

dostępu do doradztwa rolniczego (które w tej dziedzinie pełni rolę specyficzną, wyspecjalizowaną instytucję otoczenia biznesu), rozwój powiązań rynkowych oraz kooperacji w obszarze produkcji rolnej, przetwórstwa rolno-spożywczego, usług i zaopatrzenia dla rolnictwa, a także rozwój, budowanie i stymulowanie powiązań pomiędzy rolnikami, nauką, biznesem i doradztwem. Specyficznym rodzajem wsparcia produkcji rolniczej na poziomie lokalnym ma być rozwój sieci rynków, targowisk lokalnych i hurtowych oraz internetowej sprzedaży żywności (krótkie łańcuchy dostaw), co poprawi konkurencyjność regionalnego rolnictwa także poprzez rozwój rynku wewnętrznego, gdzie lokalnie produkowana żywność mogłaby notować większe udziały w zaspokajaniu potrzeb mieszkańców. Zamierza się też zwiększać skalę sprzedaży żywności wyprodukowanej na terenie województwa kujawsko-pomorskiego poprzez jej promocję, dzięki czemu możliwe będzie wyrobienie wśród konsumentów zwyczaju wyboru towarów pochodzących od wytwórców z województwa kujawsko-pomorskiego. Jednym z posiadających już długą tradycję działań na rzecz kształtowania postaw konsumenckich, jest prowadzona od 2010 roku promocja regionalnej zdrowej, tradycyjnej żywności poprzez kampanię społeczną „Gęsina na św. Marcina”, w skład której wchodzi: konferencje, szkolenia, warsztaty kulinarne z zakresu dziedzictwa kulinarnego Kujaw i Pomorza. Dzięki tym działaniom, wśród szerokiego kręgu odbiorców produktów i wyrobów z gęsi na terenie województwa i poza nim, kształtuje się przekonanie o wysokiej wartości odżywczej i prozdrowotnej oraz promuje się rolniczy handel detaliczny. Mając powyższe na uwadze, zamierza się kontynuować te działania, tym bardziej, że przyczyniają się one również do budowania tożsamości kulturalnej regionu w aspekcie powiązanym z kulinariami co z kolei wpływa na rozwój turystyki kulinarnej.

Bardzo ważnym aspektem wsparcia sektora rolno-spożywczego jest stwarzanie warunków dla rozwoju gospodarstw dużych i bardzo dużych. Mają one specyficzne potrzeby związane z obecnością zabudowań i infrastruktury, która generalnie nie jest społecznie akceptowana jako sąsiedztwo zabudowy mieszkaniowej ze względu na jej uciążliwość. Dlatego niezbędne jest prowadzenie polityki przestrzennej gmin w sposób długofalowy i kompleksowy, jasno i z wyprzedzeniem wyznaczający obszary o określonym przeznaczeniu terenu, tak aby np. wola realizacji zagospodarowania dla wielkoskalowej hodowli, nie była zaskoczeniem dla lokalnych społeczności i aby finalnie możliwy był rozwój tego typu działalności w lokalizacjach niekolizyjnych. Przejawem braku odpowiedzialności w planowaniu przestrzennym ale także niewłaściwego postrzegania roli partycypacji społecznej, jest wyznaczanie terenów mieszkaniowych w rejonach dotąd tradycyjnie rolniczych, gdzie ludność napływowa neguje prawo do realizacji tej funkcji, jako obniżającej komfort zamieszkania.

Należy pamiętać, że działania mające na celu ochronę zasobu gleb dla rolnictwa jak też poprawę warunków prowadzenia działalności rolniczych, są przedmiotami celów operacyjnych „Przestrzeń dla gospodarki” oraz kierunku „Biologizacja działalności rolniczych”.

Analogicznie do wsparcia rolnictwa, zakłada się wsparcie działalności turystycznych. W ramach celu głównego „Rozwój przedsiębiorczości” określono także cel operacyjny dedykowany wsparciu gospodarczym i organizacyjnym aspektów rozwoju turystyki. Turystyka nie jest tu utożsamiana jednoznacznie z określonymi rodzajami działalności gospodarczych, a raczej z celem prowadzenia tej działalności lub grupą docelową świadczenia usług (a więc obejmuje np.: ogół działalności noclegowych, działalności gastronomiczne ukierunkowane dla obsługi turystyki, działalności transportowe ukierunkowane dla obsługi turystyki itp.). Wśród otoczenia turystyki należy wymienić wszelkiego rodzaju podmioty publiczne i komercyjne mające na celu stwarzanie sprzyjających warunków prowadzenia działalności turystycznych, a więc: punkty informacji turystycznej, izby, stowarzyszenia, organizacje klastrowe podmiotów turystycznych, wyspecjalizowane jednostki doradcze dla przedsiębiorców działających w zakresie turystyki. Szczególnie należy wskazać na działania Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej w ramach budowania marki turystycznej „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc”, polegające na tworzeniu sieci powiązań (konstelacji), a tym samym rozprowadzaniu ruchu turystycznego po całym województwie. Rozwijana będzie idea, wg której „Konstelacje dobrych miejsc” pełnią rolę tzw. „marki parasolowej” dla miejsc o różnej tożsamości i różnego rodzaju walorach. Dotąd kujawsko-pomorskie nie odgrywało kluczowej roli w realizacji turystyki pobytowej (urlopowej) na terenie kraju, przede wszystkim ze względu na preferencje do masowego spędzania urlopów poza granicami kraju, a w Polsce przede wszystkim w rejonach nadmorskich i górskich. Jednak po wystąpieniu epidemii COVID-19 obserwuje się zasadniczą zmianę preferencji, polegającą przede wszystkim na znacznie większym zainteresowaniu wypoczynkiem na terenie kraju. Utrzymywanie tej tendencji w przyszłości zależy będzie od rozwoju sytuacji epidemiologicznej, ale także od poczucia bezpieczeństwa w rejonach realizacji wypoczynku. Realny jest jednak scenariusz, że w najbliższych latach zmiany zachowań turystów w wyniku COVID-19 mogą skutkować brakiem możliwości obsługi zbyt dużego popytu przez dotychczasowe polskie rejony wypoczynkowe, a więc stwarzają warunki do wykreowania nowych rejonów, które przy dużym popycie wewnętrznym mogą stosunkowo szybko ugruntować swoją pozycję. Nawet jeśli w przyszłości powróci zainteresowanie wypoczynkiem poza granicami na dużą skalę, te „nowe krajowe rejony” pozostaną wśród