



# TURYSTYKA KULINARNA

**GŁÓWNE ZASOBY I POTENCJAŁ TURYSTYKI**

**KULINARNEJ: OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ**

**dr Piotr Kociszewski**

**3.10.2025**

**POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ**

**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.”*

# OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ

- 1. OD PRODUKTU DO POTRAWY – KONCEPTUALIZACJA I RAMY RYNKU
- 2. NA STRAGANIE W DZIEŃ TARGOWY – PRZEGLĄD OFERTY W POLSCE - wybrane przykłady
- 3. PRZEPISY CYFROWE – ROZWIĄZANIA ONLINE
- 4. PRODUKTY OPAKOWANE – OFERTY TOUR-OPERATORÓW
- 5. DALSZA DROGA: SWOT I CO DALEJ ?

# TURYSTYKA

# KULINARNA

## PODSTRATEGIA

landbrand  
wyróżniamy miejsca

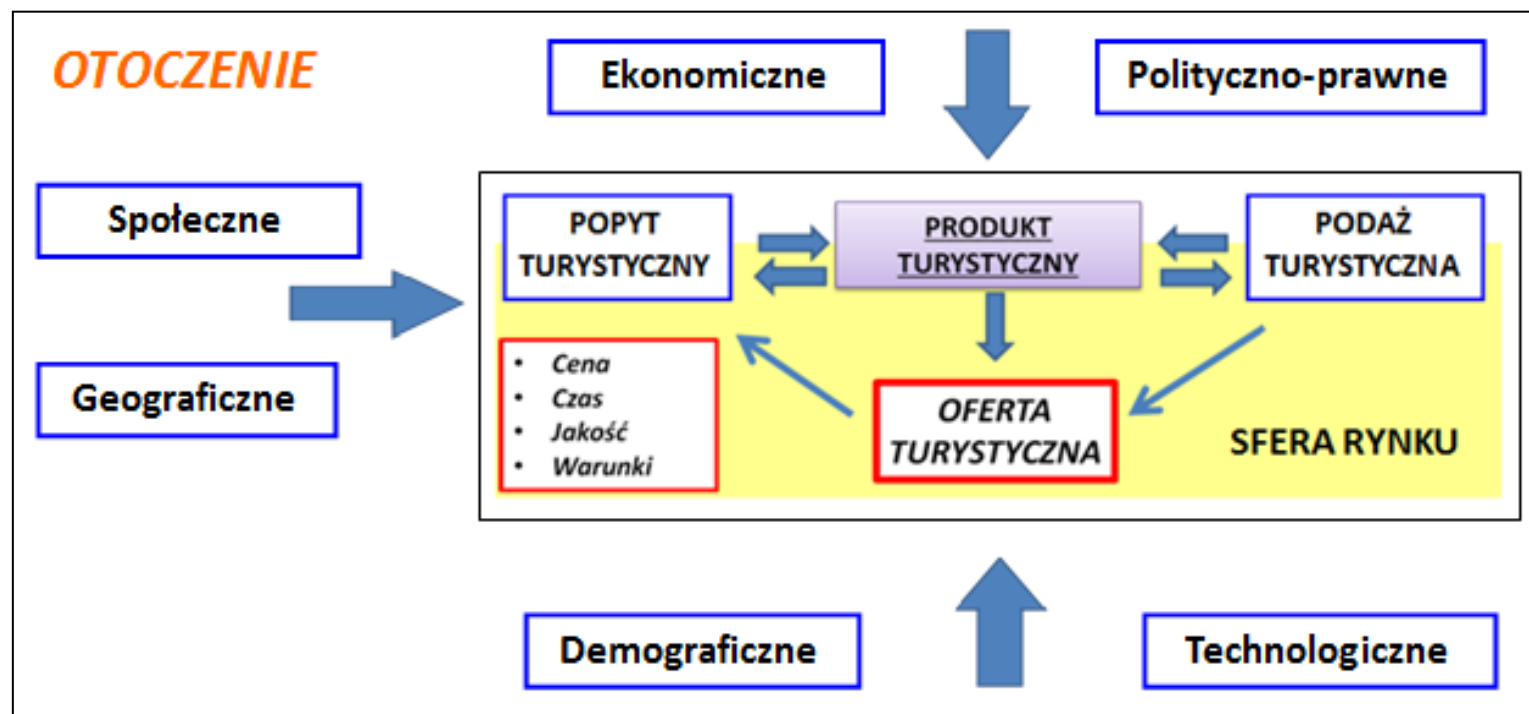


**POLSKIE  
STOWARZYSZENIE  
TURYSTYKI KULINARNEJ**

# 1. Co badaliśmy? KONCEPTUALIZACJA



- *Desk research / doświadczenie eksperckie / obserwacja uczestnicząca*
- **RELACJA OFERTA a PRODUKT / WPŁYW OTOCZENIA / SEGMENTACJA**
- **OFERTA KULINARNA jako FORMA KOMERCJALIZACJI DOŚWIADCZENIA**



- **OFERTA TURYSTYKI KULINARNEJ** przestrzenna versus aprzestrzenna
- **APRZESTRZENNA:** przestrzeń wirtualna, festiwale „bez granic”, „food experience boxes”
- **KOMERCJALIZACJA DOŚWIADCZENIA:** tradycyjne formy versus nowe formuły
- **NOWE FORMUŁY KOMERCJALIZACJI:** *immersive experience, food storytelling, premiumizacja – fine dinning tourism*

**landbrand**  
wyróżniamy miejsca



- ✓ Współczesna turystyka kulinarna i związana z nią oferta nie musi być wyłącznie związana z miejscem, bo rozwija się także w przestrzeni cyfrowej i hybrydowej. Jednak relacja z miejscem nadal pozostaje kluczowym elementem budowania autentyczności i marki.
- ✓ Oferta jest w dużej mierze komercjalizacją doświadczenia kulinarnego, przyjmując różne formuły – od edukacyjnych i lokalnych po multisensoryczne i luksusowe.
- ✓ Jej rozwój jest silnie determinowany przez globalne trendy konsumenckie: zdrowie, zrównoważenie, technologię i autentyczność.

# 2. Co już wiemy? SPEKTRUM OFERTY



- szerokie spektrum produktów turystyki kulinarnej,
- przykłady szlaków, festiwali, warsztatów, wydarzeń plenerowych,
- studia przypadków z różnych regionów Polski

- ✓ *Skalowanie wydarzeń oraz czynniki sukcesu*
- ✓ *Muzea i atrakcje turystyczne*
- ✓ *Szlaki na bazie kulinariów – skutek czy przyczyna ?*

4.1. Festiwale kulinarne i święta regionalnych produktów

4.2. Wydarzenia w dużych miastach

4.3. Wydarzenia enoturystyczne i piwowarskie

4.4. Eventy organizowane przez ROT, LOT i instytucje

kultury

4.5. Wydarzenia międzynarodowe i prestiżowe



## Święta Rydza 2025 w Wysowej-Zdroju nie będzie. Organizatorzy odwołują imprezę [AKTUALIZACJA]

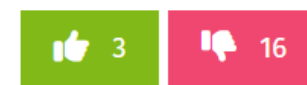
Gminy

Gmina Uście Gorlickie

Podziel się



Oceń



Święto Rydza w Wysowej-Zdroju, największa i najbardziej rozpoznawalna impreza tej miejscowości, stanęło pod wielkim znakiem zapytania. Organizatorzy ogłosili, że 18. edycja nie odbędzie się, a w internecie zawrzało – pod ich wpisem pojawiło się już ponad 160 komentarzy pełnych rozczarowania i niezrozumienia.

### Muzea kulinarne i związane z żywnością (typologia)

- **Muzea produktów typowych:** oscypek, obwarzanek, cebularz, pyra, pierniki toruńskie, śledź, miód, chleb.
- **Muzea wielotematyczne z działem kulinarnym:** np. Muzeum Pałacu w Wilanowie
- **Instytucje i przestrzenie tematyczne:** browary (Żywiec, Poznań), gorzelnie (Podole Wielkie), winnice (np. Małopolska, Podkarpacie, Dolny Śląsk).

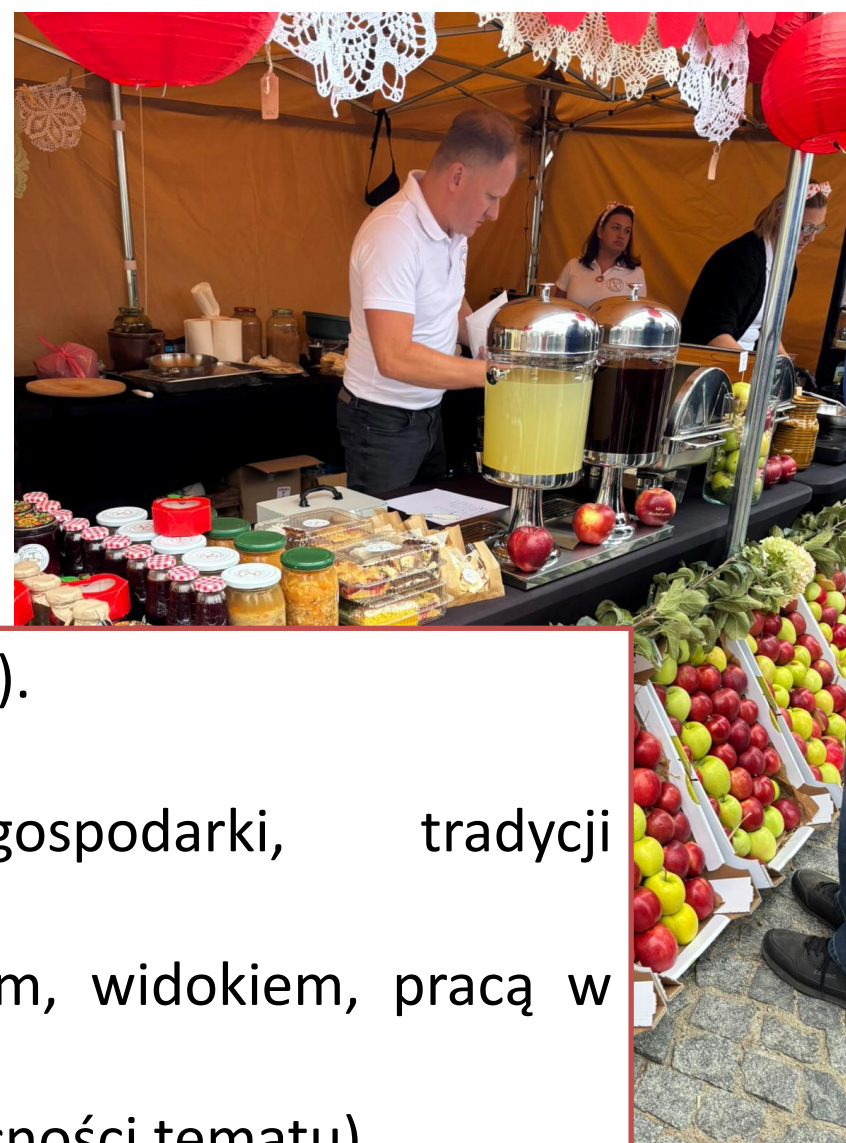


### Zagrody edukacyjne i gospodarstwa agroturystyczne

#### Skanseny i inne przestrzenie związane z produkcją kulinariów

- Skansen w Swołowie, Klukach, Radomiu, Ciechanowcu i inne.
- Pokazy tradycyjnych procesów wytwarzania żywności (pieczenie chleba, tłoczenie oleju, wytwarzanie masła).
- Rekonstrukcje kulinariów w przestrzeni historycznej i etnograficznej





landbrand  
wyróżniamy miejsca

- **Autentyczność** (jabłko = lokalny produkt, codzienność regionu).
- **Powtarzalność** (cykliczne wydarzenia, coroczne święto).
- **Narracja** (jabłko jako element kultury, gospodarki, tradycji i nowoczesności).
- **Doświadczenie** (szlak = możliwość poznania jabłka smakiem, widokiem, pracą w sadzie).
- **Trwałość** (Centrum = fizyczna instytucja, gwarancja stałej obecności tematu).



**LEGENDA**

1. Bluszkop Jagoda Kamczacka (Palenica)	13. Wód Owoc (Włocławek)
2. Hotel Sienka nad Pilicą (Warka)	14. Fum (Warka)
3. Pałac Mała Wied (Belski Duży)	15. Słyn Kawiarnia Galeria (Warka)
4. Nasza Tęcza (Nowy)	16. Jabłko Grypek Stowarzyszenie Sady Grypek (Warka)
5. Hotel Chyrow (Chyrow)	17. Iza Chlebowa w Lasach
6. Agroturystyka Kuchnia i Lanolita (Borowki, Warka)	18. Mirabelkowe Zaczęło (Zbrozda Dąbka)
7. Agroturystyka Antonia Piła (Piła)	19. Zamek Czerek (Góra Kalwaria)
8. Ośrodek Romantyczny Browarka (Warka)	20. Winiarstwo Zafoni (Michów)
9. Gospodarstwo pasieczne Łąki - Miód i zapachy (Palenica)	21. Michowska Pivniczna (Michów)
10. Gospodarstwo Sadownicze Marek Szpaniak (Stara Warka)	22. Agroturystyka Zdrowo pracuj (Brzezinki)
11. Kemping nad Pilicą (Warka)	
12. Muzeum im. Naczelnika Piłsudskiego w Warku	



ZOBACZ  
WYPOCZNIJ  
PRZEŻYJ  
ZASMAKUJ

www.szlakjablkowy.eu

# 2a. Co już wiemy? SPEKTRUM OFERTY



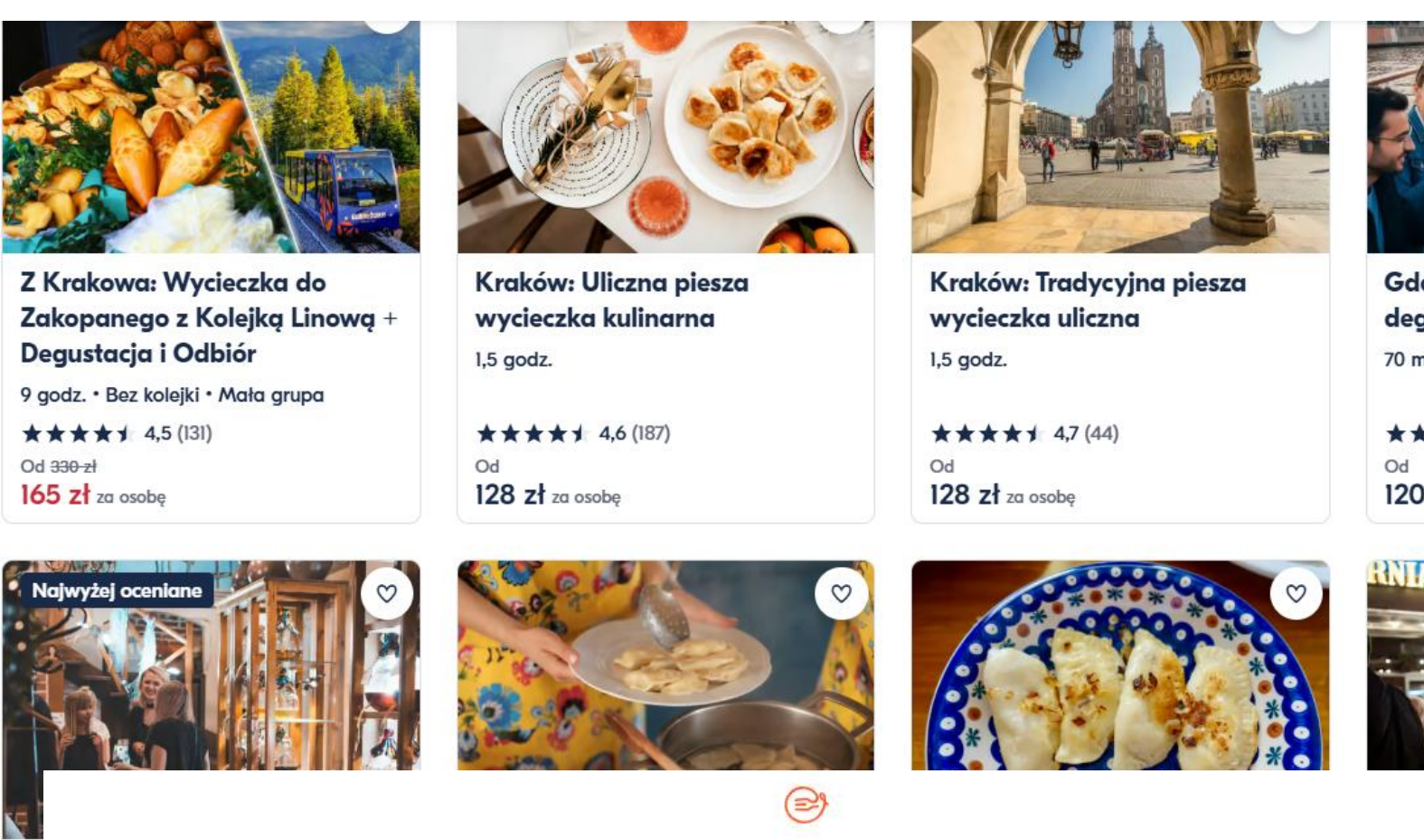
- szerokie spektrum produktów turystyki kulinarnej,
- przykłady szlaków, festiwali, warsztatów, wydarzeń plenerowych,
- studia przypadków z różnych regionów Polski

- ✓ *Skalowanie wydarzeń oraz czynniki sukcesu*
- ✓ *Muzea i atrakcje turystyczne*
- ✓ *Szlaki na bazie kulinariów – skutek czy przyczyna ?*

**NARZĘDZIA ONLINE – OD OTA  
DO PLATFORM PROMOCYJNYCH**

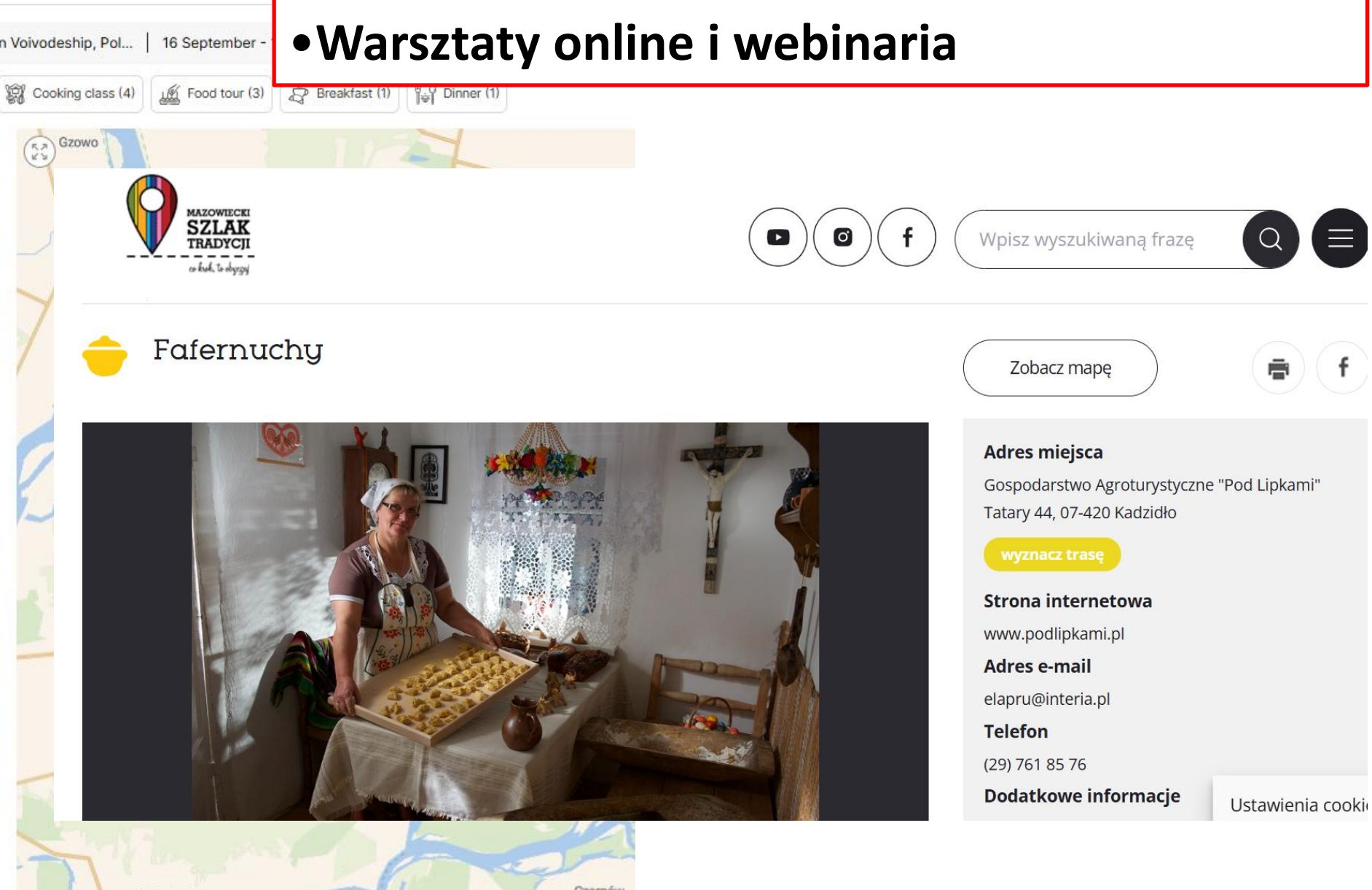
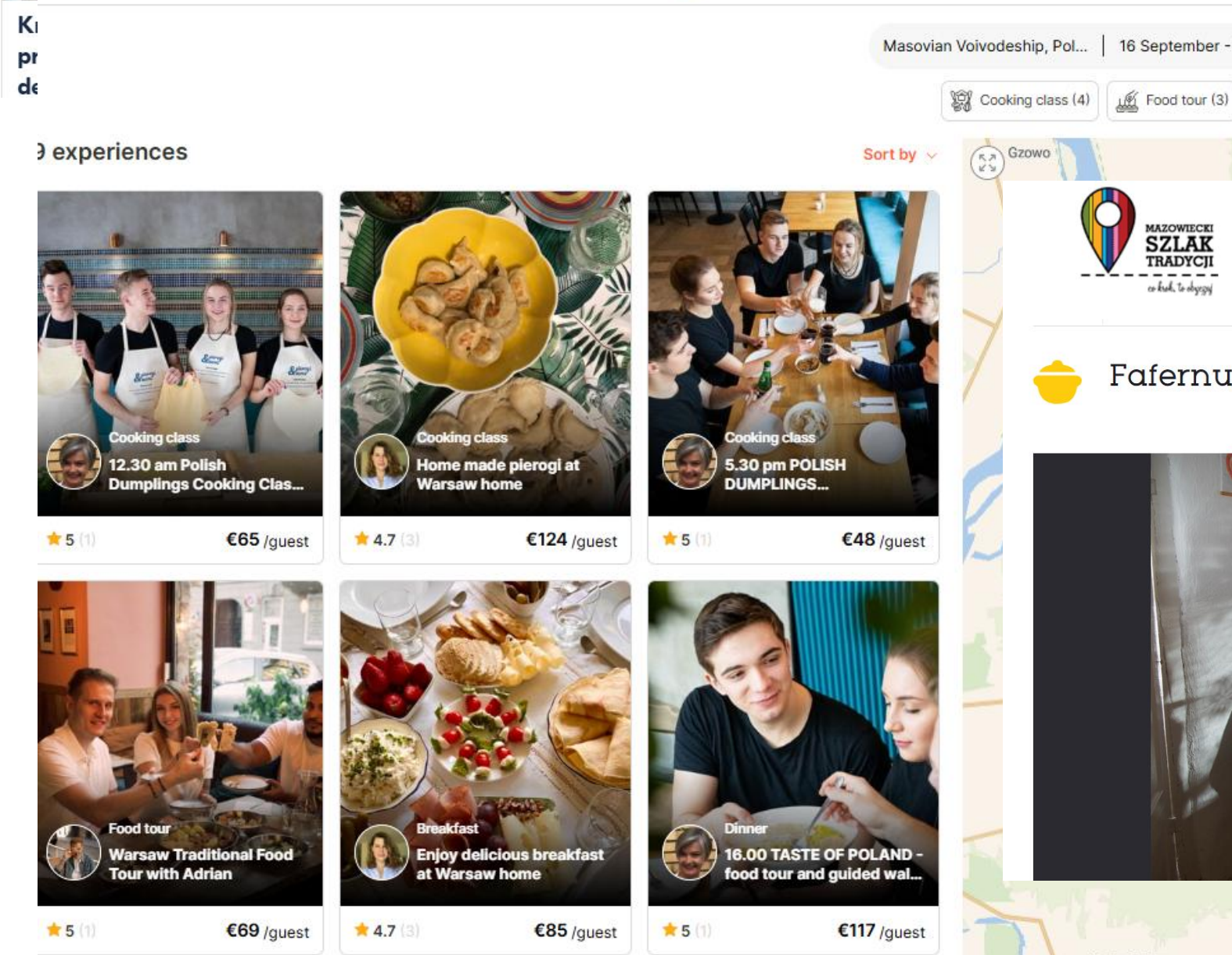
**GOTOWE PAKIETY  
TOUROPERATORÓW –  
KLIENT INDYWIDUALNY /  
GRUPOWY**

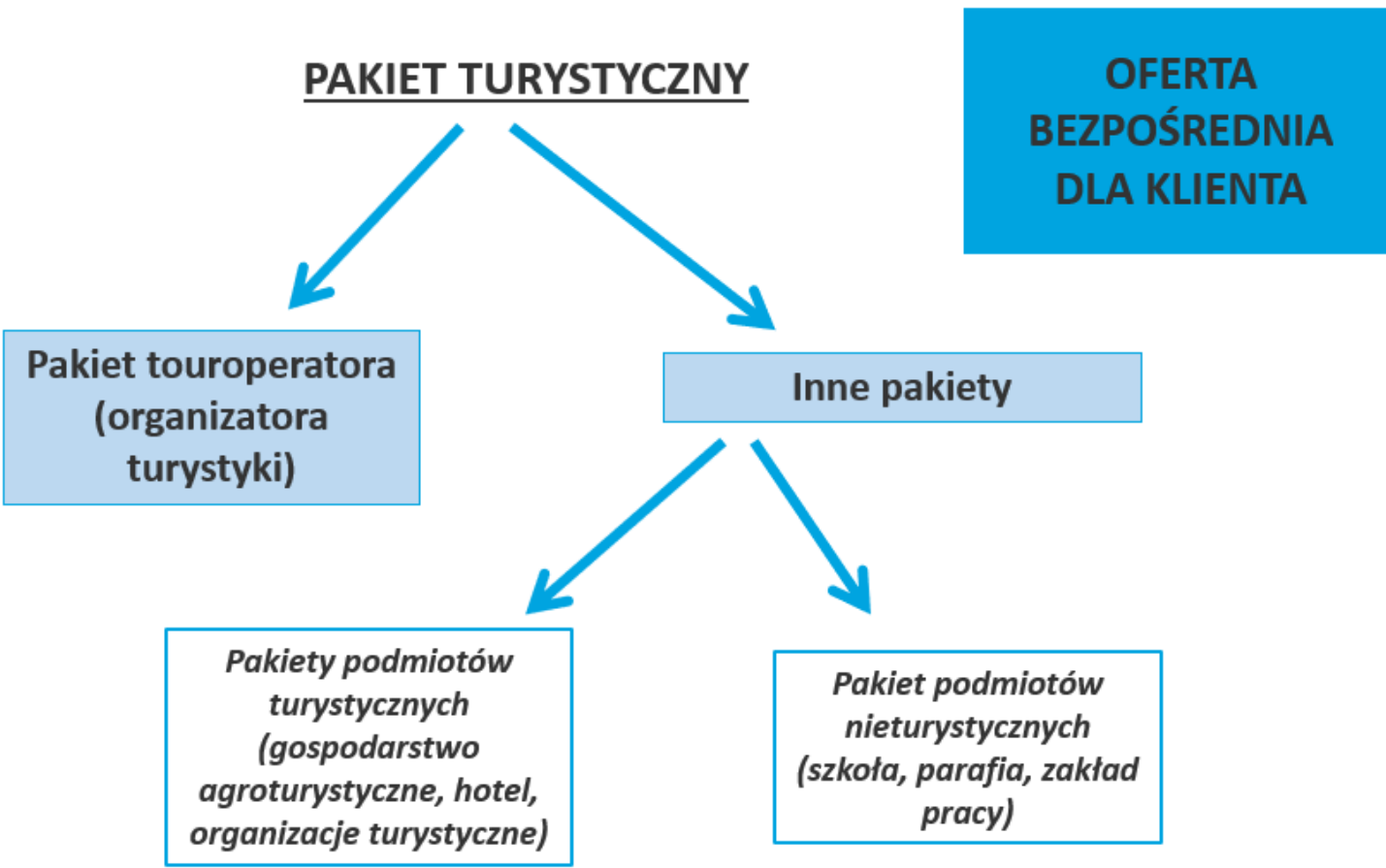
**landbrand**  
wyróżniamy miejsca



- Platformy sprzedażowe
- Bazy i aplikacje kulinarne
- Digitalizacja i wirtualne muzea
- Cyfrowe narracje turystyczne i szlaki
- Kampanie i promocja online
- Warsztaty online i webinaria


**landbrand**  
wyróżniamy miejsca





**Culmiurazo** Strona główna Usługi O nas Blog Kontakt

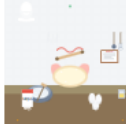
Twoich potrzeb



### Wycieczki Gastronomiczne

Odkryj lokalne restauracje, bary mleczne i regionalne specjały w towarzystwie doświadczonych przewodników kulinarnych.


- ✓ Degustacja tradycyjnych potraw
- ✓ Wizyty w lokalnych restauracjach
- ✓ Historia polskiej kuchni



### Warsztaty Kulinarne

Naucz się przygotowywać autentyczne polskie potrawy pod okiem profesjonalnych szefów kuchni.

- ✓ Praktyczne gotowanie
- ✓ Przepisy do domu
- ✓ Małe grupy




### Prywatne Wycieczki


Spersonalizowane wycieczki kulinarne dostosowane do Twoich preferencji i diety.

- ✓ Indywidualny program
- ✓ Prywatny przewodnik
- ✓ Transport włączony

**Biuro Podróży PITUR Piotr Kociszewski**  
26 lipca · 🌐

Przybywamy dzisiaj z zestawieniem naszych wycieczek po Polsce zaplanowanych na sierpień i wrzesień, których wspólnym mianownikiem jest hasło "PEŁNE SMAKÓW" 🍷 W roli gł... Wyświetl więcej

HOME PIEROGI PERKS CULINARY TOURS ▾ WINE TOURS ▾ OTHER TOURS ▾ 

**SAVE \$300 PER COUPLE**

**TASTE THE FINEST OF POLAND**

Welcome to Poland Culinary Vacations. Our goal is to provide you with a unique experience that showcases the best of Poland. You will gain a unique insight into Polish cuisine while savoring the flavors and aromas of the region. Pairing regional wines with traditional dishes, each of our Polish food tours provide an engaging and educational experience that will leave your taste buds wanting more.

- May 2026 - A Culinary Adventure from Krakow to Zakopane Tour
- A Culinary Adventure from Krakow to Zakopane Tour
- Krakow Pierogi Festival and A Tour of Southern Poland
- Spa and Wine Tour in Southern Poland and Krakow
- Coastal Cuisine and Culinary Getaway in Pomerania and Gdansk Tour
- Boleslawiec Polish Pottery Festival Tour
- A Culinary Tour of Greater Poland and Poznan
- Savory Cuisine in Warsaw and Mazovia Poland Tour
- Polish Cooking with Chef Anna Hurning in Szczecin, Poland
- Poland Christmas Market Tour
- Exploring Warsaw's Culinary Delights Tour

# 3. Co z tego wynika? (1)



- **Fragmentacja oferty**
- **Ograniczona digitalizacja** – mało zaawansowanych narzędzi (np. interaktywnych aplikacji VR/AR).
- **Biura podróży rzadko specjalizują się w ofercie kulinarnej** – traktują ją raczej jako dodatek do programu niż główny produkt.
- **Niedostateczna integracja usług** – słaba współpraca między producentami lokalnymi, restauracjami i touroperatorami.

# 3. Co z tego wynika? (2)



## **Szanse:**

- Trend slow/experiential travel i autentyczne doświadczenia.
- Rozwój narzędzi cyfrowych (aplikacje, storytelling).

## **Zagrożenia:**

- Silna konkurencja kulinarna zagranicy.
- Ryzyko standaryzacji – przy sieciowych rozwiązaniach cyfrowych
- Zmienność otoczenia – okno / nie lustro (klasyczny case marketingowy...)

# Dziękuję

# p.kociszewski@uw.edu.pl

# STRATEGIA@PSTK.PL



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

