



**PODSTRATEGIA**

# **TURYSTYKI KULINARNEJ**

**landbrand**  
wyróżniamy miejsca



PREZENTACJA  
CZĘŚCI II PROGRAMOWEJ



„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.

CZEŚĆ PROGRAMOWA PODSTRATEGII ZOSTAŁA ZBUDOWANA JAKO BEZPOŚREDNIA OPERACJONALIZACJA DIAGNOZ I WNIOSKÓW SFORMUŁOWANYCH W CZĘŚCI ANALITYCZNEJ.



- 1. WIZJA**
- 2. MISJA**
- 3. CELE STRATEGICZNE**
- 4. CELE OPERACYJNE**

# 1. WIZJA TURYSTYKI KULINARNEJ W POLSCE W ROKU 2030

# WIZJA

**POŁSKA W 2030 ROKU JEST KRAJEM AUTENTYCZNYCH I NOWOCZESNYCH DOŚWIADCZEŃ KULINARNYCH, OPARTYCH NA LOKALNYCH PRODUKTACH FLAGOWYCH, KTÓRE W TRADYCYJNY, JAK I INNOWACYJNY SPOSÓB ODZWIERCIEDLAJĄ TOŻSAMOŚĆ REGIONÓW...**



**WIZJA...**



**...PRODUKTY FLAGOWE STANOWIĄ  
FUNDAMENT EKOSYSTEMU TURYSTYKI  
KULINARNEJ**

**TWORZĄ TREŚCI, BUDUJĄ MARKE MIEJSC,  
WSPIERAJĄ PROMOCJĘ KRAJU I SĄ  
KLUCZOWYM ELEMENTEM TOŻSAMOŚCI  
KULINARNEJ POLSKI.**

**SPÓJNY SYSTEM MIKRO-MEZO-MAKRO  
ORAZ WSPÓŁPRACA MIĘDZYSEKTOROWA  
WZMACNIAJĄ MARKE NARODOWĄ, CZYNIĄC  
POLSKĘ JEDNĄ Z ROZPOZNAWALNYCH  
DESTYNAJCJI KULINARNYCH W EUROPIE.**

# 2. MISJA TURYSTYKI KULINARNEJ W POLSCE DO ROKU 2030, Z PERSPEKTYWĄ DO ROKU 2035

**MISJA**

**ROZWIJANIE ZINTEGROWANEGO EKOSYSTEMU TURYSTYKI KULINARNEJ  
“OD POLA, PRZEZ STOŁ, DO DOSWIADCZEN I MARKI”**

**OPARTEGO NA PRODUKTACH FLAGOWYCH,  
DBAŁOŚCI O ŚRODOWISKO, ROLNICTWIE  
EKOLOGICZNYM, ROLI SZEFÓW KUCHNI JAKO  
AMBASADORÓW ORAZ TRANSPARENTNYCH  
POŁĄCZENIACH OPERACYJNYCH MIĘDZY  
POZIOMAMI SYSTEMU**



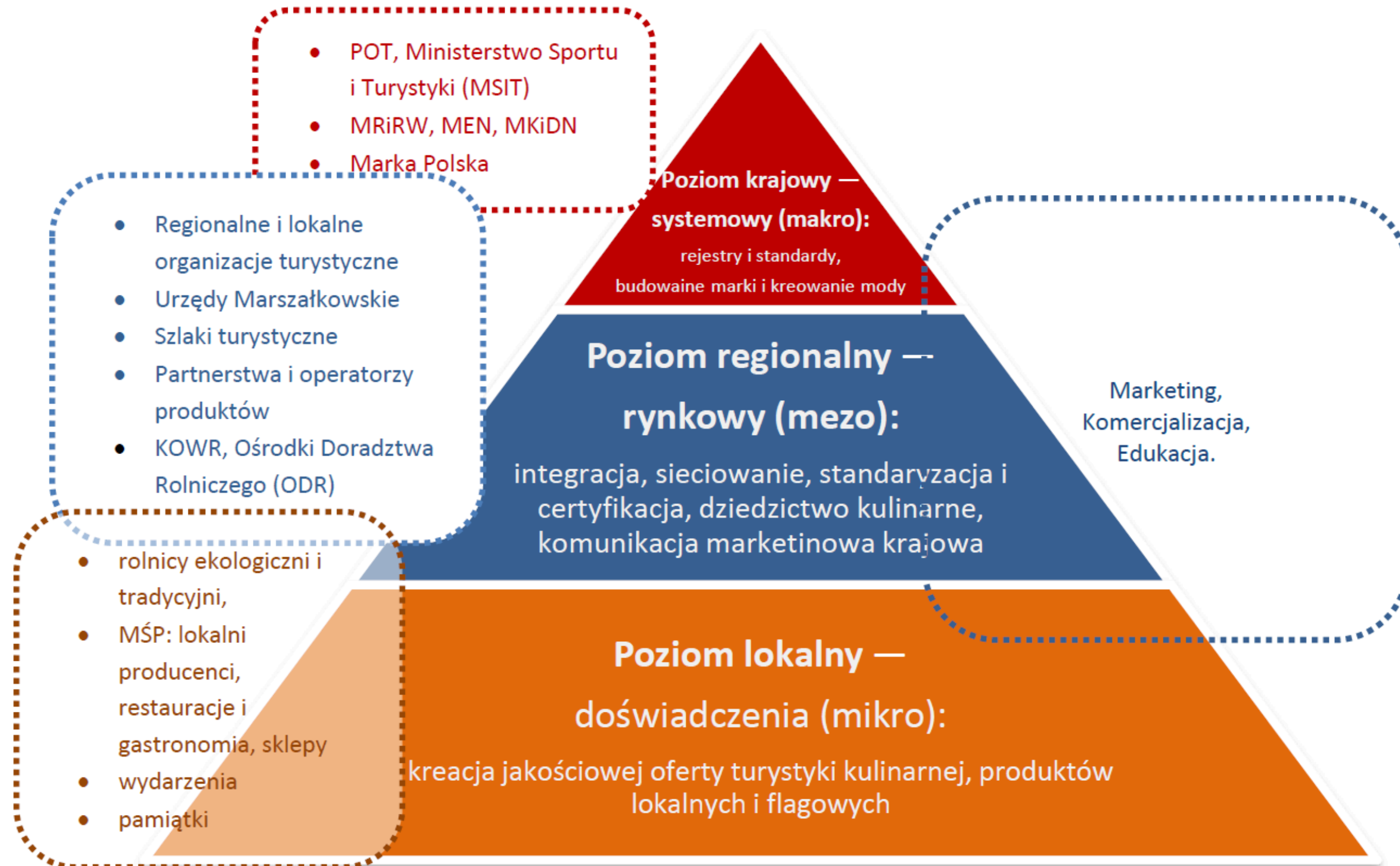
# PRODUKT FLAGOWY TURYSTYKI KULINARNEJ

PRODUKTEM FLAGOWYM TURYSTYKI KULINARNEJ  
JEST WYRÓZNIAJĄCY SIĘ DLA DANEGO MIEJSCA  
PRODUKT ŻYWNOSCIOWY, POTRAWA, SUROWIEC,  
NAPOJ LUB DOŚWIADCZENIE KULINARNE, KTORE W  
SPÓSOB JĘDNOZNACZNY ODZWIERCIEDLA LOKALNĄ  
TOŻSAMOŚĆ, KULTURĘ, TRADYCJĘ I TERROIR.  
PRODUKT FLAGOWY CECHUJE SIĘ WYSOKĄ JAKOŚCIĄ I  
WIARYGODNOŚCIĄ, ROZPOZNAWALNOŚCIĄ WŚRÓD  
MIESZKANCÓW ORAZ POTENCJAŁEM BUDOWANIA  
NARRACJI I MARKI MIEJSCA.\*

**\*FRAGMENT DEFINICJI**



# MODEL FUNKCJONALNY SYSTEMU TURYSTYKI KULINARNEJ W POLSCE



# 3. CELE STRATEGICZNE



# CELE STRATEGICZNE



## CEL 1

**TWORZENIE WARUNKÓW ROZWOJU I  
WSPIERANIE AKTYWNOŚCI PROWADZĄCYCH DO  
ROZWOJU OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ.**

## CEL 2

**OCHRONA REWITALIZACJA I WYKORZYSTANIE  
DZIEDZICTWA KULINARNEGO.**

## CEL 3

**EDUKACJA INTERESARIUSZY TURYSTYKI  
KULINARNEJ.**

## CEL 4

**KOMERCJALIZACJA I MARKETING OFERTY  
TURYSTYKI KULINARNEJ.**

# 4. CELE OPERACYJNE

## CEL STRATEGICZNY

**TWORZENIE WARUNKÓW  
ROZWOJU I WSPIERANIE  
AKTYWNOŚCI  
PROWADZĄCYCH  
DO ROZWOJU OFERTY  
TURYSTYKI KULINARNEJ.**



### CELE OPERACYJNE KLUCZOWE

### CELE OPERACYJNE WSPIERAJĄCE

01

**ROZWIJANIE SYSTEMÓW WSPARCIA, SIECIOWANIA  
I PLATFORM WSPÓŁPRACY DLA INTERESARIUSZY SEKTORA  
TURYSTYKI KULINARNEJ**

02

**TWORZENIE PRZESTRZENI I NARZĘDZI DO WSPÓŁPRACY  
MIĘDZYSEKTOROWEJ (ROLNICTWO, TURYSTYKA, KULTURA,  
NAUKA, EDUKACJA, PROMOCJA, GASTRONOMIA, PRZEMYSŁ  
SPOŻYWCZY)**

03

**WSPIERANIE FORMALNYCH I NIEFORMALNYCH GRUP  
ROBOCZYCH REPREZENTUJĄCYCH PRODUCENTÓW,  
WYTWÓRCÓW DOZNAŃ, ORGANIZATORÓW  
I USŁUGODAWCÓW**

04

**BUDOWANIE KOMPETENCJI WDROŻENIOWYCH  
I DORADCZYCH**

05

**UPORZĄDKOWANIE I ROZWÓJ INSTRUMENTÓW  
FINANSOWANIA INICJATYW TURYSTYKI KULINARNEJ**

06

**ZAKOTWICZENIE TURYSTYKI KULINARNEJ W POLITYKACH  
JST I ROZWÓJ INFRASTRUKTURY**

## CEL STRATEGICZNY

OCHRONA,  
REWITALIZACJA  
I WYKORZYSTANIE  
DZIEDZICTWA  
KULINARNEGO.

### CELE OPERACYJNE KLUCZOWE

01

ROZWÓJ I WDRAŻANIE SYSTEMÓW CERTYFIKACJI,  
REKOMENDACJI I OCENY JAKOŚCI PRODUKTÓW ORAZ  
USŁUG ZWIĄZANYCH Z DZIEDZICTWEM KULINARNYM

02

BADANIE I REWITALIZACJA ZASOBÓW DZIEDZICTWA  
KULINARNEGO – W SKALI LOKALNEJ, REGIONALNEJ  
I KRAJOWEJ

03

TWORZENIE I ROZWÓJ NARZĘDZI ORAZ PRZESTRZENI  
DO POPULARYZOWANIA DZIEDZICTWA KULINARNEGO  
W FORMIE DOŚWIADCZEŃ, WYDARZEŃ, EKSPOZYCJI  
I DZIAŁAŃ EDUKACYJNO-PROMOCYJNYCH

04

BUDOWANIE WSPÓŁPRACY I KOORDYNACJI  
MIĘDZYSEKTOROWEJ W ZAKRESIE DZIEDZICTWA  
KULINARNEGO

# CEL STRATEGICZNY

## EDUKACJA INTERESARIUSZY TURYSTYKI KULINARNEJ.



### CELE OPERACYJNE KLUCZOWE

### CELE OPERACYJNE WSPIERAJĄCE

01

**BUDOWANIE SYSTEMOWYCH I WIELOPOZIOMOWYCH PROGRAMÓW  
EDUKACYJNYCH DOTYCZĄCYCH DZIEDZICTWA KULINARNEGO  
I TURYSTYKI KULINARNEJ, WIEDZY SPECJALISTYCZNEJ, JAKOŚCI  
USŁUG, WSPÓŁPRACY I PROFESJONALIZACJI BRANŻY**

02

**TWORZENIE PLATFORM I NARZĘDZI WYMIANY WIEDZY, DOBRYCH  
PRAKTYK I INSPIRACJI DLA BRANŻY TURYSTYKI KULINARNEJ**

03

**WŁĄCZANIE TEMATÓW TURYSTYKI KULINARNEJ I DZIEDZICTWA  
KULINARNEGO DO SYSTEMU EDUKACJI FORMALNEJ  
SPOŁECZEŃSTWA**

04

**TWORZENIE I PROWADZENIE BADAŃ, ANALIZ I MONITORINGU  
ZACHOWAŃ KONSUMENCKICH ORAZ POTRZEB BRANŻY  
TURYSTYKI KULINARNEJ W OBSZARZE EDUKACJI**

05

**ROZWÓJ I INTEGRACJA PROCESÓW NIEFORMALNEJ EDUKACJI  
KULINARNEJ W RAMACH DOŚWIADCZEŃ TURYSTYCZNYCH**

06

**AKTYWIZACJA I POPULARYZACJA WIEDZY KULINARNEJ  
POPRCZ KONKURSY, WYDARZENIA I PROGRAMY EDUKACYJNE  
W KONTEKŚCIE TURYSTYKI I DZIEDZICTWA REGIONALNEGO**



## CEL STRATEGICZNY

**KOMERCJALIZACJA  
I MARKETING OFERTY  
TURYSTYKI KULINARNEJ.**

### CELE OPERACYJNE KLUCZOWE

01

**TWORZENIE ZINTEGROWANYCH SYSTEMÓW INFORMACJI,  
PROMOCJI I DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW TURYSTYKI  
KULINARNEJ**

02

**WSPIERANIE ROZWIJANIA I KOMERCJALIZACJI PRODUKTÓW  
TURYSTYKI KULINARNEJ, W TYM PAKIETÓW I OFERT  
DOSTĘPNYCH ONLINE**

03

**WSPIERANIE I TWORZENIE BRANŻOWYCH NARZĘDZI  
PROMUJĄCYCH I NAGRADZAJĄCYCH OFERTY I  
PODMIOTY TURYSTYKI KULINARNEJ**

04

**WSPIERANIE DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH PRODUKTÓW,  
REGIONÓW I DOŚWIADCZEŃ – W KRAJU I ZA GRANICĄ**

05

**WZMACNIANIE OBECNOŚCI W PRESTIŻOWYCH  
SYSTEMACH JAKOŚCI I REKOMENDACJI**

**PODSTRATEGIA**

# TURYSTYKI KULINARNEJ

PREZENTACJA  
CZĘŚCI PROGRAMOWEJ



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.”

landbrand  
wyróżniamy miejsca

**POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ**