



## PODSTRATEGIA

# TURYSTYKI KULINARNEJ

landbrand  
wyróżniamy miejsca



PREZENTACJA  
CZĘŚCI I ANALITYCZEJ



Ministerstwo  
Sportu i Turystyki

„Zadanie publiczne pn. „PODSTRATEGIA TURYSTYKI KULINARNEJ Działanie służące powstaniu sektorowego dokumentu rozwojowego dla turystyki kulinarnej w Polsce na kolejne lata, opracowanie mające na celu analizę stanu aktualnego i stworzenie propozycji wizji oraz założeń kierunkowych”, dofinansowano ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2025/0013/4916/UDOT/DT/BP/IS z dnia 5 czerwca 2025 r.”

# PARTNERZY PROJEKTU



DOKUMENT POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY EKSPERTÓW TURYSTYKI, GASTRONOMII, SAMORZĄDÓW I ORGANIZACJI BRANŻOWYCH. CELEM JEST ANALIZA STANU AKTUALNEGO ORAZ OPRACOWANIE KIERUNKÓW ROZWOJU SEKTORA.



- 1.TRENDY ŚWIATOWE**
- 2.DZIEDZICTWO KULINARNE**
- 3.CERTYFIKACJA I REKOMENDACJE**
- 4.SZLAKI KULINARNE**
- 5.WYDARZENIA KULINARNE**
- 6.PAMIĄTKI**
- 7.ENOTURYŚTYKA**
- 8.OFERTA GASTRONOMICZNA W POLSCE**
- 9.SWOT**
- 10.WNIOSKI**

**landbrand**  
wyróżniamy miejsca

**POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ**

# 1. TRENDY ŚWIATOWE

# ROSNAĄCA ROLA TURYSTYKI KULINARNEJ

- JEDZENIE TO 25–33% WYDATKÓW TURYSTYCZNYCH
- GASTRONOMIA STAJE SIĘ GŁÓWNYM POWODEM PODRÓŻY
- TURYSTYKA KULINARNA WSPIERA BUDOWĘ MARKI KRAJU

## ZMIANA ZACHOWAŃ TURYSTÓW - POTRZEBY

- AUTENTYCZNOŚCI
- KONTAKTU Z MIESZKAŃCAMI
- PRZEŻYĆ ANGAŻUJĄCYCH ZMYSŁY
- WIEDZY O POCHODZENIU PRODUKTÓW I TECHNIKACH KULINARNYCH

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ





# GLOBALNE TRENDY WPŁYWAJĄCE NA POLSKĘ

- HIPERLOKALNOŚĆ I KWESTIONOWANIE AUTENTYCZNOŚCI
- ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ / GREENWASHING
- SEGMENTACJA TURYSTÓW
- RÓŻNORODNOŚĆ OFERTY
- ZDROWO = MODNIE
- ZMIANY KLIMATYCZNE - NASZA KORZYŚĆ
- WZROST ZNACZENIA MNIEJSZYCH DESTYNACJI
- AI W OBSŁUDZE PODRÓŻNYCH - NOWA TERAŹNIEJSZOŚĆ

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 2. DZIEDZICTWO KULINARNE



# DZIEDZICTWO KULINARNE JAKO ZASÓB

- PRODUKTY Z UNIJNYMI CERTYFIKATAMI JAKOŚCI
- POLSKA LISTA TRADYCYJNYCH PRODUKTÓW - 2100 PRODUKTÓW
- LOKALNE TRADYCJE, SMAKI I SUROWCE

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- POLSKA MA POTENCJAŁ DO BUDOWANIA SILNEJ MARKI OPARTEJ NA REGIONALNOŚCI
- KONIECZNE JEST WZMACNIANIE SYSTEMÓW JAKOŚCI I PROMOCJI
- STWORZENIE SYSTEMU POMIARU ZNACZENIA I WARTOŚCI CERTYFIKACJI
- ZWIĘKSZENIE ŚWIADOMOŚCI WPROWADZANIA CERTYFIKATÓW
- INTEGRACJA KÓŁ GOSPODYŃ WIEJSKICH

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 3. CERTYFIKACJA I REKOMENDACJE



# NAJWAŻNIEJSZE SYSTEMY CERYFIKACJI

- MICHELIN
- GAULT&MILLAU
- CULINARY HERITAGE
- POLSKA IZBA PRODUKTU LOKALNEGO I REGIONALNEGO

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- CERTYFIKACJA WPŁYWA NA POZYCJONOWANIE DESTYNACJI
- BUDUJE WIARYGODNOŚĆ, ZAUFANIE TURYSTÓW I POTWIERDZA JAKOŚĆ OFERTY
- KONIECZNE JEST STRATEGICZNE WSPIERANIE EKSPANSJI I WIDOCZNOŚCI KLUCZOWYCH SYSTEMÓW ORAZ TWORZENIE PLATFORM WYMIANY WIEDZY I DOBRYCH PRAKTYK

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 4. SZLAKI KULINARNE

# SZLAKI KULINARNE I SIECI WSPÓŁPRACY

- LICZBA SZLAKÓW KULINARNYCH W POLSCE OSCYLUJE WOKÓŁ 35
- SZLAKI RESTAURACJI
- SZLAKI DZIEDZICTWA KULINARNEGO REGIONU
- SZLAKI MONOGRAFICZNE: WOKÓŁ PRODUKTU
- SZLAKI WIELOTEMATYCZNE Z KULINARIAMI
- INICJATYWY SIECUJĄCE WSPÓŁPRACĘ PODMIOTÓW TURYSTYKI KULINARNEJ

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- DOBRZE ZAPROJEKTOWANE SZLAKI WZMACNIAJĄ WSPÓŁPRACĘ I ROZPOZNAWALNOŚĆ MIEJSC
- KONIECZNY JEST ROZWÓJ OFERTY PRODUKTOWEJ, WSPARCIE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ POSZCZEGÓLNYCH SZLAKÓW KULINARNYCH ORAZ WŁĄCZENIE SZLAKÓW TEMATYCZNYCH DO PROMOCJI POLSKI I REGIONÓW

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 5. WYDARZENIA KULINARNE



# RODZAJE I ZNACZENIE EVENTÓW KULINARNYCH

- ROCZNIE ODBYWA SIĘ W POLSCE OK. 150-200 EVENTÓW KULINARNYCH
- RODZAJE: FESTIWALE, PIKNIKI, JARMARKI, TARGI GASTRONOMICZNE
- KANAŁ DYSTRYBUCJI WIEDZY O KULTURZE KULINARNEJ

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- WYDARZENIA KULINARNE PRZYCIĄGAJĄ TURYSTÓW PRZEZ EMOCJE I DOŚWIADCZENIA ORAZ WZMACNIAJĄ SPRZEDAŻ LOKALNYCH PRODUKTÓW

### REKOMENDUJE SIĘ:

- UTWORZENIE KRAJOWEGO KALENDARZA WYDARZEŃ KULINARNYCH
- WPROWADZIĆ STANDARYZACJĘ I CERTYFIKACJĘ JAKOŚCI
- OPRACOWAĆ PROGRAM PROFESJONALIZACJI ORGANIZATORÓW
- PROWADZIĆ MONITORING I EWALUACJĘ EFEKTÓW

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 6. PAMIĄTKI KULINARNE



# RODZAJE I FUNKCJA PAMIĄTEK KULINARNYCH

## RODZAJE PAMIĄTEK KULINARNYCH

- PRODUKTY SPOŻYWCZE: SERY, MIODY, WINA, RYBY, PIWA
- PRODUKTY Z HISTORIĄ I POCHODZENIEM
- PRODUKTY ZWIĄZANE Z KULTURĄ STOŁU
- PRODUKTY INSPIROWANE KULINARIAMI
- PRZEWODNIKI, SERWETKI, PODKŁADKI RESTAURACYJNE
- FOTOGRAFIE

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- PAMIĄTKI KULINARNE TO PRZEDŁUŻENIE DOŚWIADCZENIA PODRÓŻY ORAZ DOSKONAŁE NARZĘDZIE MARKETINGU SZEPTANEGO
- NALEŻY ZADBAĆ O JAKOŚĆ, ESTETYKĘ, TOŻSAMOŚĆ, ŁATWOŚĆ TRANSPORTU
- WARTO OPRACOWAĆ PAMIĄTKI REPREZENTACYJNE DLA POLSKI

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 7. ENOTURYSTYKA



# DYNAMICZNY ROZWÓJ POLSKIEGO WINIARSTWA

- ROSNĄCY RYNEK POLSKICH WIN - 706 WINNIC, 461 PRODUCENTÓW WIN W POLSCE (2024R.)
- AKTYWNOŚCI TYPOWE: DEGUSTACJE, ZWIEDZANIE WINNIC, WARSZTATY ENOLOGICZNE
- ENOTURYSTYKA: AKTYWNA, POBYTOWA, REKREACYJNA, EVENTOWA, EDUKACYJNA, ZAKUPOWA, CARAVANINGOWA

## WNIOSKI I REKOMENDACJE

- POLSKA ENOTURYSTYKA WYMAGA PROFESJONALIZACJI USŁUG (SZKOLENIA, NETWORKING) ORAZ ROZWOJU INFRASTRUKTURY
- PROMOCJA ENOTURYSTYKI WPOŁĄCZENIU Z INNYMI FORMAMI WYPOCZYNKU I REKREACJI
- PROMOCJA PRODUCENTÓW WINA ZA GRANICĄ - DYPLOMACJA

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# 8. OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ

# STRUKTURA OFERTY KULINARNYCH

## OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ W POLSCE BAZUJĄ GŁÓWNIEM NA :

- MUZEACH O TEMATYCE KULINARNEJ
- ZAKŁADACH PRODUKCYJNYCH I PRZESTRZENIACH TEMATYCZNIE ZWIĄZANYCH Z PRODUKCJĄ NAPOJÓW I PRZETWORÓW,
- ZAGRODACH EDUKACYJNYCH I GOSPODARSTWACH AGROTURYSTYCZNYCH, W KTÓRYCH PREZENTOWANE SĄ TRADYCJE WYTWARZANIA I PRZETWARZANIA ŻYWNOSCI,
- SKANSENACH I INNYCH PRZESTRZENIACH ZWIĄZANYCH Z PRODUKCJĄ KULINARIÓW

## KOMERCJALIZACJA ODBYWA SIĘ POPRZEZ

- OPERATORÓW TURYSTYCZNYCH
- ORGANIZATORÓW WYDARZEŃ KULINARNYCH
- PLATFORMY SPRZEDAŻOWE I APLIKACJE

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ

## WNIOSKI

- OFERTA JEST BOGATA, ALE WYMAGA LEPSZEGO SKOMERCJALIZOWANIA I INTEGRACJI
- JEST TO SEKTOR O WYSOKIM POTENCJALE, JEDNAK NADAL CECHUJĄCY SIĘ ROZPROSZENIEM INICJATYW, OGRANICZONYM STOPNIEM DIGITALIZACJI I NISKIM POZIOMEM INTEGRACJI SYSTEMOWEJ
- WIDOCZNA FRAGMENTACJA OFERTY - MINIINICJATYWY, BRAK KRAJOWEJ SKALI
- OGRANICZONA DIGITALIZACJA
- NISKA SPECJALIZACJA BRANŻOWA
- NIEDOSTATECZNA INTEGRACJA USŁUG

# 9. SWOT

# SWOT POLSKIEJ TURYSTYKI KULIARNRNEJ

## MOCNE STRONY

**DZIEDZICTWO, LOKALNOŚĆ, JAKOŚĆ PRODUKTÓW**

## SŁABE STRONY

**ROZPROSZENIE DZIAŁAŃ, NISKA ROZPOZNAWALNOŚĆ**

## SZANSE

**TRENDY AUTENTYCZNOŚCI, ROZWÓJ REGIONÓW**

## ZAGROŻENIA

**FOODIZACJA, GREENWASHING, INFRASTRUKTURA**

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULIARNRNEJ

# 10. WNIOSKI I REKOMENDACJE



# WNIOSKI PROGRAMOWE

- INTEGRACJA BRANŻY
- ROZWÓJ CERTYFIKACJI
- SEGMENTACJA TURYSTÓW I PERSONALIZACJA OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ
- WSPARCIE PRODUCENTÓW LOKALNYCH
- BUDOWA MARKI NARODOWEJ

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ

# REKOMENDACJE DLA POLSKI

- WZMACNIAĆ AUTENTYCZNOŚĆ I LOKALNOŚĆ
- ROZWIJAĆ MNIEJSZE REGIONY
- TWORZYĆ SZLAKI I DOŚWIADCZENIA KULINARNE
- ŁĄCZYĆ ROLNICTWO, TURYSTYKĘ, EDUKACJĘ, DYPLOMACJĘ KULINARNĄ

landbrand  
wyróżniamy miejsca

POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ



**PODSTRATEGIA**

# TURYSTYKI KULINARNEJ

**landbrand**  
wyróżniamy miejsca



PREZENTACJA  
CZĘŚCI I ANALITYCZEJ



Ministerstwo  
Sportu i Turystyki

„Zadanie publiczne pn. „PODSTRATEGIA TURYSTYKI KULINARNEJ Działanie służące powstaniu sektorowego dokumentu rozwojowego dla turystyki kulinarnej w Polsce na kolejne lata, opracowanie mające na celu analizę stanu aktualnego i stworzenie propozycji wizji oraz założeń kierunkowych”, dofinansowano ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2025/0013/4916/UDOT/DT/BP/IS z dnia 5 czerwca 2025 r.”