

Izabela Kwil 

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”

Streszczenie. W turystyce regionalnej zwraca się obecnie uwagę nie tylko na atrakcje związane ze zwiedzaniem miejsc. Bardzo ważna stała się ostatnio turystyka kulinarna, która utożsamiana jest ze zwiedzaniem obszaru. Są to najczęściej produkty lub potrawy przypisane do trzech różnych grup wyrobów: żywności lokalnej, regionalnej lub tradycyjnej. Niniejszy artykuł zwraca uwagę na promocję regionu poprzez tworzenie projektów edukacyjnych takich jak szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”. Artykuł został podzielony na trzy części. Pierwsza z nich prezentuje terminologię żywności lokalnej, regionalnej oraz tradycyjnej. W drugiej części opisano znaki jakości certyfikujące produkty regionalne. W kolejnej części opisano założenia szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska”. Artykuł ma charakter poglądowy.

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, żywność regionalna, ChOG, ChNP, GTS, szlak kulinarny

Wstęp

Ostatnio występuje coraz większe zainteresowanie podróżami o charakterze kulturowym. Stworzenie specjalnej oferty turystycznej pozwoliło na wyszczególnienie turystyki kulturowej będącej częścią usług turystycznych. Wyodrębnienie tego rodzaju turystyki stworzyło potrzebę dokładniejszego definiowania tego pojęcia z myślą o uczestnikach rynku turystycznego i jego konsumentach¹.

Turystyka związana z żywnością (turystyka kulinarna) polega na poznawaniu wyjątkowości żywności dostępnej lokalnie. Dodatkowo ma ona powiązania z wypoczynkiem, co stwarza podwójną korzyść. Celem takiej turystyki jest poznawanie smaków lokalnych, regionalnych oraz tradycyjnych potraw i produktów przyrządzanych najczęściej według bardzo starych i przekazywanych z pokolenia na pokolenie receptur i technologii wraz z poczuciem satysfakcji z przebywania w miejscu ich wytwarzania. Pojęcie turystyki kulinarnej jest związane nie tylko z konsumpcją, ale również z poznawaniem receptur i przepisów, uczestnictwem i poznawaniem stylu życia lokalnych społeczności².

¹V.A.M. Rohrscheidt: Turystyka kulturowa – wokół definicji, Turystyka Kulturowa 2008, nr 1, s. 4–21.

²M. Wiśniewska: Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”, Zarządzanie i Finanse 2012, nr 3(2), s. 161–176.

 izabela.kwil@ue.wroc.pl

Celem rozważań było dokonanie charakterystyki szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska” obejmujące m.in. przedstawienie obiektów należących do niego. Turystyka kulinarna jest zagadnieniem aktualnym i jak dotąd nieopisywanym w literaturze naukowej. Uznano więc, że warto podjąć tę tematykę po to, aby rozszerzyć dotychczasową wiedzę w kontekście turystyki kulinarnej. W artykule opisano również produkty lokalne, regionalne i tradycyjne wraz z ich certyfikacją, ponieważ łączą się one nierozdzielnie z przedstawionym zagadnieniem.

Metodyka badań

Informacje zebrane do niniejszego artykułu pochodzą głównie z publikacji popularnonaukowych, w tym czasopism branżowych. Jak wynika ze studiów, jakie przeprowadziła autorka opracowania, analizowana tematyka związana ze szlakiem kulinarnym „Smaki Dolnego Śląska” nie została opisana w tradycyjnych źródłach literaturowych. W związku z tym informacje zebrane na temat tego zagadnienia zostały pozyskane ze źródeł internetowych. Niemniej jednak w literaturze naukowej podejmuje się problematykę wyróżniania produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych, dlatego też część artykułu poświęcona definicji wskazanych produktów została opracowana na podstawie piśmiennictwa naukowego.

Wyniki badań

Produkty lokalne, regionalne i tradycyjne na Dolnym Śląsku

Istotną zaletą produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych jest ich nierozdzielne powiązanie z dziedzictwem kulturowym i historią miejsca wytwarzania. Co ważne współcześnie konsumenci bardzo często przemieszczają się lub zmieniają miejsce swojego zamieszkania. Przez to coraz częstsze staje się identyfikowanie się z konkretnym regionem. Sprzyjają temu: wspólna historia, obyczaje, legendy i nawyki żywieniowe miejsca. Można zatem stwierdzić, że produkty o charakterze lokalnym, regionalnym i tradycyjnym stanowią wartościowy czynnik powodujący łączenie się społeczności, co sprzyja rozwojowi marketingu terytorialnego będącego jednym ze sposobów promocji województwa czy regionu³.

W literaturze przedmiotu występuje wiele naukowych opracowań opisujących żywność lokalną, jednakże nadal nie została opracowana jedna, obowiązująca definicja dla tego typu produktów. Najczęściej podaje się, że takie produkty klasyfikowane są według dwóch czynników: położenia geograficznego (poprzez określenie miejsca ich wytworzenia) oraz postrzegania artykułów przez konsumentów (żywność wyprodukowana lokalnie). Pierwszy z opisywanych wyróżników mówi o tym, iż żywność lokalna to taka, którą wyprodukowano do 100 km od miejsca zamieszkania konsumenta⁴. Co istotne rozwój

³M. Kucharczyk, J. Błaszczuk, P. Seruga, A. Piekara, S. Zimny, M. Krzywonos: Charakterystyka produktów regionalnych i tradycyjnych – wpływ na marketing, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* 2016, nr 461, s. 113–121.

⁴A. Rogala: Zainteresowanie żywnością lokalną wśród polskich konsumentów na tle polityki rolnej Unii Europejskiej, *Handel Wewnętrzny* 2015, nr 3(356), s. 227–238.

produkcji lokalnej jest pozytywny z uwagi na środowisko naturalne, ponieważ w procesie wytwarzania wykorzystuje się wyłącznie bogactwo natury. Inne korzystne skutki rozwoju produkcji lokalnej znajdują odzwierciedlenie w sytuacji gospodarczej (poprzez tworzenie nowych firm) oraz społecznej regionu (nowe miejsca pracy oraz zwiększenie przywiązania do regionu). Produkt lokalny może stać się zatem czynnikiem powodującym poprawę sytuacji ekonomicznej w regionie przy jednoczesnym wsparciu społecznym i środowiskowym. Jest to więc doskonały sposób na realizację idei zrównoważonego rozwoju. W produkcji żywności lokalnej bardzo ważną rolę odgrywa jego wytwórca, którego zadaniem jest kultywowanie lokalnej lub rodzinnej poprzez realizację swoich pasji przy jednoczesnym pozyskiwaniu dochodu. Aby w obrębie tej części gospodarki tworzyły się miejsca pracy, należy znaleźć klientów, którym będą odpowiadały wytwarzane produkty. Jednym z najlepszych sposobów na pozyskanie klientów staje się zatem budowanie marki lokalnej⁵.

Produkty regionalne to wyroby produkowane z surowców występujących na danym terytorium. Mają one niewątpliwą więź z kulturą, historią i naturą lokalną. Wyroby te są ściśle związane z określonym obszarem. Ich cechą charakterystyczną jest naturalny sposób wytwarzania. Bardzo często określane są one błędnie produktami tradycyjnymi lub lokalnymi. Najważniejszą cechą odróżniającą produkty regionalne od lokalnych czy tradycyjnych jest to, że są one certyfikowane. Nadaje się im trzy rodzaje oznaczeń: ChNP – chroniona nazwa pochodzenia, ChOG – chronione oznaczenie geograficzne i GTS – gwarantowana tradycyjna specjalność⁶.

Produkt tradycyjny określa się jako chroniony produkt spożywczy. Produkty te swoją wysoką jakość oraz szczególne właściwości zawdzięczają produkcji znanej od pokoleń. Wytwarzanie oparte jest tu na długoletniej tradycji, a obszar występowania surowców do produkcji jest znany. Od produktów tradycyjnych wymaga się zagwarantowanej jakości. W Polsce jakość tych wyrobów potwierdza się przez wpisanie ich na listę produktów tradycyjnych, system „Jakość Tradycja” oraz przez unijne systemy ochrony dla produktów o chronionym pochodzeniu geograficznym (PGI)⁷.

Zgromadzona literatura pozwoliła na ustalenie prawidłowej terminologii dwóch pojęć – żywność lokalna i regionalna. Sformułowano zatem następujące definicje⁸:

⁵M. Grębowiec: Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na rynku dóbr żywnościowych w Polsce, Zeszyty Naukowe SGGW, Problemy Rolnictwa Światowego 2010, nr 10(25), s. 22–30.

⁶S. Minta, B. Tańska-Hus, A. Kapała: Consumer awareness of regional products – selected research results, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2014, nr 16(4), s. 195–200.

⁷S. Minta, M. Cempel: Badanie satysfakcji konsumentów produktu tradycyjnego na przykładzie oscypka, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2017, nr 19(6), s. 176–181.

⁸I. Kwil: Level of consumer awareness in the aspect of local and regional food products originating from Lower Silesia – results of surveys, [w:] Business and non-profit organizations facing increased competition and growing customers' demands, A. Nalepka, A. Ujwary-Gil (red.), Wydawnictwo Nova Sandec, Nowy Sącz 2018, s. 561–574.

1. Żywność lokalna to produkty sektora rolno-spożywczego charakteryzujące się najwyższą jakością. Wyroby te produkowane są z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju. Są one związane z miejscem wytwarzania. Wyroby te nie są certyfikowane.
2. Produkty regionalne to produkty sektora rolno-spożywczego charakteryzujące się najwyższą jakością. Wyroby te wytwarzane są również z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju. Są one także związane z obszarem, na którym są wytwarzane. Produkty te są certyfikowane znakami jakości nadawanymi przez Unię Europejską – chroniona nazwa pochodzenia, chronione oznaczenie geograficzne oraz gwarantowana tradycyjna specjalność.

Certyfikacja produktów lokalnych i regionalnych

W Unii Europejskiej od bardzo dawna prowadzi się politykę związaną z utrzymaniem odpowiedniej jakości i standaryzacji produktów spożywczych, co wynika z dbania o konsumenta w kwestii jego zdrowia, ale też o interesy wytwórców. W związku z tym jednym z kluczowych zagadnień stało się podtrzymywanie lokalnych tradycji i zwyczajów⁹.

Terminologię produktu regionalnego i tradycyjnego w Polsce ukształtowano ze względu na przystąpienie jej do Unii Europejskiej. Jednakże pojęcia te ukształtowały się dzięki stworzeniu i zaakceptowaniu ustawy z 2004 roku o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych. Było to bardzo istotne, ponieważ uregulowało rozumienie tych pojęć¹⁰. Na rysunku 1 przedstawiono kolejno znaki: chroniona nazwa pochodzenia, chronione oznaczenie geograficzne i gwarantowana tradycyjna specjalność.



Rysunek 1. Znaki certyfikujące żywność regionalną

Źródło: <http://www.trzyznakismaku.pl/oznaczenia> (dostęp: 10.10.2018).

Chroniona nazwa pochodzenia (ChNP) dotyczy produktów ściśle związanych z obszarem ich wytwarzania. W tym przypadku każdy z etapów produkcji musi być realizowany na przypisanym mu obszarze¹¹. Zatem znak ten oznacza nazwę regionu lub terenu,

⁹S. Chudy, U. Gierałtowska: Produkty tradycyjne i regionalne z perspektywy szczecińskich studentów, *Journal of Agribusiness and Rural Development* 2013, nr 1(27), s. 45–52.

¹⁰M. Kupracz: Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia Regionalne i Lokalne* 2007, nr 4(30), s. 100–115.

¹¹A. Hajdukiewicz: Oznaczenie geograficzne produktów rolno-spożywczych jako kwesta sporna w negocjacjach transatlantywnego partnerstwa handlowo-inwestycyjnego, *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania* 2015, nr 1(41), s. 39–51.

używaną do opisanie produktu rolnego lub artykułu spożywczego pochodzącego z konkretnego miejsca. Certyfikat ten odnosi się do wyrobu, którego kolejne etapy produkcji są niezmiennie, a jego cechy są powiązane z danym otoczeniem geograficznym oraz naturalnymi i ludzkimi czynnikami. Producenci ubiegający się o znak muszą wykazać, że jakość ich wyrobów jest obiektywnie powiązana z pochodzeniem oraz że cały proces technologiczny odbywa się w regionie, który przypisywany jest do nazwy tego produktu¹². Certyfikat ten otrzymało dziewięć produktów regionalnych i tradycyjnych, którymi są: Fasola Piękny Jaś z Doliny Dunajca, Wiśnia nadwiślankę, Oscypek, Bryndza podhalańska, Podkarpacki miód spadziowy, Redykołka, Fasola wrzawska i Karp zatorski, Miód z Sejneńszczyzny¹³.

Chronione oznaczenie geograficzne (ChOG) dotyczy wyrobów wytwarzanych na określonym obszarze geograficznym. Takiemu pochodzeniu może być przyporządkowana jakość, renoma czy charakterystyczna cecha produktów. W przypadku tego znaku wystarczy, aby jeden z etapów wytwarzania odbywał się na wskazanym terenie. Z kolei surowce używane do produkcji mogą pochodzić z innych obszarów¹⁴. Są to, np.: Cebularz lubelski, Jabłka grójeckie, Kołocz śląski, Obwarzanek krakowski czy Rogal świętomarciński¹⁵.

Gwarantowana tradycyjna specjalność (GTS) dotyczy żywności, która charakteryzuje się cechami wyróżniającymi spośród innych produktów spożywczych tej samej kategorii. Wyrób ten musi cechować się tradycyjnym składem oraz sposobem wytwarzania przekazywanym z pokolenia na pokolenie. Przykładami takich produktów są: Kiełbasa jałowcowa staropolska, Kiełbasa myśliwska staropolska czy Olej rydzowy tradycyjny¹⁶.

Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”

W Polsce istnieje wiele projektów edukacyjnych promujących zdrową żywność czy odpowiednie odżywianie. W związku z rosnącym zainteresowaniem żywnością lokalną, regionalną oraz tradycyjną postanowiono również stworzyć kolejne programy nawiązujące do tego obszaru wiedzy. Jednym z takich przedsięwzięć było stworzenie na Dolnym Śląsku szlaku prezentującego wyroby i potrawy ściśle związane z tradycją województwa. Polska Akademia Sztuki Kulinarnej Ad Gustum zaprezentowała ideę stworzenia dolnośląskiego szlaku kulinarnego podczas konferencji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego 5 kwietnia 2016 roku w siedzibie Dolnośląskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego we Wrocławiu. Na rysunku 2 przedstawiono logo szlaku „Smaki Dolnego Śląska”.

¹²M. Grębowiec, op. cit., s. 22–30.

¹³K. Rejman, E. Halicka, H. Nagalska: Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, *Więś i Rolnictwo* 2015, nr 3(168), s. 117–131.

¹⁴I. Lipińska: The system of the protection of geographical indications and designations of origin for an agricultural products, *Journal of Agribusiness and Rural Development* 2008, nr 4(10), s. 1–10.

¹⁵K. Rejman i in., op. cit., s. 117–131.

¹⁶A. Borowska: Unijny system ochrony żywnościowych produktów regionalnych i tradycyjnych, *Zeszyty Naukowe SGGW, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* 2008, nr 71, s. 177–122.



Rysunek 2. Logo szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska”

Źródło: <http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).

Celem stworzenia dolnośląskiego szlaku kulinarnego było¹⁷:

- efektywne wykorzystanie potencjału w regionie – specyficznego dziedzictwa kulinarnego (wielokulturowość wynikająca z dawnej i ze współczesnej historii),
- umożliwianie turystyce odwiedzenie najcenniejszych miejsc turystyki kulinarnej w regionie – ułatwienie wędrówek kulinarnych,
- zbudowanie markowych kulinarnych produktów turystycznych,
- promocja potraw i produktów regionalnych, tradycyjnych, lokalnych, ekologicznych – wzrost zainteresowania tymi produktami,
- zwiększenie popytu na produkty i potrawy regionalne, tradycyjne, lokalne i ekologiczne,
- zapobieganie dysfunkcjom turystyki w regionie.

Członkami szlaku mogą zostać podmioty działające w szeroko pojętej dolnośląskiej kulinarniej branży turystycznej, posiadające certyfikat jakości przyznawany przez krajowe lub międzynarodowe organizacje certyfikujące. Podmioty nieposiadające wspomnianego certyfikatu poddadzą się certyfikacji komisji weryfikacyjnej powoływanej przez Dolnośląską Organizację Turystyczną¹⁸.

Szlak obejmuje wyroby lokalne, regionalne i tradycyjne oraz lokale gastronomiczne (restauracje, karczmy, oberże itp.), oferujące dania przygotowywane z tych surowców i produktów. Szlak obecnie składa się z 54 obiektów lub produktów. Zostały one opisane w tabeli.

Analizując informacje przedstawione w tabeli, można zauważyć, że szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska” składa się głównie z punktów gastronomicznych oraz barów, mniejszością są w nim produkty oraz przetwory lokalne.

¹⁷<http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).

¹⁸Tamże.

Tabela. Podmioty wchodzące w skład szlaku kulinarnego „Smaki Dolnego Śląska”

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
1	Restauracja Uczta w Zamku Czocho	Bogata oferta turystyczna i gastronomiczna (zwiedzanie zamku czy wyjątkowe dania tradycyjnej polskiej kuchni, np. maliniak).
2	Restauracja Boletus w Zamku Kliczków	Dania w restauracji wytwarzane są m.in. z surowców pochodzących z Borów Dolnośląskich (restauracja otrzymała certyfikat Dziedzictwa Kulinarnego Dolnego Śląska).
3	Gospoda Kruszyna	Tradycyjna polska kuchnia, np. żurek w chlebie czy pierogi z kaszą.
4	Karczma Młyńska i Barka Tumska we Wrocławiu	Oferta obejmuje usługi hotelowe oraz gastronomiczne kuchni staropolskiej, np. tatar, smalec domowy, schab z zasmażoną kapustą czy pierogi.
5	Restauracja Pałacu Stanisławów	Potrawy kuchni polskiej i francuskiej.
6	Restauracja w Pałacu Łomnica	Zwiedzanie zabytkowego pałacu wraz z ofertą gastronomiczną (Salon Różowy, Sala Niebieska, restauracja Stara Stajnia itp.).
7	Karczma Rzym	Usługi hotelowe i gastronomiczne (np. żurek w chlebie czy smalec własnej roboty)
8	Hotel HP Park Plaza	Usługi hotelowe oraz nowoczesna wrocławska sztuka kulinarna, np. żurek kresowy z pokrzywą.
9	Art. Hotel Wrocław	Usługi hotelowe oraz dania inspirowane dawną kuchnią Wrocławia.
10	Gastropub Wrocławska	Dania produkowane z surowców i przetworów pochodzących od dolnośląskich producentów.
11	Restauracja Villa Greta	Organizacja przyjęć oraz restauracja z tradycyjnymi potrawami z lokalnych i sezonowych produktów.
12	Dworek Galosa	Usługi hotelowe, organizacja przyjęć oraz usługi gastronomiczne. Dania przygotowywane są według tradycyjnych receptur z pokolenia na pokolenie.
13	Hotel Bukowy Park Medica Spa	Usługi hotelowe i gastronomiczne. Potrawy przygotowywane są z naturalnych składników i zgodnie z ideą „Slow Food”, np. wędzony w bukowinie łosoś.
14	Restauracja Dwór Liczyrzepy	Dania i produkty z lokalnych surowców i przetworów, np. ser łomnicki.
15	Spizarnia Miodowa	Celem jej działalności jest pozyskanie miodu regionalnego, zdrowego, smacznego o niezmiennej jakości i w dobrej cenie.
16	Gospodarstwo Rolne M. Sznajder	Produkcja kiszonych warzyw: kiszone ogórki, buraczki oraz kapusta.
17	Winnica Jaworek	Produkcja win (owoce zbierane są ręcznie, a wino długo leżakuje w dębowych beczkach, którym zawdzięcza odpowiednie aromaty).
18	Likier Karkonoski	Napój alkoholowy wytwarzany ze karkonoskich jagód z dodatkiem ziół.

I. Kwil

Tabela cd.

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
19	Restauracja Hotelu Polanica Resort Spa	Posiłki przygotowywane z lokalnych surowców i przetworów, np. z aronii pochodzącej z Gospodarstwa Ekologicznego Eko Ar czy Ser Śrubowski produkowany w serowni zlokalizowanej we wsi Ślubów.
20	Restauracja Red Baron	Oprócz tradycyjnych metod przygotowania posiłków w restauracji można również spróbować potraw przygotowywanych metodą „sous vide”, np. sandacz z cukinią w pomidorach.
21	Gospoda 8 Ryb	Menu opiera się na rybach pochodzących ze stawów Milickich (Dolina Baryczy).
22	Raj Pstrąga	Bar który ma swoim menu: pstrąga smażonego, pstrąga grillowanego, pstrąga wędzonego, smażony ser, grillowaną karkówkę, paluszki rybne, zupę rybną czy makaron z pstrągiem.
23	Bernard Piwiarnia- -Restauracja	Przygotowywanie tradycyjnych dań we współczesnych aranżacjach (naturalne i sezonowe surowce).
24	Akademia Kuraszków	Tworzenie potraw tradycyjnych, polskich w nowoczesnym wydaniu. W restauracji wypiekany jest pieczywo, produkowane są konfitury czy pieczone są paszety.
25	Sery Ślubowskie	Produkcja serów, np. gouda, tyłżycki, maślany itp.
26	Dworzysko	Szeroki wybór produktów regionalnych oraz wyrobów wytwarzanych na miejscu.
27	Restauracja Książęca	Dania regionalne takie jak: grzyby leśne z szyszkami rakowymi czy kaczką po polsku podana z sosem z czerwonej porzeczki.
28	Karczma Lwowska	Dania kuchni polskiej i lwowskiej, np. gołąbki kresówki.
29	Restauracja pod Fredrą	Tradycyjne dania kuchni polskiej, np. półmisek mięs z grilla z warzywami.
30	Sery Łomnickie z Koziej Łąki	Produkcja serów długodojrzewających z przyprawami, np. sery twarogowe, ricotta czy bryndza kozia.
31	Maciejowy Sad	Produkcja soków jabłkowych świeżo tłoczonych.
32	Karczma w Starej Kuźni	Dania z surowców pochodzących od lokalnych producentów.
33	Piekarnia Ulijanka	Produkcja chlebów na zakwasie, bułek oraz ciastek.
34	Malarska 25	Restauracja z daniami z surowców wysokiej jakości w artystycznej aranżacji.
35	Browar Kamienica	Produkcja piw lekkich, zbalansowanych i pijalnych.
36	Restauracja Graniczna	Dania kuchni regionalnej, np. wołowina kłodzka z knedlami, pstrąg „po radkowsku”.
37	Pstrąg Kłodzki	W ofercie występują takie ryby, jak: pstrąg tęczy, pstrąg potokowy, pstrąg źródłany.
38	Runoland	Produkcja przetworów z owoców i grzybów.
39	Masarnia Urbanowscy	Produkcja wędlin tradycyjnych i naturalnych.

Tabela cd.

Lp.	Nazwa	Charakterystyka działalności
40	Restauracja Marina	Dania o niekonwencjonalnym smaku, np. połówczki wieprzowe z borowikami oraz pieróg po polsku z wyjątkowym nadzieniem z sandacza i wędzonego pstrąga.
41	Restauracja Przystań	Potrawy są tu przygotowywane z wysokiej jakości produktów z dodatkiem pachnących ziół i sezonowych warzyw.
42	Olejarnia	Produkcja olejów tłoczonych na zimno, np. olej rzepakowy czy olej lniany.
43	Winnica de Sas	Produkcja win i cydru oraz oferta agroturystyczna.
44	Gospodarstwo Ekologiczne Wagnerówka	W gospodarstwie wytwarzane są następujące produkty: cukinia i patisony w chili, konfitura aroniowo-gruszkowa, żurek, cukinia w zalewie octowej, powidła śliwkowe, kapusta kiszona z chrzanem, patisony w zalewie octowej, sok z aronii i pigwowca, cukinia kiszona czy sałatka z cukinii.
45	Wizja Wina PL	W swojej ofercie winiarnia ma szeroki wybór win z kilkunastu dolnośląskich winnic oraz z innych województw.
46	Zabytkowe Gospodarstwo Gottwaldówka	Prowadzone są tu warsztaty pieczenia chleba na zakwasie w starym piecu chlebowym. Istnieje też możliwość spróbowania dawnych dolnośląskich specjałów, wpisanych na ministerialną listę produktów tradycyjnych, np. śląskie niebo.
47	Dom Pielgrzyma im. Świętej Rodziny	Miejsce oferuje noclegi wraz z restauracją i kawiarnią. Popularnym daniem są staropolskie flaczki.
48	Młyn Usługowy Zenon Feszczuk	Produkcja „Mąki jordanowskiej”: – pszenna, żytnia i orkiszowa. Oprócz tego w ofercie jest chleb własnego wyrobu.
49	Stawy Milickie	Punkt sprzedaży detalicznej ryb.
50	W Starej Rzeźni	W ofercie są warzywa i owoce, oleje i oliwy tłoczone na zimno, soki tłoczone na zimno z różnych owoców i warzyw.
51	Pasieka Zuzia	Oferta obejmuje następujące produkty: miód lipowy „Złoto Domaszkowa”, miód akacjowy „Kryształ Lubiąża” miód wielokwiatowy „miód tysiąca kwiatów”, miód rzepakowy, faceliowy, nawłociowy, gryczany, leśny, pyłek kwiatowy, pierzgę, propolis oraz wosk pszczeli.
52	Garaż Smaku	Sklep z produktami lokalnymi i ekologicznymi.
53	Pierniki Wrocławskie	Pierniki wytwarzane z tradycyjnej receptury.
54	Cukiernia Świerczyńscy	Cukiernia produkuje głównie wyroby cukiernicze. W swojej ofercie sprzedażowej ma torty okolicznościowe, a także ciasta deserowe i pieczone oraz wyroby z najwyższej jakości czekolady. W punktach sprzedaży można nabyć również tradycyjne chleby oraz wyroby maślane.

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).

Podsumowanie

Obecnie trendy konsumpcyjne bardzo często są skierowane na produkty lokalne, regionalne oraz tradycyjne. W związku z tym bardzo ważne jest, aby konsument miał możliwość znalezienia takiej żywności na co dzień – zarówno w postaci produktów, jak i potraw. Tworzenie projektów edukacyjnych z tego zakresu staje się więc niezbędne w turystyce regionalnej, może także przynieść korzyści mieszkańcom danego regionu.

W artykule scharakteryzowano szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”, aby pogłębić wiedzę z zakresu turystyki kulinarnej. Szlak obejmuje 54 obiekty i produkty. W większości są to restauracje oferujące potrawy przygotowywane z produktów lokalnych regionalnych i tradycyjnych oraz sklepy oferujące takie wyroby czy same produkty. W toku badawczym przedstawiono i scharakteryzowano produkty lokalne, regionalne oraz tradycyjne. Wskazano również własną definicję produktu lokalnego ze względu na niespójności terminologiczne w publikacjach naukowych. Opisano również znaki certyfikujące żywność regionalną.

Powyższe rozważania mają charakter poglądowy, jednakże w przyszłości mogą posłużyć do przeprowadzenia kolejnych, szerszych badań opisujących przedstawione zagadnienie. Szczególnie istotne wydaje się podjęcie pogłębionych badań nad tematyką szlaków kulinarnych w całym kraju, ponieważ nie ma obecnie zbyt wielu publikacji opisujących ten temat. Kolejne badania mogą pomóc członkom szlaku w ich strategiach marketingowych, ponieważ turystyka powinna obejmować swoim zakresem nie tylko zwiedzanie zabytków, ale też poznawanie regionu poprzez zwyczaje oraz potrawy i wyroby lokalne. Z kolei konsumentom i turystom od strony edukacyjnej większa świadomość w kontekście turystyki kulinarnej oraz szersza oferta turystyczna w tym zakresie mogą przyczynić się do większego zainteresowania regionem oraz żywnością lokalną, regionalną i tradycyjną stamtąd pochodzącą.

Literatura

- Borowska A.: Unijny system ochrony żywnościowych produktów regionalnych i tradycyjnych, Zeszyty Naukowe SGGW, *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* 2008, nr 71, s. 107–122.
- Chudy S., Gierałtowska U.: Produkty tradycyjne i regionalne z perspektywy szczecińskich studentów, *Journal of Agribusiness and Rural Development* 2013, nr 1(27), s. 45–52.
- Grębowiec M.: Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na rynku dóbr żywnościowych w Polsce, *Zeszyty Naukowe SGGW, Problemy Rolnictwa Światowego* 2010, nr 10(25), s. 22–31.
- Hajdukiewicz A.: Oznaczenie geograficzne produktów rolno-spożywczych jako kwesta sporna w negocjacjach translatywnego partnerstwa handlowo-inwestycyjnego, *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania* 2015, nr 1(41), s. 39–51.
- Królikowski J.: 87 projektów walczy o dotacje na e-usługi, również na geodezję, *Geoforum.pl*, 2016, <https://geoforum.pl/news/21710/dolny-slask-87-projektow-walczy-o-dotacje-na-e-uslugi-rowniez-na-geodezje> (dostęp: 10.10.2018).
- Kucharczyk M., Błaszczak J., Seruga P., Piekara A., Zimny S., Krzywonos M.: Charakterystyka produktów regionalnych i tradycyjnych – wpływ na marketing, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu* 2016, nr 461, s. 113–121.
- Kupracz M.: Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia Regionalne i Lokalne* 2007, nr 4(30), s. 100–115.

- Kwil I.: Level of consumer awareness in the aspect of local and regional food products originating from Lower Silesia – results of surveys, [w:] Business and non-profit organizations facing increased competition and growing customers' demands, A. Nalepka, A. Ujwary-Gil (red.), Wydawnictwo Nova Sandec, Nowy Sącz 2018.
- Lipińska I.: The system of the protection of geographical indications and designations of origin for an agricultural products, Journal of Agribusiness and Rural Development 2008, nr 4(10), s. 37–46.
- Minta S., Cempiel M.: Badanie satysfakcji konsumentów produktu tradycyjnego na przykładzie oscypka, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2017, nr 19(6), s. 195–200.
- Minta S., Tańska-Hus B., Kapała A.: Consumer awareness of regional products – selected research results, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2014, nr 16(4), s. 176–181.
- Rejman K., Halicka E., Nagalska H.: Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, Wieś i Rolnictwo 2015, nr 3(168), s. 117–132.
- Rogała A.: Zainteresowanie żywnością lokalną wśród polskich konsumentów na tle polityki rolnej Unii Europejskiej, Handel Wewnętrzny 2015, nr 3(356), s. 227–238.
- Rohrscheidt V.A.M.: Turystyka kulturowa – wokół definicji, Turystyka Kulturowa 2008, nr 1, s. 4–21.
- Smaki Dolnego Śląska: Szlak kulinarny „Smaki Dolnego Śląska”, <http://smakidolnegoslaska.pl> (dostęp: 10.10.2018).
- Trzy Znaki Smaku: Oznaczenia, <http://www.trzyznakismaku.pl/oznaczenia> (dostęp: 10.10.2018).
- Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz.U. 2005 nr 10, poz. 68).
- Wiśniewska M.: Żywność, życie i turystyka w stylu „slow”, Zarządzanie i Finanse 2012, nr 10(3), cz. 2, s. 161–176.

„Tastes of Lower Silesia” culinary route

Summary. In regional tourism, attention is now paid not only to attractions related to visiting places. The culinary tourism has become very important recently, which is identified with the visited area. These are usually products or dishes assigned to three different product groups: local, regional or traditional food. This article draws attention to the promotion of the region through the creation of educational projects, such as the culinary route “Tastes of Lower Silesia”. The article has been divided into three parts. The first one describes the terminology of local, regional and traditional food. The second part describes the quality marks certifying regional products. The next part describes the assumptions of the culinary route “Tastes of Lower Silesia”. The article is for illustration only.

Key words: culinary tourism, regional food, PGI, PDO, TSG, culinary route