

GRUPA ROBOCZA 2. SZLAKI KULINARNE - Wnioski i rekomendacje

Skrzynki, czerwiec 2025 r.



**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.”



1. WSPIERANIE AKTYWNOŚCI I TWORZENIE WARUNKÓW DO ROZWOJU DLA RÓŻNYCH INTERESARIUSZY SEKTORA TURYSTYKI KULINARNEJ

Proponowane działania w ramach wspierania aktywności i tworzenia warunków:

- Szkolenia – transfer wiedzy do wszystkich podmiotów zainteresowanych tworzeniem i rozwojem szlaków kulinarnych (zarówno wewnątrz szlaku – między podmiotami go tworzącymi, jak i na zewnątrz – między różnymi szlakami, a także już istniejącymi szlakami i podmiotami dopiero chcącymi tworzyć nowe trasy).
- Wizyty studyjne i spotkania robocze – jw., tylko w oparciu o konkretne przykłady zrealizowanych przedsięwzięć w terenie.
- Opracowanie książki dobrych praktyk (manual) – propozycje modelowych, sprawdzonych w polskich realiach rozwiązań, wartych naśladowania i zwiększających prawdopodobieństwo sukcesu: gwarantujących powstanie kompleksowego produktu turystycznego – szlak.
- Wspieranie tworzenia inicjatyw szlakowych o charakterze klastrowym: podmioty gastronomiczne i turystyczne, ROT-y, LOT-y, ODR-y, LGD, JST...

Oczekiwane działania w ramach wspierania aktywności i tworzenia warunków:

- Uwzględnienie turystyki kulinarniej (i szlaków kulinarnych) w marce Polska, w krajowej i regionalnych strategiach rozwoju turystyki, a w konsekwencji realizacja w 16 województwach programu edukacyjno-szkoleniowego (na wzór programu „Turystyka – wspólna sprawa”)
- Laboratorium inicjatyw turystycznych – powołanie podmiotu, który zapewniłby systemowe wsparcie w zakresie wdrażania i rozwoju nowych inicjatyw, m.in. przygotowywania biznesplanu, doradztwa prawnego, działań marketingowych, opracowywania strategii, a nawet dofinansowywania zakupu podstawowych usług, np. promocyjnych.
- Zmiany w przepisach prawnych ułatwiających podstawową działalność, często dotyczących banalnych, drobnych spraw, np. możliwości fakturowania darowizn.
- Organizacja konferencji, warsztatów, spotkań B2B
- Otwarcie konkursów dotacyjnych na działalność w zakresie turystycznego wykorzystania dziedzictwa kulinarnego (MSiT, JST)
- Zaangażowanie jednostek samorządu terytorialnego w działania wspierające lokalne inicjatywy produktowe, ich promocję i rozwój infrastruktury.

2. OCHRONA I PROMOCJA DZIEDZICTWA KULINARNEGO

Proponowane działania w ramach wspierania aktywności i tworzenia warunków:

- Badania naukowe nt. dziedzictwa kulinarnego poszczególnych regionów Polski – inwentaryzacja rzeczywistych zasobów, ich dostępności (także w ujęciu sezonowym) i możliwości przekształcenia w ofertę turystyczną.
- Publikacja tradycyjnych i elektronicznych materiałów nt. dziedzictwa kulinarnego.
- Tworzenie i rozwój działalności zagród edukacyjnych, służących zarówno do promocji dziedzictwa kulinarnego, jak i edukacji (cel 3).
- Współpraca w zakresie organizacji różnego rodzaju wydarzeń: festiwali smaków, pokazów kulinarnych, interaktywnych warsztatów, targów turystycznych (także w ramach stoisk regionalnych).
- Wpisy na listę produktów tradycyjnych i regionalnych MRiRW, niematerialnego dziedzictwa kulturowego (krajową i UNESCO).

Oczekiwanie działania w ramach ochrony i promocji dziedzictwa:

- Nawiązanie współpracy międzysektorowej: MRiRW, MKiDN, MSiT, POT.
- Zmiana/uproszczenie uregulowań prawnych w celu umożliwienia sprzedaży bezpośredniej produktów lokalnych (tradycyjnych, ekologicznych itd.) (przykładowo: gospodarstwa agroturystyczne nie mogą sprzedawać swoich wyrobów innym osobom niż goście).
- Zmiana zasad konkursów i programów dofinansowania projektów, m.in. możliwość starania się o granty przez przedsiębiorców, uwzględnienie dziedzictwa kulinarnego w KPO dla kultury.
- Organizacja / wspieranie wydarzeń promujących dziedzictwo kulinarne Polski.
- Opracowanie koncepcji, realizacja i emisja w telewizji publicznej cyklu krajobrazowych filmów edukacyjnych poświęconych dziedzictwu kulinarnemu Polski.

3. EDUKACJA RÓŻNYCH GRUP PODMIOTÓW SEKTORA TURYSTYKI KULINARNEJ (TURYSTÓW I ORGANIZATORÓW)

Proponowane działania edukacyjne:

- Edukacja „wewnętrzna” interesariuszy szlaków kulinarnych, zapewniająca szersze spojrzenie na dziedzictwo kulinarne regionu, ale też wiedzę o ofercie innych członków szlaku.
- Szersze włączenie w struktury szlaków placówek muzealnych: skansenów, muzeów etnograficznych i historycznych – ochrona dziedzictwa, kultywowanie regionalnych tradycji kulinarnych, kulinarne warsztaty edukacyjne, wydarzenia.
- Rekonstrukcja życia „tradycyjnego” (na wzór rekonstrukcji historycznych).

Oczekiwane działania edukacyjne:

- Audyt dziedzictwa kulinarnego Polski.
- Włączenie tematyki dziedzictwa kulinarnego do programów edukacji regionalnej w szkołach.
- Centralna akcja edukacyjna nt. polskiej kuchni i dziedzictwa kulinarnego, adresowana nie tylko do dzieci, ale też do dorosłych – Narodowy Instytut Kultury i Dziedzictwa Wsi.
- Szkolenia finansowane ze środków centralnych i samorządowych.
- Warsztaty i konkursy kulinarne dla dzieci.

4. PROMOCJA I KOMERCJALIZACJA OFERTY TURYSTYKI KULINARNEJ W POLSCE

Proponowane działania w ramach promocji i komercjalizacji:

- Zacieśnianie współpracy członków szlaku kulinarnego w celu pakietowania ich produktów w ramach wspólnej oferty (przetamywanie nieufności, kooperacja, tworzenie produktów komplementarnych).
- Certyfikacja szlaków kulinarnych, dotycząca zarówno produktu żywnościowego (jego bezpieczeństwa, atrakcyjności, tradycyjności, autentyczności, etyczności itd.), jak i jakości świadczonych na szlaku usług (gastronomicznych, noclegowych, przewodnickich itp.) – (ale finansowanie certyfikacji z budżetu zewnętrznego: centralnego/regionalnego).
- Rozwijanie współpracy z biurami podróży – *study tours*.
- Stała działalność w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, You Tube).
- Tworzenie efektywnych kanałów (platformy) dystrybucji produktu szlaku.

Oczekiwane działania w ramach promocji i komercjalizacji:

- Stworzenie centralnego portalu internetowego, który byłby pełną i wiarygodną bazą wiedzy nt. polskich szlaków kulinarnych (odrębny portal lub podstrony w ramach portalu turystyki kulinarnej) – trzypoziomowy zintegrowany system (portal krajowy, regionalne portale turystyczne (.visit, .travel), strony domowe poszczególnych szlaków kulinarnych) przygotowany wg jednolitych standardów (zakres informacji, layout, funkcjonalności, wersje językowe itd.), zarządzany i stale aktualizowany przez zewnętrznego, komercyjnego operatora.
- Opracowanie mapy szlaków kulinarnych w całej Polsce (interaktywnej, internetowej i papierowej).
- Stworzenie aplikacji mobilnej poświęconej polskim szlakom kulinarnym (schemat działania jw.).
- Opracowanie i wdrożenie programu study tours dla zagranicznych touroperatorów, dziennikarzy kulinarnych i turystycznych, blogerów etc. w celu prezentacji oferty polskich szlaków kulinarnych, nawiązania kontaktów i rozpoczęcia dalszej bezpośredniej współpracy.

- Profesjonalna kampania reklamowa polskiej turystyki kulinarnej (w tym szlaków) skierowana na kluczowe rynki zagraniczne.
- Uznanie 1-2 szlaków kulinarnych za markowy produkt turystyczny regionu i wsparcie (organizacyjne, finansowe, promocyjne) przez ROT i JST.

5. PRIORYTETY

Grupa ustaliła następującą kolejność priorytetów:

WAŻNOŚĆ

1. Promocja i komercjalizacja oferty turystyki kulinarnej w Polsce.
2. Ochrona i promocja dziedzictwa kulinarnego.
3. Wspieranie aktywności i tworzenie warunków dla interesariuszy sektora.
4. Edukacja różnych grup podmiotów sektora turystyki kulinarnej.

CHĘCI I MOŻLIWOŚCI ZAANGAŻOWANIA

1. Edukacja różnych grup podmiotów sektora turystyki kulinarnej.
2. Promocja i komercjalizacja oferty turystyki kulinarnej w Polsce.
3. Ochrona i promocja dziedzictwa kulinarnego.
4. Wspieranie aktywności i tworzenie warunków dla interesariuszy sektora.

6. TOP 3 DZIAŁANIA NAJCZĘŚCIEJ WSKAZYWANE PRZEZ GRUPĘ

1. Stworzenie trzypoziomowego zintegrowanego systemu informacji i promocji szlaków kulinarnych w Polsce (portal krajowy – regionalne portale turystyczne – strony poszczególnych szlaków).
2. Certyfikacja szlaków kulinarnych.
3. Realne wspieranie funkcjonowania istniejących oraz tworzenia nowych inicjatyw szlakowych (na płaszczyźnie organizacyjnej, finansowej, promocyjnej, know-how etc.).

Sporządził na podstawie danych wypracowanych przez grupę: dr Andrzej Stasiak