

„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.”

Warsztaty Strategii Turystyki Kulinarnej - Podsumowanie dyskusji

Prowadzący Hubert Gonera, landbrand

Uczestnicy: przedstawiciele ROT w tym:

- Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna
- Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna
- Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna
- Małopolska Organizacja Turystyczna
- Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna
- Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna
- Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego
- Wielkopolska Organizacja Turystyczna
- Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna
- Dolnośląska Organizacja Turystyczna
- Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego
- Lubuska Organizacja Turystyczna ,

Wsparcie: członkowie PSTK dr Andrzej Stasiak, dr Marta Sidorkiewicz

Na początku omówiono wizję turystyki kulinarnej w Polsce, wywodzącą się z poprzedniego raportu.

Wizja rozwoju turystyki kulinarnej w 2030 roku (s.20).

***Turystyka kulinarna jest silnie powiązana z zasobem tradycji materialnej (wyroby, produkty, dania), jak i niematerialnej (obrzędy, sposoby obróbki żywności) polskiej kuchni.
Oferta przeżyć turystyki kulinarnej jest uwiarygodnieniem miejsca, regionu oraz polskich marek turystycznych i stanowi o przewadze konkurencyjnej miast i regionów¹.***

Wizja kładzie nacisk na powiązanie turystyki kulinarnej z tradycyjnymi produktami, potrawami i metodami przetwarzania żywności, a także wykorzystanie jej do budowania marek regionalnych i miejskich. Landbrand przedstawia tę wizję i prosi uczestników o rozważenie, co mogą zrobić indywidualnie, aby ją zrealizować. Grupa jest zachęcana do skupienia się na działaniach, na które może mieć bezpośredni wpływ – dwie trzecie pomysłów wymaga współpracy, a tylko jedna trzecia to elementy listy życzeń do zrealizowania przez inne podmioty np. administrację centralną.

Wybrane Głosy w dyskusji:

¹ Raport o stanie gospodarki turystycznej w Polsce i założenia do polityki turystycznej kraju do roku 2030, z perspektywą do 2036 r. Załącznik nr 1. Rekomendacje eksperckie wynikające z przeprowadzonych analiz w wybranych Rodzajach turystyki i ANALIZY SWOT. (2024). Ministerstwo Sportu i Turystyki, s. 20.

„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.”

- Potrzeba badań w celu identyfikacji produktów, wyrobów które są dostępne przez cały rok i mogą być dostarczane do restauracji w wystarczających ilościach. Konieczność oparcia menu renomowanych restauracji na lokalnych zasobach kulinarnych.
- Skupienie się na kilku reprezentatywnych i łatwo dostępnych produktach oraz edukowanie dostawców usług o ich unikalnych cechach. Jako działanie kluczowe dla każdego ROT. Wybór tzw. Okrętów flagowych, które będą dostępne w formie pamiątek, stanowiły składnik dań i będą budowały markę kulinarną województw / krain turystycznych.
- Znaczenie budowania zrównoważonego, długoterminowego podejścia do promowania kuchni regionalnej, zamiast polegać na krótkotrwałych konkursach lub wydarzeniach. Oferta regionu powinna być trwała jak i sezonowa, ale nie może opierać się jedynie np. na jednym festiwalu kulinarnym.
- Podkreślane jest znaczenie jednoczesnej edukacji o dziedzictwie kulinarnym, jego ochrony i promocji oraz stymulowania aktywności sektora turystycznego. Sugeruje się, że nauczanie studentów o dziedzictwie kulinarnym, gospodarce i doświadczeniach jest kluczowe, podobnie jak przekształcanie zasobów w nowoczesne, konkurencyjne produkty turystyczne.
- Przyjęto propozycję posługiwania się terminem dziedzictwo kulinarne a nie tradycja kulinarna.
- Podkreślane jest znaczenie współpracy pomiędzy różnymi zainteresowanymi stronami, w tym organizacjami lokalnymi, władzami miasta oraz środowiskami wiejskich gospodyń domowych, dla pomyślnej organizacji imprez kulinarnych i promocji produktów regionalnych.
- Uwypuklono w dyskusji potrzebę współpracy, całorocznych wydarzeń i skutecznej komunikacji w celu zaprezentowania produktów regionalnych i przyciągnięcia turystów.
- Pojawiła się i została entuzjastycznie przyjęta propozycja **Krajowego Festiwalu / Święta Kulinarnego. Inspiracją był przykład udanego, litewskiego festiwalu kulinarnego skupionego wokół jednego dania - chłodnika**, który przyciągnął 100 tys. osób i zagranicznych dziennikarzy. Zgodzono się, że Polska mogłaby stworzyć podobne wydarzenie skupione np. na wieprzowinie czy pierogach, promując je jako narodową markę kulinarną w celu przyciągnięcia turystów z całej Europy. Omawiana jest idea jednolitego tematu kulinarnego dla krajów europejskich, a przykłady buraków i jabłek są przypominane jako uzgodnienia z konferencji kulinarnej w Szwecji dotyczące wyróżników i wspólnych mianowników kuchni regionu Europy Środkowej i Państwa nad Bałtyckich.
- Podkreślono znaczenie współpracy między regionami, włączania tradycyjnego tańca i folkloru do wydarzeń kulinarnych oraz edukowania dzieci o kuchni polskiej w szkołach.
- Zaproponowano stworzenie ogólnopolskiej inicjatywy inwentaryzacji i prezentacji unikalnej oferty kulinarnej każdego regionu, potencjalnie prowadzonej przez Polską Organizację Turystyczną lub Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Spotkanie zakończyło się wezwaniem do jedności i wspólnej wizji promocji autentycznych polskich doświadczeń kulinarnych we wszystkich regionach.

„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.”

Załącznikiem do podsumowania jest pdf z Prezentacją i wynikami ćwiczeń warsztatowych.

Opracował: Hubert Gonera