

Prezentacja aktualnie podejmowanych działań w zakresie promocji i reklamy lokalnych produktów na obszarach górskich i podgórskich

Paweł Paraponiak 

*Instytut Zootechniki Państwowy Instytut Badawczy, Zakład Systemów i Środowiska Produkcji,
ul. Krakowska 1, 32-083 Balice k. Krakowa*

Wstęp

Obszary górskie odznaczają się niekorzystnymi warunkami gospodarowania. Wysokość nad poziomem morza, sposób ukształtowania terenu, surowy klimat oraz krótki okres wegetacji limitują wydajność produkcji roślinnej i zwierzęcej. Ekstensyfikacja produkcji rolniczej skutkuje relatywnie niższym wolumenem uzyskanych produktów, niemniej odznaczających się wyższą jakością żywieniową i większym bezpieczeństwem. Zrównoważony rozwój, zwłaszcza tych rejonów, sprowadza się do pogodzenia ich funkcji turystyczno-rekreacyjnych z lokalnymi potrzebami urbanistycznymi oraz z najwyższej jakości ekstensywną produkcją roślinną i zwierzęcą, bez negatywnego wpływu na środowisko naturalne.

Na rynku produktów żywnościowych obserwowany jest wzrost asortymentu stosunkowo niedrogich produktów o niewygórowanych walorach jakościowych, sensorycznych i prozdrowotnych. Równocześnie, zwiększeniu ulega dostępność przetworów sporządzanych według przekazywanych z pokolenia na pokolenie receptur oraz wysokiej jakości produktów tradycyjnych i regionalnych. Ten ambiwalentny trend umożliwia konsumentom podejmowanie indywidualnych, świadomych wyborów w zakresie spersonalizowanych preferencji żywieniowych. Produkty tradycyjne oraz oferta kuchni regionalnych sa-

moistnie stanowią walor zwiększający atrakcyjność turystyczną danego regionu, stanowiąc równocześnie element jego dziedzictwa i tradycji kulinarnej. Ich unikatowe walory sensoryczne i tradycyjny proces wytwarzania promowane są podczas lokalnych i regionalnych wydarzeń folklorystycznych, festiwali, festynów, konkursów, dożynek, targów oraz dni miast i wsi.

W artykule zaprezentowano zróżnicowane formy promocji wysokiej jakości produktów i potraw tradycyjnych oraz regionalnych wytwarzanych na terenach górskich i podgórskich czterech województw: podkarpackiego, małopolskiego, śląskiego oraz dolnośląskiego.

Województwo podkarpackie

Targi Żywności Tradycyjnej – **Festiwal Podkarpackich Smaków, Powidlaki, Podkarpackie Święto Miodu, Festiwal Produktów Podkarpackich** oraz lokalne **Święta Chleba** zaliczają się do powszechnie znanych, corocznych wydarzeń promujących i popularyzujących żywność tradycyjną, wyprodukowaną przede wszystkim na terenach górskich i podgórskich województwa podkarpackiego.

Festiwal Podkarpackich Smaków to targi żywności, które systematycznie od 2007 r. są organizowane w Górnem – wsi położonej w województwie podkarpackim, w powiecie rzeszowskim, w gminie Sokołów Małopolski. W Zakładzie Mięsnym „Smak Górnem” tradycyj-

ne receptury stosowane są od wielu lat. Nic więc dziwnego, że wytwórnia ta, przy współpracy władz samorządowych i gminnych województwa podkarpackiego, podjęła inicjatywę organizacji tej imprezy. Wystawcami są wytwórcy produktów ekologicznych, a także tradycyjnych i regionalnych z całego województwa podkarpackiego. Organizatorzy pragną tu zaprezentować nie tylko możliwości produkcji, ale też efektywność i wydajność lokalnych wytwórców w zakresie jakości oraz różnorodności ich oferty. W ramach Festiwalu Podkarpackich Smaków licznie zgromadzona publiczność ma okazję do degustacji i zakupu produktów tradycyjnych. Imprezie towarzyszą konkursy i występy zespołów ludowych. Dużym zainteresowaniem cieszą się stoiska rękodzieła ludowego. W kolejnych edycjach uczestniczy coraz więcej zainteresowanych prezentacją swoich wyrobów. W 2023 r. w festiwalu wzięło udział ponad 100 wystawców (<https://www.smakgorno.pl/festiwal-podkarpackich-smakow>).

Krzeszów to wieś w Polsce położona w województwie podkarpackim, w powiecie niżańskim. Leży na zachodnim skraju Płaskowyżu Tarnogrodzkiego nad rzeką San. Od lat słynie z wytwórstwa powideł śliwkowych tradycyjnymi metodami. Owoce śliwek lubaszek rosnących w okolicznych sadach smażone są według starej receptury, bez dodatku cukru. Już przed II wojną światową w Krzeszowie i jego okolicy działało kilkanaście powidlarni. Szczególną promocją miejscowych wyrobów stała się cykliczna impreza o nazwie **Powidlaki**. W 2023 r. Krzeszów już po raz XXVI był gospodarzem tego barwnego wydarzenia kulturalnego. Jego podstawowym założeniem jest zarówno popularyzacja wielowiekowej tradycji przetwarzania śliwek, jak też promocja regionu. Pokazy smażenia powideł w miedzianym kotle oraz degustacja produktów regionalnych przyciągają swą niepowtarzalną atmosferą rzesze zainteresowanych konsumentów. Licznie zgromadzone stoiska kół gospodyń wiejskich oferują potrawy wykonane na bazie śliwek. Konkurs na najlepszy produkt ze śliwką to także dobry sposób na popularyzację zarówno powideł,

jak i polskich śliwek oraz całego regionu. Efektem jest m.in. wzrost popytu na powidła oraz powrót krzeszowskich gospodarzy i gospodyń do tradycji wytwórczych (<http://www.polskaniezwykla.pl/web/place/6058,krzeszow-szlakiem-tradycji---kulinarnej.html>; https://nizanskie.info/pl/19_wiadomosci-z-regionu/581_krzeszow/5938_powidlaki-2023-zdjecia---film.html).

Cyklicznie odbywające się **Podkarpackie Święto Miodu** pozwala lokalnym pszczelarzom na prezentację nie tylko różnorodnych gatunków miodów z Podkarpacia, ale również miodów pitnych, nalewek oraz innych produktów pszczelich i sprzętu pszczelarskiego. Jest to święto pszczelarzy celebrujących miodowe żniwa w nawiązaniu do wielowiekowej tradycji i historii bartnictwa w południowej Polsce. Podkarpackie Święto Miodu zainicjowano dzięki współpracy samorządu województwa podkarpackiego i Wojewódzkiego Związku Pszczelarzy w Rzeszowie. Należy ono do prowadzonych w regionie licznych programów informacyjno-promocyjnych. Podczas wydarzenia najbardziej aktywnym i zasłużonym hodowcom pszczół przyznawane są wyróżnienia, zwłaszcza za wybitne zasługi w pracy i działalności pszczelarskiej. Odznaki honorowe wręcza również Podkarpacka Izba Rolnicza. Święto Miodu jest też dobrym instrumentem promocji mniej znanych produktów pszczelich: pyłków, propolisu, kosmetyków i świec. Poruszane są tu również bieżące, istotne dla bartnictwa kwestie, takie jak: czynniki rozwojowe pszczół a występujące anomalie pogodowe czy też problem masowego wymierania tych owadów. Promowanie działań rolniczych, mających na celu zachowanie bioróżnorodności w rolnictwie poprzez ochronę pszczół miodnych – to główne założenie realizowanej przez samorząd województwa podkarpackiego kampanii edukacyjnej (<https://www.podkarpackie.pl/index.php/aktualnosci/rocznice-i-obchody/xviii-podkarpackie-swieto-miodu>).

Z inicjatywy i pod patronatem Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego, Departamentu Promocji, Turystyki i Współpracy Gospodarczej w 2023 r. już po raz piąty

odbył się **Festiwal Produktów Podkarpackich**, na którym zostały zaprezentowane regionalne tradycyjne produkty. Organizatorzy tej plenerowej imprezy przykładają dużą wagę do atrakcyjności lokalizacji, w której odbywa się Festiwal. Pierwsze edycje Festiwalu zorganizowano w Majdanie k. Cisnej w Bieszczadach – w stacji Bieszczadzkiej Kolejki Leśnej. W 2023 r. Festiwal gościł w Wańkowej, a areną festiwalowych wydarzeń była Stacja Narciarska BIESZCZAD.ski. W ramach imprezy wystawiono szeroki wachlarz markowych produktów żywnościowych. Uczestnicy wydarzenia mogli spróbować miejscowych przysmaków na licznych stoiskach gastronomicznych. Na kiermaszu oferowano także naturalne kosmetyki, rękodzieło artystyczne, wydawnictwa i pamiątki. Przedstawiono bogatą ofertę turystyczną Podkarpacia.

Festiwal należy do najlepszych tego rodzaju wydarzeń w województwie podkarpackim. Cechują go wspaniała atmosfera i atrakcyjność organizacyjna. Promuje zarówno najlepsze i unikalne produkty żywnościowe i rękodzielnicze, jak też turystyczne bogactwo i atrakcyjność regionu. Lokalny, podkarpacki rynek produktów żywnościowych zalicza się do najbardziej rozwiniętych w skali kraju. Dotyczy to zwłaszcza produktów tradycyjnych i regionalnych. Na utworzonej w 2004 r. Liście Produktów Tradycyjnych MRiRW zarejestrowanych jest obecnie ponad 230 produktów z tego regionu. Wpisywane są na nią produkty, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. W 2020 r. (podczas pandemii COVID 19), aby nie tracić ciągłości wydarzenia zorganizowano Festiwal Produktów Podkarpackich online, co spotkało się ze zrozumieniem i dużym uznaniem (<https://podkarpackie.eu/turystyka/festiwal-produktow-podkarpackich-swieto-tego-co-najlepsze-w-regionie/>).

W trosce o zachowanie podkarpackiego dziedzictwa kulinarnego, z inicjatywy samorządu województwa w 2007 r. został wydany **Leksykon Podkarpackich Smaków**. Jest to pierwszy krok na drodze do zgromadzenia i upowszechnienia

kompleksowej wiedzy dotyczącej podkarpackich produktów tradycyjnych. Wydanie to ma na celu upowszechnianie i ochronę tradycji kulinarnych regionu.

W województwie podkarpackim żywność tradycyjną promują także dwa programy: **Nasze Dobre Podkarpackie** i **Smaczne bo Podkarpackie**. Pierwszy program powstał z inicjatywy „Gazety Codziennej Nowiny”. Popularyzuje produkty wysokiej jakości, o szczególnych zaletach użytkowych i smakowych. Drugi został zainicjowany przez Centrum Promocji Biznesu w Rzeszowie. Jest to program certyfikujący najlepsze podkarpackie produkty spożywcze. Ma za zadanie wyłonić produkty, które ze względu na swoje unikalne walory jakościowe i prozdrowotne, a także z powodu unikalnego procesu produkcyjnego w jak największym stopniu są utożsamiane z miejscem wytworzenia. Administratorem Programu „Smaczne bo Podkarpackie” jest Przyjazna Polska Sp. z o.o., skierowana do gmin, miast i powiatów z całej Polski, które chcą zaprezentować walory swojej „Małej Ojczyzny” na forum krajowym. W tegorocznej edycji certyfikaty otrzymało 26 produktów z Podkarpacia (<http://www.strefa-biznesu.pl/artukul/pokazmy-najlepsze-produkty-regionu-trwa-konkurs-%E2%80%9Enasze-dobre-podkarpackie-2013-%E2%80%9D>); (<https://www.facebook.com/SmaczneBoPodkarpackie>; Bienia i in., 2014).

Województwo małopolskie

Opracowany przez samorząd województwa małopolskiego **Program Strategiczny – Marketing Terytorialny** jest dokumentem wykonawczym do Strategii Rozwoju województwa małopolskiego i zawiera wytyczne dotyczące rozwoju marki Małopolska i jej promocji. Zawiera podstawowe instrumenty do koordynacji działań prowadzonych w regionie, zwłaszcza dotyczących oferty kulturalnej.

Od 2019 r. realizowany jest przez Urząd Marszałkowski województwa małopolskiego projekt **ekoMałopolska**, mający za zadanie prowadzenie skutecznych działań w celu ochrony

i poprawy jakości środowiska w województwie małopolskim oraz kontroli wykonawstwa przepisów obowiązujących w tym zakresie. W ramach projektu prowadzona jest edukacja i promocja regionu, m.in. poprzez propagowanie tradycyjnych produktów żywnościowych. Wpisują się w to takie wydarzenia jak: **Małopolski Smak i Międzynarodowy Festiwal Folkloru Ziem Górskich** (<https://www.malopolska.pl/biznes/rozwoj-regionalny/rozwoj-województwa/programy-strategiczne>).

Od kilku lat działa w Małopolsce **Sieć Dziedzictwa Kulinarne**, należąca do Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarne, mającej na celu wspieranie rozwoju i promocję rynku żywności naturalnej, opartej o lokalne lub regionalne zasoby surowców. Jej działania poprzez współpracę z lokalnymi producentami i dostawcami żywności, w oparciu o miejscowe surowce wspierają regionalne tradycje kulinarne.

Do corocznych wydarzeń promujących w Małopolsce żywność tradycyjną, zdrową, wytwarzaną w sposób ekologiczny oraz według receptur przekazywanych z pokolenia na pokolenie należą **Regionalia – Targi Produktów Tradycyjnych i Ekologicznych**. Celem tego rodzaju działań jest zachowanie i rozwój regionalnych tradycji kulinarnych oraz reklama miejscowych wytwórców (<https://www.malopolska.pl/ekomalopolska/projekt-ekomalopolska>).

W ramach projektu Małopolski Smak odbywa się corocznie **Małopolski Festiwal Smaku**, największa z odbywających się co roku w Polsce regionalna impreza o charakterze kulinarnym, organizowana przez Urząd Marszałkowski województwa małopolskiego. Daje ona szansę lokalnym producentom żywności zaprezentować bogatą ofertę swoich produktów, a uczestnikom sprawdzić organoleptycznie smak i jakość miejscowych potraw.

Pierwsza edycja Festiwalu miała miejsce w 2005 r. Od tego czasu stał się on jednym z najważniejszych wydarzeń kulturalnych w Małopolsce. Stale rośnie liczba wystawców i uczestników imprezy odbywającej się co roku w innym mieście województwa. Atrakcją są też towarzyszące

Festiwalowi pokazy kulinarne, konkursy i koncerty estradowe.

Zgłoszone do konkursu „Małopolski Smak” produkty i potrawy ocenia komisja konkursowa. Najlepsze produkty z całej Małopolski otrzymują Grand Prix oraz II i III miejsce. Nic dziwnego, że z roku na rok rozszerza się asortyment i wzrasta jakość ocenianych smakołyków regionalnych (<https://www.malopolska.pl/malopolskismak/malopolski-festiwal-smaku/o-festiwalu>).

Program **Made in Małopolska – Pochodzenie ma znaczenie** przeznaczony jest do wspierania regionalnego wytwórstwa oraz wszelkich innych przejawów działalności kulturalnej, społecznej i biznesowej w województwie małopolskim w celu uaktywnienia potencjalnych możliwości dalszego rozwoju.

Przyznawany w ramach programu znak „Made in Małopolska” jest wyróżnieniem zwłaszcza dla tych partnerów projektu, którzy wykazali się pożytecznymi inicjatywami, ciekawym wzornictwem wyrobów, organizacją szczególnie atrakcyjnych obiektów, a także doskonałych produktów żywnościowych. Przyznanie znaku świadczy o jakości i renomie produktu, a nagrodzona osoba lub firma ma prawo do posługiwania się tą marką na opakowaniach, w folderach, stronach internetowych. Podkreśla też małopolski rodowód produktu i wytwórcy (<https://www.malopolska.pl/madeinmalopolska>).

Jednymi z najważniejszych wydarzeń kulturalnych związanymi z Zakopanem są: **Międzynarodowy Festiwal Folkloru Ziem Górskich** oraz **Europejskie Targi Produktów Regionalnych**, w ramach których odbywają się **Festiwal Oscypka i Serów Wszelakich** oraz **Pokazy Kowalstwa Artystycznego**. Wydarzenia te, organizowane corocznie w sierpniu, prezentują dziedzictwo regionu, a towarzyszą im liczne atrakcje skierowane do turystów. Potencjał tych wydarzeń jest bardzo duży i optymalnie wpisują się one w markę miasta. Promują dziedzictwo kulturowe Podhala, jego tradycje, zwyczaje i kuchnię regionalną. Oferują szeroką gamę produktów regionalnych i tradycyjnych

oraz wytwory rzemiosła artystycznego miejscowych artystów.

Zakopane. Szlak kulinarny – to cykliczne wydarzenie, którego tematem jest kuchnia wykorzystująca produkty regionalne i tradycyjne. W ramach kulinarniej rywalizacji każda z restauracji biorących udział w rywalizacji przygotowuje jedno degustacyjne danie/przekąskę/napój na bazie wybranego produktu. Konkurs promuje unikatowe dziedzictwo kulinarne rejonów górskich, jego odrębność i oryginalność.

Koordynatorami **Szlaku Osypka** są Biuro Promocji Zakopanego i Urząd Miasta Zakopane. Tworzą go liczne karczmy regionalne i restauracje, które wykorzystują miejscowe tradycyjne produkty do komponowania nowoczesnego jadłospisu. Z projektem tym współpracują – Muzeum Tatrzańskie, Związek Podhalań oraz w sezonie letnim baczki. Towarzyszą mu m.in. warsztaty kulinarne, pokazy wytwarzania serów, w tym Festiwal Oscypka i Serów Wszelakich. Realizowana w ten sposób promocja dziedzictwa regionu i kultywowania tradycji kulinarnych umacnia konkurencyjność turystyczną Zakopanego (<https://www.zakopane.info/37048-2/>).

Organizowane przez Tatrzańską Agencję Rozwoju, Promocji i Kultury **Europejskie Targi Produktów Regionalnych** odbywają się cyklicznie na zakopiańskiej Dolnej Równi Krupowej. Górski krajobraz, wciąż żywa w mowie, strojach i zwyczajach kultura regionu oraz unikalne, tradycyjnie wytwarzane produkty żywnościowe tworzą wspaniałą atmosferę, w której oferują swoje produkty wystawcy z kraju i zagranicy. Organizatorzy promują autentyczność i różnorodność dziedzictwa kulinarnego różnych krajów Europy. (<https://www.produkty-regionalne.eu/>).

Podczas trwania Targów wielobarwny wesoły korowód baczów, juhasów i honielników, czyli pomocników, poganiaczy na szafasie, otwiera wielką zakopiańską atrakcję turystyczną – **Festiwal Oscypka i Serów Wszelakich**. Ten twardy wędzony ser, wytwarzany z mleka owczego jest symbolem Tatr i Podhala, znanym i popularnym nie tylko w Polsce, ale i w całej Europie.

W trakcie Festiwalu mają miejsce pokazy dojzenia i strzyżenia owiec, tradycyjnej produkcji tego sera i konkurs na najlepszy oscypek. Degustacji oscypka, bundzu, bryndzy i żentycy oraz potraw góralskich towarzyszą tradycyjnie występy zespołów – nie tylko góralskich. Przeprowadzany jest też konkurs „Na najlepszy produkt Europejskich Targów Produktów Regionalnych”

(<http://www.tatry.pl/tatrzańska-agencja/europejskie-targi-produktow-regionalnych>; <http://www.produkty-regionalne.eu/o-targach>).

W 2015 r. powstało w Ludźmierzu **Stowarzyszenie – Towarzystwo Produktu Górskiego**. Ponad 20 wytwórców certyfikowanych produktów górskich przyjęło sobie za cel popieranie i rozwój produktów górskich, tradycyjnych i regionalnych. Działają na rzecz producentów ziem polskich Karpat (z województw małopolskiego, podkarpackiego i śląskiego), wytwarzających produkty pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, m.in.: wędliny, sery, miody. Podejmują działania z zakresu edukacji, promocji, rozwoju tradycyjnej kultury i ochrony środowiska naturalnego. Wspierają lokalne inicjatywy w zakresie tworzenia górskich szlaków kulinarnych. Przedmiotem oceny i systemu kontroli, jaki został wytworzony w ramach działalności Stowarzyszenia są produkty z regionu.

Systemem prezentacji, promocji i sprzedaży produktów górskich sygnowanych zgodnie z rozporządzeniem UE oznaczeniem Produkt Górski jest tzw. **Półka Karpacka**. Służy promocji i ułatwia dystrybucję dostępnych produktów ziem górskich. Organizatorzy mają w perspektywnym planie poszerzenie asortymentu o produkty z innych krajów karpackich, jak Rumunia, Ukraina, Czechy, Słowacja oraz część Serbii i Węgier. W zamierzeniu Stowarzyszenie planuje wziąć udział w polsko-słowackim projekcie: Szlak Kultury Wołoskiej w roli organizatora Targów Produktów Górskich (<http://produktgorski.pl/>; <https://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,19945537,specjalny-znak-towarowy-dla-prawdziwych-produktow-z-gor.html?disableRedirects=true>).

Województwo śląskie

Tradycyjna kuchnia śląska jest charakterystyczna dla mieszkańców Górnego Śląska, zwłaszcza górników. Wiąże się z wielowiekowymi tradycjami i zwyczajami górniczymi. Regionalne śląskie dania to: kluski śląskie, rolada wołowa i modro kapusta, a także karminadle, żurek, wodzionka, moczka i szpajza. Tradycyjne potrawy śląskie, a także nowsze ale ze śląską nutą, składają się na odrębność kulinarną tego regionu i cieszą się dużą popularnością. W ofercie kulinarnej województwa śląskiego są też tradycyjne potrawy z rejonu Beskidów, Jury Krakowsko-Częstochowskiej i Zagłębia.

Podobnie jak Szlak Oscypka w Małopolsce, **Szlak Kulinaryny „Śląskie Smaki”** gromadzi miejscowe restauracje, mające w menu dania regionalne gotowane według oryginalnych, tradycyjnych receptur. W swej koncepcji Szlak łączy również dwa elementy, a mianowicie prezentację walorów krajobrazowych i turystycznych wybranych lokalizacji z walorami serwowanych regionalnych potraw i napojów. Utworzony w 2012 r. z inicjatywy **Śląskiej Organizacji Turystycznej** Szlak kulinarny ma za cel promocję kuchni całego województwa śląskiego. Każdy z biorących udział w projekcie lokali – restauracji, browarów itp. posiada w ofercie przynajmniej trzy dania regionalne sporządzane według oryginalnej receptury z lokalnie dostępnych naturalnych składników. Są to w większości potrawy znajdujące się na Liście Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Na trasie szlaku zgromadzonych jest kilkadziesiąt obiektów oferujących konsumentom prawie 200 regionalnych dań.

Na system identyfikacji poszczególnych lokali należących do Szlaku „Śląskich Smaków” składają się dające się łatwo zauważyć czytelne, właściwie wyeksponowane oznaczenia informacyjne z logo projektu. Jednolita forma logotypów restauracji Szlaku stanowi duże ułatwienie dla klienta. Oznaczenie „Śląskie Smaki” wita konsumentów już na drzwiach wejściowych. Wewnątrz lokalu widoczny jest certyfikat, a w menu charakterystyczna wkładka z ofertą dań regionalnych.

Śląska Organizacja Turystyczna dokładnie precyzuje wymogi dotyczące jednolitego systemu logotypów, sposobów ich wykorzystania i ekspozycji znaku. Największa liczba obiektów gastronomicznych i browarów sygnowanych nazwą „Śląskie Smaki” znajduje się w centralnej części województwa śląskiego, niemniej jednak niektóre z nich występują na terenach górskich i podgórskich. Spotkamy je m.in. w Wiśle, Cieszynie i Bielsko-Białej.

Projekt został w 2013 r. uhonorowany przyznaniem Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej dla Najlepszego Produktu Turystycznego. Z kolei w 2015 r. otrzymał on nagrodę Komisji Europejskiej w Międzynarodowym Konkursie EDEN na Najlepszą Europejską Destynację Turystyczną (<https://www.slaskiesmaki.pl>).

Można zaryzykować stwierdzenie, że Szlak Kulinaryny „Śląskie Smaki” stanowi rozwinięcie i uzupełnienie organizowanego od 17 lat wydarzenia kulturalnego, jakim jest **Festiwal „Śląskie Smaki”**. Ta czerwcowa impreza rocznie odbywa się w innej, wybranej lokalizacji turystycznej regionu. W 2023 r. gospodarzem imprezy było Jastrzębie-Zdrój. Atrakcją kulinarną były lokalne produkty z województwa pochodzące bezpośrednio od ich wytwórców oraz potrawy przygotowane w jednej z restauracji Szlaku Kulinarne „Śląskie Smaki”. Poza atrakcjami kulinarnymi, festiwal odznacza się bardzo bogatą oprawą artystyczną. Podczas festiwalu mają również miejsce liczne pokazy i konkursy kulinarne dostępne dla szerokiego grona zainteresowanych: zarówno amatorów, uczniów szkół gastronomicznych, jak i zawodowych kucharzy. Każdy ma tu szansę na zdobycie Złotego, Srebrnego bądź Brązowego Fartucha (<https://www.slaskiesmaki.pl/staticcontent/27345>).

Województwo dolnośląskie

Opracowany na podstawie przepisów Ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju **Program Rozwoju Dolny Śląsk Zielona Dolina Żywności i Zdrowia** stanowi kompleksowe ujęcie służące popra-

wie rentowności w sektorze rolno-spożywczym województwa, przy równoczesnym nacisku kładzionym na niskoemisyjność produkcji oraz jakość produktów rolniczych i żywnościowych. Głównym celem Urzędu Marszałkowskiego województwa dolnośląskiego, działającego początkowo we współpracy z Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu, a następnie DZD DOZEDO Sp. z o.o. (**Dolnośląska Zielona Dolina**), jest odbudowa i rozwój przemysłu rolno-spożywczego, a także podniesienie kondycji gospodarczej i możliwości wytwórczych regionu.

Spółka **Dolnośląska Zielona Dolina** skupia swoje działania na szerokofalowym wsparciu miejscowych producentów żywności o mocno zaznaczonych walorach prozdrowotnych. Ma to szczególne znaczenie jako element profilaktyki chorób cywilizacyjnych oraz w propagowaniu zdrowego stylu życia. Dzięki właściwemu rozpoznaniu potrzeb regionu poprzez działalność Spółki można skutecznie wpływać na rozwój produkcji rolnej i hodowlanej oraz przetwórstwo spożywcze na Dolnym Śląsku (<https://zielonadolina.biz>). Docelowo, w myśl strategicznych założeń, zakłada się samowystarczalność w produkcji bezpiecznej i najwyższej jakości żywności w regionie.

Dolnośląski Ośrodek Doradztwa Rolniczego prowadzi dla dzieci i młodzieży zajęcia promujące produkty wytwarzane w regionie i wspierające edukację prozdrowotną. Służą temu tzw. **Zagrody Edukacyjne**, w których teoria łączona jest z zajęciami praktycznymi w gospodarstwie rolnym. Uczestnictwo w zajęciach, zapoznanie się z technologią produkcji żywności wysokiej jakości oraz degustacja gotowych wyrobów ma duży wpływ na kształtowanie pozytywnych nawyków żywieniowych przyszłych konsumentów.

Jedną z najbardziej wyrazistych inicjatyw wpisujących się w prezentowane powyżej ramy programowe jest **Klaster Wołowina Sudecka – Fundacja Progres**. Działalność klastra jest ukierunkowana na weryfikację technologii ekstensywnej produkcji bydła, analizę rynków zbytu, a finalnie – na wdrożenie produktu regionalnego „wołowina sudecka”. Zakres terytorialny pro-

dukcji żywca wołowego obejmuje tereny górskie Sudetów położone w granicach województwa dolnośląskiego, a więc obszary o niekorzystnych warunkach gospodarowania (ONW).

Finalnym celem jest rozwój tego wybranego kierunku produkcji rolniczej, do którego tereny górskie Sudetów ze względu na występujące warunki naturalne szczególnie nadają się. Ekstensywna produkcja wołowiny na terenach górskich i podgórskich ma równocześnie stanowić czynnik aktywizacji zawodowej ludności. Produkcja ta ma być realizowana w warunkach mających pozytywny wpływ na zachowanie naturalnych walorów przyrodniczych regionu (np. kontrolowany wypas jako czynnik przeciwdziałania sukcesji wtórnej). Ma ona również korzystnie oddziaływać na rozwój pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich objętych projektem (transport, pośrednictwo, przetwórstwo). Kolejną korzyścią jest inicjacja procesów integracyjnych lokalnych środowisk związanych z rolnictwem, produkcją żywności, usługami gastronomicznymi i turystycznymi. Działania koncentrują się na tym, żeby produkt finalny – wołowina sudecka o wysokich walorach jakościowych – był chętnie kupowany przez klientów w formie nieprzetworzonej, albo konsumowany jako specjał w dolnośląskich lokalach gastronomicznych.

Aspekt naukowy przedsięwzięcia obejmuje określenie – przez pracowników naukowych Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu – potencjału punktów gastronomiczno-hotelarskich w regionie. Przeprowadzono analizę podaży niemal 300 tego typu obiektów w powiatach jeleniogórskim i lubańskim w aspekcie serwowania nowego produktu regionalnego – „wołowina sudecka”, zwłaszcza turystom i kuracjuszom z sudeckich sanatoriów. Dalsze etapy prac obejmują z jednej strony ocenę wielkości popytu, a z drugiej ocenę potencjału produkcji wołowiny kulinarnej. Istotne będzie także zbadanie lokalnego rynku wołowiny, określenie potencjalnych nabywców produktu regionalnego oraz dystrybucja i promocja (https://www.upwr.edu.pl/media/14003/produkt_regionalny_wołowina_sudecka.html).

Z produkcją wysokiej jakości wołowiny wiąże się duże nadzieje. Przewodniczący Klastra Wołowina Sudecka – Zbigniew Szczygieł o projekcie wypowiada się z dużym optymizmem: „... *generalnie zakłada powrót bydła na stoki górskie. W latach międzywojennych na ziemi kłodzkiej było go w granicach 90 tysięcy sztuk, w latach siedemdziesiątych XX stulecia około 45 tysięcy, a w chwili, gdy zaczynaliśmy tą ideę przed czteroma laty, ponad 9 tysięcy. Dziś Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa podaje, iż mamy na tym terenie blisko 11 tysięcy sztuk. To znaczy, że dzieje się coś dobrego*” (<http://www.dkl24.pl/pl/a/4620/o-wolowinie-z-sudeckich-lak-i-pastwisk.html>). Podobnego zdania są eksperci Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu – inicjatora, lidera, a także partnera licznych regionalnych przedsięwzięć gospodarczych. Według nich, potencjał województwa dolnośląskiego w zakresie produkcji żywności prozdrowotnej, suplementów diety i żywności wysokiej jakości jest na tyle duży, że może zostać liczącym się w skali światowej producentem. „Wołowina Sudecka” natomiast ma szansę stać się wiodącym produktem górskim w południowo-zachodniej Polsce (https://www.facebook.com/wolowinasudecka/?locale=pl_PL).

Podsumowanie

Wybrane przykłady działań podejmowanych aktualnie w zakresie promocji i reklamy lokalnych produktów oraz potraw serwowanych

w lokalach gastronomicznych terenów górskich i podgórskich czterech województw mają różną postać. Z jednej strony są to prowadzone z rozmachem inicjatywy samorządów wojewódzkich, dążące do certyfikacji nowych produktów regionalnych, z drugiej – lokalne targi i festyny promujące określone regionalne wyroby tradycyjne. Do tego należy dołączyć jeszcze operatywność regionalnych restauracji i browarów, jednoczących się w imprezach kulinarnych, dążeniu do promocji marki szlaków potraw tradycyjnych i zdobywaniu lokalnych certyfikatów.

Zrównoważony rozwój wiejskich terenów górskich i podgórskich powinien powstawać w oparciu o potencjał regionu i produkty markowe z poszanowaniem dziedzictwa kulturowego danego regionu. Potrawy regionalne, wytwarzane z naturalnych lokalnych produktów w oparciu o tradycyjne przepisy i receptury podnoszą atrakcyjność turystyczną rejonów górskich, zarówno w Tatrach, jak i Sudetach. Istotne jest tylko pogodzenie ich cennych funkcji turystyczno-rekreacyjnych z lokalnymi potrzebami oraz ekstensywną produkcją roślinną i zwierzęcą bez negatywnego wpływu na środowisko naturalne.

Rozwój rynku zbytu tradycyjnych produktów regionalnych bez wątpienia doprowadzi do ich rozpoznawalności również poza miejscem ich wytworzenia. Skuteczna promocja i reklama lokalnych polskich produktów przyczyni się natomiast do wzrostu zainteresowania nimi nie tylko wśród krajowych, ale także zagranicznych turystów.

Materiały źródłowe

Bienia B., Sawicka B., Dykiel M., Krochmal-Marczak B., Pisarek M., Betlej I., Borkowska H. (2014). Promocja żywności tradycyjnej na Podkarpaciu (<https://www.researchgate.net/publication/272023214>). <http://www.dkl24.pl/pl/a/4620/o-wolowinie-z-sudeckich-lak-i-pastwisk.html>
<https://www.facebook.com/SmaczneBoPodkarpackie>
https://www.facebook.com/wolowinasudecka/?locale=pl_PL
<https://krakow.wyborcza.pl/krakow/1,44425,19945537,specjalny-znak-towarowy-dla-prawdziwych-produktow-z-gor.html?disableRedirects=true>
<https://www.malopolska.pl/biznes/rozwoj-regionalny/rozwoj-wojewodztwa/programy-strategiczne>
<https://www.malopolska.pl/ekomalopolska/projekt-ekomalopolska>

<https://www.malopolska.pl/madeinmalopolska>
<https://www.malopolska.pl/malopolskismak/malopolski-festiwal-smaku/o-festiwalu>
https://nizanskie.info/pl/19_wiadomosci-z-regionu/581_krzesziw/5938_powidlaki-2023-zdjecia---film.html
<https://podkarpackie.eu/turystyka/festiwal-produktow-podkarpackich-swieto-tego-co-najlepsze-w-regionie/>
<https://www.podkarpackie.pl/index.php/aktualnosci/rocznice-i-obchody/xviii-podkarpackie-swieto-miodu>
<http://www.polskaniezwykla.pl/web/place/6058,krzeszow-szlakiem-tradycji---kulinarnej.html>
<http://produktgorski.pl/>
<https://www.produkty-regionalne.eu/>
<http://www.produkty-regionalne.eu/o-targach>
<https://www.smakgorno.pl/festiwal-podkarpackich-smakow>
<http://www.strefabiznesu.pl/artukul/pokazmy-najlepsze-produkty-regionu-trwa-konkurs-%E2%80%9Enasze-dobre-podkarpackie-2013%E2%80%9D>
<http://www.tatry.pl/tatrzenska-agencja/europejskie-targi-produktow-regionalnych>
<https://www.slaskiesmaki.pl>
<https://www.slaskiesmaki.pl/staticcontent/27345>
https://www.upwr.edu.pl/media/14003/produkt_regionalny_wolowina_sudecka.html
<https://www.zakopane.info/37048-2/>
<https://zielonadolina.biz>
Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju.

PRESENTATION OF CURRENTLY UNDERTAKEN ACTIVITIES IN THE FIELD OF PROMOTION AND ADVERTISING OF LOCAL PRODUCTS IN MOUNTAIN AND FOOTHILL AREAS

Summary

Sustainable development of mountain and foothill areas boils down to reconciling their valuable tourist and recreational functions with local urban planning needs, as well as with top-quality, extensive crop and livestock production, without negatively affecting the environment.

Selected examples of the promotion of products and foods offered in the mountain and foothill areas of the four Polish provinces take a variety of forms. Beginning with large local government investments – provincial and municipal, efforts to certify new regional products, through traditional local themed festivals, and culinary trails and local certifications. In most cases, the promotion of high-quality food products and dishes here seamlessly intermingles with the presentation of a region's cultural heritage, music and handicrafts, which definitely reinforces the message. The qualities of local food products, together with the tourist attractiveness of Poland's mountainous and submontane regions, are a guarantee of increased interest, not only among domestic tourists, and the further development of the market for these products will certainly contribute to their recognition beyond the place of their manufacture as well.

Key words: promotion and advertising, local products, mountain and foothill areas