



TURYSTYKA KULINARNA

PODSTRATEGIA



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

PODSTRATEGIA

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.



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.”

PARTNERZY PROJEKTU

POLSKIE STOWARZYSZENIE TURYSTYKI KULINARNEJ



Forum Regionalnych Organizacji Turystycznych
z siedzibą w Lublinie

Stała Rada Konferencji ds. turystyki kulinarnej

Stowarzyszenie „Akademia Gastronomiczna”
z siedzibą w Gdańsku

Ogólnokrajowa Spółdzielnia Turystyczna GROMADA

Instytut Skrzynki – Instytut Dokumentacji, Rozwoju
i Promocji Dziedzictwa Kulturowego i Kulinarnego
Powiatu Poznańskiego

Culinary Heritage Network – Sieć Dziedzictwa
Kulinarnego



Minimalne wymagania opracowanego dokumentu podstrategii

Przygotowany dokument powinien określić długoterminowe cele, misję, wizję i plany działania.

Głównym celem przedmiotowego dokumentu powinno być wyznaczenie kierunków rozwoju i działań, które pozwolą osiągnąć pożądane rezultaty. Podstawowe i wymagane elementy przygotowanego dokumentu to:

1. **Analiza sytuacji (diagnoza stanu obecnego):** Dokładne zrozumienie aktualnej sytuacji, zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej. Może obejmować analizę SWOT (mocne strony, słabe strony, szanse, zagrożenia), analizę otoczenia rynkowego, konkurencyjnego i technologicznego.
2. **Wizja:** To obraz przyszłości, do którego należy dążyć, określa, gdzie dany sektor winien być w przyszłości i jakie osiągnięcia pragnie zdobyć.
3. **Misja:** Określa podstawowy cel. Misja powinna być krótka, zrozumiała i motywująca.
4. **Cele strategiczne/cele operacyjne:** Konkretnie, mierzalne cele, które można osiągnąć w określonej perspektywie czasowej. Cele te powinny być zgodne z misją i wizją i stanowić konkretne punkty odniesienia do oceny postępów.
5. **Plany/programy działania/zadania inwestycyjne:** Określają sposób, w jaki zostaną osiągnięte cele, tj.: długoterminowe plany działania, które uwzględniają dostępne zasoby i warunki rynkowe.
6. **Promocja:** określenie sposobu promocji analizowanego sektora turystycznego w ramach wyznaczonych celów strategicznych/celów operacyjnych.
7. **Plan implementacji:** Zawiera harmonogram działań, przypisanie odpowiedzialności, zasoby potrzebne do realizacji planu oraz sposób monitorowania postępów.
8. **Budżet/zasoby:** Planowanie finansowe i zasoby potrzebne do realizacji.
9. **Monitorowanie, ocena i aktualizacja:** Określenie metod monitorowania postępów realizacji, takich jak kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) oraz sposób oceny efektywności działań.
10. **Ryzyka i zarządzanie kryzysowe:** Identyfikacja potencjalnych zagrożeń związanych z realizacją oraz plany zarządzania ryzykiem.
11. Propozycja zmian organizacyjnych, strukturalnych oraz prawnych.
12. Przykłady dobrych praktyk w wybranych krajach UE.
13. Powiązanie przygotowanej dokumentacji z istniejącymi dokumentami strategicznym krajowymi i europejskimi.

GO PRZED NAMI?



Analiza wstępna:

1. Analiza przykładów dobrych praktyk w wybranych krajach UE
2. Analiza istniejących dokumentów strategicznych krajowych i europejskich.

Panel dyskusyjny w dniu

23 maja 2025 jako wydarzenie towarzyszące Konferencji organizowanej przez Szkołę Główną Turystyki i Hotelarstwa Vistula w Warszawie.

Badanie potrzeb Interesariuszy

w zakresie powstającej strategii oraz intencji współpracy przy tworzeniu, a następnie wdrażaniu postulatów i propozycji działań wynikających ze strategii turystyki kulinarnej w Polsce – podczas konferencji w Warszawie oraz online.





PANEL DYSKUSYJNY I BADANIE POTRZEB INTERESARIUSZY W ZAKRESIE PRZYGOTOWYWANEJ PODSTRATEGII TURYSTYKI KULINARNEJ

PIĄTEK 23.05.2025
GODZINA 9:00-10:30



KONFERENCJA

**TURYSTYKA KULINARNA JAKO FORMUŁA PROMOCJI
POLSKIEJ ŻYWNOSCI I DZIEDZICTWA KULTUROWEGO**

22-23.05.2025



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.”

CO PRZED NAM?



Opracowanie kompleksowej podstrony internetowej PSTK informacyjno-promocyjnej dotyczącej prac nad strategią, opisującej poszczególne etapy prac.

Panel warsztatowy prowadzony przez eksperta z kraju, który wdrożył strategię turystyki kulinarnej i operujący według skutecznego programu lub strategii rozwoju.

Spotkanie warsztatowe dla poszczególnych zespołów roboczych mające na celu wypracowanie zadań szczegółowych prac nad strategią oraz przygotowanie narzędzi do realizacji zadań (25.06 Skrzynki k. Poznania).





PRACE ROBOCZE W ZESPOŁACH TEMATYCZNYCH:

1. SZLAKI KULINARNE
2. ENOTURYSTYKA
3. PRODUKT LOKALNY I TRADYCYJNY
4. OFERTY I DOZNANIA TURYSTYKI
KULINARNEJ

ŚRODA 25.06.2025



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.”

CO PRZED NAM?



Audyt i badanie pierwotne w zakresie trendów, zasobów, potencjałów, ofert, szlaków, obiektów, atrakcji, eventów, produktów lokalnych i pamiątek turystyki kulinarnej.

Konferencja - w okresie trwania targów turystycznych Tour Salon w Poznaniu (3-5.10.2025) z udziałem przedstawicieli Ministerstwa Sportu i Turystyki, Polskiej Organizacji Turystycznej i innych instytucji w celu prezentacji zebranych do tego czasu wyników badań i wskazanie głównych założeń podstrategii.
Konferencja obejmie też dyskusję merytoryczną na temat korelacji założeń podstrategii z główną strategią turystyki.



GO PRZED NAMI?

Opracowanie wszystkich elementów strategii, w tym Części Programowej:

1. **WIZJA** – nakreślenie obrazu przyszłości, do którego należy dążyć i który określi, gdzie turystyka kulinarna winna być w przyszłości i jakie osiągnięcia pragnie zdobyć.
2. **MISJA** – wskazanie podstawowej idei rozwoju zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki kulinarnej w Polsce.
3. **CELE STRATEGICZNE/CELE OPERACYJNE** – wskazanie konkretnych, mierzalnych celów, które można osiągnąć w określonej perspektywie czasowej, w odniesieniu do czterech głównych kategorii celów:

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

2. OCHRONA I PROMOCJA
DZIEDZICTWA
KULINARNEGO

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

4. PROMOCJA
I KOMERCJALIZACJI OFERTY
TURYSTYKI KULINARNEJ
W POLSCE

4. PLANY/PROGRAMY DZIAŁANIA/ZADANIA INWESTYCYJNE



GO PRZED NAMI?

4. Plany/programy działania/zadania inwestycyjne, które mogą obejmować na przykład [lista podlega dynamice zmian]:

- Rekomendacje eksperckie wynikające z przeprowadzonych analiz w wybranych rodzajach turystyki i analizy SWOT
- Wypromowanie wybranych, służących podkreśleniu atrakcyjności turystycznej oznaczeń kulinarnych wśród turystów. Powiązanie ich z poszczególnymi markami destynacji turystycznych.
- Założenia rozwoju zrównoważonych doświadczeń turystyki kulinarnej opartych o dziedzictwo kulinarne i turystykę doświadczeń w polskich regionach i miastach.
- Wymianę doświadczeń z krajami świadomie stawiającymi na rozwój turystyki kulinarnej, posiadającymi i realizującymi strategię rozwoju turystyki kulinarnej.
- Integrację oferty turystyki kulinarnej i enoturystyki – szlaków, projektów sieciowych, festiwali, przeżyć na poziomie kraju poprzez stworzenie ogólnodostępnej bazy danych.
- Program wykonawczy poświęcony wsparciu rozwoju jakościowej gastronomii w polskich miastach i regionach.
- Rozwój szlaków turystyki kulinarnej, restauracji i muzeów smaku.
- Integrowanie działań hotelowych jako ambasad smaków Polski i regionów.
- Certyfikację ofert turystyki kulinarnej, pamiątek turystyki kulinarnej.
- Założenia partnerstwa wizerunkowego opartego o reprezentację kuchni polskiej w hotelach i innych obiektach noclegowych.
- Zalecenia tworzenia klastrów turystyki kulinarnej w regionach.
- Uwzględnienie dań i produktów flagowych (marek turystyki kulinarnej) na poziomie kraju oraz województw, ze wskazaniem na konkretne nazwy potraw i sposoby ich podania, wykonania i promocji.
- Założenia tworzenia programów edukacyjnych dla dzieci i młodzieży o charakterze porozumień międzyresortowych (turystyka, edukacja, rolnictwo), do realizacji przez szkoły, zagrody edukacyjne, organizatorów turystyki i inne podmioty.
- Określenie tematów przyszłych badań naukowych i rynkowych, jako kontynuacja badań poczynionych na potrzeby audytu do strategii, niezbędnych do dalszego rozwoju turystyki kulinarnej.



kontakt: STRATEGIA@PSTK.PL

<https://pstk.pl/podstrategia/>

