

Ewa CZARNIECKA-SKUBINA

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa

TURYSTYKA KULINARNA JAKO FORMA TURYSTYKI KULTUROWEJ

Wstęp

Turystyka kulturowa to ogół zachowań podróży powiązanych z ich rzeczywistym zamiłowaniem do dziedzictwa kulturowego (folkloru, zabytków, miejsc związanych z ważnymi zdarzeniami) i uczestnictwem w życiu kulturowym (KOWALCZYK 2008). Według klasyfikacji Światowej Organizacji Turystyki działającej przy Organizacji Narodów Zjednoczonych (UNWTO), turystyka kulinarna jest jednym z rodzajów turystyki kulturowej.

Turyści chętnie przyjeżdżają tam, gdzie można zobaczyć odmienne zwyczaje, poznać tradycje, zetknąć się z inną kulturą, której elementem jest kuchnia. Kultura staje się jednym z podstawowych czynników kształtujących atrakcyjność produktu turystycznego. Od niej zależy też rozwój turystyki w danym regionie. Obiekty zabytkowe, stroje, kuchnia regionalna, dialekt, piosenki i tańce stanowią kulturową podstawę produktu turystycznego regionu.

W ostatnich latach coraz bardziej popularna staje się turystyka kulinarna. Wszyscy turyści w czasie podróżowania spożywają posiłki. Jest to element każdego wyjazdu, który pozytywnie wpływa na zadowolenie turysty z wyjazdu. Obecnie regionalna kuchnia coraz częściej jest motywem wyboru miejsca podróży (DURYDIWKA 2013).

Uważa się, że turystyka kulinarna znana była już bardzo dawno. Podróżni przywozili z wypraw miejscowe produkty. M. DURYDIWKA (2013)

wskazuje, że podczas wypraw *Grand Tour* w XVII w., brytyjscy arystokraci podróżując po południowej Europie zwiedzali winnice, brali udział w winobraniu, poznawali produkcję wina i je degustowali. Jednym słowem, zachowywali się jak współcześni enoturysty¹. W latach 20. XX w. powstały ścieżki edukacyjne związane z uprawą, produkcją i konsumpcją wina, w latach 70. XX w. wyznaczono szlaki wina w RFN, a w dalszej kolejności we Francji, Włoszech, w Hiszpanii i Portugalii. Obecne zainteresowanie turystyką kulinarną wiąże się z zainteresowaniem konsumentów jakością spożywanych produktów. Nastąpiło ono w drugiej połowie XX w. (MIKA 2007).

Żywność i organizacja wydarzeń związanych z żywnością są kluczowym źródłem dochodów w turystyce (RAO 2001, HJALAGER, RICHARDS 2002) i istotnym elementem motywacji wyboru miejsca wyjazdu (Hall i in. 2003). W badaniu UNWTO (2012, s. 12), 88,2% respondentów wskazało, że: „gastronomia jest strategicznym elementem w określaniu marki i wizerunku miejsca ich wyjazdu”. Turyści wydają około 36% całkowitej kwoty przeznaczonej na wyjazd na posiłki i produkty żywnościowe. Natomiast turyści, dla których gotowanie stanowi przewodni cel podróży, wydają na ten cel 50% kwoty przeznaczonej na wyjazd (<http://worldfoodtravel.org/>). Dlatego też wiele biur podróży przygotowuje pakiety kulinarne, łącząc zwiedzanie miejsc produkcji żywności ze zwiedzaniem miasta lub udziałem w wydarzeniu kulinarnym. Szacuje się, że blisko 15% światowego ruchu turystycznego stanowią turyści kulinarni (WOŹNICZKO, ORŁOWSKI 2010).

Definicje turystyki kulinarnej

Turystykę kulinarną definiuje się jako przedsięwzięcie o charakterze turystycznym, w którym istotną częścią programu lub decydującym motywem podjęcia podróży jest skorzystanie z oferty kulinarnej kraju lub regionu (MIKOS V. ROHRSCHEIDT 2010). Wymogiem jest zachowanie wysokiej jakości potraw oraz sporządzanie ich z wykorzystaniem tradycji kulinarnych i surowców regionalnych. Turystyka kulinarna może być więc atrakcją regionu, elementem jego promocji i motywem podróży (LOPEZ-GUZMÁN i in. 2014).

¹ Od pojęcia „enoturystyka”, czyli turystyka winiarska – pierwszy człon słowa wywodzi się z greckiego *oinos* – wino.

L.M. LONG (2003), określa ten rodzaj turystyki jako jeden ze sposobów poznania innych kultur. Według E. WOLFA (2002, 2004) to „jedna z form turystyki, która będąc częścią składową turystyki kulturowej – polega na spożywaniu i delektowaniu się potrawami, przy jednoczesnym poznawaniu tradycji kulinarnych widzianych jako główna atrakcja turystyczna”. J. KIVELA i J.C. CROTTS (2006) podkreślają, że głównym celem tej turystyki jest odwiedzanie miejsc (restauracji, karczem), w których serwowana jest żywność.

M. MIKA (2007) wskazuje ją jako formę turystyki poznawczej – specjalistycznych zainteresowań związanych z degustowaniem oraz spożywaniem potraw i napojów w ramach spędzania czasu wolnego. Wyróżnia on turystykę kulinarną miejską i wiejską. Turystyka miejska wiąże się z odwiedzaniem restauracji i zwykle jest mieszanką doświadczeń kulinarnych różnych kultur. Natomiast turystyka wiejska to zwiedzanie regionów specjalizujących się w wytwarzaniu specyficznych produktów rolnych lub znanych z tradycji kulinarnych.

Turystyka kulinarna obejmuje cały zakres czynności, począwszy od surowców otrzymywanych w gospodarstwach rolnych, poprzez procesy przechowywania, przetwarzania, transportu, a skończywszy na konsumpcji. Wpisuje się więc w kontekst zjawiska zrozumienia znaczenia miejsca przez konsumpcję.

Turysta kulinarny

Osoby uprawiające turystykę kulinarną nazywa się turystami kulinarnymi. K. PLEBAŃCZYK (2013) uważa, że turystą kulinarnym jest każdy podróżujący, gdyż wszyscy spożywają posiłki i napoje. Według R. FOXA (2007) turysta kulinarny to taki, którego aktywność w czasie wyjazdów jest ściśle powiązana z jedzeniem i winem.

Co do profilu turysty kulinarnego zdania są podzielone. Według niektórych autorów (IGNATOV 2003, Wade, Martin 2005 cyt. za MACLAURIN 2007) jest to osoba starsza, dobrze wykształcona, zamożna. Z kolei S. REDL (2013) podaje, że są to głównie osoby młode, które są bardziej zainteresowane zdobywaniem nowych doświadczeń.

Niektórzy autorzy dokonali klasyfikacji turystów kulinarnych. Przykłady według E. IGNATOV (2003) i M. DURYDIWKI (2013) przedstawiono w tab. 1 i 2.

Tabela 1. Klasyfikacja turystów kulinarnych według E. Ignatova

Kategoria	Charakterystyka turystów
Turyści wiejscy (<i>rural</i>)	Uczestniczący w zajęciach na wsi.
Turyści wyrafinowani (<i>sophisticated</i>)	Uczestniczący w posiłkach, degustacjach win, zakupach produktów spożywczych.
Turyści obojętni (<i>indifferent</i>)	Turyści, którzy nie biorą udziału w zajęciach kulinarnych.
Turyści prawdziwi (<i>true cuisine</i>)	Turyści, którzy łączą cechy turysty wiejskiego i wyrafinowanego.

Źródło: E. IGNATOV (2003).

Tabela 2. Klasyfikacja turystów kulinarnych według M. Durydiwki

Kategoria	Charakterystyka turystów
Smakosze kuchni etnicznej lub regionalnej	Turyści, którzy interesują się smakowaniem i poznawaniem dań określonych grup etnicznych lub potraw tradycyjnych odwiedzanego regionu.
Wykwintni smakosze	Odwiedzający znane restauracje słynące z wykwintnej kuchni.
Snobistyczni smakosze	Osoby, które biorą udział w spotkaniach ze znanymi szefami kuchni i restauratorami lub którzy przychodzą na otwarcie restauracji.
Turyści kulinarni zdobywający umiejętności	Ich celem jest zdobycie nowych umiejętności, poszerzenie wiedzy w zakresie przygotowania posiłków przez udział w warsztatach i kursach.
Turyści kulinarni rywalizujący	Turyści, którzy chcą sprawdzić swoje umiejętności kulinarne przez udział w konkursach gastronomicznych.
Turyści kulinarni aktywni	Turyści, których głównym celem jest poruszanie się szlakami kulinarnymi.

Źródło: M. DURYDIWKA (2013).

Można też wyróżnić: enoturystów – osoby zainteresowane enoturystyką oraz birofile – zainteresowanych turystyką piwną.

Oferta turystyki kulinarnej

W ofercie turystyki kulinarnej wyróżnia się różnego rodzaju atrakcje turystyczne (TOMCZAK 2013):

- 1) potrawy i produkty regionalne;
- 2) wydarzenia kulinarne: jarmarki, targi, festyny, festiwale kulinarne, degustacje, pokazy kulinarne, winobranie, pokazy sporządzania potraw (tab. 3);

Tabela 3. Przykłady wydarzeń kulinarnych

Wydarzenia	Przykłady
Święta i festiwale kulinarne	Festiwal Zupy Pomidorowej (Kołobrzeg), Festiwal Pierogów (Kraków), Festiwal Oscypka i Serów Wszelakich (Zakopane), Podlaski Festiwal Borowika (Białystok), Święto Winobrania (Zielona Góra), Ogólnopolskie Święto Chmielarzy i Piwowarów – Chmielaki Krasnostawskie, Święto Kwiatów, Owoców i Warzyw (Skierniewice), Święto Truskawki (Korycin), Mistrzostwa Świata w Pieczeniu Kiszki i Babki Ziemniaczanej (Supraśl), Dzień Ogórka (Kruszewo), Miodobranie Kurpiowskie (Myszyńiec), Święto Kwitnącej Jabłoni (Łąck), Małopolski Festiwal Smaku, Festiwal Śląskie Smaki, Europejski Festiwal Smaku (Lublin), Podkarpackie Święto Miodu, Festiwal Chlebów Świata
Festyny i jarmarki kulinarne	Festyn Jabłka i Papryki w Radomiu, Dzień Jagody w Jaroszewcu, Święto Czosnku w Prandocinie, Święto Soli w Wieliczce, Święto Fasoli w Zakliczynie
Ludowe festyny, obyczaje i tradycje	Święto Dziękczynienia, Dzień Świętego Patryka, Tłusty Czwartek, Dzień Świętego Marcina w Poznaniu
Giełdy i kiermasze żywności	regionalnej, wegetariańskiej i ekologicznej, targi serowe w miastach Gouda i Edam (w Holandii), targi żywności Polagra-Food w Poznaniu
Targi żywności	Międzynarodowe Targi Gastronomiczne EuroGastro, Światowe Targi Książki Kulinarnej, Pomorskie Targi Rolno-Przemysłowe
Prezentacje, konkursy i zawody mistrzów kuchni	kucharzy, barmanów, kelnerów, mistrzostwa Polski w: grillowaniu – Grill Party Festiwal, potrawach z ziemniaków – Kartofel Party, potrawach z ryb – Sielawa Blues, potrawach z runa leśnego, Festiwal Kuchni Polskiej
Pokazy produkcji tradycyjnych wyrobów	technologie wytwarzania produktów spożywczych, zasady działania urządzeń
Uroczystości i wydarzenia kulinarne	uroczyste otwarcie nowego lokalu gastronomicznego (restauracji, pubu), World Cuisines Show 2008, Food Expo 2006; warsztaty kulinarne
Imprezy sportowo-turystyczne	imprezy z elementami turystyki kulinarnej: rajd Kulinarными Śladami Dobrego Wojaka Szwejka w Galicji, rajd turystyczny Szlakiem Kwitnącej Jabłoni
Próby bicia Rekordu Guinnessa	największa pyza w Gdańsku – Święto Pieroga, największy bochen chleba w Pleszewie – Święto Chleba, największa papieska kremówka w Poznaniu, największy gar zupy pomidorowej w Wiśle i Pszczynie

Źródło: opracowanie własne.

- 3) miejsca z regionalnymi, lokalnymi produktami: sklepy, zajazdy, karczmy, zakłady rzemieślnicze, winnice, browary, muzea;

- 4) osoby produkujące regionalne produkty żywnościowe, często pasjonaci, kultywujący tradycyjne technologie produkcji miejscowych wyrobów i napojów;
- 5) szlaki kulinarne, które uatrakcyjnają pobyt turysty, ale same nie są wartością kulturową.

Szlaki kulinarne

Szlak kulinarny to według A. KOWALCZYKA (2008) zbiór jadłodajni, lokali gastronomicznych, zakładów przetwórczych i gospodarstw certyfikowanych pod względem jakości i autentyczności tradycyjnych potraw związanych z kuchnią. A. STASIAK (2006) podaje, że szlak turystyczny powinien obejmować takie elementy, jak: rzecz, usługa, obiekt, wydarzenie, impreza (pakiet turystyczny) oraz obszar. W tym kontekście szlak kulinarny to:

- usługi gastronomiczne, mapy z zaznaczeniem szlaku, placówki, takie jak np. muzea związane z wytwarzaniem żywności, zakłady produkcyjne;
- wydarzenia: festiwale, pokazy, prezentacje związane z produkcją żywności;
- pakiety turystyczne;

a wszystkie te elementy powinny być zlokalizowane na określonym obszarze.

Wśród szlaków kulinarnych wyróżniono zajmujące się promocją jednego produktu (np. Szlak Szparagowy) i promujące dziedzictwo kulinarne regionu (np. Śląskie Smaki).

W wielu krajach europejskich najpopularniejsza jest enoturystyka, czyli turystyka winiarska. Są to podróże w regiony winiarskie, podczas których turyści odwiedzają przynajmniej jedno miejsce związane z produkcją wina (winnicę, przetwórnię, gospodarstwo winiarskie) lub uczestniczą w imprezie o profilu winiarskim (degustacje, prezentacje win, święta winiarskie, spotkania itp.). Jest to turystyka z przeznaczeniem dla osób interesujących się winem i pragnących poszerzyć swoją wiedzę oraz zainteresowania winiarskie. Poznanie wina następuje często w relacji z lokalną kuchnią. Moda na kulturę winiarską jest najbardziej rozpowszechniona w krajach o bogatych tradycjach winiarskich, czyli np. we Francji, Włoszech, na Węgrzech, Słowacji, w Austrii czy Niemczech.

Rozwija się również biroturystyka, czyli turystyka piwna. Z piwem wiąże się wiele atrakcji turystycznych, których przykłady przedstawiono w tab. 4.

Tabela 4. Przykłady atrakcji turystycznych związanych z piwem

Atrakcje	Obiekty i imprezy	
	w Polsce	w Europie
Zwiedzanie browarów	Browar Żywiec, Tyskie Browary Książęce, Browar Witnica, Browar Warka, Browar Lech	Carlsberg w Kopenhadze; Guinness w Dublinie; Browar Cantillon w Belgii
Muzea i wystawy	Tyskie Muzeum Piwowarstwa, Centrum Wycieczkowe Lecha, Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego w Szreniawie, Muzeum Browarów Żywiec	Muzeum Fabryki Piwa Carlsberg w Kopenhadze, Muzeum Guinness Storehouse w Dublinie, Muzeum Piwowarstwa w Pilźnie, Frankońskie Muzeum Piwowarstwa
Pokaz warzenia piwa	Festyn Archeologiczny w Biskupinie oraz Festiwal Kultury Słowiańskiej i Cysterskiej – pokazy warzenia piwa na otwartym palenisku; Konkurs Piw Domowych – Żywiec; Noc Kulturalna w Częstochowie organizowany przez członków Częstochowskiego Kręgu Lokalnego Bractwa Piwnego, Warsztaty Warzenia Piwa w Lublinie, Wrocławskie Warsztaty Piwowskie	Great British Beer Festiwal – Londyn – pokazy warzenia piwa organizuje Kampania na rzecz prawdziwego Ale, Orval Browar – Belgia – pokaz organizują cystersi
Festiwale i wydarzenia	Chmielaki Krasnostawskie – Ogólnopolskie Święto Chmielarzy i Piwowarów, Międzynarodowy Festiwal Piwa im. Jana Heweliusza w Gdańsku, Biesiady Tyskie, Festiwal Piwowarów w Żywcu	Oktoberfest (Niemcy), Docesna (Czechy), Karkonoski Festiwal Piwa Vrchlabi (Czechy), Ołomuniecki Festiwal Piwa (Czechy), Great British Beer Festiwal (Londyn), Europejski Festiwal Piwa (Kopenhaga)

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych.

Piwnie szlaki kulinarne prowadzą trasami, na których odwiedzane są browary, puby i inne lokale gastronomiczne oferujące piwo. Przykłady szlaków piwnych to: Szlak Pilzneński Piwa, prowadzący przez 14 najsłynniejszych czeskich browarów, Poznańskie Szlaki Piwne, których trasa wiedzie przez 12 pubów, czy ostatnio stworzony z okazji festiwalu piwa Warszawski Szlak Piwny (www.warszawskifestiwalpiwa.pl). Najsłynniejszą „piwną” imprezą jest doroczny festiwal piwa w Niemczech – Oktober-

fest. Odbywa się od 1810 r. co roku w Monachium i przyciąga miliony turystów.

Wiele krajów oferuje turystom szlaki kulinarne oparte na ich tradycyjnych produktach. We Francji szlaki kulinarne przebiegają tropem wina (enoturystyka), szampana, serów, oliwy, piwa, calvadosu czy jabłek. Przykładami są szlaki: w Alzacji (Szlak Łakomczuchów Doliny Sauer, Szlak Pstrąga, Alzacki Szlak Win), w Burgundii (Turystyczny Szlak Wielkich Win, Szlak Kurczaka z Bresse, Szlak Czarnej Porzeczeki), Turystyczna Trasa Szampana w L'Aube w Szampanii, Szlak Cydru w Normandii, Szlak Piwa w Lotaryngii, Szlak Foie Gras w le Gers, Szlak Beaujolais w Rhône-Alpes i Szlak Trufli w le Var. W 22 regionach Francji wytwarza się ponad 500 gatunków serów. Powstało więc wiele szlaków kulinarnych opartych na tradycjach wytwarzania serów: Droga Sera w Alzacji, Szlak Camemberta w Normandii, Szlak Serów Owernii (www.fromages-aop-auvergne.com), Szlak Sera Comté (www.comte.com), Szlak Serów Sabaudii (www.fromagesdesavoie.fr), Szlak Sera Chabichou (www.routeduchabichou.fr), Szlak Sera Brie (www.fermes-brie.fr).

Włosi również promują swoje najlepsze produkty na szlakach kulinarnych. Wśród nich są: Droga Białej Trufli, Szlak Kiełbasek (Strada del Culatello), Szlak Włoskiego Risotto, Szlaki Oliwy z Oliwek, Szlak Prosecco w Wenecji Euganejskiej, Szlak Marsala na Sycylii, Szlak Bardolino przy Jeziorze Garda, a w Toskanii – Strada del Vino Nobile di Montepulciano.

Niemieckie szlaki kulinarne to m.in.: Szlak Winny wzdłuż Mozeli; Niemiecki Szlak Wina, Dolnosaksoński Szlak Mleczny, Badeński Szlak Szparagowy, Dolnosaksoński Szlak Szparagowy, Saksoński Szlak Wina i Szlak Serowy przez Szlezwik-Holsztyn.

Słowackie szlaki kulinarne nawiązują do tradycji winiarskich. Są to: Małokarpacki Szlak Winny i Tokajski Szlak Winny. W Austrii proponowany jest Szlak Serowy – o długości 70 km, od wytwórców aż po serowe gospody, oraz Szlak Wina i Szlak Jabłek. Doskonałym przykładem wykorzystania potencjału turystycznego są też Węgry ze swoimi szlakami winnymi, z których najbardziej znany jest Szlak Winny Villány-Siklós, założony w 1994 r. W Chorwacji na turystów czekają szlaki truflowe i kasztanowe, szlaki winne, szlaki gajów oliwnych. W Stanach Zjednoczonych popularny jest Szlak Kulinarne *Fast Food* – New Mexico's Green Chile Cheeseburger Trail w stanie Nowy Meksyk oraz szlak North Carolina's BBQ Trail, którego atrakcją są grillowane żeberka.

W ostatnich latach również Polska może się poszczycić utworzeniem wielu interesujących szlaków kulinarnych, które zaprezentowano w tab. 5.

Projekty oparte o szlaki kulinarne mają na celu wypromowanie walorów turystycznych, kulturowych i regionalnej sztuki kulinarnej, a także zwiększenie atrakcyjności turystycznej regionu. Są wsparciem dla gospodarstw agroturystycznych, zachęcając turystów do korzystania z tej bazy.

Tabela 5. Charakterystyka polskich szlaków kulinarnych

Szlak	Charakterystyka	
	miejsce i rok utworzenia	atrakcje
[1]	[2]	[3]
Szlak Oscypkowy	Okolice Zakopanego, na terenie powiatu tatrzańskiego i nowotarskiego (od 2004 r.). Obejmuje 31 bacówek.	Można poznać tradycyjne metody produkcji sera: oscypka, bryndzy, redykołki, bundza, wziąć udział w degustacji i zakupie wyrobów.
Małopolski Szlak Winny	Obejmuje 20 winnic. Twórcą była Gorczańska Organizacja Turystyczna (od 2006 r.).	Możliwość zwiedzania winnic. Początkowo zorganizowany jako Małopolska Ścieżka Winna. W ramach inicjatywy organizowane są Dni Otwartych Winnic.
Podkarpacki Szlak Winnic	Trasa 436 km przebiega przez pld. część Małopolski. Szlak obejmuje 18 winnic.	Zwiedzanie winnic, poznawanie procesu produkcji wina, degustowanie i możliwość kupienia wina.
Podkarpackie Smaki	Na szlaku jest 40 certyfikowanych punktów gastronomicznych z kuchnią regionalną (od 2013 r.).	Oferta podkarpackiego jadła: łemkowski, bojkowski, pogórzańskiego, lasowiackiego, dworskiego, kuchni ormiańskiej, tatarskiej, żydowskiej, niemieckiej, ukraińskiej.
Szlak Podkarpackiego Jadła i Wina	Utworzony przez Podkarpacką Regionalną Organizację Turystyczną (od 2012 r.).	Na trasie znajdują się obiekty związane z kuchnią regionalną: gościńce, winnice, karczmy, gospodarstwa agroturystyczne, zajazdy i restauracje. Odbývają się cykliczne imprezy, np. Święto Chleba.
Sandomierski Szlak Jabłkowy	Wytyczony na terenie województwa świętokrzyskiego (od 2005 r.). Trasa długości 200 km.	Winiarnie, restauracje, gospodarstwa agroturystyczne. W gospodarstwach można zapoznać się z uprawami i produkcją wyrobów z jabłek, dokonać degustacji i zakupu owoców i przetworów oraz innych regionalnych produktów sadowniczych i warzywniczych.
Sandomierski Szlak Winiarski	Utworzony przez lokalną grupę działania (w 2012 r.). Obejmuje 5 winnic w Sandomierzu.	Na szlaku można poznać specyfikę uprawy winorośli i wyrobu wina gronowego, zwiedzić winnice i piwnice winne.
Śląskie Smaki	Utworzony przez Śląską Organizację Turystyczną (od 2012 r.), od 2006 r. był organizowany festiwal Śląskie Smaki.	Tworzą go restauracje i lokale gastronomiczne serwujące tradycyjne dania regionalne oraz browar Czenstochovia; łącznie 31 miejsc. Na szlaku można spróbować typowej kuchni śląskiej, jurajskiej, zagłębiowskiej, beskidzkiej.

[1]	[2]	[3]
Szlak Karpia	Założony (od 2011 r.) przez 12 lokalnych grup rybackich południowej Polski, tzw. karpiowych z terenu 6 województw: lubuskiego, dolnośląskiego, śląskiego, małopolskiego, świętokrzyskiego i podkarpackiego.	Szlak związany z hodowlą, sprzedażą i przetwórstwem karpia. W ofercie lokalnych restauracji świeże i przetworzone karpie przygotowane na różne sposoby. W Dolinie Karpia, historycznego zagłębia hodowli karpia, oznaczono 30 miejsc związanych z gospodarką karpiową, prowadzoną na tym terenie od XIII w. Są to gospodarstwa rybackie (13), łowiska wędkarskie (8), lokale gastronomiczne (9).
Lubuski Szlak Wina i Miodu	Położony w woj. lubuskim; długość szlaku 302 km. Obejmuje 14 obiektów na trasie Zielona Góra – Gorzów Wielkopolski.	Na szlaku jest 6 winnic, w których oferowane są: wina, przetwory, soki i octy winne; 2 muzea etnograficzne: w Ochli i w Zielonej Górze, w których można zapoznać się z historią winiarstwa w tym regionie; skansen pszczelarski w Pszczewie oraz gospodarstwa agroturystyczne. W gospodarstwach można kupić miód, воск pszczeli, pyłek kwiatowy i napoje miodowo-owocowe.
Gęsinowy Szlak Kulinaryny	Powstał z inicjatywy Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej (od 2013 r.), a zrodził się po akcji (2011 r.) organizowanej przez władze wojewódzkie pn. „Najlepsza gęsina na św. Marcina”. Obejmuje 17 lokali gastronomicznych.	Szlak poświęcony gęsinie i staropolskiej kuchni. W ramach tej inicjatywy powstały też kluby kolacyjne, w których spotykają się miłośnicy gotowania. Są to przedsięwzięcia kulinarne realizowane najczęściej w prywatnych domach. Bywają nazywane restauracjami jednodniowymi lub antyrestauracjami.
Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni	Szlak miejski (od 2008 r.). Trasę wytyczono przez lokale gastronomiczne: bistra, pizzerie, kawiarnie, lokale prozdrowotne i targ rybny.	Lokale oferują tradycje różnych kuchni: kaszubskiej, japońskiej, indyjskiej, greckiej, amerykańskiej, meksykańskiej, francuskiej, włoskiej, dania z ryb i owoców morza. Odbywają się wystawy, koncerty muzyczne, animacje dla dzieci.
Kulinaryny Szlak Turystyczny – Kuchnia Polska	Szlak (od 2009 r.) obejmuje wybrane obiekty hotelarsko-gastronomiczne z obszaru Kotliny Jeleniogórskiej.	Można spróbować dań tradycyjnej kuchni polskiej, myśliwskiej oraz kuchni innych regionów: wielkopolskiej, podlaskiej, warmińsko-mazurskiej, podkarpackiej, śląskiej, kujawsko-pomorskiej, kaszubskiej, mazowieckiej, bolesławieckiej, kresowej.
Białostocki Szlak Kulinaryny	Jest miejskim szlakiem kulinarnym (od 2010 r.). Wiedzie przez 34 lokale gastronomiczne. Był inicjatywą Urzędu Miejskiego w Białymstoku.	Lokale serwują kuchnię regionalną i polską, europejską i światową. W ramach szlaku odbywają się warsztaty kulinarne w restauracjach, konkursy gastronomiczne; dla członków Klubu Białostockiego Smakosza w restauracjach są zniżki.

[1]	[2]	[3]
Mazowiecka Micha Szlachecka	Obejmuje obiekty na wsch. Mazowszu: restaurację „Zaścianek Polski” (Siedlce), Retro Skibniew i Dwór Mościbrody, Pałac Patrykozy, Gorzelnię w Krzesku, Choco Fruit i piekarnię Ratuszowa (Siedlce) (od 2012 r.).	Szlak z kulinarnymi tradycjami staropolskimi dwóch kultur mazowieckiej i podlaskiej. Odbywają się warsztaty kulinarne, warsztaty rękodzieła, wypiek „księżyców szlacheckich”. Można wędkować, jeździć konno, bryczką, kuligi, rajdy rowerowe, pływanie łódką, spływy kajakowe, zabawy przy ognisku, biesiady.
Szlak Tradycji i Smaku	Powstał z inicjatywy lokalnej grupy działania (od 2013 r.).	Produkty tradycyjne, gospodarstwa agroturystyczne, ciekawe miejsca, zabytki przyrody i architektury oraz lokalne imprezy. Produktem jest regionalna kuchnia Kujaw i Pomorza.
Szlak Smaków Krainy Lessowych Wąwozów	Powstał dzięki lokalnej organizacji turystycznej „Kraina Lessowych Wąwozów” (od 2008 r.).	W ofercie dania kuchni ziemiańskiej, mieszczańskiej i szlacheckiej. Można wziąć udział w warsztatach kulinarnych i degustacjach.
Szlak Kulinarny Poznań	Zrzesza kilkanaście restauracji (od 2011 r.).	Restauracje reprezentują różne kuchnie i style. W ofercie jest dziczyzna, szparagi, owoce lasu, gęsiina, kaczką. W lokalach odbywają się warsztaty kulinarne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych szlaków kulinarnych.

W celu podniesienia jakości usług turystycznych powstają też takie projekty, jak Małopolska Trasa Smakoszy stworzona przez Małopolską Organizację Turystyczną. Jej zadaniem jest certyfikacja regionalnych karczm w Małopolsce i tworzenie Księgi Jakości Gastronomii Regionalnej. Projekt zrealizowano dzięki dofinansowaniu Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz województwa małopolskiego. W jego ramach opracowano i wdrożono system certyfikacji gastronomii regionalnej Małopolski, wyłoniono i zidentyfikowano lokale gastronomiczne o najwyższym standardzie i jakości świadczonych usług, wzmocniono promocję małopolskich produktów tradycyjnych i regionalnych. Opracowano także *Księgę jakości gastronomii regionalnej, czyli o czym karczmarz wiedzieć powinien*. W dokumencie tym znajdują się: procedury i wytyczne certyfikacji obiektów gastronomicznych, kryteria certyfikacji, kompendium wiedzy o tradycjach karczmarzskich w Małopolsce i pożądanych standardach jakości lokali gastronomicznych oraz wzór ankiety weryfikacyjnej sprawdzającej spełnienie określonych wymagań.

Mianem szlaków kulinarnych określa się również zestawy wybranych obiektów/miejsc powiązanych tematycznie, zgodnie z definicją A. KOWALCZYKA (2008). Jednak według A. STASIKA (2006) szlak powinien stanowić trasę, którą podąża turysta. Wiele przedsięwzięć nie spełnia więc tego wymogu. Często są to zabiegi marketingowe lokalnych wytwórców, których celem jest wyróżnienie swoich produktów na rynku żywnościowym, chociaż w nazwie pojawia się wyraz – szlak. W ten sposób reklamują się także gospodarstwa agroturystyczne. Przykładami są niefunkcjonujące obecnie: Szlak Specjalności Kwater Wiejskich (od 2007 r.), zlokalizowany na Pojezierzu Iławskim, oraz Szlak Jadła Mazurskiego Przygranicza (od 2004 r.), utworzony w powiecie elckim i w rejonie ozierskim.

Tabela 6. Charakterystyka inicjatyw zbliżonych do szlaków kulinarnych

Przedsięwzięcie	Charakterystyka	Atrakcje
Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami	Trasa przebiega (od 2009 r.) przez 22 gospodarstwa agroturystyczne specjalizujące się w uprawie ziół, położone w pld. i wsch. części Małopolski (w pasie od Pienin po Beskid Niski i Sądecki).	W ofercie potrawy regionalne, nalewki, herbaty lecznicze i miody z ziół, syropy z czarnego bzu, napoje i soki ziołowe, likiery i wina na bazie ziół. Można skorzystać z zabiegów odnowy biologicznej z użyciem ziół, aromaterapii, kąpieli z dodatkiem ziół leczniczych oraz poznać tajniki rękodzieła, regionalnych tradycji i obyczajów.
Na Śliwkowym Szlaku	Stowarzyszenie Na Śliwkowym Szlaku to lokalna grupa działania skupiająca 7 małopolskich gmin. Obejmuje 11 restauracji i gospodarstw oraz 13 producentów rolno-spożywczych (od 2008 r.).	Szlak tworzą miejsca, w których można skosztować wielu śliwkowych specjalów. Co roku w sezonie letnim organizowana jest akcja „Spotkajmy się na Śliwkowym Szlaku”, podczas której śliwki serwowane są na różne sposoby. Odbývają się warsztaty, dni śliwki, festiwale itp.
Szlak Fasolowa Dolina	Szlak wzdłuż doliny Dunajca; stolicą Fasolowej Doliny jest Zakliczyn.	W ramach tej inicjatywy wypromowano produkt regionalny – fasolę „piękny Jaś”. Corocznie w czasie Święta Pięknego Jasia odbywają się targi roślin strączkowych połączone z fasolową ucztą, podczas której serwowane są potrawy z fasoli i inne produkty lokalne.
Podlaski Szlak Tatarski	Wytyczony na trasie kulturowo-przyrodniczej, przebiega przez: Białystok, Sokółkę, Małownicz, Krynki, Białogor, Kruszyniany, Nietupę i Supraśl.	Związany z historią polskich Tatarów. W gospodarstwach oferowane dania: kołduny, pieremiacze, pieriekaczewniki, czeburak, cebulnik, kibiny, bielusz, trybuszok. Można zamieszkać w Tatarskiej Jurdzie w Kruszynianach. Co roku odbywa się Festyn Kultury i Tradycji Tatarów Polskich.

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych.

Wśród szlaków na uwagę zasługuje również Podlaski Szlak Tatarski, który jest szlakiem kulturowym z elementami kulinarnymi. Przykłady takich miejsc przedstawiono w tab. 6.

Niektóre szlaki, takie jak np. Małopolski Szlak Owocowy, który powstał w 2003 r. i obejmował 300 obiektów, wśród których były gospodarstwa sadownicze, straciły na swoim znaczeniu. Obecnie trudno znaleźć informacje o tym przedsięwzięciu.

Należy podkreślić, że działania takie, jak tworzenie szlaków kulinarnych i podobne przedsięwzięcia, podejmowane są przez pasjonatów, często w ramach inicjatywy prywatnej i na niewielką skalę.

Organizacje promujące turystykę kulinarną w Polsce

W wielu krajach powstały liczne różnorodne inicjatywy mające na celu wsparcie ochrony i promocję tradycyjnych produktów żywnościowych i potraw. Wśród tych inicjatyw w Szwecji w 1995 r. powstała Europejska Sieć Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego (European Network of Regional Culinary Heritage), która zrzesza regiony z całej Europy: Szwecji, Danii, Norwegii, Łotwy, Litwy, Niemiec, Hiszpanii i Polski. Wśród regionów z Polski są: Kujawy i Pomorze, Dolny Śląsk, Mazowsze, Małopolska, Opolskie, Warmia i Mazury, Zachodniopomorskie, Wielkopolska, województwo świętokrzyskie.

Celem organizacji jest rozwój regionów poprzez promocję lokalnej oraz regionalnej żywności, jak również wpływ na poprawę jej jakości oraz wzmocnienie regionalnej tożsamości. Sieć umożliwia wykorzystanie żywności regionalnej jako drogi rozwoju przedsiębiorstw oraz turystyki na poziomie regionalnym.

Członkami Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego w regionach są właściciele gospodarstw rolnych i ogrodniczych, producenci (zakłady przetwórstwa żywności, przedsiębiorstwa rybołówstwa/rybactwa), właściciele lokali gastronomicznych i sklepów farmerskich, hurtownicy i sprzedawcy detaliczni podkreślający swoje powiązania z regionem. Aby przystąpić do sieci, producenci muszą spełniać kryteria wyznaczone dla produktów i potraw uznanych za żywność lokalnego pochodzenia. Miejsca, w których oferowane są lokalne i regionalne produkty podtrzymujące oraz rozpowszechniające lokalne zwyczaje, promujące regionalną, tradycyjną kulturę jedzenia wyróżniane są logo Regionalnego

Dziedzictwa Kulinarne, aby turysta/konsument miał gwarancję regionalnego pochodzenia.

Promocją turystyki kulinarnej w Polsce zajmują się takie organizacje, jak:

- Polskie Stowarzyszenie Turystyki Kulinarnej (od 2011 r.) (www.pstk.pl);
- Konsorcjum „Polskie Szlaki Kulinarne” (www.pot.gov.pl);
- Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”;
- organizacje winiarskie: Małopolskie Forum Winne (od 2004 r.), Zielonogórskie Stowarzyszenie Winiarskie (od 2006 r.), Stowarzyszenie Winiarzy Podkarpacia (od 2006 r.), Polski Instytut Winorośli i Wina.

Promocja odbywa się przez działania mające na celu popularyzację turystyki kulinarnej, wydawanie broszur, informatorów i przewodników, działalność marketingową i reklamową.

Rozwój turystyki kulinarnej

Europa, w tym Polska ma do zaoferowania interesujące miejsca i zabytki, a rozwój turystycznej infrastruktury i podniesienie standardu usług turystycznych sprzyjać będą poznawaniu przez turystów dziedzictwa narodowego, w tym dziedzictwa kulinarnego w połączeniu z wypoczynkiem.

W Polsce turystyka kulinarna dopiero się rozwija, brakuje jeszcze tego rodzaju ofert (GONERA 2014). Pakiet turystyczny powinien zawierać: warsztat kulinarny, posiłek regionalny, wizytę u rzemieślnika. Jako czynnik utrudniający powstanie takiej oferty autor wskazuje niedostateczną współpracę touroperatorów i branży gastronomicznej. Wymaga to podjęcia odpowiednich działań: przybliżenia operatorom kulinarnych atrakcji turystycznych, wsparcia rozwoju ofert wśród firm zajmujących się organizowaniem turystyki przyjazdowej, przygotowania materiałów informacyjnych na temat szlaków kulinarnych (GONERA 2014).

Oferty turystyki kulinarnej do Polski posiada biuro Poland Culinary Vacations ze Stanów Zjednoczonych. Oferuje siedem rodzajów wycieczek śladami polskiej kuchni: na Pomorze, Mazury, Podlasie, Mazowsze, Śląsk, do Wielkopolski i Małopolski. Są to siedmiodniowe wycieczki w małych grupach w cenie 2950 \$ (www.polandculinaryvacations.com).

Pakiety „Food Tour”, „Vodka Tour” i „Pierogi Cooking Class” oferuje również firma Eat Warsaw & Cracow. Są to minipakiety kulinarne szlakami tradycyjnego polskiego jedzenia i wódki w cenie od 49 do 249 euro w zależności od formy zajęć (www.eatwarsaw.com).

Polskie biura podróży z kolei tworzą pakiety kulinarne na wyjazdy do wielu krajów Europy, Azji i Ameryki. Są to: Polka Travel z Kielc, RAMS z Jaworzna, Maroko Travel z Poznania, Foodlovers, Wakacje w Toskanii.pl i Kulisy Smaku z Warszawy, Catering Blaut z Bytomia, Kulinarne Podróże z Gdyni, CST Travel z Krakowa i Misja Travel z Poznania (MALCHROWICZ 2011).

Podsumowanie

Według Barcelona Field Studies Centre (2012), rozwój turystyki kulinarnej jest efektem wielu czynników. Są to m.in.: wzrost handlu, wzrost spożycia posiłków poza domem i rozwój turystyki żywności wynikający ze zmian demograficznych i wielkości gospodarstw domowych; a także zjawisko macdonaldyzacji, któremu turyści sprzeciwiają się wybierając spożywanie regionalnej żywności. Rozwój turystyki kulinarnej pobudzają również imigracja, globalizacja i Internet, a także znani kucharze i media, w tym programy o żywności, kanały telewizyjne i czasopisma, które promują celebrytów i ekspertów żywnościowych.

Biorąc pod uwagę te aspekty wydaje się, że turystyka kulinarna ma szansę dalszego rozwoju. W badaniu *Apetyt na Region* (2013) wykazano, że 60% respondentów docenia możliwość spróbowania kuchni regionalnej podczas wyjazdu, a co drugi polski turysta dokonuje zakupu potraw i produktów spożywczych od lokalnych dostawców. Tak więc można spodziewać się zainteresowania skorzystaniem z tego rodzaju oferty. Szansą na rozwój turystyki kulinarnej w Polsce jest promocja przez władze lokalne rodzinnych surowców i produktów żywnościowych, potraw i napojów. Różne krajowe organizacje oraz Polskie Stowarzyszenie Turystyki Kulinarnej przyczyniają się do rozwoju i zainteresowania podróżujących tego rodzaju turystyką, ale niezbędne są jednak informacje na temat wszelkich przedsięwzięć promocyjnych, najlepiej w formie przejrzystej strony internetowej, aby zachęcić turystów odwiedzających dany region do podążania również szlakami kulinarnymi.

BIBLIOGRAFIA

DURYDIWKA M., 2013, *Turystyka kulinarna – nowy (?) trend w turystyce kulturowej*, „Prace i Studia Geograficzne”, 52.

- FOX R., 2007, *Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations*, „International Journal of Hospitality Management”, 26(3), s. 546–559.
- GONERA H., 2014, *Program rozwoju promocji turystyki gastronomicznej i szlaków kulinarnych w Polsce*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- HALL C.M., SHARPLESS L., MITCHELL R., MACIONIS N., CAMBOURNE B. (red.), 2003, *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth Heinemann, Boston, MA.
- HJALAGER A.M., RICHARDS G. (red.), 2002, *Tourism and Gastronomy*, Routledge, London.
- IGNATOV E., 2003, *The Canadian culinary tourist: How well do we know them?*, Master's Thesis. Waterloo, Ontario.
- KIVELA J., CROTTIS J.C., 2006, *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination*, „Journal of Hospitality & Tourism Research”, 30, 3, s. 354–377.
- KOWALCZYK A., 2008, *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością*, [w:] A. Kowalczyk (red.), *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, „Geografia Turyzmu” 1, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa.
- LONG L.M., 2003, *Culinary Tourism*, Lexington, University Press of Kentucky, s. 1, <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=9703>; 3.07.2015).
- LÓPEZ-GUZMÁN T., DI-CLEMENTE E., HERNÁNDEZ-MOGOLÓN J.M., 2014, *Culinary tourists in the Spanish region of Extremadura, Spain*, „Wine Economics and Policy”, 3(1), UniCeSV, s. 10–18.
- MACLAURIN T., BLOSE J., MACK R., 2007, *Marketing Segmentation of Culinary Tourists*, 7th Global Conference on Business & Economics, 13–14 X 2007, Rome, s. 1–15.
- MALCHROWICZ E., 2011, *Polscy touroperatorzy turystyki kulturowej*, „Turystyka Kulturowa”, 9, www.turystykakulturowa.org, s. 85–86.
- MIKA M., 2007, *Formy turystyki poznawczej*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, PWN, Warszawa.
- MIKOS V. ROHRSCHEIDT A., 2010, *Turystyka kulturowa, Fenomen Potencjał Perspektywy*, Kultura.pl, Poznań.
- PLEBANCZYK K., 2013, *Turystyka kulinarna w kontekście zrównoważonego rozwoju w kulturze – perspektywy dla Polski*, „Turystyka Kulturowa”, 10, [turystykakulturowa.org](http://www.turystykakulturowa.org).
- RAO V., 2001, *Celebrations as social investments: festival expenditures, unit price variation and social status in rural India*, „The Journal of Development Studies”, 38, 1, s. 71–97.
- REDL S., 2013, *Culinary Tourism for Young Adult Travellers and its connection to Destination Management*, Bachelor Thesis of Business Administration Tourism and Hospitality Management, Modul Vienna University, s. 60, <https://www.modul.ac.at/>; 4.07.2015.
- STASIAK A., 2006, *Produkt turystyczny – szlak*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 10, s. 9–40.
- TOMCZAK J., 2013, *Szlak kulinarny jako przykład szlaku tematycznego*, „Prace i Studia Geograficzne”, 52, s. 48–49.
- UN World Tourism Organization (UNWTO), 2012, *Why Tourism?*, <http://www2.unwto.org/en2/12/2013>; 4.07.2015.
- WOLF E., 2002, *Culinary Tourism: The Hidden Harvest*, Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company, s. 1–6.
- WOLF E., 2004, *Culinary tourism: a tasty economic proposition*, International Culinary Tourism Association, Portland.
- WOŹNICZKO M., ORŁOWSKI D., 2010, *Etnografia i jej znaczenie w kształtowaniu współczesnej turystyki kulinarnej w Polsce*, [w:] D. Orłowski, E. Puchnarewicz (red.), *Turystyka kulturowa a regiony turystyczne w Polsce*, WSTiJO, Warszawa, s. 163–180.

Strony internetowe

Apetyt na region, 2013, Ogólnopolskie badanie opinii publicznej. Podkarpackie, <http://www.horecanet.pl/HorecaNet/files/>; 05.07.2015.

Barcelona Field Studies Centre, 2012, [http://geographyfieldwork.com/Food Tourism.htm](http://geographyfieldwork.com/Food_Tourism.htm); 03.06.2015.

<http://bialostockiszlakkulinary.pl/>; 03.07.2015.

<http://czasnagesine.pl/>; 03.07.2015.

<http://gruparybacka.dolinakarpia.org/szlak-karpia>; 03.07.2015.

<http://www.trasasmakoszy.pl/>; 03.07.2015).

<http://www.nasliwkowymszlaku.pl/>; 03.07.2015.

<http://worldfoodtravel.org/>; 03.07.2015.

www.comte.com; 03.07.2015.

www.culinary-heritage.com; 05.07.2015.

www.dobrysmak.pl; 03.07.2015.

www.eatwarsaw.com; 03.07.2015.

www.fermes-brie.fr; 03.07.2015.

www.fromagesdesavoie.fr; 03.07.2015.

www.fromages-aop-auvergne.com; 03.07.2015.

www.malopolskiszlakwinny.pl; 03.08.2015.

www.podkarpackiesmaki.pl; 03.07.2015.

www.polandculinaryvacations.com; 04.07.2015.

www.pot.gov.pl; 03.07.2015.

www.pstk.pl; 03.07.2015.

www.routeduchabichou.fr; 03.07.2015.

www.slaskiesmaki.pl; 03.07.2015.

www.warszawskifestiwalpiwa.pl; 04.07.2015.

