

X kadencja



# KANCELARIA SEJMU

## Biuro Komisji Sejmowych

### PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

**Komisja  
Kultury  
Fizycznej,  
Sportu  
i Turystyki**

■ **PODKOMISJI STAŁEJ DO SPRAW  
TURYSTYKI  
(NR 21)  
z dnia 2 września 2026 r.**



---

# Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki – podkomisji stałej do spraw turystyki (nr 21)

2 września 2026 r.

Podkomisja stała do spraw turystyki, obradująca pod przewodnictwem posła **Piotra Górnikiewicza (Polska2050)**, przewodniczącego podkomisji, rozpatrzyła:

- informację ministra sportu i turystyki na temat kulinarnych szlaków turystycznych jako narzędzia do rozwoju turystyki lokalnej i promocji produktów regionalnych,
- informację ministra sportu i turystyki na temat sezonu rowerowego w Polsce.

W posiedzeniu udział wzięli: **Elżbieta Wyrwicz** radca w Zespole Badań Rynku Turystycznego i Edukacji Kadr Ministerstwa Sportu i Turystyki wraz ze współpracownikami, **Małgorzata Wilk-Grzywna** wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej wraz ze współpracownikami, **Jan Golba** dyrektor Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi wraz ze współpracownikami, **Jerzy Kapłon** prezes Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego, **Rafał Szlachta** prezes Polskiej Organizacji Rozwoju Sportu i Turystyki, **Hieronim Jurga** przewodniczący Ogólnopolskiej Komisji Branżowej Rzemiosł Spożywczych Związku Rzemiosła Polskiego wraz ze współpracownikami, **Jarosław Uściński** prezes zarządu Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Szefów Kuchni i Cukierni.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Krzysztof Majer**, **Damian Stanisławski** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

## **Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Witam bardzo serdecznie. Otwieram posiedzenie podkomisji stałej do spraw turystyki. Dzień dobry, szanowni państwo. Minęła 18.00, więc myślę, że możemy powoli zaczynać.

Witam bardzo serdecznie na posiedzeniu podkomisji stałej do spraw turystyki. Stwierdzam kworum i witam wszystkich zaproszonych gości: panią Marzenę Strojewską – naczelnik Wydziału Planowania i Innowacyjności w Turystyce w Ministerstwie Sportu i Turystyki; panią Elżbietę Wyrwicz – radcę w Zespole Badań Rynku Turystycznego i Edukacji Kadr MSiT; panią Małgorzatę Wilk-Grzywnę – wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej; panią Sylwię Skutę – głównego specjalistę w Departamencie Wsparcia Produktu Turystycznego POT; pana Jana Golbę – dyrektora Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi; pana Damiana Nowaka – zastępcę dyrektora Departamentu Transferu Wiedzy i Spraw Społecznych MRiRW; panią Agnieszkę Skrętkowską – naczelnik Wydziału Aktywizacji Obszarów Wiejskich w Departamencie Transferu Wiedzy i Spraw Społecznych MRiRW; pana Jerzego Kapłona – prezesa Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego; pana Rafała Szlachtę – prezesa Polskiej Organizacji Rozwoju Sportu i Turystyki; pana Hieronima Jurgę reprezentującego Ogólnopolską Komisję Branżową Rzemiosł Spożywczych Związku Rzemiosła Polskiego; pana Kamila Rybikowskiego ze Związku Rzemiosła Polskiego; pana Jarosława Uścińskiego z Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Szefów Kuchni i Cukierni; panią Dorotę Zbińkowską z Mazowieckiej Organizacji Turystycznej.

Szanowni państwo, dzisiaj bardzo dwa fajne tematy, które wiążą się ze sobą. To jest rozpatrzenie informacji ministra sportu i turystyki na temat kulinarnych szlaków turystycznych jako narzędzia do rozwoju turystyki lokalnej i promocji produktów regionalnych oraz rozpatrzenie informacji ministra sportu i turystyki na temat sezonu rowerowego w Polsce. Czy są jakieś uwagi do porządku dziennego? Nie słyszę.

Przechodzimy w takim razie do realizacji pierwszego punktu porządku dziennego. Myślę, że te dwa punkty zrobimy sobie od razu i później przejdziemy do dyskusji. Bardzo proszę, kto z ministerstwa zaszczyli nas kilkoma słowami? Bardzo proszę.

**Radca w Zespole Badań Rynku Turystycznego i Edukacji Kadr Ministerstwa Sportu i Turystyki Elżbieta Wyrwicz:**

Szanowny panie przewodniczący, szanowni państwo, Elżbieta Wyrwicz – Departament Turystyki. Króciutko dokonam wprowadzenia. Państwo posłowie otrzymali obszerny materiał zarówno o turystyce kulinarnej, szlakach kulinarnych, jak i o problemach związanych z turystyką rowerową. Bezpośrednim realizatorem większości tych zadań jest Polska Organizacja Turystyczna, dlatego poproszę potem panią wiceprezes, czy państwa z POT o kontynuowanie.

Szlaki kulinarne łączą walory kulinarne z dziedzictwem kulturowym, historycznym i przyrodniczym danego obszaru, tworząc kompleksowy produkt turystyczny. Rozwój szlaków kulinarnych może także stanowić istotne narzędzie wspierania turystyki lokalnej i regionalnej. Polska Organizacja Turystyczna prowadzi wiele działań promocyjnych w zakresie turystyki kulinarnej i szlaków kulinarnych, natomiast działania te, np. prowadzone w 2026 r., nie ograniczały się do promocji gastronomii ani poszczególnych restauracji lecz służyły budowaniu wizerunku Polski jako destynacji, którą można poznawać poprzez regionalne smaki, lokalne produkty, tradycje kulinarne, szlaki tematyczne, miejsca produkcji żywności, restauracje oraz spotkania z producentami i szefami kuchni. Polska Organizacja Turystyczna podejmowała wiele działań zarówno w ramach promocji krajowej, jak i zagranicznej. To jest opisane szczegółowo w materiale, a więc można powiedzieć, że promocja turystyki kulinarnej przyjęła formę wielokanałowego systemu komunikacji, w którym poszczególne działania wzajemnie się uzupełniały.

Turystyka kulinarna pełni funkcję narzędzia dywersyfikacji ruchu turystycznego, ponieważ daje powód do odwiedzania miejsc położonych poza największymi ośrodkami miejskimi. Jednocześnie sprzyja promocji lokalnych producentów, tradycyjnych metod wytwarzania, rodzinnego rzemiosła, małej gastronomii, szlaków kulinarnych oraz wydarzeń regionalnych.

To tyle tytułem wstępu o turystyce kulinarnej. Panie przewodniczący, czy od razu przedstawić kilka zdań na temat szlaków rowerowych, a potem będzie uzupełniające wystąpienie POT?

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Tak.

**Radca w zespole MSiT Elżbieta Wyrwicz:**

Jeśli chodzi o turystykę rowerową, działania ministra właściwego do spraw turystyki to przede wszystkim wspieranie przedsięwzięć konkretnych organizacji pozarządowych w ramach konkursu dotacyjnego „Polskie Szlaki Turystyczne”. W kolejnych latach dofinansowujemy, realizujemy po kilka, po kilkanaście takich zadań. Oczywiście to konkurs dotacyjny, a więc składanie ofert przez organizacje pozarządowe, czyli spoza sektora finansów publicznych. Wyłanianie w konkursie są najlepsze. Ocenie podlega czy spełniają warunki formalne, a następnie czy w naszej ocenie zasługują na dofinansowanie. W 2023 r. i 2024 r. kwota dofinansowania wynosiła po 3 mln zł. W 2025 r. przeznaczono na to kwotę 10 mln zł, zaś w 2026 r. 8 mln zł, z tym, że to są dotacje na wspieranie różnych przedsięwzięć. W 2023 r. zrealizowano dwa zadania jeśli chodzi o szlaki rowerowe i długość odnowionych tras rowerowych wyniosła 425 km. W 2024 r. zrealizowano 9 zadań publicznych. Finalnie łączna kwota dofinansowania wyniosła ponad 2,9 miliona złotych, w tym na cele związane ze szlakami rowerowymi wydatkowano kwotę około 1 mln zł, czyli 1/3 tej dotacji.

W 2025 r. zrealizowano 25 zadań publicznych. Finalnie łączna kwota dofinansowania wyniosła ponad 9,2 mln zł, w tym na cele związane ze szlakami rowerowymi wydatkowano kwotę około 3,8 mln zł. W ramach dotacji, w ramach wspierania tych przedsięwzięć, odnowiono około 700 km rowerowych szlaków turystycznych, w tym z infrastrukturą towarzyszącą, z uwzględnieniem potrzeb osób z niepełnosprawnościami oraz dostosowaniem tablic informacyjnych dla osób starszych i z niepełnosprawnościami i około 300 km nowoutworzonych szlaków rowerowych z elementami infrastruktury dostępnej dla osób starszych i z niepełnosprawnościami.

W 2026 r. zadania są w trakcie realizacji, ale spośród 24 zadań wyłonionych do dofinansowania, 4 dotyczą szlaków rowerowych. Są to: Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Leśna Kraina Górnego Śląska” – renowacja szlaku rowerowego „Leśna Uciecha” i kwota 201 100 zł; Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna – „Kraszczadzki Szlak Rowerowy Natury i Historii”, wytyczenie i oznakowanie rowerowego szlaku tematycznego – przyznana dotacja to 347 856 zł; Międzyborskie Stowarzyszenie Turystyczno-Krajoznawcze „Zbójnik” – rowerowy szlak

Zbójnika, pogranicze dolnośląsko-wielkopolskie – przyznana dotacja 210 tys. zł; Stowarzyszenie Metropolia Toruńska – „Nieoczywiste Trasy Rowerowe Szlakiem Tajemniczych Miejsc Metropolii Toruńskiej” – przyznana dotacja 168 658 zł. Te zadania będą realizowane do 31 grudnia, a sprawozdania, podsumowanie i przedstawienie do MSiT sprawozdań i rozliczeń odbywa się w lutym.

W latach 2023-2025 odnowiono około 1500 km szlaków, tras rowerowych, a 440 km to długość nowoutworzonych szlaków rowerowych z elementami infrastruktury dostępnej dla osób starszych i z niepełnosprawnościami. Łącznie na przedsięwzięcia związane z trasami rowerowymi wydatkowano w tym okresie 5 mln zł. Wiele działań promocyjnych, rozwijających, wspierających rozwój turystyki rowerowej, realizuje POT. Jeśli pan przewodniczący pozwoli, poprosimy teraz o dalszą wypowiedź pań z POT.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo proszę.

**Wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Witam państwa serdecznie, panie przewodniczący, panowie posłowie, witam wszystkich państwa. Ponieważ spotykamy się dosyć często poruszając temat turystyki kulinarnej i rowerowej możemy przyjąć tezę, że jest to ważny element promocji Polski. Polska Organizacja Turystyczna traktuje kulinaria jako jeden z ważnych powodów wyboru Polski jako celu podróży i narzędzie budowania atrakcyjności naszego kraju, regionów i poszczególnych miejsc. Szczególne miejsce w naszej promocji zajmują szlaki kulinarne. Na zlecenie POT w 2024 r. została przygotowana analiza funkcjonowania i potencjału promocyjnego szlaków kulinarnych w Polsce. To opracowanie zostało przygotowane pod nadzorem pana profesora Stasiaka z Uniwersytetu Łódzkiego i w opracowaniu zidentyfikowano 36 funkcjonujących szlaków, przy czym zauważono, że najbardziej dynamicznie rozwijającym się segmentem spośród szlaków kulinarnych jest szlak winiarski. Szlaki winiarskie stanowią 1/4 wszystkich zidentyfikowanych tras kulinarnych. Analiza pokazała, że największego wsparcia nie potrzebuje samo tworzenie szlaków. Często są one tworzone jako turystyczny produkt liniowy po zakończeniu jakiegoś projektu. To niestety ginie śmiercią naturalną. Nie chodzi o tworzenie nowych szlaków – tak wypowiadają się eksperci – ale o ich profesjonalizację, czyli o właściwe zarządzanie, tworzenie dobrego systemu jakości szlaków, stałą współpracę partnerów, dobrą komunikację i tworzenie na bazie szlaków kulinarnych dobrej oferty dla turysty.

Z opracowania, raportu Stasiaka wynika, że są dwa takie szlaki kulinarne w Polsce, które stanowią pełnoprawny produkt turystyczny i wizytówkę regionu. Takim szlakiem wzorcowym, określanym jako taki, który najlepiej nadaje się do sprzedaży za granicą, jest szlak kulinarny „Śląskie Smaki”. Tworzy go 26 lokali. W państwa materiałach pokazaliśmy 24, ale w międzyczasie pojawiły się dwie nowe restauracje. Te restauracje oferują około 100 tradycyjnych potraw związanych ze stołem śląskim, jurajskim, zagłębiowskim i beskidzkim. Siłą szlaku jest połączenie tych restauracji z festiwalem „Śląskie Smaki”, promocją telewizyjną, materiałami cyfrowymi, działaniami skierowanymi do mediów, tour operatorów, z różnymi wersjami językowymi opowiadającymi o tym szlaku. Dlatego, szczególnie jeśli chodzi o rynki zagraniczne, jako POT wspieramy ten wybitny szlak „Śląskie Smaki” poprzez liczne działania, na przykład promocję w TVP, w paśmie „Pytanie na śniadanie” – mówię o działaniach w tym roku – czy też w cyklu „Okrasa łamie przepisy”. Drugim dobrym przykładem jest szlak „Opolski Bifyj” obejmujący 19 lokali, wykorzystujący kuchnię do opowiadania o wielokulturowym dziedzictwie Śląska Opolskiego. POT promował ten szlak w tym roku poprzez audycję telewizyjną „Okrasa łamie przepisy” i felieton w TVP. „Śląskie Smaki” i „Opolski Bifyj” pokazują, że szlak kulinarny może być świetnym narzędziem promocji całego regionu.

Naturalnym rozwinięciem promocji szlaków jest promocja regionów poprzez konkretne produkty kulinarne, dania regionalne i produkty wpisane na listę tradycyjnych produktów kulinarnych. Przyjmujemy bardzo konkretną zasadę jako POT, że nie chodzi wyłącznie o to, aby turysta spróbował produktu w restauracji, ale aby zainteresował się miejscem skąd ten produkt pochodzi. Truskawka kaszubska może być np. świetnym zaproszeniem na Kaszuby. Rogal świętomarciński, jak państwo wszyscy wiecie, zaprasza do Wielkopolski, jest już marką, a rolada z kluskami i modrą kapustą – wiem, że jest czas taki obiadowy – zaprasza na Śląsk. Przykładowo analogicznie świetnie buduje markę szampan z regionu Szampanii we Francji.

Takie podejście przekładamy na konkretne działania promocyjne. W 2026 r. przygotowaliśmy cykl audycji w paśmie „Halo, tu Polsat”. Zapraszamy do oglądania Polsatu „Halo, tu Polsat” – przypominam, godzina 8.00 rano, w dniach 12 września, czyli już wkrótce, 19 września, 20 września i 26 września. Będziemy tam prezentować produkty, dania regionalne, szlaki, które dobrze funkcjonują w Polsce.

Co bardzo istotne, w określeniu produktów kulinarnych, które najlepiej charakteryzują dany region współpracowaliśmy z regionalnymi organizacjami turystycznymi, które wybrały pięć dań czy produktów kulinarnych, które najlepiej nawiązują do lokalnej czy regionalnej tradycji. Spośród tych pięciu regionalnych produktów pan Jacek Szklarek – znawca dziedzictwa kulinarnego i produktów regionalnych – stworzył e-book, który wkrótce ujrzy światło dzienne. Tam prezentujemy potrawy regionalne. Bardzo ważny jest fakt, że e-book powstał we współpracy ze wszystkimi regionami, więc nie ma wątpliwości czy się dobrze wybrało te dania kulinarne, produkty, czy nie, bo to inicjatywa regionów.

Oprócz tego, że mamy „Halo, Polsat”, w magazynie produktowym „Kaleidoscope” – to jest magazyn pokładowy, jak wszyscy wiemy – regularnie publikujemy materiały poświęcone polskiej kuchni, produktom regionalnym. Podobne działania podejmujemy z mediami szerokoasięgowymi, w tym z Interią – mówię tylko o tym roku – dzięki czemu treści dotyczące regionalnych smaków, podróżowania po Polsce mogą dotrzeć szeroko do odbiorcy cyfrowego. Na rynkach zagranicznych wykorzystujemy współpracę z międzynarodowymi, szerokoasięgowymi mediami, w tym z BBC, gdzie polska kuchnia staje się elementem szerszej opowieści o Polsce, miastach, regionach, o naszej kulturze.

Uzupełniając jeszcze tę informację, wielokrotnie mówiliśmy o przewodniku Michelin. Rozpoczęliśmy współpracę z przewodnikiem Michelin w 2023 r. Wtedy w przewodniku znalazło się 49 restauracji, w 2024 r. było 76, w 2025 r. 108, a w tym pierwszej narodowej edycji w przewodniku znalazło się 196 restauracji. W 2026 r. mieliśmy pierwszą narodową edycję przewodnika Michelin, czyli wszystkie regiony zostały objęte promocją w jego ramach. Poddajemy pewne działania promocyjne poświęcone stricte turystyce kulinarnej. Przykładowo w zeszłym roku na Lotnisku Chopina zaistniała turystyka kulinarna na 220 ekranach i dotarła do 25 mln odbiorców.

Podczas ITB w zeszłym roku przygotowaliśmy na polskim stoisku narodową specjalną przestrzeń kulinarną. Podobnie na targach FITUR w Madrycie. Ważnym elementem oprócz naszych działań na różnego rodzaju targach turystycznych, istotnym uzupełnieniem działań jest tzw. dyplomacja kulinarna. Polska kuchnia regionalna, współczesna gastronomia są wykorzystywane jako narzędzie budowania wizerunku. Przykładem jest projekt „Podróże kulinarne z Karolem Okrasą”. Realizujemy ten projekt we współpracy z Ministerstwem Spraw Zagranicznych, w ramach którego zorganizowano np. warsztaty dla ambasadorów i dla 50 placówek dyplomatycznych. O przewodniku Michelin moglibyśmy jeszcze mówić bardzo wiele, ale wszystkie informacje macie państwo w materiałach.

Przejdę może płynnie do tematu turystyki rowerowej, a uzupełni mnie potem pani Sylwia Skuta. Jeżeli będą jeszcze jakieś pytania, chętnie na wszystkie odpowiemy. Przechodząc do turystyki rowerowej, sezon 2026 udowodnił, że zainteresowanie turystyką aktywną i rowerową utrzymuje się naprawdę na bardzo wysokim poziomie. Rowerzyści chętnie i licznie korzystają z istniejącej i nowopowstającej infrastruktury, zwłaszcza o wysokim standardzie. Chcielibyśmy państwu opowiedzieć o czterech najważniejszych nowościach POT związanych z promocją turystyki rowerowej, z budowaniem produktu w oparciu o szlaki rowerowe. Budujemy portal rowerowy, który będzie skupiał informacje o wszystkich szlakach rowerowych w Polsce. Drugim ważnym elementem jest ciągle rozwijanie współpracy z Tour de Pologne. Trzecie nasze działanie to audyty tras rowerowych w Polsce, abyśmy stali się wiarygodnym członkiem Europejskiej Federacji Cyklistów. Chcielibyśmy też dwa słowa powiedzieć o naszym partnerstwie i prowadzonym przez nas międzynarodowym projekcie „Partnerstwo EuroVelo 13”. Chciałabym, żeby uzupełniła moją wypowiedź o trasach rowerowych pani Sylwia Skuta, którą chciałabym też przedstawić, bo jest koordynatorem Narodowego Centrum Koordynacji Tras EuroVelo, jeśli mogę, panie przewodniczący.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo proszę.

## **Główny specjalista w Departamencie Wsparcia Produktu Turystycznego POT Sylwia Skuta:**

Dzień dobry, witam serdecznie. Panie przewodniczący, szanowni państwo, tak jak pani wiceprezes wspomniała, od roku w ramach POT działa Narodowe Centrum Koordynacji Tras EuroVelo. Doświadczenie tego jednego roku pokazuje nam, że poziom krajowy bardzo mocno musi koordynować i wspierać działania rozwoju nie tylko tras międzynarodowych, ale również krajowych i regionalnych. Narodowe centrum działa na zasadzie współpracy ze Związkiem Województw RP. W związku z powyższym wszystkie 16 regionów współpracuje z nami. Dzięki temu mamy bardzo dobry ogólny obraz sytuacji, tego, co się dzieje w regionie. Znamy potrzeby regionów jeśli chodzi o promocję tras rowerowych. Z drugiej strony współpracujemy bardzo mocno z Europejską Federacją Cyklistów, co daje nam bardzo dobry punkt widzenia jak Europa patrzy na Polskę, jak ją postrzega i w jakim kierunku powinniśmy dążyć, żeby polska turystyka rowerowa dorównywała, wręcz nawet była bardzo mocno konkurencyjna w stosunku do oferty, którą ma Europa.

Musimy nadrobić troszeczkę pewne zapóźnienia. Polska Organizacja Turystyczna wzięła na siebie ten ciężar, żeby skoordynować działania i promocje dotyczące turystyki rowerowej w skali kraju. Przede wszystkim do tej pory nie było takiego jednego miejsca, w którym moglibyśmy pokazać nasze wszystkie trasy rowerowe. Turysta, głównie zagraniczny, miał bardzo duży problem z tym, żeby podróżować po Polsce. Musiał sugerować się danymi, informacjami pozyskiwanymi z regionów. Wiadomo, że jest to bardzo duże utrudnienie. Pierwszym krokiem, który miał na celu zebranie wszystkich informacji o trasach rowerowych, było stworzenie w zeszłym roku papierowej mapy „Dwa koła cała Polska” w trzech wersjach językowych, która cieszyła się bardzo dużym powodzeniem. Pokazała nam, że przy portalu Polska Travel brakuje takiego elementu, w którym turyści krajowi i zagraniczni znaleźliby dobrą informację o trasach rowerowych.

Uzupełnię jeszcze słowa pani wiceprezes. Generalnie współpracując z regionami i patrząc też na to pod kątem budowania produktu turystycznego w oparciu o trasy rowerowe, skupiamy się przede wszystkim na trasach rowerowych, które są poparte dużymi inwestycjami. To trasy rowerowe, które mogą konkurować z trasami europejskimi o wysokim standardzie, gdzie głównym elementem, najważniejszym w zasadzie, jest bezpieczeństwo, wygoda i komfort oraz możliwość podróżowania po oznakowanych i dobrze zarządzanych trasach. Właśnie tego typu sztafardowe trasy rowerowe staną się elementem portalu Polska Travel. To nie będzie oddzielny portal rowerowy, bo to są ogromne środki, żeby taki portal postawić. To będzie jeden z elementów portalu Polska Travel, będzie miał domenę Bike Poland Travel. Tam skupiamy się na trasach wysokiej jakości, będą pełne dostępne informacje, możliwość pobrania śladów GPX i informacje praktyczne. Oddzielną część będą prezentowały ośrodki MTB i trasy skierowane do turystów górskich i systemy miejsc przyjaznych rowerzystom, wszystko to, co się turyście może przydać przy planowaniu podróży.

Kolejnym elementem była promocja tras rowerowych przy okazji Tour de Pologne. Wydarzenia sportowe bardzo często gromadzą osoby, które uczestniczą na miejscu, bądź też interesują się, czy korzystają z transmisji telewizyjnych, oglądają. POT w miejscach gdzie jechał peleton chciała pokazać ofertę turystyki rowerowej danych obszarów. Jeżeli ktoś przyjechał na miejsce, bądź usłyszał w telewizji o trasach rowerowych w pobliżu, miał szansę pozyskać więcej informacji również na stronie Polska Travel. W czasie Tour de Pologne kobiet i mężczyzn stronę POT odwiedziło ponad 127 tys. osób. Te wszystkie wydarzenia zawsze są bardzo dobrym nośnikiem informacji i promocji. Myślę, że będziemy ten kierunek kontynuowali.

Jeśli chodzi o trasę EuroVelo i audyty tras, to jest kolejny punkt z naszego programu. Dlaczego trasy EuroVelo są takie ważne? W zeszłym roku zebraliśmy informacje z regionów, z liczników rowerowych, dotyczące ruchu rowerowego, czyli liczby osób, które przemierzyły daną trasę. W ciągu 2026 r. największym zainteresowaniem cieszyły się trasy, które mogą cieszyć się standardem międzynarodowym i EuroVelo. Te liczby są bezwzględne i pokazują, że niemal 80% ruchu rowerowego jest odnotowywane na trasach europejskich EuroVelo, a niemal 25% to trasy pozostałe – krajowe i regionalne. Dlaczego tak jest? Po pierwsze, bardzo dobra promocja na rynku europejskim. EuroVelo jest marką samą w sobie, przyciąga, a po drugie jest synonimem wysokiej jakości trasy, bezpieczeństwa. Statystyki pokazują, że budowanie tras właśnie w takich standardach ma później bardzo pozytywny efekt i przekłada się nie tylko na to, że mamy potem bardzo dużą liczbę osób, ale też rozwija się przy tym bardzo mocno gospodarka lokalna

i regionalna i tworzone są produkty turystyczne w oparciu o trasę rowerową, obudowywane usługami turystycznymi. Stąd też istotne jest, żeby tych tras było jak najwięcej.

Żeby te trasy spełniały wymogi muszą być audytowane. Europejska Federacja Cyklistów szkoli audytorów specjalnych. Jestem również jednym z nich. Przemierza się taką trasę rowerową, ocenia się ją nie tylko pod kątem infrastruktury, ale również całego otoczenia, dostępnych usług, dostępności komunikacyjnej, np. pociągów. Tych elementów jest bardzo dużo. Dopiero wtedy, kiedy trasa spełnia te wszystkie wymagania, może być certyfikowana, znakowana jako trasa EuroVelo. Z perspektywy Europejskiej Federacji Cyklistów te trasy, które u nas już istnieją i rozwijają się są stawiane za bardzo dobre przykłady w przewodnikach i informatorach, które Europejska Federacja Cyklistów publikuje. Nasze trasy są nowe i przez to bardzo dobrej jakości. Trasy europejskie w innych krajach już trochę noszą ślady historii i wypadają słabiej niż polskie, stąd też takie duże zainteresowanie naszymi trasami.

Dzięki współpracy międzynarodowej mamy możliwość podpisywania różnego rodzaju porozumień międzynarodowych. Takim porozumieniem jest np. trasa EuroVelo 13 – Szlak Żelaznej Kurtyny. To trasa niezwykle istotna, nie tylko ze względu na samą możliwość uprawiania turystyki rowerowej, ale również ze względu na to jakiego tematu dotyczy. To jedyny szlak z sieci EuroVelo, który również jest szlakiem kultury Rady Europy, co jest niezwykle istotne, zwłaszcza w kontekście promocji tego typu trasy. Razem z krajami takimi jak Belgia, Węgry, Słowacja czy Austria POT jest liderem, jeśli chodzi o krajowy obszar współpracy. Chcemy wzmocnić wizerunkowo tę trasę, ponieważ ona jest gotowa, produkt turystyczny istnieje, jest obudowana dobrymi usługami i teraz musimy wypozycjonować ją na nieco większą skalę, żeby w świadomości turystów, głównie zagranicznych, również przyciągała ich do Polski. Jeśli chodzi o to porozumienie, Polska występuje na rzecz dwóch województw, pomorskiego i zachodniopomorskiego, bo tamtędy ta trasa przechodzi. Od przyszłego roku będą podejmowane działania wzmacniające, wizerunkowe, promocyjne i oprócz tego podnoszące standard jakości usług.

Jeszcze jedna ważna rzecz. Do tej pory w Polsce nie wypracowaliśmy takiego narzędzia, który mierzyłoby w skali kraju ruch rowerowy. POT podjęła kroki aby wytworzyć narzędzie, które będzie nam pomagało agregować wszystkie dane z liczników rowerowych zlokalizowanych terenie Polski, którymi administrują regiony. Będziemy mieli możliwość porównywania tych danych rok do roku. Będziemy mogli porównywać regiony i trasy pomiędzy sobą. Będziemy mieli specjalną domenę, gdzie dane będą zagregowane i będziemy mogli państwu je bardzo łatwo przekazywać, ile np. w okresie maj-sierpień było przejazdów rowerowych na trasach rowerowych w danym roku, z uwzględnieniem chociażby nawet wpływu pogody na to, czy dany rok był dobry rowerowo. Mamy nadzieję, że takie porozumienie uda nam się niebawem podpisać wzorem Francji, Niemiec, Szwajcarii, gdzie takie narzędzia są już na porządku dziennym.

Jeśli chodzi o regiony, jak macie państwo napisane w materiałach, regiony bardzo, bardzo mocno inwestują w trasy rowerowe. Tych inwestycji jest bardzo dużo, one są wielomilionowe, praktycznie nie ma tygodnia kiedy nie byłyby ogłaszane jakieś kolejne przetargi. Myślę, że w przyszłym roku i w kolejnych latach Polska rozwinie się pod tym kątem bardzo mocno i oferta takiej turystyki rowerowej z najwyższej półki będzie w zasięgu mieszkańców i turystów zagranicznych.

Myślę, że to w skrócie wszystkie informacje.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo dziękuję. Czy Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi coś by nam chciało dodać? Bardzo proszę.

**Dyrektor Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Jan Golba:**

Panie przewodniczący, panie i panowie posłowie, szanowni państwo, odnosząc się do tak rozbudowanej informacji, jaką przygotowało MSiT, z jednej strony trudno coś dodać, a z drugiej są pewne kwestie, których nie poruszyli. Odpowiadamy za produkcję żywności, za bezpieczeństwo żywności, ale też również za pewien rodzaj wsadu w turystykę, np. w postaci produktów, które są unikatowe. Może w kilku słowach postaram się przeskanować te treści.

Realizujemy szereg działań związanych z identyfikacją, ochroną i promocją produktów regionalnych i tradycyjnych. Resort prowadzi rejestrację produktów o określonym pochodzeniu geograficznym i specyficznej tradycyjnej jakości. To jest bardzo ważne. Podstawowymi

znakami identyfikującymi te produkty jest chroniona nazwa pochodzenia, czyli produkt, który ma wyjątkową jakość, związany z miejscem wytwarzania, a surowce do jego produkcji pochodzą z określonego obszaru. To jest taki żółto-czerwony okrągły zębaty znaczek. Chroniona nazwa, oznaczenie geograficzne, to produkt, którego jakość lub renoma związana jest z miejscem pochodzenia, czyli to coś, co służy bardzo mocno turystyce, przy czym surowce nie muszą pochodzić z jego obszaru. Takim przykładem jest rogal świętomarciński, a tym pierwszym jest oscypek – gwarantowana tradycyjna specjalność, czyli produkt o tradycyjnym charakterze, którego składniki lub metody produkcji mają co najmniej 30-letnią historię.

Systemy te chronią producentów przed nieuczciwą konkurencją, wspierają promocję produktów oraz ochronę dziedzictwa kulinarnego i kulturowego, czyli to o czym dzisiaj rozmawiamy, a dla konsumentów stanowią potwierdzenie specyfiki i unikatowości produktów. To jest powód, dlaczego mamy się gdzieś wybrać, bo jest to produkt unikalny, unikatowy, niepowtarzalny, a nie jeden z wielu. W unijnym systemie zarejestrowano 51 polskich produktów z oznaczeniami, przy czym dwie najświeższe rejestracje są z sierpnia i dotyczą jabłek krajeńskich z 4 sierpnia oraz kielbasy pradziada z Dukli z 6 sierpnia. Mówimy o produktach takich jak bryndza podhalańska, wiśnia nadwiślańska, fasola wrzawska, jabłka grójeckie itd. Już nie będę wymieniał wszystkich w koło, w każdym razie jest tego bardzo dużo. Inne kraje oczywiście mają więcej, ale tego jest sporo i jesteśmy bardzo aktywni na tym obszarze. Cała aktywność jest uzależniona też od współpracy samych podmiotów, które chcą wnioskować o rejestrację tego produktu, ponieważ to nie jest pomysł dla jednej osoby i podniesienia własnego ego, tylko na budowanie związku z regionem i grupowego budowania związku z regionem.

Mamy jeszcze wsparcie w ramach wspólnej polityki rolnej w obszarze rozwoju oznaczeń geograficznych i systemu jakości żywności w kwocie około 30 mln euro. To może jest temat, który dla tej podkomisji jest mniej interesujący, więc go pomnę.

Mamy szereg różnych działań promocyjnych. Mamy ogólnopolski konkurs dla szkół gastronomicznych. Zwykle organizujemy go jesienią, w listopadzie, gdzie promowane są produkty z chronioną nazwą pochodzenia, mające chronione oznaczenia geograficzne lub gwarantowaną tradycyjną specjalność lub też takie, które aspirują do tego grona. Celem konkursu jest popularyzacja produktów regionalnych, tradycyjnych oraz wiedza o systemach jakości żywności wśród młodych adeptów szkoły kulinarnej. Myślę, że ten konkurs jest bardzo ważny, cenny dla uczestników.

Mamy publikacje kulinarne, które są pokłosiem tego konkursu. Mamy targi Smaki Regionów, coroczne bardzo duże wydarzenie w Poznaniu, najbliższe 25-27 września. Mamy listę produktów tradycyjnych, na której mamy produkty, które mają co najmniej 25-letnią historię wytwarzania, udokumentowane pochodzenie. Są takim trochę przedszkolem, miejscem, gdzie można wykuć produkty, które mogą potem aplikować o unijne oznaczenie geograficzne. Na ten moment mamy 2173 produkty wpisane na listę, a regionami, które pod tym kątem najbardziej obfitują są: lubelskie, podkarpackie i małopolskie.

Oprócz tego mamy różnego rodzaju kampanie promujące Polskę w randze międzynarodowej. Wspierają one polski eksport produktów żywnościowych, ale również budują rozpoznawalność polskiej marki i automatycznie turystyki. Mówimy o takiej kampanii „Poland Taste Good”, organizowanej przez KOWR w wielu różnych krajach, w różnych zakątkach świata. Na terenie Polski mamy kampanię „Kupuj Świadomie” – „Kupuj Świadomie – Produkt Polski”, „Kupuj Świadomie – Produkt Ekologiczny”, czy też „Kupuj Świadomie” obejmujący produkty z oznaczeniami geograficznymi. Promujemy świadome decyzje zakupowe, czytanie etykiet. W ramach tej kampanii w tym roku na różnych antenach radiowych była prowadzona kampania w okresie wakacyjnym, gdzie ludzie podróżują i bardzo często można było się spotkać z produktami regionalnymi, czy też informacjami o produktach regionalnych.

Chciałem jeszcze powiedzieć dwa słowa o „Bitwie Regionów”, czyli ogólnopolskim konkursie dla kół gospodyń wiejskich, stowarzyszeń promujących regionalne potrawy i „Naszym Kulinarnym Dziedzictwie – Smaki Regionów”. To jest inicjatywa Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego we współpracy ze Związkiem Województw RP. Organizują konkurs „Nasze Kulinarna Dziedzictwo” i finał jest w ramach targów „Smaki Regionów”.

To z grubsza najważniejsze informacje. Zanotowałem sobie i ad vocem tego, co powiedzieli państwo z MSiT chciałem też państwa zainteresować pewnym tematem. Mamy nowość – mapę oznaczeń geograficznych. Jak państwo wejdą na stronę MRiRW i w zakładkę „co robimy”,

a następnie w „programy i projekty”, potem należy znaleźć „jakość żywności”, kolejno „oznaczenia geograficzne” i na końcu tej ścieżki mamy „mapę oznaczeń geograficznych”, gdzie można znaleźć regiony, które mają jakieś ciekawe produkty. Może to jest też pomysł na to, żeby to jakoś ze sobą zintegrować. Zrobiliśmy dużo w tym zakresie. Można sobie kliknąć i zobaczyć co w danym regionie jest atrakcyjnego. Ponieważ produkty z oznaczeniami geograficznymi są rozpoznawalne dość mocno i naprawdę przyciągają jakością i unikatowością myślę, że można na tym też trochę jeszcze zbudować. Dziękuję bardzo.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo dziękuję.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Mogę jednym zdaniem skomentować?

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Proszę bardzo.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Proszę państwa, poprosiliśmy regionalne organizacje turystyczne o to, żeby przekazały nam informacje jakie trzy produkty kulinarne są najsilniejsze. Korzystali oni wtedy z państwa mapy oznaczeń geograficznych. Z tej całej dużej listy wybrali najpierw pięć, potem trzy.

**Dyrektor departamentu MRiRW Jan Golba:**

W każdym regionie będzie inaczej, to ciężko powiedzieć.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

To tylko tyle, współpracujemy.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Szanowni państwo, bardzo dziękuję za wszystkie przygotowane, obszerne materiały. Otworzę teraz dyskusję. Pani prezes POT ma za chwilę wyjść. Proszę by na początku były pytania do POT. Widzę, że pan poseł się zgłosił jako pierwszy.

**Poseł Paweł Papke (KO) – spoza składu podkomisji:**

Dzień dobry, panie przewodniczący. Dziękuję bardzo za udzielenie mi głosu. Witam panią prezes. Jako mieszkaniec warmińsko-mazurskiego mam pytanie dotyczące EuroVelo 13, które ma przebiegać przez teren Królewca, Obwodu Kaliningradzkiego. Trwa wojna w Ukrainie i przejazd rowerzystów jest niemożliwy. Ta wojna będzie pewnie trwała latami. Jak chcecie państwo rozwiązać problem Królewca? Czy ominąć to Green Velo do Litwy i tam przejechać, czy mają być promy lub inny transport na Litwę? Dziękuję bardzo.

**Główny specjalista w departamencie POT Sylwia Skuta:**

Powiem szczerze, że województwo warmińsko-mazurskie zgłaszało taką wątpliwość. Sposób zmiany przebiegu trasy EuroVelo zawsze musi mieć akceptację Europejskiej Federacji Cyklistów. To jest zmiana dosyć istotna, ponieważ zmienilibyśmy kraj styku na Litwę. Możemy zmienić przebieg EuroVelo, jeżeli na Litwie powstanie Narodowe Centrum Koordynacji EuroVelo. Muszą to być kraje, które posiadają takie narodowe centrum u siebie, ze sobą współpracują, dogadują się i zmieniamy miejsce styku tej trasy. W przyszłym tygodniu odbędzie się spotkanie, w którym będzie uczestniczyła Litwa i osobiście opowiem wtedy o tym jak zdobyć statut Narodowego Centrum EuroVelo. Litwa podjęła te starania, żeby również powołać u siebie takie centrum narodowe. Wówczas takie dwa centra ze sobą się dogadują, natomiast ciężar całej inwestycji spoczywa już na regionach, ponieważ POT jest koordynatorem, wspiera inwestorów, czyli regiony, gminy i powiaty.

W tym przypadku trzeba by było uruchomić procedurę istotnej zmiany przebiegu trasy EuroVelo. To wiąże się z określeniem, czy taka trasa powstanie w perspektywie trzech czy sześciu lat. Zgłasza się to oficjalnie do Europejskiej Federacji Cyklistów i wówczas oni nadzorują jej przebieg. Ponieważ wiadomo, że trasy EuroVelo biegną przez całą Europę musi być zapewniona ciągłość trasy. Jeżeli ona wyjdzie z Polski do Litwy, to również z Litwy dalej ona musi zostać poprowadzona tak, żeby nie było przerwy. ECF jest świadomy całej tej sytuacji jeśli chodzi o wojnę. Podjęliśmy ten temat i go kontynuujemy i myślę, że kolejnym krokiem jest powołanie narodowego centrum na Litwie. Będziemy wracać do tematu, bo województwo

warminsko-mazurskie chciałoby wykorzystać ślad trasy Green Velo, bo ona idealnie pasuje do tego i wtedy też nakłady finansowe byłyby mniejsze, żeby ten przebieg zmienić. Po drugie, nie ma problemu żeby wyjście z województwa pomorskiego połączyło się z Green Velo i wyszło później na Litwę.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Czyli słowem, panie pośle, planowana jest zmiana przebiegu trasy i plan jest taki, żeby zachęcić naszych litewskich przyjaciół do tego, żeby powołali analogiczne narodowe centrum, do tego które powołał POT.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Dziękuję bardzo. Czy ktoś z państwa jeszcze chciałby zabrać głos? Bardzo proszę, panie prezesie.

**Prezes Europejskiego Stowarzyszenia Przedsiębiorców Turystycznych Łukasz Mikosz:**

Łukasz Mikosz – Europejskie Stowarzyszenie Przedsiębiorców Turystycznych. Szanowny panie przewodniczący, szanowni parlamentarzyści, szanowni państwo, pytań mam trochę i mam nadzieję, że nie zajmę zbyt dużo czasu. Jeżeli chodzi o kwestię promocji, którą przedstawiła pani prezes usłyszałem, że głównie opiera się to na standardowych formach przekazu, czyli telewizja, programy, stoiska na targach, na których zawsze warto być. Czy robią państwo jakieś badania, jakieś KPI, jaki jest faktycznie zwrot z tych inwestycji ponoszonych na tego typu formy przekazu? Czy faktycznie po emisji takich programów turystyka w danym regionie, który był promowany kulinarnie wzrasta, czy pozostaje to neutralnie i te kampanie mają bardziej charakter wizerunkowy dla tych szlaków kulinarnych?

Druga kwestia nad którą się zastanawiam – rzucam to na zasadzie pomysłu biorąc pod uwagę, że to standardowe działania – czy rozważali państwo taką formę promocji, że np. nagle wybierają panie na Ramblę w Barcelonie ubrane w stroje góralskie i częstują ludzi oscypkami, mówiąc o tym, że to jest regionalne polskie danie. Podejrzewam, że media hiszpańskie podchwyciłyby tego typu wydarzenie raz, dwa i mielibyśmy zwrot z takiej inwestycji, która by kosztowała grosze i połowa europejskich telewizji, bo o tym coś powiedziała. Jeżeli nie, to pozostawiam taki temat do przemyśleń.

Kolejna kwestia to wykorzystanie AI w budowaniu tras kulinarnych i rowerowych. Może już za stary jestem, nie rozumiem już tego, ale bardzo często widzę np. w komunikacji miejskiej młodych ludzi. Jeżeli chcę pojechać z punktu A do punktu B, sprawdzam sobie w Google Maps, oni pytają Chat GPT, jak dojechać pod Pałac Kultury. Podejrzewam, że widoczność w Chat GPT czy innych tego typu cudach techniki, chociaż to już nawet nie takie cuda, też byłaby dobra. Czy POT prowadzi jakieś działania, żeby zaistnieć, być bardziej wyszukiwalnym w tego typu modułach językowych, jeżeli chodzi o informacje? Pani dyrektor powiedziała, tworzyacie nową stronę, na której będą te informacje. Czy ona będzie wspomagana rozwiązaniami typu AI?

Kolejna kwestia, która tak naprawdę chciałbym, żeby bardzo wybrzmiała na tym spotkaniu i też uśmiecham się do pana przewodniczącego – może Komisja powinna wystosować w tej sprawie jakiś dezyderat. Padły słowa, że regiony bardzo mocno inwestują w programy rozwojowe. Toczą się obecnie rozmowy na temat opłaty turystycznej. Ostatnio pan premier zapowiedział, że 100% ma iść do gmin, ma być w tym pominięty POT, ROT i LOT. Może warto zaznaczyć, że właśnie te regionalne i lokalne organizacje turystyczne są olbrzymią wartością dodaną, jeżeli chodzi o promocję turystyczną i tam finansowanie powinno być kierowane w jakiejś części i nie należy tego pomijać.

Kwestie związane z MRiRW – te znaczki i systemy dotyczące tego, skąd pochodzą dane produkty. To brzmi bardzo fajnie, przyznam szczerze, jestem laikiem. Skąd szary Kowalski ma wiedzieć, jakie oznaczenie, a tych oznaczeń w tej chwili na opakowaniach produktów żywnościowych jest tyle, że tak naprawdę już nikt z nas chyba nie czyta etykiet, skąd mam wiedzieć, że akurat ten dziwny znaczek oznacza, że to jest super rewelacyjny regionalny produkt, który jest wykonany regionalnie? Czy prowadzą państwo jakieś badania, które pokazują rozpoznawalność tych oznaczeń wśród konsumentów?

„Smaki Regionów”, super impreza, naprawdę, bo to fajnie promuje polskie jedzenie regionalne. Jak wygląda współpraca MRiRW z POT bądź MSiT? Powiedział pan, że dostaliśmy 30 mln euro na coś, ale to pewnie nikogo nie zainteresuje. Pieniądze są rzeczą, która wszystkich tutaj interesuje, bo bez tych pieniędzy skutecznej reklamy i promocji nie ma, ale chodzi o to, żeby połączyć działania. POT też nie ma nie wiadomo jakich zasobów finansowych,

jeżeli połączy się trochę z koszyczka POT-u, trochę z koszyczka MRiRW, to można stworzyć całkiem fajny projekt reklamowy.

Czy jest stała współpraca, jeżeli chodzi o produkty żywnościowe i produkty regionalne z jakimiś restauracjami, sieciami restauracji, może sieciami handlowymi, żeby te produkty były tam dostępne, żeby taka osoba jak ja, czy generalnie większość z nas na sali, wchodząc do sklepu nie kupowała kolejnego czosnku, który przyplynał do nas z Indii, Egiptu, bo polski już generalnie ciężko jest w sklepie dostać, tylko właśnie ten regionalny produkt z pełną świadomością tego, że kupując go wspieramy rolnika z Polski?

Mam też pytanie o programy w radiostacjach w temacie rozróżniania produktów. Czy są prowadzone jakieś badania w tym zakresie? Czy faktycznie świadomość konsumentów po tego typu informacjach wzrasta?

Ostatnia kwestia – czy MRiRW prowadzi jakieś działania w zakresie AI? Bardzo fajnie pan powiedział, że jeżeli wejdzie się na stronę ministerstwa, kliknie się w zakładkę, później się kliknie w drugą zakładkę i w trzy inne zakładki, to tam w ostatniej zakładce będziemy mieli oznaczenia tych produktów. W życiu bym nie doszedł do ostatniej zakładki. Ile osób w tę ostatnią zakładkę kliknęło, ile posiadacie tego typu informacje? Żyjemy w świecie Chat GPT i tego wszystkiego innego. Czy jest to wyszukiwane w wyszukiwarkach tego typu? Bardzo dziękuję.

**Dyrektor departamentu MRiRW Jan Golba:**

Chat GPT znajdzie tę ostatnią zakładkę, jestem przekonany.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Dziękuję i bijąc się w pierś chciałem przedstawić pana Łukasza Mikosza bo zapomniałem to zrobić. Bardzo dziękuję. Czy możemy prosić o krótkie odpowiedzi? Bardzo proszę.

**Poseł Adam Luboński (Polska2050):**

Być może coś źle zrozumiałem. Powiedziała pani na początku, że jest stworzony portal...

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

To jest ten portal...

**Poseł Adam Luboński (Polska2050):**

Znam ten portal, jest bardzo ładnie zrobiony. Każde województwo można sobie osobno...

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Tak. W ramach tego portalu będziemy tworzyć osobną zakładkę. To jest tzw. landing page.

**Poseł Adam Luboński (Polska2050):**

Dobrze, a czy będzie tworzona osobna aplikacja, która by pomogła jeszcze temu AI? Są specjalne aplikacje turystyczne.

**Główny specjalista w departamencie POT Sylwia Skuta:**

Tak. Dążymy do tego i wykonujemy teraz pierwszy krok. Podjęliśmy już pewne rozmowy z Ministerstwem Cyfryzacji, ponieważ na tego typu rzeczy potrzebujemy jednak większych środków finansowych. Chcieliśmy skorzystać z programu „Polski Cyfrowej”, natomiast ten program jest już na wykończeniu. Jeżeli nie uda nam się pozyskać środków finansowych z tego programu to mamy nadzieję, że w przyszłej perspektywie już tak. W ramach tego, czym dysponuje obecnie POT budujemy część portalu, natomiast będzie ona miała oddzielną domenę po to, żeby nie klikać 15 razy, żeby dostać się na portal rowerowy. Od razu będzie „Bike Poland Travel” i też od razu w języku angielskim, bo to jest istotne.

Czym ten portal będzie się różnił od innych komercyjnych? Tym, że nie będzie planera i to jest właśnie to, co generuje bardzo wysokie koszty i powoduje, że na niego trzeba przeznaczyć dużo środków finansowych. Będzie prezentacja tras, będą pokazane ślady, natomiast nie będziemy mogli wyznaczać sobie trasy, wycieczki z punktu A do punktu B, wyznacz mi trasy, nawiguj mnie itd. Tej możliwości nie ma. Potrzeba, żeby taki portal i aplikacja powstała istnieje. Przede wszystkim do tego służy aplikacja, bo nikt z komputerem nie jeździ. To jest coś, do czego dążymy i co chcielibyśmy w przyszłości zrobić.

**Poseł Adam Luboński (Polska2050):**

Rozumiem, że są takie plany.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Chciałam dodać, że to nie są tylko nasze plany, tylko to jest również inicjatywa PTTK-u. Jest pan prezes.

**Główny specjalista w departamencie POT Sylwia Skuta:**

Tak, pracujemy razem.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Współ w zespół chcemy stworzyć i profesjonalny portal z planerem tras i aplikacją mobilną. Myślę, że nasze rozmowy z MC doprowadzą do tego wkrótce. Jeśli nie tym razem, bo z tych resztówek nie wykroją pieniędzy na powstanie aplikacji i portalu, to będzie w przyszłym okresie programowania. Wiedzą, że takie środki nas bardzo interesują.

**Główny specjalista w departamencie POT Sylwia Skuta:**

Jeśli chodzi o AI, nasz Departament Komunikacji i Marketingu stara się przygotowywać stronę „Polska Travel” pod tym kątem bardzo intensywnie, żeby wyszukiwanie przez Chat GPT i innego tego typu portale dawało wyniki od razu kierujące nas na „Polska Travel”, czy później „Bike Poland Travel”. Przykładowo w ramach „Partnerstwa Eurovelo 13” część środków finansowych już jest na to dedykowana. Tam będzie analiza techniczna istniejącego do tej pory portalu Eurovelo.com w jaki sposób pozycjonować i to robić, żeby wyniki w pierwszej kolejności, pokazywały te trasy i strony, które chcemy, żeby były wiodące, jako pierwsze źródło informacji.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Kończąc odpowiedź na pana pytania, zapytał pan, czy ta promocja, którą prowadzimy, jeśli chodzi o promocję turystyki kulinarnej i innych form ma bardziej charakter wizerunkowy czy produktowy. Jeśli chodzi o turystykę kulinarną, to wciąż bardziej kampania wizerunkowa i nie potrafimy w tej chwili powiedzieć jaki jest zwrot z tych działań promocyjnych. Po prostu takich badań nie ma i nie mamy też na to środków.

Odpowiadając na pytanie dotyczące opłaty turystycznej, jako POT, działając wspólnie w zespół z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi mieliśmy głęboką nadzieję i wciąż mamy taką nadzieję, że część środków z opłaty turystycznej będzie przeznaczona na budowanie produktów i na promocję Polski, trafi do POT i ROT. Również taki pomysł cały czas wspierał, jak państwo przecież wiecie, bo braliście udział w rozlicznych konferencjach i spotkaniach z panem ministrem Rasiem, właśnie pan minister Raś. Bardzo liczymy na środowisko i na państwa głos w tej sprawie i mamy nadzieję, że opłata turystyczna będzie tak dystrybuowana, żeby nie pominąć działań promocyjnych i takich instytucji jak POT, ROT i LOT.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo dziękuję. Zgłaszał się tutaj pan Hieronim Jurga.

**Przewodniczący Ogólnopolskiej Komisji Branżowej Rzemiosł Spożywczych Związku Rzemiosła Polskiego Hieronim Jurga:**

Tak, Hieronim Jurga – Ogólnopolska Komisja Branżowa Żywności i Krajowa Rada Gastronomii i Cateringu. Nawiązując do wypowiedzi, gratuluję tych raportów pani prezes, pani dyrektor i panu z MRiRW. Gratuluję tak samo trafnych pytań. Taki znany psycholog, profesor Ohme powiedział, że sztuczna inteligencja zdominuje wiele obszarów naszego życia, ale nie zdominuje relacji. Sztuczna inteligencja może być tylko narzędziem jeśli chodzi o projekty, które chcemy zrealizować. Tak jak 30 lat temu nikt nie wierzył, że Excel może nam zrobić rachunek zysków i strat, tak teraz AI może być tylko narzędziem, bo bez relacji tego się nie osiągnie. Chciałem odnieść się do tej skuteczności i efektywności. Właśnie o to chodzi. Pani prezes nadmieniła, że chodzi o profesjonalizację, skuteczność zarządzania, efektywność itd. Reprezentuję branżę gastronomiczną. Dobrze, że jest dzisiaj z nami prezes Jarek Uściński. Możemy to wspólnie powiedzieć.

Proszę państwa, jako Krajowa Rada Gastronomii we współpracy z czterema stowarzyszeniami szefów kuchni i cukierników zrobiliśmy pilotażowy projekt z MSiT w ramach wsparcia turystyki w 2025 r. Nazwaliśmy go „Tu Warto”. To była pierwsza polska certyfikacja lokali gastronomicznych. Co zrobić, żeby przekonać, żeby zbudować świadomość, że ta certyfikacja z MSiT – tak obrazowo przedstawię – to nie jest kolejny srebrny czy złoty widelec, gdzie klub orzechowych dziadków założył kapitułę i jak wpłacie państwo po kilka tysięcy to wręczymy

wam srebrny czy złoty widelec. Okazało się, że ta pilotażowa certyfikacja 320 lokali została dobrze przyjęta przez środowisko i branżę. Chodzi o te relacje – w jakim kierunku zmierzać, żeby to profesjonalizować, żeby szlaki rowerowe i szlaki kulinarne po prostu szły jedną drogą.

Zapytał pan o skuteczność i efektywność. Warto by się pokusić o taki raport jak osiągnąć postęp, żeby razem się promować. Kiedyś turystyka napędzała gastronomię, a obecnie bardzo często jest tak, że gastronomia napędza turystykę. Jak Jarek Uściński weźmie swoją reprezentację i robi warsztaty, pokaże coś, to jest atrakcją dla turystów. Pani prezes wspominała, że jest Karol Okrasa i projekty różnego rodzaju. Chodzi właśnie to jak to połączyć, żeby zmierzało w kierunku profesjonalizacji.

Pan z MRiRW wspomniał o „Bitwie Regionów”. Dobrze, że te „Bitwy Regionów” się zmieniły na „Polska Smakuje”, bo jest bardziej przyjazne. Marzeniem byłoby, żeby na Stadionie Narodowym te wszystkie projekty się spotkały pod hasłem „Polska Smakuje” i żebyśmy turystykę i szlaki kulinarne mogli razem promować. Pieniądze w życiu są nieważne, ale tylko małe i wtedy KOWR by poparł te wszystkie projekty i możemy wspólnie te wszystkie szlaki i projekty robić razem. Dziękuję bardzo.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Dziękuję bardzo. Pan Jarosław Uściński, bardzo proszę.

**Prezes zarządu Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Szefów Kuchni i Cukierni Jarosław Uściński:**

Dzień dobry. Nazywam się Jarek Uściński. Jestem pierwszy raz na takiej komisji i mam nadzieję, że nie ostatni, ponieważ chciałbym partycypować w pomocy mojemu środowisku, Polakom i również gościom, którzy przyjeżdżają z zagranicy. Nie ukrywam, że wielu moich gości i znajomych przyjeżdża do kraju. Prowadzę od 14 lat Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szefów Kuchni i Cukierni. Organizacja ma niemal 30. Co państwa zaskoczy, prowadzę kadrę reprezentacji Polski na olimpiadę kulinarną i na puchar świata. Kto z państwa o tym wie? No właśnie.

**Przewodniczący komisji branżowej ZRP Hieronim Jurga:**

Ja wiem.

**Prezes zarządu OSSKiC Jarosław Uściński:**

Ty się nie odzywaj. Ten pan wie i cześć. To jest smutne. Od roku trenuję młodzież w Instytucie Kulinarnym do pucharu świata w listopadzie. Uwierzcie mi, że współpraca z waszymi organizacjami pomimo maili, pism jest trudna. Już chyba nie mam ochoty nawet ich pisać, ale dalej będę to robił konsekwentnie, ponieważ nauczono mnie dbać o cudze bardziej niż o swoje. Tak mnie dom wychował i cały czas wierzę w ideały. Ciężko jest wierzyć w tym świecie w ideały, ale mimo to to robię i otaczam się takimi ludźmi. W tej grupie jest Karol Okrasa, który może to bardzo mocno potwierdzić.

Chciałbym, żebyście państwo zauważyli również taki potencjał jak buduje kadra narodowa. Jedna z pań powiedziała o targach, które były na początku roku w Hiszpanii. Tam był konkurs kulinarny. Kto go wygrał? Moich dwoje zawodników, których wysłałem. Były trzy kategorie: ryba, mięso i drużynowa. Przywieźliśmy trzy złote. Proszę mi wierzyć, że pomimo pism, wniosków i słów w KOWR, że umowa jest procedowana, do dziś nie ma nic. Przykre jest to, że na mojej bluzie kulinarnej, na bluzach kadry narodowej, kadry narodowej, jest orzełek, bo zawsze jest, ale nie istnieje tam ani MRiRW, ani KOWR, od 11 lat. Naprawdę jestem w temacie.

Chciałbym powiedzieć, że jesteśmy gotowi jako środowisko. Część gwiazdkowych restauracji, nie z rekomendacjami, tylko gwiazdkowych, to są nasi zawodnicy, którzy uczestniczyli w kadrze. Nie mówię tego z wyrzutem. Jestem osobą emocjonalną i tak powiedziałem, wierzę w ideały. Chciałbym tylko, żeby państwo korzystali z podmiotów zewnętrznych takich jak my, czyli sporo niżej. Mamy dużą wiedzę o produktach regionalnych, również o tych produktach, które niosą jakąś wartość, ponieważ wiemy, jak dobrze się sprzedają, co kupują goście i jak to widzą. To nie jest tylko schabowy i kapusta, które nie są polskie. Mamy dużo większą wiedzę. Istnieje Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego, która jest skarbnicą wszystkich producentów, którzy cokolwiek w tym kraju robią. Kompletnie nie korzystacie z ich wiedzy, nie potraficie korzystać z ich katalogu producentów. Jest to cały czas w wielkim niedowładzie.

Mówimy o promocji Polski – mówię do POT. Wybiera się twarz Lewandowskiego. Chcemy kierować naszą promocję do turystów, którzy mają przyjechać do Polski. Bardzo lubię muzykę

pani Rodowicz, ale oni nie wiedzą kto to jest. Pamiętajcie, że polskie gwiazdy w Anglii, Francji, jakiegokolwiek poza Lewandowskim i Wałęsą, są dla nich jak UFO. Polskie gwiazdy kuchni nie są im znane. Nawet Pascal nie jest znany we Francji. Bardzo go cenię, byłem pierwszym szefem Pascala, tak nawiasem mówiąc.

Chciałbym, żebyście szukając metod promocji, zaczęli szukać trochę prawd i nie wygrzebywali gwiazd. Oczywiście Wielka Brytania ma Marco Pierre White, ma Ramseya, ma trzy twarze, które mogą zbudować wszystko i wykorzystują to, na ile ich stać. Chciałbym, żebyście państwo korzystali i spróbowali oddolnie zaczepiać takie osoby jak pan Hieronim. Nie mówię tylko o sobie, bo nie chodzi o mnie, ja sobie prywatnie radzę. Chciałbym żebyście byli bardziej prawdziwi w prezentacji Polski, żebyście sięgnęli niżej. Niżej to znaczy jak wchodzę na stronę POT to próżno szukać tam gastronomii. Widzicie swoją stronę. Tam jest bardzo ciężko znaleźć cokolwiek dla turysty. Poza tym, że ona się zmienia w stronę angielskojęzyczną, tam dla turysty lub kogoś, kto by chciał wejść nic nie ma. Polska Organizacja Turystyczna – na pewno tam są odnośniki. Kalafior. Nie ma. Chciałbym czym kierowaliście się i jaką mieliście nadzieję jako organizacja, wybierając te twarze. To mogą być twarze takie jak my wszyscy. Uwierzcie mi, dla Zachodu polskie gwiazdy nie istnieją, poza Lewym i Wałęsą. Chcemy pokazać Polskę nową, nowoczesną.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Proszę państwa...

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Dziękuję bardzo. Proszę bardzo.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Odpowiadając na pytanie czym się kierowaliśmy, celem była promocja Polski przez sport i znanych polskich sportowców. Lewandowski był postacią, która jest rozpoznawalna, niewątpliwie wszyscy o tym wiemy. Pozostałe postacie są po prostu uzupełnieniem tego spotu, tych działań. Postać Roberta Lewandowskiego spełniała cel tych działań promocyjnych, czyli promocję przez sport.

Zgadzam się, odpowiadając na pana drugie pytanie, że trochę za mało jest przejrzystych informacji na temat turystyki kulinarnej w naszych mediach społecznościowych i na naszym portalu. Na pewno będziemy pracować nad tym, żeby to zmienić.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Zaproponowałbym też współpracę między POT i państwem i do niej zachęcam. Pan Hieronim Jurga jeszcze chce się wtrącić.

**Przewodniczący komisji branżowej ZRP Hieronim Jurga:**

Chciałem dodać, nawiązując do wypowiedzi Jarka, że jednym z głównych celów tego projektu z MSiT, który nazwaliśmy „Tu Warto” – tu warto bywać, tu warto jeść, tu warto zwiedzać, tu warto jeździć rowerem, bo to się bardzo fajnie kłania – była integracja branży. Myślę, że to takie preludium jako pilotażowy projekt. Tak to było nazwane i tak to nazywam bo myślę, że jakaś integracja branży nastąpiła, jeśli chodzi o gastronomię. Z Jarkiem Uścińskim poznaliśmy się przez ten projekt. Myślę, że to jest najlepsza droga do relacji, oprócz sztucznej inteligencji. Dziękuję.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo dziękuję. Szanowni państwo, powoli będziemy pewnie kończyć. Chęć państwo jeszcze zabrać głos?

**Główny specjalista w departamencie POT Sylwia Skuta:**

Chciałam powiedzieć o jednej rzeczy, która funkcjonuje w świecie rowerowym. Jeśli chodzi o integrowanie przedsiębiorców i usługodawców istnieje coś takiego jak system miejsc przyjaznych rowerzystom. Takie systemy miejsc przyjaznych rowerzystom funkcjonują w Polsce na poziomie regionalnym. Wówczas bardzo łatwo jest otrzymać informację zwrotną i regiony, na przykład Małopolska, robią potem taki research, czy faktycznie te trasy rowerowe przekładają się na to, że mają więcej turystów, czy są z nich zadowoleni, czego potrzebują itd. Obecnie POT, kiedy bardziej stawiamy na turystykę rowerową, będzie dążyła do tego, żeby systemem miejsc przyjaznych rowerzystom był objęty cały kraj, czyli żeby były wspólne zasady, które będą

jasne dla każdego turysty, że niezależnie od tego, w którym regionie się znajdzie, znajdzie on podstawowe usługi dedykowane rowerzystom i będzie dobrze przyjęty.

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

Miejszem przyjaznym rowerzystom może być restauracja, hotel, stacja benzynowa...

**Główny specjalista w departamencie POT Sylwia Skuta:**

...atrakcja turystyczna, punkt informacji. Trzeba spełnić kilka wymagań i takie systemy funkcjonują w Europie. Do tego dążymy, tylko że to już jest dość spore przedsięwzięcie. Chcielibyśmy zintegrować te systemy, które już funkcjonują w system ogólnopolski, zachęcając kolejne obszary, które tego systemu nie mają.

**Przewodniczący komisji branżowej ZRP Hieronim Jurga:**

Bardzo dziękuję, że będziemy po tym spotkaniu partnerami.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo proszę.

**Dyrektor departamentu MRiRW Jan Golba:**

Szanowni państwo, kilka słów a propos pytań dotyczących MRiRW. Mam parę informacji. Oczywiście robimy różnego rodzaju promocje, o tym trochę wspomniałem, ale to nie wszystko. Jeśli chodzi o rozpoznawalność i budowanie promocji, w pytaniu chodziło o to skąd ludzie mają wiedzieć o tych oznaczeniach. Właśnie z tej kampanii o oznaczenia geograficzne, o której wspomniałem wcześniej. Jest oczywiście kwestia kampanii w mediach wizualnych, ale to wszystko jest trochę uzależnione od środków. Chcemy żeby przynajmniej w jednym medium to zaistniało w jakiś sposób. Z uwagi na ograniczone środki musimy dokonać wyboru. Mamy pomysłów na promocję żywności wiele, bo mamy jeszcze rolnictwo ekologiczne, mamy jeszcze produkty „Poznaj Dobrą Żywność”. Jest tego wiele. W tym oznaczenia geograficzne zyskały trochę więcej, ale wiemy, że to nie jest wystarczająco dużo.

Jeśli chodzi o rozpoznawalność, mamy badania „Polska wieś i rolnictwo”, też oczywiście do znalezienia na zakładkach MRiRW. Gdzieś trzeba to umieścić, ale można to potem łatwiej podlinkować. Rozpoznawalność jeśli chodzi o oznaczenia geograficzne jest na poziomie 16%-22%. To były badania na dość dużej grupie 2,5 tys. respondentów i prowadzone w taki sposób, że część z nich stanowili przedstawiciele wsi, a część przedstawiciele miast. Trochę zależy od środowiska. To przekłada się na około 6% osób podejmujących decyzje zakupowe. Trzeba też pamiętać, że w Polsce jest tych produktów 51 od niedawna, wcześniej było 49, więc nie jest to duże grono i są to produkty zwykle droższe. Nie są to produkty masowe, bo nie na tym polega ich siła, żeby ich było wszędzie pełno, tylko właśnie na tym, że one są wyjątkowe, trzeba ich poszukać. Jeśli chodzi o dostępność tych produktów na rynku środki na promocję polegają na tym, że staramy się wspierać inicjatywy, które zwiększą ich dostępność. Chcemy wspierać grupy producentów, nie w tradycyjnym sensie, ale grupy różnych producentów, którzy się integrują wokół systemów jakości żywności po to, żeby produkty były bardziej dostępne w różny sposób. To są tego typu działania, które wspieramy. To są środki z Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej, więc nie są w ogóle skierowane do branży gastronomicznej tylko czysto rolniczej.

Jeśli chodzi o stałą współpracę z produktami, to już nie jest obszar działań MRiRW tylko samych właścicieli produktów. To są konkretne firmy, podmioty, które są właścicielami takich produktów i najczęściej nie mają problemu ze sprzedażą, chociaż pewnie mogliby ją zwiększyć. Trzeba pamiętać, że jest ograniczone źródło surowców. Przykładowo fasola wrzawska jest produkowana tylko w jednym regionie i nie mamy jej dużo. Odpowiadając na pytanie dlaczego tego nie eksportujemy do innych krajów, to dlatego właśnie, że to są produkty unikatowe i jest ich mało, nie są masowe. Staramy się eksportować niektóre produkty bardziej powszechne, np. ser koryciński swojski, czy też jabłka grójeckie. Jabłka krajeńskie to od niedawna nasz produkt eksportowy. Mamy jeszcze polską wódkę.

Stadion Narodowy i jak to wszystko jakoś zintegrować, wrzesień to czas różnych kampanii. Mamy też Dzień Rolnictwa Ekologicznego, który jest związany z regionem. To jest 23 września, ale 18, 19 i 20 września mamy na Stadionie Narodowym Festiwal Smaków, gdzie będą produkty z oznaczeniami geograficznymi, różne systemy jakości, w tym produkty ekologiczne. Można

ten temat jakoś rozwijać wspólnie. To prowadzi KOWR, który jest podległy pod MRiRW, ale też jest w pewnym sensie autonomiczny, realizuje swoją politykę w pewnym stopniu.

Co do tej współpracy, to znamy się. Pan Jarek Uściński jest szefem naszego konkursu gastronomicznego dla uczniów, gdzie po raz pierwszy uczniowie z drugiej, trzeciej klasy technikum gastronomicznego spotykają się z tak profesjonalną oceną na poziomie światowym. To dla nich wielki szok. Jednocześnie trzeba przyznać, że samo jury czasami jest pod wrażeniem jak dzieciaki gotują. To jest coś, co można pewnie bardziej rozwijać, natomiast koncentrujemy się na produkcji, dostępie żywności. Myślę, że moglibyśmy zacieśnić współpracę, co może się wydarzyć po tym spotkaniu, bo pomysłów jest sporo.

Trochę robimy. Pewnie można by robić więcej. Pomyślimy na ten temat, rozważymy, jak można by zintensyfikować nasze prace. Dziękuję bardzo.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Szanowni państwo, jeśli pozwolicie, po jednym pytaniu, jeśli ktoś jeszcze odczuwa taką potrzebę.

**Przewodniczący komisji branżowej ZRP Hieronim Jurga:**

Zdjęcia można zrobić?

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Jasne, nawet trzeba.

**Prezes ESPT Łukasz Mikosz:**

Nasunęła mi się jedna kwestia odnośnie szlaków rowerowych. Biorąc pod uwagę, że POT ma ograniczone finansowanie, a rowery to sport, może sięgnąć do kasy sportu i tam promować te szlaki rowerowe, turystykę rowerową, finansując nie z tego koszyka, gdzie są znikome środki na promocję turystyki, tylko robić to jako promocję kultury fizycznej. Nie ma „nie”, tak. Chodzi o to, że tam jest więcej pieniędzy, więc jest z czego wyjąć. Pieniądze są. Myślę, że POT mogłaby skorzystać na zasadzie promocji kultury fizycznej, a przy okazji turystyki.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Bardzo dziękuję. Szanowni państwo, czy ktoś jeszcze? Może być krótko?

**Prezes zarządu OSSKiC Jarosław Uściński:**

Bardzo krótko. W tym całym zamęcie nie powiedziałem jeszcze jednego – od tych 14 lat zawsze przywozimy z tych imprez medale, jako organizacja, jako kadra narodowa. Dodam, że jako organizacja finansujemy wszystko poza wynagrodzeniami, bo tego się nie da zrobić jako stowarzyszenie. Ci młodzi ludzie, bo teraz mam akurat juniorów, niemal każdy weekend lub co drugi weekend, poza tym, że pracują, spędzają z nami na treningach po to, żeby przygotować się do pucharu świata, a już ledwie za półtora roku do olimpiady kulinarnej, bo ten czas się niestety nam przesuwą. Chciałbym, żebyście widzieli takie projekty. Jeżeli wymienimy się informacjami chętnie wyślę zaproszenia na kolacje, a właściwie obiady po to, żebyście zobaczyli, jak ci młodzi ludzie pracują i robią to naprawdę dla orzełka, dla siebie. One są zawsze w niedzielę. Wracamy tylko z medalami. Nie dostajemy żadnych pieniędzy. Chcę tych młodych ludzi pokazywać. To wszystko, już nic więcej nie mówię.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Jeśli chodzi o obiady, to my też chcemy je zobaczyć.

**Prezes zarządu OSSKiC Jarosław Uściński:**

No i gitara. Poproszę dane.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

To był żart.

**Poseł Adam Luboński (Polska2050):**

Ale tylko jak przygotowują.

**Przewodniczący komisji branżowej ZRP Hieronim Jurga:**

Jedno krótkie zdanie. Chciałem przekazać, że np. reprezentacja wędlinarzy z naszej organizacji na targach SUFFA trzy lata temu zdobyła brązowy medal, dwa lata temu, bo rok był przerwy, srebrny medal i w tym roku liczymy, że zdobędą złoty medal. Chcieliśmy zrobić eliminacje na Stadionie Narodowym, ale zabrakło trochę czasu. Też tych konkursów jest sporo.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

Szanowni państwo, bardzo serdecznie dziękuję za tę fajną i ważną dyskusję. Co do opłaty turystycznej myślę, że mogę zadeklarować w imieniu Adama Lubońskiego i Apoloniusza Tajnera, że być może warto powalczyć o to, żeby te pieniądze, przynajmniej 20%, które było sugerowane bodaj w pierwszej wersji...

**Wiceprezes POT Małgorzata Wilk-Grzywna:**

20% to jest to minimum, o którym pan minister mówił.

**Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050):**

...żeby wracały do organizacji, które tą promocją się zajmują. To jest taka deklaracja na koniec.

Szanowni państwo, zamykam posiedzenie. Bardzo serdecznie dziękuję za tę dobrą dyskusję i myślę, że coś z niej wyniknie.