

TURYSTYKA KULINARNA POLSKI HIT



DATA: Czwartek, 17 października 2013, godz. 11:00 – 14:00

MIEJSCE: Sala Zielona, Hol Wschodni, MTP

PROGRAM WYDARZENIA:

1. 11:00-11:25 Turystyka Kulinarna – czym jest i skąd wziął się jej fenomen?

Hubert Gonera, twórca szlaków kulinarnych w Gdyni, Białymstoku i Kulinarnego Poznania. Dyrektor zarządzający firmy landbrand. Zrealizował kilkadziesiąt projektów z zakresu turystyki i brandingów miast. Wspiera rozwój turystyki kulinarnej. Lider panelu przemysłu czasu wolnego na Międzynarodowym Forum Ekonomicznym w Gdyni w 2011 roku, kiedy to odbyło się pierwsze spotkanie twórców produktów turystyki kulinarnej. Członek Kapituły Konkursu „Na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej”. Traktuje turystykę jako najprzyjemniejszą formę edukacji.



Turystyka kulinarna w Polsce przeszła długą drogę, od dożynek i świąt w stylu jarmarku, po miejskie i regionalne szlaki turystyki kulinarnej czy warsztaty kulinarne z szefami kuchni. Jednak wciąż pozostają przed nami najpoważniejsze wyzwania – promocja, integracja i komercjalizacja. Warto podpatrywać innych, w tym szczególnie USA, tam bowiem udaje się osiągać synergii z zaangażowania różnych podmiotów: producentów, restauratorów, touroperatorów czy nawet sektora bankowego. Jak budować model komercyjny pokaże na przykładzie Poznania i Wielkopolski, gdzie wdraża autorskie projekty: Kulinaryny Poznań, Kolej na Wielkopolskie Smaki. Podzieli się także wizją rozwoju sztandarowej imprezy kulinarnej w kraju, jaką staje się Noc Restauracji, która ma szansę powtórzyć sukces Nocy Muzeów.

2. 11:25-11:45 Kuchnie regionalne – smakowity magnes w promocji miejsc – od idei do praktyki na przykładzie Małopolski i nie tylko.

Elżbieta Tomczyk-Miczka – pilot wycieczek, trener szkoleń i ekspert z zakresu promocji turystycznej, wykłada na wyższych uczelniach turystycznych m.in. autorski przedmiot Regionalne Atrakcje Kulinarne w Górnośląskiej WSH w Katowicach. Uprawia dziennikarstwo turystyczne, jest autorką kilku albumów-przewodników po regionie. Pracując jako specjalista ds. promocji w Małopolskiej Organizacji Turystycznej ma wiele okazji, by zgłębiać skarby regionu, który nie przestaje jej zachwycać.



Kuchnia lokalna poprzez smaki, zapachy i całą gamę wrażeń o tyle spełnia swoją rolę w turystyce kulinarnej, o ile pozwala zgłębić specyfikę regionu. W Małopolsce wiele dzieje się na drodze do tworzenia marki kulinarnej. „Małopolski Festiwal Smaku” i marka „Zasmakuj w Małopolsce” tworzone są przez dwa departamenty Urzędu Marszałkowskiego. Małopolska Organizacja Turystyczna kreuje „Małopolską Trasę Smakoszy” w oparciu o certyfikowane karczmy regionalne, a Krakowska Izba Turystyki organizuje „Karnawał Smaków”. Wszystkie te działania i inicjatywy są w istocie bardzo cenne, ale ciągle brakuje „kropki nad i”, czyli oferty dla turysty, który poprzez peregrynacje kulinarne mógłby dotrzeć do jądra tradycji regionu.

3. 11:45-12:05 „Pomorskie Culinary Prestige” – czy prestiżowe kulinaria są sposobem na sukces całorocznego produktu turystycznego na Pomorzu?

Krystyna Hartenberger-Pater, dyrektor Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Prywatnie pasjonat gotowania i miłośnik dobrej kuchni. Dlatego w myśl zasady łączenia przyjemnego z pożytecznym wkomponowuje kulinaria w marketing terytorialny.

„Pomorskie Culinary Prestige” to myśl przewodnia zainicjowanego projektu ukierunkowanego na rebranding kuchni polskiej, która ma stać się jednym z głównych motywów przewodnich kampanii promocyjnych realizowanych przede wszystkim na rynku skandynawskim. Połączenie tradycyjnych receptur i regionalnych składników z nowoczesną finezją i technikami kulinarnymi wydaje się być duetem idealnym. Turystyka kulinarna stanowi obecnie jeden z wiodących tematów motywujących do przyjazdu, a potencjał Pomorza w tym temacie jest niezaprzeczalny.



4. 12:05-12:20 Polskie Stowarzyszeni Turystyki Kulinarnej – jak wygląda profil turysty kulinarnego w naszym kraju i na świecie?

Marcin Sekida – Prezes Polskiego Stowarzyszenia Turystyki Kulinarnej.

Od 2011 roku prezes Polskiego Stowarzyszenia Turystyki Kulinarnej, absolwent Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, magister turystyki i rekreacji. Od kilku lat związany zawodowo z marketingiem, pomysłodawca oraz współtwórca portali internetowych związanych z turystyką kulinarną. Inicjator wydarzeń, warsztatów oraz wyjazdów kulinarnych. Miłośnik kawy i serów.

Kim jest turysta kulinarny, czego poszukuje i co jest dla niego ważne? Jakimi wytycznymi kierują się w trakcie wyboru destynacji swoich podróży? W oparciu o doświadczenia członków Polskiego Stowarzyszenia Turystyki Kulinarnej, postaramy się poszukać odpowiedzi na te pytania oraz przybliżyć sylwetkę podróżnika kulinarnego.



5. 12:20-12:40 Lubelskie – smakuj życie! – pierwsza marka regionalna w Polsce tak ściśle powiązana z kulinariami i uznanymi producentami spożywczymi – jak i po co się to robi?

Recepturę sukcesu zdradza Piotr Franaszek, ekspert w zakresie marketingu terytorialnego, Dyrektor Departamentu Promocji i Turystyki w Lubelskim Urzędzie Marszałkowskim, gdzie wdraża kompleksowy projekt zarządzania marką regionalną. Prezes Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Wiceprzewodniczący rady Polskiej Organizacji Turystycznej. Wykładowca Wyższej Szkoły Społeczno-Przyrodniczej i Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie. Inicjator projektów międzynarodowych głównie w obszarze Państw Partnerstwa Wschodniego. Członek gremiów eksperckich i organizacji branżowych.

Lubelskie – smakuj życie! to obietnica kontemplacji kultury, aktywnych przeżyć, inspirujących spotkań. Jest to też sposób na powiązanie tradycji i ekologicznego zaplecza regionu z promocją spożywczych produktów komercyjnych i stymulowania ich dystrybucji. To właśnie place of origin – „efekt pochodzenia”, czyli większa wartość dla produktów ze względu na walory miejsca, z którego pochodzą. Lubelskie jest być może pierwszym regionem, który buduje ten często spontaniczny proces świadomie i od podstaw. Bądźcie z nami.



6. 12:40-12:55 „Mazovia Culinary Experience” – pomysł na nowe podejście do produktów turystyki kulinarnej.

Anna Somorowska – Dyrektor Biura Mazowieckiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, prekursor nowych trendów w turystyce, praktyk zarządzania z 20-letnim doświadczeniem. Jako prezes Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki w latach 1999-2008 nadzorowała realizację ponad 200 projektów z zakresu rozwoju gospodarki turystycznej na terenie całej Polski. W latach 2009-2011 kierowała pracami Agencji Rozwoju Gdyni – jest współautorką projektu „Muzeum Emigracji”, Szlaku Kulinarного Centrum Gdyni oraz inicjatorką i prowadzącą 8 kolejnych edycji Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni. Spełnia się jako coach i mentor, pełni funkcję v-ce Prezesa Polskiego Stowarzyszenia Mentoringu.



Mazovia Culinary Experience to nowy pomysł na kreację produktu turystyki kulinarnej w nurcie 3E (education, experience, excitement). Turysta samodzielnie przygotowuje sobie posiłek, co więcej sam rozpali ognisko i ulepi garnek z gliny, w którym ugotuje pyszną i naturalną strawę. Goście będą odbierać Mazowsze wszystkimi zmysłami. Każdy przeżyje swoją indywidualną kulinarną przygodę.

7. 12:55-13:15 O trendach w turystyce kulinarnej i o tym, co zrobić, żeby Polska stała się kulinarnym rajem?

O swoich obserwacjach z **podróży** kulinarnych opowie **Dorota Minta** – czynna psychoterapeutka, autorka licznych publikacji prasowych, blogerka i podróżniczka kulinarna.

Posiada znaczące doświadczenie w pracy z osobami zmagającymi się z zaburzeniami odżywiania, doświadczającym obniżonego nastroju i niezadowolenia z jakości własnego życia, odczuwającymi brak satysfakcji z własnego życia i niską samoocenę. W czasie warsztatów stosuje niestandardową terapię z wykorzystaniem technik kulinarnych. Pasjonuje się odkrywaniem tradycji kulinarnych różnych regionów Polski i zrównoważoną gospodarką żywieniową. Współpracuje z organizacjami pozarządowymi zajmującymi się promocją polskich kulinariów. Członkini Slow Food Polska. Prowadzi blog o roli kulinariów w psychologii człowieka pod nazwą „Kulinarna kozetka Minty”.



O swoim wystąpieniu na konferencji mówi tak: „Opowiem o tym, jak wygląda turystyka kulinarna na świecie, jak zmieniła się ostatnich latach i jakie są aktualne trendy. Posłużę się własnymi doświadczeniami. Odniosę się do polskich realiów i moich wypraw kulinarnych po Polsce. Będę chciała pokazać, co możemy zrobić, żeby polska oferta kulinarna stała się atrakcyjnym produktem turystycznym, zarówno dla polskich jak i zagranicznych odbiorców.”

8. 13:15–13:30 Śląskie Smaki – czyli śląska recepta na sukces szlaku turystyki kulinarnej.

Agnieszka Sikorska – Dyrektor biura Śląskiej Organizacji Turystycznej

Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Po studiach wyjechała do Australii. Po powrocie do kraju związała się zawodowo z turystyką. Początkowo jako menedżer ośrodków wypoczynkowo-konferencyjnych na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej, aby w 2005 roku rozpocząć prace jako dyrektor biura Śląskiej Organizacji Turystycznej. Pod jej kierownictwem ŚOT inicjuje i koordynuje działania marketingu turystycznego województwa śląskiego. Działania ŚOT są często pionierskie i burzą stereotypy. Tak też stało się w przypadku produktu turystyki industrialnej – Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego oraz Śląskich Smaków. Obie propozycje zdobyły już uznanie turystów i mieszkańców, a pierwsza z nich zdobyła pierwszy Złoty Certyfikat za Produkt Turystyczny Roku w 2008 r, a druga z nich walczy o miano Certyfikatu POT w 2013 roku.



Szlak Kulinaryny Śląskie Smaki powstał z inicjatywy Śląskiej Organizacji Turystycznej w celu ochrony i promowania dziedzictwa kulinarnego województwa śląskiego. Do 21 lokali, tworzących od jesieni 2012 roku Szlak Kulinaryny, w 2013 dołączyło 14 kolejnych. Reprezentują one odmienne „stoły” i tradycje województwa śląskiego. – Na Szlaku widać coraz większą różnorodność. W jego pierwszej odsłonie zdecydowanie królowała kuchnia śląska. Dziś Szlak ma do zaproponowania o wiele więcej. Do projektu dołączyły nowe restauracje, w tym wiele serwujących tradycyjne potrawy kuchni jurajskiej i beskidzkiej, widoczne są wpływy żydowskie, czeskie i austriackie. Szlak promowany był między innymi autorskim programem w regionalnej telewizji – „Rączka gotuje na Szlaku Kulinarynym Śląskie Smaki”. Pomysł na produkt zrodził się w 2005 roku, kiedy zorganizowano pierwszy Festiwal Śląskie Smaki.

9. 13:30–14:00 Panel dyskusyjny: Jak promować Polskę i polskie regiony przez pryzmat oferty kulinarnej?

Moderują **Dorota Zadrozna** – Polska Organizacja Turystyczna i **Hubert Gonera** – landbrand.

ORGANIZATOR KONFERENCJI, FIRMA LANDBRAND udostępni materiały konferencyjne na swojej stronie www.landbrand.pl.

Będziemy wdzięczni za uwagi i opinie, które uatrakcyjnią wydarzenie w przyszłym roku – prosimy je słać na adres gniklas@landbrand.pl.

Już teraz zapraszamy na kolejną konferencję w ramach Tour-Salon 2014!