



# TURYSTYKA KULINARNA

## KONFERENCJA

landbrand  
wyróżniamy miejsca



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.”*



# TURYSTYKA KULINARNA

**Hubert Gonera**

Światowe trendy w turystyce kulinarnej i ich możliwe  
konsekwencje dla Polski w kontekście prac nad  
strategią

**landbrand**  
wyróżniamy miejsca

**POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ**


 **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.”*

# Turystyka Kulinarna w Polsce jest 11 na świecie!\*

Search locations or food




Log in 

Best Food 2025

Near Me 

Destinations 

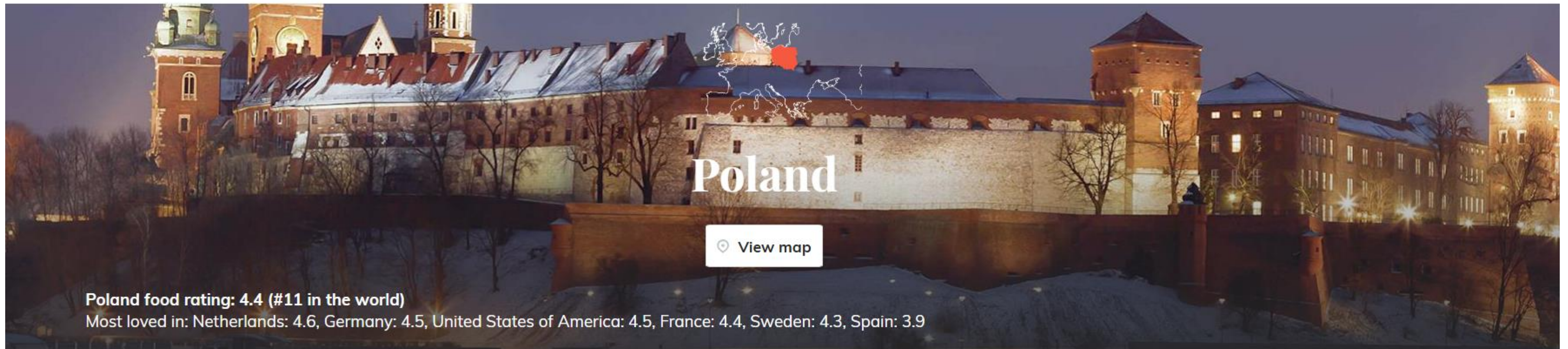
Foods 

Recipes

Map

Quality Labels

Quiz



\*według taste atlas

# Turystyka kulinarna zmienia rolę

- podstawa konkurencyjności oferty krajowej i regionalnej
- Jest elementem budowania marki narodowej i regionalnej
- łączy rolnictwo, kulturę, edukację, markę, turystykę
- Jest jednym z filarów zrównoważonego rozwoju destynacji
- Stanowi silny filar gospodarki doświadczeń

# Współczesne trendy z: Austrii, Hiszpanii, Francji, Indii, Słowenii



landbrand  
wyróżniamy miejsca



# Trend 1 - liczy się jakość -

## Austria Genuss Region

Jesień to czas  
przyjemności

- Integracja rolnictwa, turystyki i zrównoważonego rozwoju w lokalnych łańcuchach dostaw.
- Ponad 3700 oznaczonych znakiem AMA Genus Region miejsc
  - Dodatkowo sklep on-line
- Wydarzenie w Wiedniu
- Kalendarium on-line,
- Inicjatywa łączy producentów rolnych bezpośrednio z turystyką doświadczenia, wspieranie dumy i konkurencyjności.

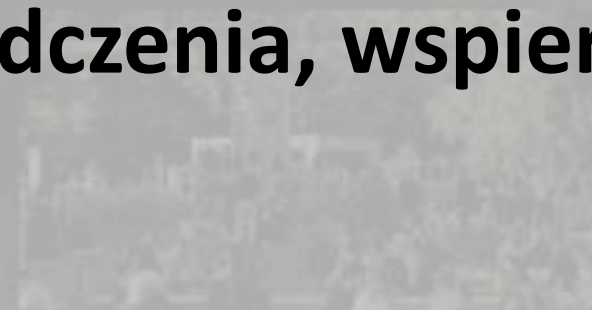
Regionalne specjalności jesień



DO BLOGA →



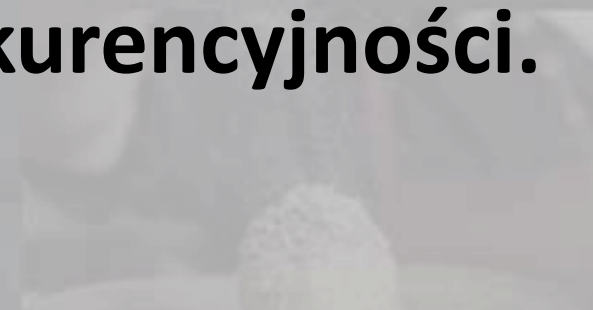
Doświadczenia kulinarne



FESTIWAL  
PRZYJEMNOŚCI



REGION ROZKOSZY AMA



Voucher gourmet

# Trend 2 - wiele połączeń - jedna marka

## gastromonii i destynacji, Tasting Spain

- Działanie w bardzo szerokim partnerstwie
- Krajowy integrator kalendarium i ofert gastronomicznych
- Zasięg krajowy i międzynarodowy
- Wsparcie narodowego DMO
- Budowa marki turystyki kulinarnej Hiszpanii i destynacji miejskich

Tasting Spain is much more than a brand, it is an invitation to discover the true flavour of our country through gastronomic tourism. It is the first national platform with international outreach that brings together Spanish culinary talent with the cultural richness of our territories. Travel with us to discover and enjoy unique and memorable experiences in every corner of Spain, deeply connecting with our roots through the pleasure of good food and drink.

<https://tastingspain.es/en/>

# Trend 3 - buduj modę - wzmacniaj export!

## Taste France, Explore France

- Dyplomacja kulinarna to wsparcie eksportu
- Dawaj przepisy, zakupy zrobią się same
- Edukuj np. o znakach jakości a wzmocnisz wizerunek
- Pokazuj produkty flagowe i jakościowe

ASK THE EXPERT

### The Secrets of French Pastry

French *pâtisserie* is the embodiment of exceptional craftsmanship, and the result of heritage passed down through generations of highly skilled bakers. For decades, French pastry has stood apart for its artistic precision, rich textures and elegant flavours. At La Grande Épicerie de Paris, head pastry chef Charlotte Toubeau unveils the secrets of her craft.

SWEET PRODUCTS

FRENCH CLASSIC

DESSERT

# Trend 4 - poznaj swoich gości,

## Hungry for Finland

## Hungry for Finland

Help and Inspiration for Developing Food

### Oto co robimy



#### Sieć

Funkcjonalna sieć dla wszystkich operatorów turystyki kulinarnej



#### Konkurs turystyki kulinarnej

Ogólnopolski konkurs turystyki kulinarnej



#### Akcelerator

Rozwój biznesu i szkolenia



#### Edukacja

Przyszłe umiejętności

#### Projekty B+R+I

Działalność badawczo-rozwojowa i innowacyjna

#### Narzędzia

Narzędzia do rozwoju turystyki kulinarnej

#### Rynki Docelowe

Niemcy

Hiszpanie

Włosi

Francuzi

USA

#### Kluczowe Motywacje

Przyroda, aktywności na świeżym powietrzu, czyste składniki.

Gastronomia, kultura, historia, architektura.

Towarzystwo, interakcje społeczne.

Wysoka jakość, kultura, przygoda, emocje.

Wysoka siła nabywcza.

#### Rekomendowane Doświadczenia Kulinarne

Specjały Laponii, zbiory jagód/grzybów, łowienie ryb.

Kolacje w historycznych/architektonicznych obiektach.

Posiłki z nieznanymi/mieszkańcami, wycieczki z przewodnikiem.

Degustacje produktów regionalnych, festiwale, kursy gotowania, koktajle.

Promocja restauracji Michelin.

# Trend 5 - Zrównoważony rozwój i lokalność,

## Taste Slovenia

- Potrzeba skracania łańcuchów dostaw i łączenia rolników, winiarzy oraz producentów żywności z branżą turystyczną.
- Realizacja wspólnych projektów i modeli biznesowych w regionach turystycznych mających na celu zwiększenie tożsamości kulinarnej regionów.

MY WAY OF  
TASTING  
LOVE.

# Dziękuję

# hgonera@landbrand.pl

# STRATEGIA@PSTK.PL



Ministerstwo  
Sportu i Turystyki

Zadanie publiczne pn. „Podstrategie turystyczne - dzielenie się wiedzą”  
Tytuł zadania *Podstrategia turystyki kulinarnej* dofinansowano ze środków  
Ministerstwa Sportu i Turystyki.

