przeczekać gorszy czas i wyleczyć rany. Nowy Rok będzie dla Barana ogromną szansą na otwarcie kolejnego, pozytywnego okresu w swoim życiu. Osoby spod znaku barana nie muszą się niczego obawiać.



Bliźnięta 21.05-21.06

W czasie kwarantanny Bliźnięta doświadczyły weryfikacji znajomych. Postanowiły otaczać się tylko tymi, na których naprawdę im zależy. Nowy, 2021 rok okaże się dla nich niezwykle spokojny i szczęśliwy. Bliźnięta mogą spodziewać się w nadchodzącym roku wielu wyzwań oraz wydarzeń, które nie raz je zaskoczą. Będzie to czas ogromnego rozwoju osobistego oraz rozwijania największych pasji. Najbliższe miesiące dadzą wiele ciekawych wyzwań.



Lew 23.07-23.08

Przed pojawieniem się pandemii Lew dbał o wygląd i reputację tylko by zaimponować innym. Teraz jednak skupi się wyłącznie na sobie. Doceni też wartość zdrowia, dzięki czemu porzuci wszelkie nałogi. 2021 rok przyniesie lwom poprawę wielu aspektów życia. Nie może jednak zapominać, że jego główną zaletą jest niebywała inteligencja, dzięki której może zadziwić niemal cały świat. Nowy rok przyniesie mu także siłę na stawianie czoła problemom.



Waga 23.09-23.10

W czasie izolacji Waga zrozumiała, co tak naprawdę lubi i kim jest. Teraz wie, co sprawia jej przyjemność i jakie są jej potrzeby. Ta samodzielność sprawiła, że nie potrzebuje już szukać aprobaty u innych ludzi. Waga będzie podejmować bardzo dużo decyzji, które całkowicie odmieniają jej życie. Z pewnością 2021 rok będzie rokiem przemian. Wagi postanowią się także wyciszyć, by odnaleźć wewnętrzny spokój, którego ostatnio im brakowało. Koniec z ekscytującymi przygodami i imprezami do białego rana.



Strzelec 23.11-21.12

Lekcja dla Strzelca to świadomość, że nasz czas na ziemi jest ograniczony i wcale nie jesteśmy nieśmiertelni. Nie wystarczy żyć chwilą, trzeba też pomyśleć o swojej przyszłości. Obudzi się w nim nareszcie odpowiedzialność i nauczy się zarządzać domem. Nowy rok, nowy ja - takie właśnie będzie motto strzelców w 2021 roku. Przyniesie on bowiem prawdziwe, nowe życie. Zmiany zaskoczą nie tylko samego strzelca, ale też osoby z jego otoczenia.



Wodnik 21.01-19.02

Ten znak zodiaku będzie pełny rozczarowania, że nauka tym razem zawiodła. Zrozumie, że nie ma co opierać się na tezach i obliczeniach, więc po raz pierwszy zwróci się w stronę duchowości i wiary. Wodnik w nadchodzącym roku skupi się szczególnie na pracy zawodowej oraz miłości. Życie rodzinne i spokój będą dla niego niezwykle ważne. Zagadnienia, które będą zajmowały mu wiele czasu to filozofia i duchowość.



Byk 21.04-20.05

Byk zrozumie w końcu, że zdrowie to wartość bezcenna, a ważniejsza od wszelkich przedmiotów materialnych jest przyjaźń i relacje z ludźmi. Trzeba o nie dbać. 2021 rok to idealny czas do realizacji najgłębszej skrywanych marzeń. Byki powinny zastanowić się, czego tak naprawdę oczekują od życia i czego najbardziej pragną. Nie należy za bardzo przejmować się problemami, gdyż one same w końcu się rozwiążą.



Rak 22.06-22.07

Dla tego znaku zodiaku rodzina dotychczas była najważniejsza, jednak podczas lockdownu mocno dała mu popalić. Dom przestał być bezpiecznym miejscem, ale dzięki temu wreszcie wyjdzie do ludzi. Na szczęście nadchodzące miesiące przyniosą dużo zmian oraz rozwiązanie wielu problemów, które do tej pory spędzały rakom sen z powiek. Należy rozpocząć nowy rok z uśmiechem, a sprawy same się ułożą.



Panna 24.08-22.09

Mówi się, że co Cię nie zabije, to Cię wzmocni. Tak właśnie do kwarantanny podchodzi Panna. Choć nerwowa, długotrwały czas pandemii pozwolił się jej przystosować do sytuacji. Przestała w końcu wszczytać kłótnie o drobnostki. Dla panny 2021 rok to czas pełen możliwości. Nie może jednak uważać się za najmądrzejszą, gdyż to osłabi efekt jej działań. Dzięki samodoskonaleniu życie panny może wywrócić się do góry nogami, jednak w bardzo pozytywny sposób.



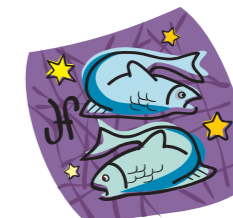
Skorpion 24.10-22.11

Skorpion w tym trudnym czasie odkrył tyle gestów życzliwości i solidarności, że na nowo uwierzył w ludzi. 2021 rok upłynie w dużej mierze pod znakiem spokoju i stabilizacji. Dla skorpiona w najbliższych miesiącach liczy się przede wszystkim jego praca, cierpliwość w osiągnięciu celu oraz zaangażowanie. Jeśli z należytą uwagą poświęci się swoim obowiązkom, może liczyć na nagrodę. W przeciwnym razie może napotkać kilka problemów, które jednak nie okażą się poważne i brzemienne w skutkach.



Koziorożec 22.12-20.01

Strach przed śmiercią sprawi, że Koziorożec przestanie odmawiać sobie przyjemności i wreszcie zacznie wyznawać zasadę carpe diem. Będzie żył tak, jakby każdy dzień mógł być jego ostatnim. Koziorożec na swej drodze w 2021 roku dostrzeże wiele perspektyw, które dadzą mu nadzieję na poprawę życia w wielu aspektach. Będzie wydawać się, że świat stoi przed nim otworem, a odniesienie sukcesu to tylko kwestia czasu. W zbliżających się miesiącach 2021 roku, Koziorożec na nowo odkryje i zachwyci się tym, co teraz leży zakurzone i zaniedbane.



Ryby 20.02-20.03

Choć na początku pandemii drżały ze strachu, teraz odnajdą w sobie odwagę. Zmieniają pracę, porzucają obecnego partnera, a może zaplanują ciekawą podróż? Jedno jest pewne: po kwarantannie będą szukać wrażeń. Rybom wreszcie uda się spełnić marzenia i oczekiwania, których nie udało im się jeszcze zrealizować. Bardzo pomocne mogą okazać się duże pokłady kreatywności. Rok 2021 przyniesie rybom dużo motywacji, którą należy wykorzystać. Najbliższe miesiące miną pod znakiem nowych wyzwań i nagród.



Kochaj Lubuskie

www.kochajpolske.pl

Kochaj

www.lotur.eu

Kochaj Lubuskie – magazyn turystyczny wpisany do rejestru dzienników i czasopism tytuł prasowy. Redaktor Naczelna Jadwiga Bloch. Wydawca: LOTUR ISSN 2081-4909. Kolorowe, eleganckie, dystrybuowane nieodpłatnie, wydawnictwo poświęcone promowaniu potencjału turystycznego regionu. Powstaje przy współpracy z fachowcami od promocji turystyki skupionymi w Lubuskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej „LOTUR” i Polskiej Organizacji Turystycznej. Dystrybucja – imprezy (targi, konferencje, imprezy lokalne i regionalne), samorządy terytorialne oraz organizacje i podmioty branżowe, Certyfikowane punkty IT, itp. Wydawnictwo udostępnione bezpłatnie w internecie www.lotur.eu; www.kochajlubuskie.pl; ww.lubuskie.travel.pl. Kochaj Lubuskie jest też materiałem promocyjnym.

Nr 18 2020 ISSN 2081-4909
Szeptembar bezpłatnie

Kochaj Lubuskie

www.lotur.eu

Odkryjemy nieznaną i pokochamy Lubuskie – Magazyn Turystyczny

WYDANIE SPECJALNE

Pandemia a turystyka
Lubuskie do zwiedzania
Tarcza antykrzysowa