



Turystyka kulinarna i potencjał kół gospodyń

dr Magdalena Tomaszewska-Bolałek

m.tomaszewska@hanami.pl

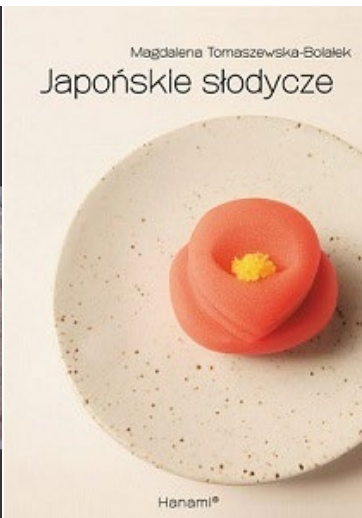
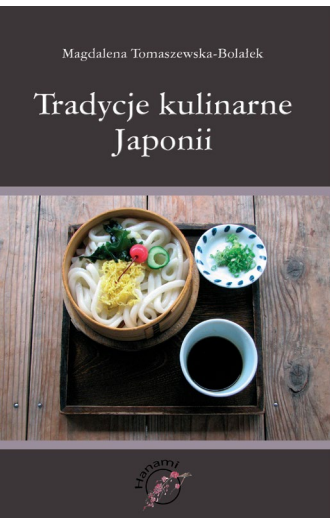
www.instagram.com/kuchniokracja
www.facebook.com/tomaszewska.bolalek



dr Magdalena Tomaszewska-Bolątek

Specjalistka od turystyki i dyplomacji kulinarnej, marki narodowej i marketingu miejsc, kierowniczka Food Studies na Uniwersytecie SWPS.

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.







Potencjał kultury kulinarnej

sprzyja turystyce międzypokoleniowej
dostarcza doświadczeń
angażuje różne grupy społeczne
wspiera aktywizację seniorów
daje możliwość rozwoju
ekonomicznego regionu
pozwala utrwalić i przekazywać
dziedzictwo kulturowe
ratuje przed zapomnieniem tradycje
wzmacnia więzy społeczne



Do początku 2020 roku uznawano turystykę kulinarną za jeden z najdynamiczniej rozwijających się segmentów turystyki. Nie zmieniła tego nawet pandemia.

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.

Potencjał turystyki kulinarnej dostrzegło też wiele krajów np.. Tajlandia, Korea, Peru, które intensywnie i konsekwentnie budują swoją pozycję w tym segmencie. Obecnie mocno stawiają na dyplomację i turystykę kulinarną także kraje Ameryki Środkowej oraz Afryki.



Turysta kulinarny

- dysponuje większym budżetem
 - jest ciekawy świata
- jest zainteresowany nie tylko kulinariami (inne aspekty kultury)
 - jest bardziej świadomy

Dobrze budowany model turystyki kulinarnej tworzy środowisko przyjazne turystom i mieszkańcom regionu.

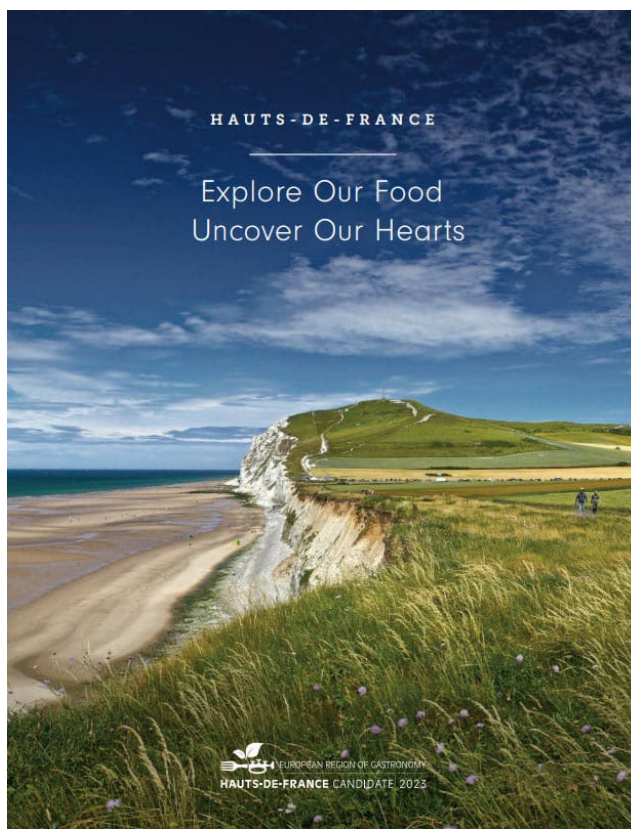


Turystyka kulinarna

- restauracje i lokale gastronomiczne
- muzea kulinarne i szlaki kulinarne
 - spotkania u producentów
- łowienie ryb, zbieranie dzikich roślin
 - warsztaty kulinarne

Ważne trendy

- zrównoważony rozwój
 - ekologia
 - lokalny produkt
- produkty rzemieślnicze
 - autentyczność



The European Region of Gastronomy

IGCAT (International Institute of Gastronomy, Culture, Art and Tourism)

Jedna z wielu inicjatyw promujących turystykę kulinarną



Dlaczego warto inwestować w promocję kuchni lubelskiej?

Stanowi materialne
i niematerialne dziedzictwo

Może wpłynąć na rozwój turystyki
i handlu, co przekłada się na rozwój
regionu

Turystyka kulinarna aktywizuje różne
grupy społeczne



Koła Gospodyń Wiejskich

(ponad 12 000)

Krajowy Rejestr Kół Gospodyń
Wiejskich

Mają bardzo różne formy organizacji
oraz bardzo różne sposoby działania.
Część z ma małą aktywność.

W potocznym odbiorze działalność Kół Gospodyń Wiejskich kojarzona jest z wydarzeniami lokalnymi typu festyny, jarmarki (np. festyny dożynkowe).

Koła Gospodyń Wiejskich

mogą także aktywnie uczestniczyć w promocji turystyki kulinarnej, a także same być dostawcą usług oraz produktów.





Koła Gospodyń Wiejskich w turystyce kulinarnej:

- autor contentu
- organizator wydarzeń o charakterze lokalnym i międzypokoleniowym
- punkt programu zagranicznych wizyt studyjnych
- Promotor produktów lokalnych i tradycyjnej kuchni regionalnej
 - strażnik tradycji
- dostawca usług dla turystów kulinarnych



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

