

Metryczka Szlaku Kulinarnego

Nazwa szlaku	Gdańsk–Pomorskie Culinary Prestige			
strona www szlaku	www.pomorskie-prestige.eu			
Koordynator szlaku	Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna			
Dane kontaktowe koordynatora	Osoba do kontaktu	Izabela Koch	Adres	ul. Wały Jagiellońskie 2a 80-887 Gdańsk
	Numer Telefonu	58 732 70 45	e-mail	i.koch@prot.gda.pl
Jaka idea legła u podstaw powstania szlaku?	<p>Turystyka kulinarna stanowi obecnie jeden z wiodących tematów motywujących do przyjazdu. Turysta kulinarny jest coraz bardziej świadomy swoich potrzeb i preferencji konsumpcyjnych, poszukując w dużej mierze regionalnych składników i dań.</p> <p>Odwiedzający region pomorski turysta należy do najbardziej wymagających odbiorców oferty turystycznej w kraju. Dla niego niezwykle istotną rolę odgrywa szeroko rozumiana jakość oferty kulinarnej rozpoczynając od jakości zastosowanych składników, przez autorską kreację szefa kuchni, oryginalny wystrój wnętrza, skończywszy na serwisie, a nawet na widoku z lokalu.</p> <p>Na terenie regionu pomorskiego funkcjonuje szereg bardzo dobrej jakości, oryginalnych restauracji (np. specjalizujących się w przygotowywaniu dań z ryb bałtyckich lub kaszubskich, darach lasu, żuławskiego drobiu, lokali typowych dla kulinarnych tradycji kupców i mieszczan gdańskich itp.) i producentów regionalnych specjałów kulinarnych (marynowane i wędzone ryby, sery zagrodowe, lokalne browary i inne). Często jednak dostęp do nich jest utrudniony z uwagi na lokalnie funkcjonujących producentów, których oferta nie jest w żaden sposób komercjalizowana. Turysta odwiedzający region pomorski często nie posiada wiedzy, ani też informacji nt. lokalizacji najbardziej wartościowej oferty kulinarnej, pomimo zarejestrowania ponad 130 produktów na liście produktów tradycyjnych województwa pomorskiego, a w zamian korzysta z nisko wartościowej i masowej gastronomii, co negatywnie wpływa na postrzeganie destynacji. Mimo ogromnego potencjału i zaplecza produktowego, pomorska oferta kulinarna rzadko również nawiązuje wprost do regionalnej tradycji i bazuje na świeżym produkcie sezonowym.</p> <p>Dlatego tak istotne było wdrożenie szlaku kulinarnego Gdańsk - Pomorskie Culinary Prestige, który pozwala odwiedzającym region pomorski łatwiej odnaleźć jakościową ofertę kulinarną regionu, zakupić produkty i dania, które</p>			

	<p>wytworzone zostały na bazie regionalnych specjałów oraz wzbogacić pobyt turystyczny o niezapomniane doznania kulinarne.</p> <p>Ponad to szlak kulinarny przyczynia się do wzmocnienia marki i wizerunku regionu pomorskiego, jako nowoczesnej i świadomej kulinarnie, destynacji turystycznej, a tym samym do zwiększenia liczby turystów poza sezonem letnim.</p>
<p>Opis szlaku</p>	<p>Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige to przede wszystkim szlak integrujący i promujący ofertę jakościowych kulinariów regionu pomorskiego. Głównym jego celem jest prezentacja atrakcyjności usług związanych z turystyką kulinarną, producentów i restauracji, które promują rodzimą kuchnię i kulturę, a co najważniejsze, są chętne i otwarte do współpracy.</p> <p>W I etapie weryfikacji wyłoniono 18 restauracji w regionie pomorskim, które utworzyły kulinarny szlak Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Brovarnia Gdańsk http://www.brovarnia.pl/ 2. Fishmarkt http://www.targrybny.pl/ 3. Gdański Bowke http://gdanskibowke.com/ 4. Goldwasser http://www.goldwasser.pl/ 5. Mercato http://www.hiltongdansk.pl/restauracje.html 6. Restauracja Filharmonia http://www.restauracjagdansk.pl/ 7. Restauracja Kokieteria http://www.restauracjakokieteria.pl/ 8. Restauracja Kubicki http://restauracjakubicki.pl/ 9. Restauracja Velevetka http://www.velevetka.pl/ 10. Restauracja Pod Łososiem http://www.podlososiem.com.pl/ 11. Bulaj http://www.bulaj.pl/ 12. Delmonico Cut Steakhouse http://www.delmonicocut.pl/ 13. Gothic http://www.gothic.com.pl 14. Tłusta Kaczka http://www.tluskakaczka.pl/ 15. W Ogrodach http://www.wogrodach.pl/ 16. Tawerna http://www.tawerna.pl/

	<p>17. Sztuczka http://www.sztuczka.com/</p> <p>18. Villa Uphagena http://www.villauphagena.pl</p> <p>Wyłonione restauracje gotują w zgodzie z przyjętą filozofią slow food i serwują autorskie dania bazując na regionalnych produktach na najwyższym europejskim poziomie. Niezwykle ważna w wyłonionych restauracjach jest także osoba szefa kuchni, którego autorskie podejście do tradycji i regionalnego produktu jest gwarancją szczególnego przeżycia kulinarnego dla gości.</p> <p>Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige stale się rozwija, na wrzesień 2014 zaplanowano II etap weryfikacji restauracji w regionie pomorskim, który pozwoli na dołączenie do szlaku kolejnych 20 restauracji.</p> <p>Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige wpływa na kreację nowej, całorocznej oferty turystycznej regionu szczególnie atrakcyjnej w okresie sezonowych zmian menu związanych z dostępnością świeżego i wysokiej jakości produktu kulinarnego. Okresy wzmożonego zainteresowania ofertą turystyki kulinarnej regionu pomorskiego będą zatem przypadają w następujących okresach: styczeń – połowy łososi i troci w rzekach woj. pomorskiego, luty-marzec sezon na dziczyznę, kwiecień – kuchnia wielkanocna związana z tradycją kaszubską i pomorską, maj – nowalijki, sierpień – połów dorsza – dorszowe żniwa, wrzesień i październik – zbiory rolnicze dynia, pasternak, buraki, listopada – gęsiina, grudzień – tradycja kaszubskiego i pomorskiego stołu Bożonarodzeniowego.</p>
<p>Co jest wyróżnikiem szlaku? (główne atrakcje, stałe wydarzenia – kalendarium)</p>	<p>Szlak Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige to przede wszystkim oferta jakościowych kulinariów regionu pomorskiego, które wyróżniają się autorską kuchnią opartą na produktach regionalnych.</p> <p>W ramach promocji i komunikacji z odbiorcami szlaku Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige powstał blog kulinarny oraz funpage w mediach społecznościowych. Blog kulinarny www.pomorskie-prestige.eu ma charakter informacyjno – wizerunkowy. Na blogu znajdują się przede wszystkim inspirujące relacje z wizyt w restauracjach, które należą do kulinarnego szlaku. Relacje wzbogacone są o fotografie regionalnych potraw, które podkreślają charakter oferty kulinarnej regionu pomorskiego. Znajdują się tam również ciekawe propozycje eventów kulinarnych w Gdańsku i regionie pomorskim, które prezentują „perły” regionu.</p> <p>Blog dostępny jest w dwóch wersjach językowych (polskiej i angielskiej), co jest dodatkową wartością dla turystów zagranicznych, dla których rekomendacje dotyczące jakościowej oferty turystycznej są szczególnie cenne. Warto podkreślić, że blog jest najpopularniejszą obecnie formą prezentacji treści dotyczących kulinariów, <u>lecz jeszcze żaden polski region nie prowadzi własnego bloga kulinarnego. Działanie to będzie zatem niezwykle cenne także z uwagi na jego unikatowość.</u> Każdego dnia blog kulinarny www.pomorskie-prestige.eu odwiedza 300 osób.</p>

	<p>Równoległe wraz z blogiem uruchomiony został funpage www.facebook.com/PomorskiePrestige w mediach społecznościowych, gdzie prezentowane są walory kuchni regionalnej, w tym propozycję regionalnych restauracji, które tworzą szlak kulinarny. Funpage po trzech miesiącach funkcjonowania zebrał 1154 fanów i każdego dnia ta liczba wzrasta. Warto podkreślić również zasięgi postów : 962, 900, 564.</p> <p>Bardzo istotne w promocji szlaku kulinarnego Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige są również wizyty studyjne do udziału w których zaproszeni są kluczowi dziennikarze kulinarni z Polski i Skandynawii. Wizyty realizowane są podczas corocznych wydarzeń kulinarnych „Noc Restauracji” (30 maja 2014) oraz „Sopot od Kuchni – Slow Food Festival” (28-29.06.2014), dzięki czemu poprzez towarzyszące wydarzeniu atrakcje przedstawiona zostaje dziennikarzom atrakcyjność kulinarna regionu pomorskiego.</p> <p>Szlak kulinarny Gdańsk-Pomorskie Culinarny Prestige promowany jest także przez działania BTL, a mianowicie wydanie ulotki promującej rekomendowane restauracje oraz wkładki do menu. Działania te pełnią funkcję informacyjną dla odbiorców, ale również wpływają na wzajemne pozycjonowanie i promocje krzyżową restauratorów prezentując potencjał i różnorodność regionu.</p>	
<p>Jaką kuchnię promuje szlak (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)</p>	<p>Regionalną</p>	<p>X</p>
	<p>Polską</p>	
	<p>Międzynarodową</p>	
	<p>Tradycyjną</p>	
	<p>Związaną z danym produktem, jakim?</p>	
	<p>Inną, jaką?</p>	<p>Farm to table, slow food</p>
<p>Kiedy powstał szlak? (proszę podać datę)</p>	<p>Marzec 2014</p>	
<p>Kto był pomysłodawcą szlaku?</p>	<p>Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna</p>	
<p>ZARZĄDZANIE SZLAKIEM I JEGO PROMOCJA</p>		

Jaki jest model zarządzania szlakiem?	Zewnętrzny (koordynatorem jest zewnętrzna instytucja, która nie współtworzy szlaku)	Wewnętrzny (koordynatorem jest jeden z członków szlaku)	Inny, jaki?
	Landbrand		
Kto jest głównym decydem?	Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna		
Jaki jest roczny budżet			
Kto dysponuje budżetem?	Koordinator	Członkowie szlaku	Inne rozwiązanie, jakie?
	X		
Na co budżet jest rozdysponowywany?	Działania marketingowe (jakie)	Infrastruktura, szkolenia (jakie)	Inne, jakie?
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uruchomienie i prowadzenie bloga tematycznego opisującego między innymi rekomendowane lokale (prowadzony w języku polskim i angielskim) 2. Przygotowanie i przeprowadzenie wizyt studyjnych dla mediów kulinarnych i lifestylowych 3. Opracowanie i wydanie ulotki promującej rekomendowane lokale i specjalnej wkładki do menu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizacja spotkania z restauratorami i producentami ukazującego korzyści przystąpienia do szlaku kulinarnego 2. Organizacja panelu dot. kulinariom w regionie pomorskim podczas konferencji „Nowe trendy w turystyce” 	<p>Zadania Analityczne</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotowanie audytu potencjału kulinarnego Pomorskiego ze szczególnym uwzględnieniem miasta Gdańska, Sopotu i Gdyni w zakresie kulinariów regionalnych 2. Stworzenie systemu kategorii rekomendacji 3. Opracowanie strategii promocji miejsc rekomendowanych <p>Zadania organizacyjne</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podpisanie umów o przystąpieniu do

					projektu z lokalami i producentami 2. Przygotowanie opisów restauracji 3. Dokonanie oznakowania rekomendowanych restauracji
Jakie działania marketingowe są podejmowane?	Strona www	Portale społ.	Udział w targach	Wydawnictwa	Inne, jakie?
	X	X		X	1. Blog tematyczny 2. Wizyty studyjne dla mediów kulinarnych i lifestylowych
Czy szlak jest rozwijany w oparciu o strategię, program, plan rozwoju?	Szlak wpisuje się w program promocji jakościowych usług typu premium przemysłu czasu wolnego na terenie regionu pomorskiego prowadzonego pod hasłem Pomorskie Prestige. Docelowo obejmuje takie obszary jak golf & yachting, spa&wellness, shopping&lifestyle.				
Jeśli tak, kto opracowuje taki plan?			Jeśli nie, kto podejmuje decyzje o działaniach promujących czy rozwijających szlak?		
Autorem jest Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, a partnerami samorządy z województwa pomorskiego z Gdańskiem na czele.					
CZŁONKOWIE SZLAKU					
Iluz jest członków szlaku?	18 restauracji				
Kto jest członkiem szlaku? <i>(można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</i>			Ilość		
Restauracje i inne lokale gastronomiczne			X		
Producenci i wytwórcy produktów					
Atrakcje turystyczne					

Inne, jakie?	
Inne, jakie?	
Inne, jakie?	
Czy udział w szlaku jest sformalizowany?	Tak
Jeśli tak, w oparciu o jaki dokument (umowa, deklaracje uczestnictwa, porozumienie o współpracy, inny- jaki?)	Przy weryfikacji restauracji obowiązuje regulamin oraz karta oceny restauracji. Natomiast z wyłonionymi restauracjami podpisywane są umowy partnerskie.
Czy udział w szlaku jest płatny?	Nie
Czy istnieje forma certyfikacji, sprawdzania jakości usług/produktów członków, którzy chcą wstąpić na szlak?	Tak
Jeśli tak, kto ustala te normy?	Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna
Czy normy te są sformalizowane, czy uznaniowe?	Tak
Jeśli sformalizowane, to w oparciu o jaki dokument przeprowadzana jest certyfikacja? (karty certyfikacyjne, ankiety, wywiady, wizyty, audyty)	Przy weryfikacji restauracji obowiązuje regulamin oraz karta oceny restauracji.
DOSTĘPNOŚĆ SZLAKU (stopień komercjalizacji)	
Czy szlak posiada gotową ofertę turystyczną z ceną do zakupienia przez klienta ?	Nie, każda restauracja ma odrębną ofertę menu

<i>(prosimy dołączyć)</i>	
Czy oferta jest całoroczna czy sezonowa (terminy) ?	Oferta całoroczna
Gdzie można tę ofertę zakupić? <i>(można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</i>	
Biuro Turystyczne	
Organizacja lokalna?	
Inny podmiot ?	
Sprzedaż przez Internet ?	
Inny sposób sprzedaży, jaki?	
Czy oferta jest dostępna tylko na zamówienie ?	Nie
Czy oferta jest dostępna dla grup (jeśli tak min. czy max. liczba osób w grupie jednorazowo) ?	Tak (w zależności ile miejsc posiada restauracja)
Czy jest dostępna dla turystów indywidualnych ?	Tak
Jeżeli tak, to na jakich warunkach można ją zamówić/ zakupić ?	
Jaka jest wielkość sprzedaży (ilość osób/rok, miesiąc, sezon) ?	
Jakie kroki są podejmowane w kierunku komercjalizacji szlaku ?	