

Kultura kulinarna jako narzędzie promocji regionu

dr Magdalena Tomaszewska-Bolalek

m.tomaszewska@hanami.pl

www.instagram.com/kuchniokracja

www.facebook.com/tomaszewska.bolalek

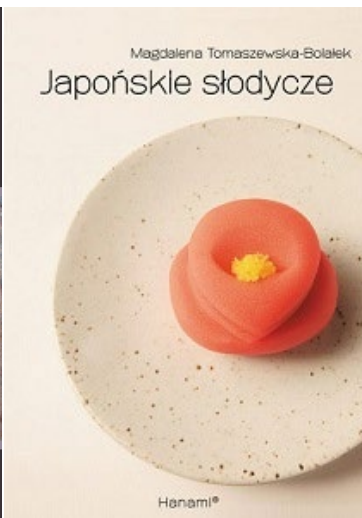
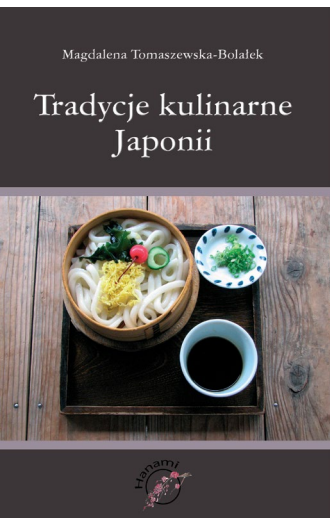
<https://www.linkedin.com/in/magdalena-tomaszewska-bolalek-pl>



dr Magdalena Tomaszewska-Bolalek

Specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczka Food Studies na Uniwersytecie SWPS, ekspertka IGCAT (International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism)

Autorka książek: **Tradycje kulinarne Japonii**, **Zwierzęta zodiaku w kulturze Japonii**, **Japońskie Słodycze**, **Tradycje kulinarne Korei**, **Polish Culinary Paths** (wydana w 6 językach), **Tradycje kulinarne Finlandii**, **Deserownik**, **The Polish Table** (wydana w 5 językach), **Tradycje kulinarne Szwecji**, **Tradycje kulinarne Norwegii**, **Tradycje kulinarne Danii**, **Tradycje kulinarne Polski**, bloga i podcastu **Kuchniokracja**. Zdobywczyni nagród kulinarnych w tym: wielu Gourmand World Cookbook Awards, Prix de la Littérature Gastronomique, Diamond Cuisine Award i Nagrody Magellana.



Turystyka kulinarna motorem zmian ekonomicznych oraz środowiskowych

World Tourism Organization w
raportach **Global Report on Food
Tourism (2012)**
oraz **Second Global Report on Food
Tourism (2017)** zwracała uwagę na
duży wpływ turystyki kulinarnej na
rozwój regionów i krajów.

Turysta kulinarny
dysponuje większym budżetem
jest zainteresowany kulturą
jest bardziej świadomy



Dlaczego turystyka kulinarna cieszy się popularnością?

Wpisuje się w ekonomię
doświadczeń

Jest multisensoryczna

Daje możliwość czynnego
uczestnictwa i poczucie
przynależności

Turystyka kulinarna, to
zanurzenie się w lokalność

Walor edukacyjny



Potencjał kultury kulinarnej

sprzyja turystyce międzypokoleniowej
(wszystkie grupy wiekowe)

dostarcza doświadczeń i wrażeń

na poziomie produktu angażuje różne grupy
społeczne

**wspiera aktywizację zawodową i społeczną
seniorów**

daje możliwość rozwijania pasji
wsparcie ekonomiczne dla regionu

pozwała utrwalić i przekazywać
dziedzictwo kulturowe

ratuje przed zapomnieniem tradycje
wzmacnia więzy społeczne

**wspiera kształtowanie społeczeństwa
obywatelskiego**





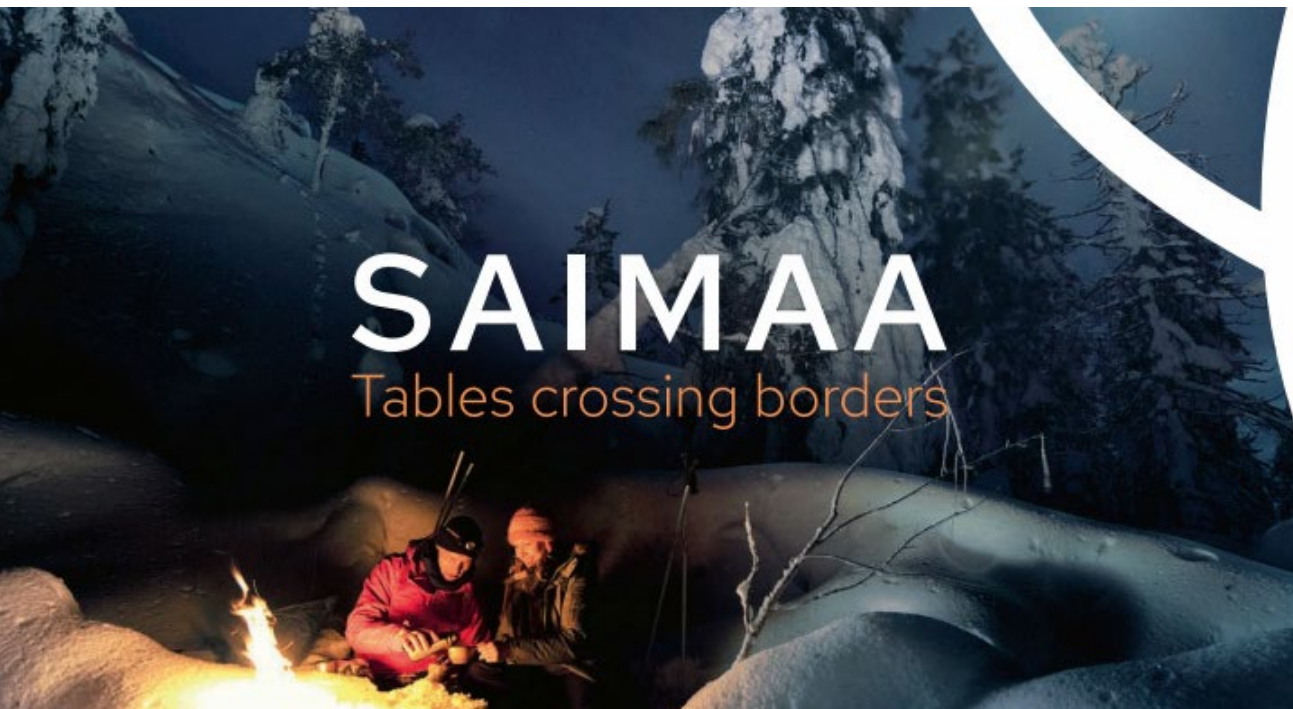
Region Saimaa

The European Region of Gastronomy 2024 (Europejski Region Gastronomii)

Saimaa, to sieć jezior w Finlandii
południowo-wschodniej, a także
region turystyczny

Słynie z piękną przyrody oraz kuchni
(w szczególności karelskiej)

Popularne miejsce krótszych
i dłuższych wypadów





Region Saimaa

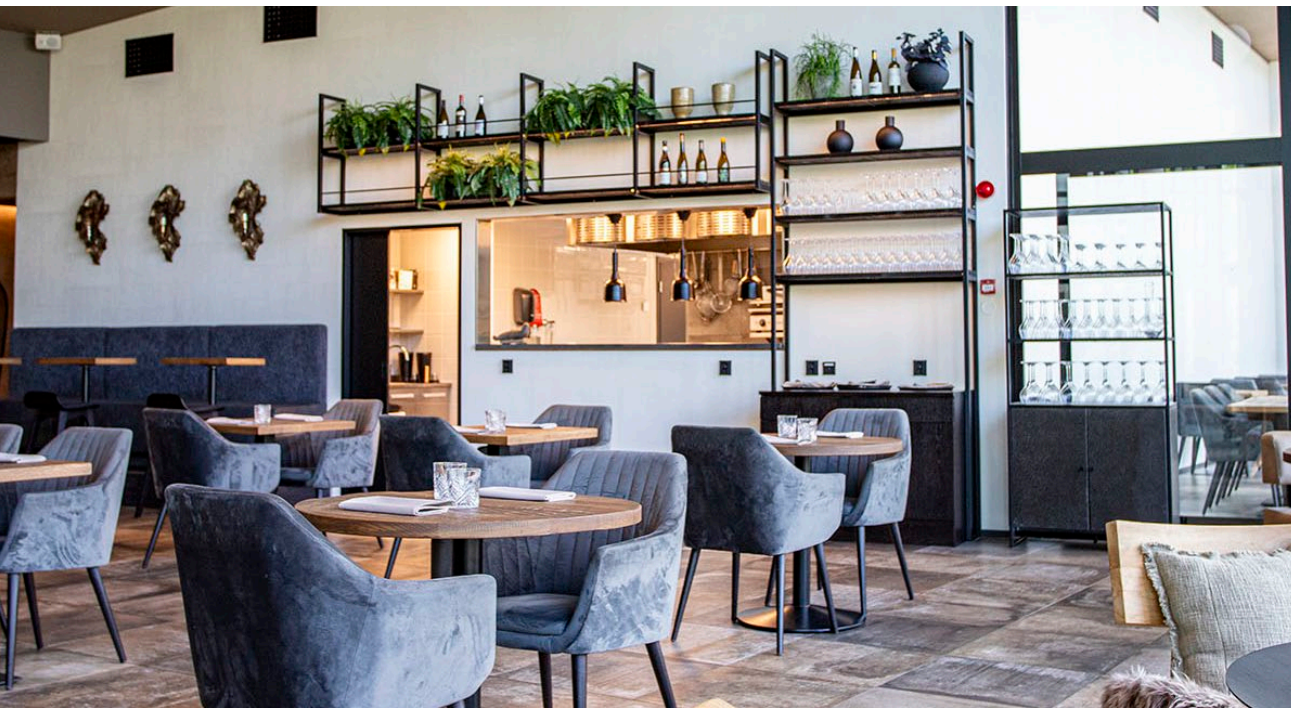
Lappeenranta (70 000 mieszkańców)
jedna z popularniejszych destynacji
w Finlandii, odbywają się imprezy kulturalne
i sportowe. W mieście jest Muzeum
Południowej Karelii oraz Muzeum Sztuki.

Savonlinna (35 000 mieszkańców)
odbywa się tam **Savonlinna Opera Festival**

Mikkeli (54 000 mieszkańców)

Szwajcaria Kaszubska

Kartuzy (14 000 mieszkańców)





Region Saimaa

Wycieczki krajoznawcze

Turystyka aktywna

Łowienie ryb

Zbieranie grzybów
i produktów runa leśnego

Warsztaty kulinarne

Rekonstrukcja kulinarna

Oferta gastronomiczna
(kuchnia tradycyjna, nowoczesna)



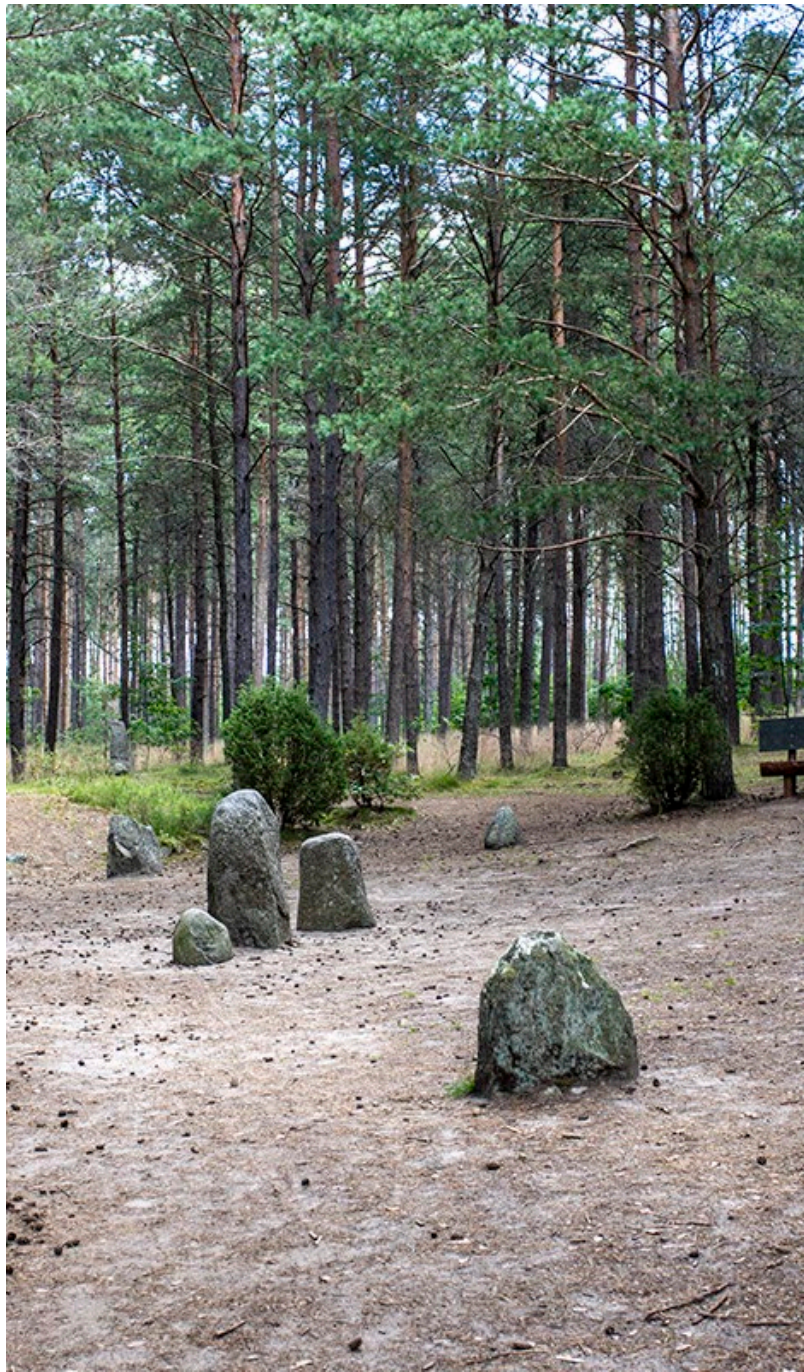
Region Saimaa

Budowanie rozpoznawalności
poprzez udział w różnych
inicjatywach np. The European
Region of Gastronomy 2024
(Europejski Region Gastronomii)



Współpraca między sektorem
państwowym, a prywatnym

Dbanie o kulturę tradycyjną



A close-up photograph of several green wheat stalks. The stalks are covered in small, clear dew drops, giving them a fresh and vibrant appearance. The background is softly blurred, showing more greenery and a hint of a glass container on the left side.

Czego potrzebuje turysta kulinarny?

Hotel, restauracja, transport

Producentów lokalnych specjałów

Możliwości doświadczania (warsztaty gotowania, warsztaty rękodzieła, udział w inscenizacjach świąt i wydarzeń)


Rekonstrukcja kulinarna

Autentyczności i lokalności

Odpowiedniej oprawy i otoczenia

Materiałów informacyjnych (zgodnych z najnowszymi trendami)

Atrakcji pozakulinarnych (muzea, galerie, skanseny, obiekty architektoniczne, szlaki krajoznawcze itp.)



Szanse dla Szwajcarii Kaszubskiej

budowanie marki lokalnej
budowanie marki lokalnych
produktów

ochrona przed zapomnieniem
dawnych tradycji i potraw

aktywizacja społeczna (w tym
również seniorów)

rozwój ekonomiczny

Tradycje kulinarne Polski

książka i ebook

PARTNERZY:

vivanix
KitchenAid

BUNKATURA

PODOLE
WIELKIE
GOSPODARSTWO

Hanami®

INSTYTUT
SKRZYŃKI

SMAKI
POWIATU
Poznańskiego

DWÓR
SKRZYŃKI
1871

LACAVA
SPECIALTY COFFEE ROASTERS

MUZEUM OKRĘGOWE
W TORUNIU

MUZEUM TORUŃSKIEGO
PIERNIKA

MW
MUZEUM POLSKIEJ WÓDKI

GRZYBK
Cukiernia
H. Cholewicki

PVA
Polish Vodka Association

Szlak Kulinaryny
Śląskie
Smaki

ŚLĄSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

www.slaskie.travel

MUZEUM PALACU
Króla Jana III
W WILANOWIE

MEDIALNIE PROJEKT WSPIERAJĄ:

KUCHNIO
KRACJA

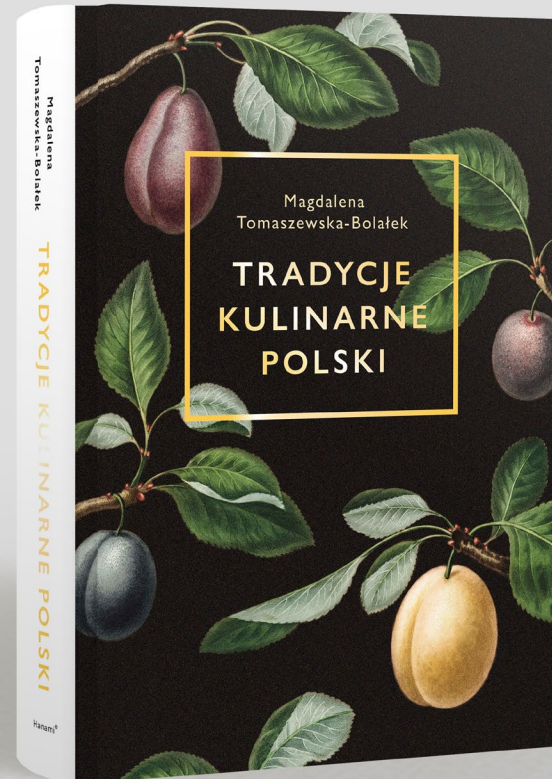
Mistrz
branży

PODRÓŻE KULINARNE
PodTrav.pl

RK
RADIO KULINARNE

WYDARZENIA
KULINARNE

SMAKOSZE.pl





Dziękuję za uwagę!

Magdalena Tomaszewska-Bolałek
m.tomaszewska@hanami.pl

Instagram:
[instagram.com/kuchniokracja](https://www.instagram.com/kuchniokracja)

The Polish Table / Mesa polaca
bezpłatny ebook do pobrania na
bunkatura.pl

