

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

**Komisja
Kultury
Fizycznej,
Sportu
i Turystyki**

■ **PODKOMISJI STAŁEJ DO SPRAW
TURYSTYKI
(NR 4)
z dnia 7 maja 2024 r.**

Pełny zapis przebiegu posiedzenia

Komisji Kultury Fizycznej i Sportu

– podkomisji stałej do spraw turystyki (nr 4)

7 maja 2024 r.

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

– informację na temat kulinarnych szlaków turystycznych jako narzędzia do rozwoju turystyki lokalnej i promocji produktów regionalnych.

W posiedzeniu udział wzięli: **Piotr Borys** sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki wraz ze współpracownikami, **Michał Kołodziejczak** sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi wraz ze współpracownikami, **Małgorzata Wilk-Grzywna** wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej wraz ze współpracownikami oraz **Jacek Treichel** sekretarz generalny Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego.

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

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dzień dobry. Witam bardzo serdecznie na kolejnym spotkaniu podkomisji stałej do spraw turystyki. Witam bardzo serdecznie pana Piotra Borysa – ministra w Ministerstwie Sportu i Turystyki, pana Michała Kołodziejczaka – ministra w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, pana Dominika Borka – dyrektora Departamentu Turystyki w Ministerstwie Sportu i Turystyki, pana Bartłomieja Karolczyka – zastępcę dyrektora Departamentu Turystyki w Ministerstwie Sportu i Turystyki, pana Przemysława Saltarskiego – dyrektora Departamentu Oświaty i Polityki Społecznej w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, panią Agnieszkę Skrętowską – naczelnik w Departamencie Oświaty i Polityki Społecznej w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, pana Jana Golbę – zastępcę dyrektora Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, panią Martę Pawłowską – asystentkę polityczną ministra Michała Kołodziejczaka, panią Małgorzatę Wilk-Grzywnę – wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej i panią Magdalenę Krucz – dyrektora Departamentu Planowania i Rozwoju w Polskiej Organizacji Turystycznej. Witam pana Jacka Treichela – sekretarza generalnego Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego i pana Benedykta Wojcieszaka – pełnomocnika Zarządu Głównego PTTK ds. dostępności.

Szanowni państwo, stwierdzam kworum. Porządek dzisiejszego spotkania przewiduje rozpatrzenie informacji na temat kulinarnych szlaków turystycznych, jako narzędzia do rozwoju turystyki lokalnej i promocji produktów regionalnych.

Bardzo proszę pana ministra o rozwinięcie tego tematu.

Sekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki Piotr Borys:

Bardzo dziękuję. Cieszę się ogromnie, że jesteśmy wspólnie z ministerstwem rolnictwa, bo szereg elementów związanych z rozwojem szlaków i potencjału kulinarnego Polski często krzyżuje się z potencjałem i możliwościami, które generuje polskie rolnictwo i polscy producenci. My przywiązujemy bardzo ważną rolę do tego, aby promować i rozwijać Polskę właśnie przez promocję kulinarną. To jest jedna z takich gałęzi turystyki, która

rozwija się niesamowicie szybko zarówno w systemie odrębnym, jak również w systemie, który uzupełnia nam główne produkty turystyczne.

Dzisiaj tak naprawdę trudno sobie wyobrazić turystykę bez części związanej z turystyką kulinarną. Ona jest po prostu nieodzownym elementem promocji i stanowi bardzo często osobne produkty turystyczne, a często stanowi także uzupełnienie, w zależności od tego na jakie na przykład akcenty stawiają poszczególne regiony. W przypadku wypromowanych istotnych szlaków kulinarnych, turystycznych możemy wskazać ich bardzo wiele. Takim przykładem marki turystycznej, która powstała w 2022 r. jest ENOTarnowskie, marka, która została stworzona, która generuje cały potencjał głównie produkcji wina z winnic całego regionu. W ślad za tym uzupełniona jest jeszcze o całą część dotyczącą kulinariów. I to jest jeden przykład tego, w jaki sposób tworzone marki turystyczne stanowią miejsce zauważalne na punkcie turystycznej mapy Polski, do którego specjalnie przyjeżdżają turyści. To jest element zauważalny. On jest także wspierany przez nas z różnych programów. Do takich najbardziej znanych szlaków kulinarnych należą Smaki Dolnego Śląska – on jest od wielu lat konsekwentnie promowany przez Dolnośląską Organizację Turystyczną i Region Dolnego Śląska – Warecki Szlak Jabłkowy – Jabłkowa Warka, Małopolska Trasa Smakoszy, Szlak Kaszubska Żurawina, Szlak Kulinarny „Smaki Powiatu Poznańskiego”, Szlak Oscypkowy, czy Szlak Kulinarny „Centrum Gdyni”. Mamy także tutaj naszego przedstawiciela z Gdyni, on także daje się zauważyć i istnieje na mapie Polski.

Oprócz wypromowanych szlaków bardzo wiele regionów promuje się, i miast i subregionów promuje się przez różne festiwale smaku, tak jak na przykład jest nim Podkarpackie Święto Miodu, Powidlaki – święto powideł śliwkowych w Krzeszowie, czy Ogólnopolski Festiwal Dobrego Smaku w Poznaniu. Często festiwale i wprost szlaki kulinarne są uzupełniane bardzo ciekawymi muzeami, które są związane poniekąd z tym, co w przestrzeni historii ma swoje korzenie, właśnie w produktach albo w kulinariach lub też w innych produktach, tak jak na przykład Muzeum Gorzelnictwa w Łańcucie, które istnieje wprost przy produkcji alkoholu, ale przede wszystkim także promuje tę specyfikę produktową i turystyczną, ale także między innymi jedno z najlepszych muzeów browarnictwa, które jest między innymi w Żywcu. Każdy, kto miał okazję zwiedzić Muzeum Piwowarstwa w Żywcu, wie, że ono powstało wzorując się na innych tego typu muzeach europejskich. Powiem szczerze, że przynosi dość duże wolumeny klientów. Ale tak naprawdę, jeżeli mielibyśmy spojrzeć na ten największy potencjał, który jest zauważony szczególnie przez turystę przyjazdowego, choć nie tylko, to największy potencjał stanowią tak naprawdę restauracje, które są kategoryzowane właśnie poprzez gwiazdki, w ogóle przewodnik Michelin. I tutaj chcę powiedzieć, że w ubiegłym roku po raz pierwszy została podpisana umowa i część polskich regionów została objęta takim przewodnikiem. Są to trzy regiony, po pierwsze mazowieckie z Warszawą, a po drugie Wielkopolska z Poznaniem i, po trzecie, Kraków i oczywiście Małopolska. To jest niezwykle cenny element dedykowany głównie, ale nie tylko, turystom przyjazdowym, głównie zagranicznemu, który jest w stanie zapłacić czasami dużo więcej, aby odkryć zupełnie nowe smaki.

Jeżeli chodzi o przewodnik, zostało włączonych do niego, jeżeli chodzi o Polskę, 49 restauracji, w tym między innymi dwugwiazdkowa restauracja z Krakowa, jednogwiazdkowa z Poznania oraz jednogwiazdkowa w Warszawie. Przyznano również siedem odznaczeń, które stanowią taki element stosunku ceny do jakości. Generalnie cały ten system nie jest tani, ale on daje możliwość rozpoznania najlepszych restauracji, najlepszych produktów i ma ogromny potencjał rozwojowy w Polsce. Naszym celem i zadaniem jest to, aby objąć – może już nawet w tym roku, na pewno w przyszłym – całą Polskę przewodnikiem Michelin. To jest zadanie, które powinniśmy wykonać. Nie chcę porównywać nas do Hiszpanii, ale jeśli mielibyśmy porównać kilkadziesiąt restauracji objętych Michelin w Hiszpanii i tych 49 w Polsce, to mamy chyba niespełna 10% tego potencjału, który generuje Hiszpania od wielu lat. Oczywiście inny kraj, inny wolumen turystów, ale niemniej jednak najbardziej możemy porównać się do Hiszpanii, patrząc na zbliżone możliwości turystyczne, populacyjne. Dla nas to jest także jeden z elementów, powiem szczerze, ważniejszego zadania do wykonania, aby umożliwić Polsce jeden, ogólnopolski

przewodnik Michelin, który na poziomie całego kraju nie wykluczałby żadnego z regionów, ale dawał szansę wszystkim tym, którzy prowadzą swoje restauracje – chociaż to nie muszą być koniecznie restauracje – aby do takiego przewodnika wejść, a dzięki temu tak naprawdę promować polskie kulinaria. Bo wszystko tak naprawdę bierze się ze specyfiki tradycji produktów, które są generowane na poziomie lokalnym, często bardzo specyficzne, wyjątkowe, produkowane często nie tylko w jednym regionie, ale nawet w jednej miejscowości. Myślę, że na te rzeczy musimy bardzo, bardzo mocno zwrócić uwagę.

Jak państwo wiecie, przekazaliśmy to też w materiale, oznaczyliśmy te wszystkie szlaki, jako szlaki owocowe, z czego między innymi rozpoznawalnym zewnętrznym szlakiem jest „Kaszubska Żurawina”. Ciekawe szlaki związane z tradycyjnymi produktami, na przykład „Szlak karpia” na Dolnym Śląsku, to jest produkcja karpia w najstarszych w Europie stawach pocysterskich – duża grupa osób zajmująca się tym i promująca subregion – „Szlak oscypkowy” no i te, które są związane oczywiście, tak jak wspominałem wcześniej, z regionami, czyli: „Szlak smaków Krainy Lessowych Wąwozów”, podlaski, podhalański, powiatu poznańskiego, opolski, bifyj, szlak kulinarny „Centrum Gdyni” wspomniany przeze mnie wcześniej, „Małopolska trasa smakoszy”. To wszystko jest tworzone. Generalnie będziemy chcieli – uczestniczyliśmy w ostatnim czasie także w takiej konferencji związanej z potencjałem kulinarnym Polski – będziemy chcieli bardzo mocno włączyć turystykę kulinarną do strategii rozwoju turystyki, o której mieliśmy okazję ostatnio rozmawiać, że te prace chcemy rozpocząć, mam nadzieję, jeszcze w tym półroczu i włączyć w ogóle całą strategię dotyczącą... postrategię rozwoju turystyki kulinarnej w Polsce. Dla nas stanowi ona ogromny potencjał. Liczymy także bardzo mocno na współpracę z ministerstwem rolnictwa, dlatego że przy okazji bardzo wiele produktów możemy wypromować wspólnie, i to są nasze największe atuty, które możemy połączyć poprzez współpracę pomiędzy Ministerstwem Turystyki i Sportu z ministerstwem rolnictwa. Na pewno będziemy wspólnie w tym obszarze działać. Materiał został państwu został dostarczony. Jesteśmy otwarci na dyskusję, na państwa spostrzeżenia praktyczne i państwa uwagi. Bardzo dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dziękuję bardzo.

To może przed dyskusją rozpoczniemy pkt 2, bo w zasadzie te punkty się ze sobą wiążą. Później podyskutujemy sobie.

Bardzo proszę pana ministra o kilka słów. Dziękuję.

Sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Michał Kołodziejczak:

Turystyka kulinarna jest nierozłączna z rolnictwem i z tradycją polskiej wsi. Tak naprawdę jest to jeszcze nieodkryta perła w koronie. Ja mogę jasno powiedzieć, na podstawie tego co widzę, wchodząc do resortu i obserwując życie codzienne na polskiej wsi, że do tej pory ministerstwo rolnictwa nie wykorzystuje potencjału turystyki kulinarnej, jest on bardzo mocno zaniedbany, a sama rozpiętość działań czy ministerstwa rolnictwa czy Ministerstwa Sportu i Turystyki niestety nie ma wspólnych mianowników. Mało tego, nawet w samym ministerstwie rolnictwa – ja robię takie małe podsumowanie – nie ma wspólnego mianownika wielu podejmowanych działań, które mogłyby przyczynić się do promowania polskiej kuchni, polskiej tradycji, polskich regionów, które nieodłącznie wiążą się też z produkcją regionalnej, wyjątkowej żywności. Warto też zdefiniować sobie to kim jest turysta kulinarny. Jest to człowiek dużo bardziej wymagający od zwykłego turysty, który poza oglądaniem rzeczywistości, świata bardzo ceni sobie smak, węch, różnego rodzaju inne doznania, ale także potrafi on rozbudowywać swój szlak, który przemierza, właśnie po to, żeby zaglądać w różne miejsca. Bardzo dużo agencji turystycznych i firm marketingowych mówi o tym, że w Europie to jest najprężniej rozwijający się dział turystyki. My w Polsce dopiero przecieramy szlaki turystyki kulinarnej i jesteśmy na samym początku drogi. To pokazuje też potencjał z jakim się mierzymy znając też polską kuchnię, czy polską tradycję dobrego jedzenia. Ja nie rozumiem, dlaczego my często wstydzimy się trochę naszego jedzenia, bo trochę tak jest. Widzę, tutaj minister sportu się...

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Bo mam odrobinę inne zdanie, ale...

Sekretarz stanu w MRiRW Michał Kołodziejczak:

...krzywi. Nie mówię o wszystkim jedzeniu, ale dopiero uczymy się tego, że w wielu miejscach jest to coś wyjątkowego.

Chcę jeszcze zwrócić uwagę na jedną rzecz, przed rozpoczęciem dyskusji oddam głos pracownikom ministerstwa rolnictwa, którzy powiedzą w jaki sposób ministerstwo stara się promować, co robi, bo to też są kroki warte zauważenia. Bo ludzie, którzy pracują w ministerstwie rolnictwa, od dłuższego czasu pracują też na to, żeby to jedzenie było znane, lubiane, a miejsca, gdzie ta żywność jest produkowana, były odwiedzane. Zresztą samo odwiedzanie takich miejsc pokazuje nam statystyka. Chociażby jedną gorzelnię w Szkocji w poprzednim roku odwiedziło ponad 2 mln ludzi, a niektóre winiarnie, czy 120 miejsc, gdzie produkowane jest wino we Francji, odwiedziło prawie 2 mln osób. To pokazuje, że ludzie są ciekawi tego, jak wytwarzana jest żywność, czy różne trunki. Nam w Polsce brakuje... Ja proponuję, przedstawimy Ministerstwu Sportu i Turystyki nasz projekt ministerialny, który, mam nadzieję, będziemy wdrażać w niedługim czasie, bo brakuje nam narzędzia, które mogłoby pokazać, gdzie chociażby są różnego rodzaju wydarzenia, które promują lokalną żywność, czy też tradycję kulinarną, taką, żeby człowiek w centrum Warszawy wiedział, co dzieje się chociażby, tak jak działo się w ostatnią niedzielę nad Biebrzą w województwie podlaskim, gdzie było piękne wydarzenie, gdzie była promowana nie tylko żywność, ale także kultura nadbiebrzańska, tak żebyśmy mogli tam trafić i zmapować to wszystko w jednym miejscu. Bo tych wydarzeń jest bardzo dużo, oznaczeń – o czym za chwilę powiedzą też pracownicy ministerstwa rolnictwa – jest bardzo dużo, które mówią o szczegółach tej żywności, czy ona jest tworzona przez wzgląd geograficzny, czy poprzez taki wzgląd, że jest tworzona przez długi czas w danym miejscu, czy po prostu jest też tradycyjną żywnością danego miejsca. Ministerstwo rolnictwa wykonało tutaj szereg prac, które mają wskazać żywność, która jest odpowiednia. Sam rozwój tradycyjnej żywności w Polsce rozpędził się i rozpędza się jeszcze bardziej. Naszym zadaniem, myślę że jednym z ważniejszych, będzie pokazanie społeczeństwu, gdzie to jest, gdzie te szlaki można tworzyć, bo faktycznie jest tych miejsc bardzo dużo.

Ja teraz chciałbym przekazać głos panu dyrektorowi.

Zastępca dyrektora Departamentu Rolnictwa Ekologicznego i Jakości Żywności w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Jan Golba:

Dzień dobry. Panie przewodniczący, szanowni państwo. W zakresie kompetencji ministerstwa rolnictwa jest tworzenie pewnego rodzaju narzędzi dla turystyki, dlatego że turysta jest ciekawy wartości regionu, kulinarnych tradycji, tworzenia różnych potraw, żywności. Fajnie, żeby był jakiś sposób na odróżnienie tego. Faktycznie ministerstwo prowadzi identyfikację, przede wszystkim identyfikację takich produktów oraz ich promocję, produktów regionalnych i tradycyjnych. Przede wszystkim mam tu na myśli te, które istnieją w systemie unijnym, czyli to jest: Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne, czy też Gwarantowana Tradycyjna Specjalność. Te dwa pierwsze, co podkreślamy, są związane właśnie z regionem, i lokalność tych produktów, a Gwarantowana Tradycyjna Specjalność, tutaj wymagane jest co najmniej 30-letnie udokumentowana tradycja wytwarzania produktów. Co bardzo ważne, że czasami tradycje są, ale nie są udokumentowane i pewnych rzeczy nie można zarejestrować. Natomiast takie oznaczenia dają już pewnego rodzaju instrumenty, ponieważ one umożliwiają identyfikację produktów, ochronę przed na przykład nieuczciwą konkurencją, dają możliwość obrony przed nieuczciwą konkurencją i podróbkami, ale też daje konkretną informację o specyfice i unikatowości produktów posiadających te oznaczenia. Do chwili obecnej – myślę, że to jest dość ważne – w unijnym systemie regionalnych i tradycyjnych produktów zarejestrowano 47 polskich produktów. I tu od razu jest taka dygresja, że faktycznie mamy znacznie mniej od Hiszpanii, ale mamy krótszą historię rejestracji, to jest jedna sprawa. Druga sprawa, to rejestrują to grupy producentów – i tutaj jest kwestia naszej tradycji współpracy, która zawsze jest troszeczkę mniej rozwinięta, nazwijmy to deli-

katnie, ale to się dzieje, mamy 47 polskich produktów. Myślę, że wszyscy znamy takie produkty jak bryndzę podhalańską, wiśnię nadwiślańską, wielkopolski ser smażony, ser koryciński swojski, jabłka grójeckie, fasolę wrzawską, suskę sechlońską. To są produkty, o których części pan wspominał, ale one są narzędziem do rozwoju turystyki. One są często w rękach samorządów, bo są też rejestrowane przy pracy samorządów, czasami samorządy umiejętnie to wykorzystują i opierają na tym swoje tradycje kulinarne, włączając to do szlaków kulinarnych.

Jeśli chodzi o to, żeby zachęcać producentów – ponieważ, jak powiedziałem, to grupy producentów muszą wystąpić z wnioskiem, nie jeden, ale grupa, zgodnie – to mamy działania w Planie Strategicznym Wspólnej Polityki Rolnej w ramach pozycji 13.3, który służy promocji, albo pozycję 13.4, która ma być uruchomiona od września, która służy konsolidacji osób, które wytwarzają produkty w ramach systemów jakości żywności. Bo tutaj znowu dygresyjnie dodam, że oznaczenia geograficzne unijne są jednym z systemów jakości żywności, na przykład takim, jak rolnictwo ekologiczne, które jest może troszkę bardziej znane. Ale to nie wszystko, bo mamy jeszcze pewne działania promocyjne. Oczywiście promocja na pewno może być szersza, ale to jest zawsze pochodna pewnych środków. Natomiast jeśli chodzi o promocję, to mamy na przykład konkurs kulinarny dla szkół gastronomicznych, i to jest bardzo ciekawa inicjatywa, która jest kontynuowana od 13 lat. To jest pomysł pracowników ministerstwa. To się przyjęło. Inicjatywa jest wyczekiwana przez młodzież, przez młodych adeptów sztuki, którzy później używają tych produktów. Startując w konkursach pokazują walor tych produktów, przygotowują potrawy, ale później korzystają z tego i włączają do swojej karty znowu pokazując właśnie lokalne produkty, takich, których w sposób świadomy szuka turysta, o czym słusznie powiedział pan minister. I to jest właśnie taka kuźnia narybku pod tym względem. Bardzo ciekawy konkurs, opiniowany przez mistrzów kuchni. Efektem konkursu są publikacje, w których między innymi są publikowane przepisy, które zostały wyróżnione, czy też wygrały.

Mamy dużą imprezę Targi Smaki Regionów w Poznaniu. To jest impreza, która jest organizowana także przez Międzynarodowe Targi Poznańskie, gdzie ministerstwo ma swoje stoisko, ale gdzie uczestniczą też samorząd, czy też sejmiki wojewódzkie, gdzie promują swoich producentów. Ad vocem do którejś rozmowy. Na tej imprezie jest około 30 tys. ludzi, tak że to jest dość popularna impreza. Ona naprawdę cieszy się dużą popularnością. Może nie wszyscy jeszcze tam zawitali, ale polecam, bo warto. Tam też są produkty z oznaczeniami geograficznymi, ale nie tylko, bo również z systemów jakości żywności „Jakość Tradycja”. Tak troszkę tutaj skracam. Mamy Festiwal Smaków w Grucznie. To też jest wydarzenie, które ma na celu promowanie polskiego sektora rolno-spożywczego przez prezentację kulinarnego bogactwa regionalnych producentów, rękodzieła, form kulturowych. Biorą tam udział producenci z całej Polski. Ministerstwo ma tam swoje stoisko, natomiast uczestniczą tam producenci z całej Polski. Mamy coś takiego, jak Lista Produktów Tradycyjnych, być może państwo o tym słyszeli, to jest też coś, co jest pomysłem ministerstwa rolnictwa i funkcjonuje od 2005 r. Warunkiem rejestracji jest udokumentowana 25-letnia historia wytwarzania produktów. Jest ona tworzona przy współudziale, zaangażowaniu marszałków województw. Marszałkowie województwa są pierwszym ogniwem oceniającym wnioski i pracującym z producentem. Ministerstwo rejestruje wnioski, ale to znowu marszałkowie województw później wykorzystują produkty do promocji i podnoszenia walorów kulinarnych swojego regionu. Wnioski są opiniowane na przykład przez Polską Izbę Gospodarczą, a w tym konkretnym przypadku przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego. Mamy zarejestrowanych około 2100 produktów, dokładnie 2111. Najwięcej produktów jest zarejestrowanych w województwie lubelskim – 268, w podkarpackim – 254 i małopolskim – 232. Najczęściej są to produkty z kategorii dań gotowych i potraw, produktów mięsnych, wyrobów piekarniczych i cukierniczych.

Mamy prezentację produktów regionalnych na wydarzeniach regionalnych i krajowych. Mamy kilka haseł parasolowych, nazwijmy to, na przykład „Poland tastes good” – to często jest na targach zagranicznych – czy też „Polska smakuje”, czy też kampania „Kupuj świadomie”. To jest też ogólnokrajowe, bo pod tym znakiem „Kupuj świadomie”.

mie” kryją się różne produkty. Myślę, że z grubsza to tyle. Przede wszystkim chodzi o to, że w zakresie kompetencji ministerstwa jest identyfikacja produktów, pokazywanie ich i możliwość wyróżnienia. Później producenci korzystając z tego, że mają coś, co jest naprawdę oryginalne, potwierdzone, wyjątkowe, robią z tego naprawdę fajny użytek.

Mamy tu jeszcze parę kwestii, które chyba może jeszcze dodać koleżanka.

Naczelnik w Departamencie Oświaty i Polityki Społecznej w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Agnieszka Skrętowska:

W ramach promocji dziedzictwa kulturowego Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi realizuje też projekt „Odpoczywaj na wsi”. Jest to projekt, którego głównym celem jest kreowanie wizerunku obszarów wiejskich, jako turystycznego rynku oferującego zróżnicowane całoroczne atrakcje. W ramach projektu realizujemy pewne działania, wśród nich m.in.: emisję spotów promujących wypoczynek na wsi, a także udział stoiska wystawienniczego „Odpoczywaj na wsi” na różnego rodzaju imprezach, w tym też na Targach Smaki Regionu, o których wspomniał pan dyrektor. W ramach naszego projektu jak najbardziej staramy się promować turystyczne atrakcje obszarów wiejskich. Prowadzimy też od 4 lat konkurs plastyczny dla dzieci i młodzieży, dla dzieci ze szkół podstawowych. Konkurs cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem. W zasadzie to tyle, w skrócie, na temat projektu „Odpoczywaj na wsi”.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Bardzo dziękuję.

Bardzo proszę, panie ministrze.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Ja tylko dodam jeszcze, żeby państwa też zainteresować, na Targach ITB w Berlinie, w których mieliśmy okazję wystawiać największe atrakcje Polski, polskie marki turystyczne, muszę powiedzieć, że w każdej z tych prezentacji największym zainteresowaniem cieszyły się kwestie związane z kulinariami. Były tam różne elementy, te wspomniane między innymi przez pana ministra i państwa, więc te, które są domeną tak naprawdę regionów, a nawet niektórych miejscowości, które mają pewne wyjątkowe specyfiki, które warto pokazać. Mówię o kwestiach kulinarnych, mówię o różnych nalewkach, napojach. Była taka śmietanówka, napój alkoholowy pochodzący z Nysy, przeróżne. Były również restauracje Michelin, które bazowały w głównej mierze na wyjątkowej lokalnej kuchni poszczególnych regionów tworząc tak niesamowity spłot smaku, że właściwie stały kolejki osób do tego, żeby rozpoznać tak naprawdę o co chodzi w tej kuchni, tak wyjątkowo zrobionej i tak subtelnie przygotowanej.

Akurat kulinaria są jednym z największych potencjałów polskiej turystyki. Żeby zobrazować państwu, my mamy dzisiaj 5,2% PKB z turystyki. Mówi się o tym, że oczywiście samo rolnictwo generuje około 2% – pewnie z przetwórstwem więcej – ale mówimy o tym czym jest też turystyka, która przecież jest szerszą gałęzią polskiej gospodarki. Chcielibyśmy, aby było 6%, żeby zwiększyć tak naprawdę ten potencjał, głównie ruchu przyjazdowego, ale także wygenerować jeszcze więcej konsumpcji, aby Polacy zostali i odkrywali Polskę na nowo, między innymi także przez kulinaria. Potrzebujemy tak naprawdę lepszej promocji i pełnej współpracy, po pierwsze, z regionami, które mają swoje kompetencje, także z ministerstwem, do promocji i tworzenia marek i produktów turystycznych. To się dzieje, ale wymaga jeszcze większej intensywności. Ja ogromnie liczę na to, że dla nowych marszałków województw, którzy są wybierani obecnie, turystyka stanie się dla nich i dla nas wspólnym priorytetem rozwoju gospodarczego poszczególnych regionów, bo trzeba tutaj jeszcze dać więcej impulsu. Do wspólnego tworzenia strategii zaczniemy wprowadzać wszystkie podmioty publiczne, czyli marszałków, ale także prezydentów miast, regionalne i lokalne organizacje turystyczne. Musimy wypracować jeszcze więcej potencjału.

Ja zgadzam się z wypowiedzią pana ministra w jednym, że nie wykorzystujemy jeszcze potencjału kulinarnego. We wszystkich badaniach jakościowych turystów odwiedzających Polskę element kuchni kulinariów stawiany jest na bardzo, bardzo wysokim poziomie. To jest nieodzowny element zadowolenia klienta. Musimy to po prostu jeszcze bardziej poprawić. Do tego będą także potrzebne i niezbędne szkolenia kadry, inwestycja

w kadry gastronomii, w kadry hotelarskie – tam, gdzie jest gastronomia – także w małą gastronomię, która często znajduje swoje miejsce w różnych miejscach, które mają swój potencjał turystyczny także w agroturystyce, więc zachęcamy.

Dzisiaj również... Właściwie nie dzisiaj, trzy dni temu rozpoczęliśmy, jako Polska, nabory dla całej branży turystycznej. Jest 1 mld 200 mln zł przeznaczone na inwestycje dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, z których, podejrzewam, ogromna większość podmiotów to będą podmioty z branży m.in. kulinarnej, hotelarskiej, która może wiązać się ze zwiększeniem ofert w trudnym tak naprawdę obszarze po pandemii, bo bardzo wiele firm nie przetrwało lat pandemicznych. Ale proszę sobie wyobrazić, że akurat z tego programu każdy z podmiotów może uzyskać do 520 tys. zł, do 90% kosztów kwalifikowanych, więc to jest ogromna zachęta do tego, aby w całej Polsce w miarę równomiernie – bo są koperty regionalne – dać szansę na tzw. branżę HoReCa, związaną z hotelami, restauracjami, gastronomią i zachęcać blisko 4 tys. podmiotów do tego, żeby po prostu inwestować, no a często to jest, nie wiem, budowa jakiegoś pieca chlebowego, minirestauracji, czyli tego wszystkiego, co jest związane z rozbudową branży HoReCa. W ślad za tym musi być tak naprawdę popyt na wszystkie niezbędne i bardzo unikatowe, i ciekawe, i ekologiczne, i wspaniałe produkty lokalne, produkty spożywcze, które są tworzone. Ja sam między innymi jestem współautorem miejsca – to już mówię prywatnie – gdzie od 2 lat około 50 różnych wystawców prezentuje co niedzielę swoje produkty: chleby, sery, przeróżne rzeczy. Ciągłe to ma jeszcze swój popyt. To tylko pokazuje jak duży potencjał istnieje na rynku lokalnym na dostęp do produktu ekologicznego, świeżego, unikatowego, takiego, którego nie spotkamy często w sieciach marketów. To są także potencjalni producenci, którzy są chętni zaopatrywać restauracje i lokale. Musimy zwiększyć jeszcze koniunkturę na udział tego rynku w Polsce. Podkreślam raz jeszcze, liczymy na to, że spora część podmiotów z tej branży zainwestuje środki europejskie, które zostały uruchomione kilka dni temu, i dzisiaj warto też o tym państwu powiedzieć. Zakładamy, że 4 tys. podmiotów, większość z nich to będzie branża gastronomiczna, zgłosi się i sięgnie po szybkie pieniądze, niemałe, jak na podmiot.

Czy pani prezes POT-u chciałaby jeszcze coś uzupełnić w ramach promocji, które prowadzi Polska Organizacja Turystyczna? Prosiłbym ewentualnie o krótkie uzupełnienie.

Wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej Małgorzata Wilk-Grzywna:

Witam państwa serdecznie. Myślę, że pan minister bardzo dużo powiedział. Ja tylko może uzupełnię, że Polska Organizacja Turystyczna często w tych kampaniach prowadzonych przez siebie wykorzystuje szlaki kulinarne, a także produkty regionalne w promowaniu poszczególnych regionów. To przekłada się na wzrost zainteresowania liczby turystów. Takim przykładem fajnej kampanii jest kampania prowadzona w 2022 r.

My zrobiliśmy taki cykl pytań na śniadanie z każdym regionem Polski w partnerstwie ze wszystkimi regionalnymi organizacjami turystycznymi, czyli w „Pytaniu na śniadanie” zrobiliśmy cykl „Jak smakuje Polska?”, promowaliśmy regiony pod kątem kulinarnym. Rzeczywiście dostrzegamy bardzo mocno ten trend, że Polacy cenią sobie dobre, zdrowe jedzenie, że oferta pojawia się także w propozycjach biur podróży lokalnych, ale też dużych touroperatorów. Myślmy, że będziemy dalej działać w ten sposób, żeby ten wątek jeszcze mocniej wykorzystywać. Myślmy też o tym, żeby wykorzystać fundusze europejskie na rzecz tworzenia portalu – mówię tutaj o rozwoju cyfrowym – gdzie pojawią się właśnie te wszystkie szlaki kulinarne i produkty, o których byli łaskawi wspomnieć państwo z ministerstwa rolnictwa. Tak że to jest przyszłość, o której myślimy. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dziękuję.

Pan... Bardzo proszę, pani.

Naczelnik w departamencie w MRiRW Agnieszka Skrętowska:

Ja chciałam jeszcze tylko uzupełnić, że Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi od wielu lat współpracuje z Ministerstwem Sportu i Turystyki oraz z Polską Organizacją Turystyczną. Przed pandemią byliśmy kilka razy na targach, też w Berlinie, o których wspominał pan minister, z naszym stoiskiem promującym polską wieś. Dziękuję.

Dyrektor Departamentu Oświaty i Polityki Społecznej w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Przemysław Saltarski:

To jeszcze uzupełniając, z działalności ministerstwa rolnictwa, mamy taki konkurs, to już jest kolejna edycja, ona trwa teraz do 15 maja – to tak też w ramach reklamy – nazywa się to ogólnopolski konkurs „Bitwa Regionów”, pewnie państwu znany. Współorganizujemy to wydarzenie razem z KOWR-em. To jest dosyć ciekawe i bardzo interesujące wydarzenie, skupiające dużo różnych podmiotów, partnerów. Po pierwsze, jest dedykowane do kół gospodyń wiejskich, ale także stowarzyszeń, które mają na celu statutowe promowanie dziedzictwa kulturowego, czy żywności tradycyjnej. Patrząc, że mamy dzisiaj w Polsce stan na koniec kwietnia – 14 777 kół gospodyń wiejskich, to jest po prostu pewna taka sieć organizacji pozarządowych, która bardzo ładnie współpracuje przy tym trzyetapowym konkursie – nie będę rozwijał, bo dla części państwa to jest znane – do tego jest jeszcze oprawa medialna w telewizji. Bardzo ładnie promuje to naszą żywność lokalną, i o tym chciałem powiedzieć.

Jeszcze takie dwie dodatkowe rzeczy, poza programem, których nie przewidywałem, a natchnął mnie pan minister. Jedna rzecz, to mamy szkoły, 64 zespoły szkół, to jest blisko 200 szkół, w których uczy się około 23 tys. uczniów, do tego jeszcze 3,5 tys. nauczycieli. Wspólnie ze szkołami rolniczymi, których organem prowadzącym jest Minister Rolnictwa, też wspólnie organizujemy różnego rodzaju konkursy kulinarne. Widać, że następuje rywalizacja w całej Polsce między szkołami rolniczymi.

Na koniec, całkiem prywatnie, bo pan minister też wtrącił wątek prywatny, jest coś takiego, nie jest to przedmiotem dzisiejszego spotkania być może, ale jako turystyka, z własnego doświadczenia, z własnego podwórka, z Sandomierza, od wielu lat nasz polskie Beaujolais, paszporty, które sprzedaje tam stowarzyszenie winiarzy sandomierskich, one schodzą na pniu, czasami ponad 1,5 tys. paszportów. Pomnożyć razy dwa, razy trzy, bo czasami całe rodziny przyjeżdżają, także spoza Polski, więc to jest też taki wątek, który można gdzieś promować i rozwijać. Kończąc. Jest tak, że jak by dziś ktoś planował uczestniczyć w dwudniowym święcie młodego wina w Sandomierzu, to już jest problem czasami na pół roku wcześniej, żeby znaleźć jakieś miejsca noclegowe w samym Sandomierzu i w okolicach. Tak że taka kwestia enoturystyki, może ona gdzieś tam ucieka, ale to jest, myślę, przyszłościowy wątek, temat do promocji. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dziękuję bardzo.

Szanowni państwo, w takim razie otwieram dyskusję. Jeśli ktoś chciałby zabrać głos, bardzo proszę.

Sekretarz generalny Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego Jacek Treichel:

Panie przewodniczący, szanowni państwo. Reprezentuję Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze. Chciałem powiedzieć tak, nasze stowarzyszenie jest największe w tym obszarze turystyczno-krajoznawczym, mamy blisko 70 tys. członków. Takie znaki rozpoznawcze towarzystwa to oczywiście schroniska górskie, szlaki i odznaki. My wydajemy rocznie blisko 250 tys. odznak krajoznawczych. Nie znając tematu dzisiejszego spotkania, odwołam się do prac, które są prowadzone przez jeden z naszych oddziałów, który tworzył, już przygotowywał coś takiego, odznakę „Szlaki kulinarne Polski”. Chcielibyśmy tam zgrupować wszystkie inicjatywy, które są tutaj podane. Bardzo dużo było tutaj powiedziane o różnych markach itd. Mimo wszystko nam wydaje się, że do tej pory jest to raczej taka informacja, reklama szeptana, bo nie ma jednego, wspólnego portalu. My staraliśmy się to stworzyć w formie kanonu do zdobywania odznaki. Naprawdę nasi turyści są pasjonatami, dla zdobycia jakiejś pieczątki, czy coś, są gotowi pojechać na drugi koniec Polski, żeby coś tam jeszcze zaliczyć. Ja akurat jestem macierzyście w województwie kujawsko-pomorskim. Daleko nie szukając: Festiwal Smaku w Grucznie, o którym była mowa, Święto Śliwki w Strzelcach Dolnych, „Gęsina na św. Marcina”, który promuje Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, rewelacyjne wydarzenie, zapraszam, „Amory w kuchni” realizowane w Chełmie, w mieście, gdzie są relikwie św. Walentego, czy tutaj na Mazowszu

„Miodobranie w Myszyńcu”. Nasi przewodnicy często są pytani, zwłaszcza przez wycieczki zagraniczne, gdzie ich zawieźć, gdzie mogą dobrze zjeść, czyli w Krynkach gdzieś jest jakaś tam tatarska zagroda itd. My, jako instytucja certyfikująca, robimy teraz nowy system szkolenia dla przewodników i w ramach tej walidacji, którą oni realizują, również są tam tematy związane z turystyką opartą o kulinaria. Nie ukrywam, że w tym gronie będziemy poszukiwać partnerów do promocji naszego projektu. Potrzebujemy 8–10 tys. zł na wydanie tego. To nie jest dużo, a już ustawiają się chętni w kolejce. Powiem tylko, że w ubiegłym roku... nie, przepraszam, już teraz 2 lata temu, kiedy wprowadzaliśmy na rynek turystyczny odznakę „Szlakiem Żydów w Polsce” – partnerem zostało Muzeum POLIN – rocznie zdobywanych jest około 15 tys. odznak. Ludzie zaczynają szukać, czyli gdzie był cmentarz żydowski, gdzie macewy, gdzie bożnice itd. Tak samo byśmy chcieli tutaj dotrzeć, że to nie tylko sama pieczętka dotarcia, ale żeby w ramach odznaki był obowiązek sporządzenia opinii o jakimś produkcie, żeby podzieleni się nią, żeby pokazać to co jest dobrego, co jest złego. Myślę, że faktycznie jest to takie forum, gdzie turyści, bo nie tylko te podmioty, które tym się zajmują, ale to jest głównie skierowane do ludzi, czyli żeby ludzie, którzy z tego korzystają, dzielili się swoimi wrażeniami, mówili co jest niekiedy złe, żeby móc wyeliminować jakieś usterki i żeby ten projekt faktycznie się rozwijał. Bo ta nasza kuchnia jest wspaniała, choć, jak niektórzy zagraniczni przyjeżdżają, mówią: jak można jeść sfermentowane rzeczy z kapusty kiszzonej, czy ogórków kiszonych? No ale u nich też jakieś dziwne sery pleśniowe, czy coś, tak że każda kuchnia ma swoje... Oczekujemy jakiejś pomocy, współpracy i oczywiście deklarujemy daleko idącą reklamę tego projektu. Dziękuję uprzejmie.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dziękuję bardzo.

Panie ministrze, czy moglibyśmy liczyć na komentarz, bo faktycznie wydaje się... Bardzo proszę.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

To ja odpowiem. PTTK, pan prezes Kapłon i również pan, jesteście stałymi partnerami ministerstwa i POT-u. Większość oznaczeń szlaków itd. są także między innymi dzięki środkom wspieranym od lat przecież przez ministerstwo. Obecnie jesteśmy na etapie rozstrzygania konkursu dla NGO-sów, tam jest bardzo duża część związana także z turystyką kulinarną, z oznaczeniem szlaków. Przyjrzymy się dokładnie jak po ocenie ekspertów wyszedł ten wniosek. Tu bym prosił pana dyrektora, żeby spojrział na to. Na pewno to, co państwo już robicie, czyli aplikacja i włączenie wszystkich atrakcji turystycznych do państwa aplikacji. My marzymy o tym, żeby w Polsce była jedna aplikacja, która pozwoli tak naprawdę na to, żeby w czasie rzeczywistym każdy, kto przyjeżdża w dowolne miejsce, był w stanie odnaleźć wszystko, czyli szlak turystyczny PTTK, szlak rowerowy, najlepsze kulinaria w Polsce, atrakcje turystyczne, muzea itd. Takiej jednej, zintegrowanej platformy, jeszcze podanej tak naprawdę pod kątem potrzeb turystów, w Polsce po prostu nie ma. Każdy robi swoje. My w tej strategii też chcemy między innymi zaznaczyć, że trzeba połączyć siły, dlatego że mamy ogromne bazy danych tworzone przez różne podmioty, przez NGO-sy, przez samorządy, natomiast nie ma jednego narzędzia, które pozwoliłoby bardzo szybko wyszukać to, co jest w czasie rzeczywistym najlepszą, pożądaną, przez czasami bardzo wymagającego klienta, atrakcją turystyczną. Przyjrzymy się temu. Mamy właśnie w tej chwili w trakcie rozstrzygnięć tego konkursu bardzo wiele podmiotów, które chcą tworzyć bazy cyfrowe i udostępniać się na portalach. To jest krok do tego, żeby te bazy były zassane przez jeden portal i jedną, użyteczną aplikację, i podaną w stanie rzeczywistym każdemu w dowolnej części Polski. To jest cel, do którego powinniśmy dążyć. To nie jest proste, ale zgadzam się, że jest to po prostu dzisiaj niezbędne, dlatego że nie zawsze przechodzimy przez wyszukiwarki. Dzisiaj większość informacji pozyskujemy po prostu z wyszukiwarek, a często nie docieramy do informacji najbardziej pożądaných, które chcielibyśmy, bo po prostu jest pozycjonowane gdzieś dalej na Google'ach itd. Ale bardzo życzymy sobie, żeby w ramach tworzenia marek turystycznych... My ostatnio rozdaliśmy kilka takich marek turystycznych i proszę sobie wyobrazić, że kilka, chyba pięć albo siedem samorządów, nie pamiętam już

dokładnie, stworzyło markę turystyczną przez nas nagrodzoną, a która była wynikiem współpracy – to była Dolina Górnej Odry. Czyli część samorządów śląskich, słuchajcie, których łączyła część dorzecza Odry, nagle znalazło swoją specyficzną część geograficzną, krajobrazową i z tego zrobiła markę turystyczną, gdzie weszły i restauracje, i festiwale. I nagle okazuje się, że turysta jest w stanie dowiedzieć się o wszystkim, co jest w promieniu 50 km, może nawet więcej. Potrzebne są takie inicjatywy oddolne, dlatego że one w sposób naturalny kumulują to, co jest najważniejszego i bardzo wyspecjalizowanego w danej części terytorium czy województwa, czy naszego kraju, a w środku kryją się kolejne ciekawe rzeczy do odkrycia. Tam są właśnie między innymi maryny, kulinaria, wszystkie te elementy, które są związane z potencjałem.

To, co pan mówi, przyjrzymy się jeszcze projektowi. Poprosiłbym pana dyrektora, bo jesteśmy przed rozstrzygnięciem konkursów, jak państwa wniosek przechodzi, bo mamy na to w tym roku w konkursach 12,5 mln zł. Jutro będziemy rozstrzygać dla NGO-sów na promocję turystyki, na tworzenie nowych produktów, na cyfryzację usług, między innymi na szlakowanie, a więc mam nadzieję, że PTTK jakieś wsparcie otrzyma, ale to jest na razie przedmiotem... Już chyba po komisjach jest, tak?

**Zastępca dyrektora Departamentu Turystyki w Ministerstwie Sportu i Turystyki
Bartłomiej Karolczyk:**

Tak.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Po komisjach. Będziemy decydować. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dziękuję bardzo.

Czy ktoś jeszcze chciałby zabrać głos? To ja słowo, prywaty trochę. Pan minister wspomniał o ENOTarnowskim. To jest mój region, Tarnów. Faktycznie to jest obszar, który bardzo fajnie się rozwija od wielu, wielu lat. Ja to obserwowałem z pozycji samorządu. Nie wiem, czy państwo wiecie, ale to jest region, gdzie zarejestrowanych jest najwięcej winnic, tak że polecam też stronę ENOTarnowskie.pl. Myślę, że to jest też kierunek rozwoju dla naszego regionu, właśnie tej turystyki związanej z winiarstwem. Tam wiele osób, które interesują się tym, skupiło się wokół tego projektu. Oni bardzo dobrze współpracują. Są tam bardzo duże plany rozwoju. Myślę, że niedługo do ministerstwa wpłynie zapytanie o możliwość dofinansowania pewnych działań, żeby ten region tarnowski rozwijać w tym obszarze. Bardzo dziękuję.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Potwierdzam. Takie wnioski także wpłynęły...

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Już wpłynęły.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

Tak, wpłynęły i są chyba wysoko oceniane przez komisję, ale są jeszcze przed decyzjami ministerialnymi. Ale wpłynęły. Potwierdzam, że są bardzo wysoko cenione. Przyglądamy się także temu, co państwo robicie, bo to jest jeden z przykładów najbardziej jaskrawych, co może być dobrego ze współpracy, gdzie nagle wszystkie winnice i cały potencjał został osieciowany, wypromowany wspólnie. Większość z nas wie, która jeździła po różnych częściach Europy, jednak te winnice mają ogromny potencjał, jednak i smakowy, i dający tak naprawdę odrębną część kierunku turystycznego, prawda?

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Tak do tego dochodzą jeszcze różne inne rzeczy, jak sery, wędliny, różne takie historie, które dobrze kojarzą się przy winie. Bardzo dziękuję.

Czy ktoś jeszcze na koniec? Dziękuję bardzo serdecznie.

W takim razie, szanowni państwo, zamykam posiedzenie podkomisji stałej do spraw turystyki. Bardzo serdecznie paniom i panom dziękuję.

Sekretarz stanu w MSiT Piotr Borys:

A my bardzo się cieszymy, że podkomisja ruszyła z takim impetem, bo jesteśmy częstymi gośćmi. Mam nadzieję, że utrzymamy to tempo. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Piotr Górnikiewicz (Polska2050-TD):

Dziękuję bardzo. Dziękujemy.