

Metryczka Szlaku Kulinarnego

Nazwa szlaku	Małopolska Trasa Smakoszy			
strona www szlaku	www.trasasmakoszy.pl			
Koordynator szlaku	Małopolska Organizacja Turystyczna			
Dane kontaktowe koordynatora	Osoba do kontaktu	Elżbieta Tomczyk-Miczka	Adres	Rynek Kleparski 4/13 31-150 Kraków
	Numer Telefonu	12 4221611 501411416	e-mail	elzbieta@mot.krakow.pl travelcarmen@gmail.com
Jaka idea legła u podstaw powstania szlaku?	<i>Promocja regionalnej gastronomii i dziedzictwa kulinarnego , podnoszenie jakości usług w obiektach gastronomicznych, podnoszenie atrakcyjności turystycznej regionu poprzez turystykę kulinarną</i>			
Opis szlaku	<p>Tekst promocyjny</p> <p>Zapraszamy na wędrowkę po karczmach regionalnych Małopolski. Zanim jednak zanurzyicie łyżkę w misce stawy i podniesiecie ją do ust, zadumajcie się nad przeszłością, wsłuchajcie się w niegdysiejszy gwar, skrzypienie kół na gościńcu, brzęk miedzianych garnców. Pomyślcie o tych, którzy przed laty tu biesiadowali i których historie wpisane są w „trasy smakoszy”. Małopolskie karczmy reprezentują różne zakątki regionu, style i specjalności lokalne. Lista rekomendowanych restauracji regionalnych na “ Małopolskiej Trasie Smakoszy” pozwoli zaplanować własne trasy, smakowicie okraszone atrakcjami turystycznymi Małopolski.</p>			

<p>Co jest wyróżnikiem szlaku? (główne atrakcje, stałe wydarzenia – kalendarium)</p>	<p style="text-align: center;"><i>Nacisk na jakość i tradycję</i> <i>Certyfikaty „ Regionalna Karczma Małopolski” nadawane co dwa lata- spis aktualizowany w każdej edycji</i> <i>Oferty turystyki kulinarnej – powiązanie rekomendowanych karczm z atrakcjami turystycznymi</i></p>	
<p>Jaką kuchnię promuje szlak (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)</p>	Regionalną	TAK - Małopolską
	Polską	
	Międzynarodową	
	Tradycyjną	TAK
	Związaną z danym produktem, jakim?	Produkty regionalne i tradycyjne oraz produkty lokalne Małopolski
	Inną, jaką?	
<p>Kiedy powstał szlak?</p>	2011 rok	

(proszę podać datę)	<i>Przybliżoną; na listopad 2012</i>				
Kto był pomysłodawcą szlaku?	Malopolska Organizacja Turystyczna				
ZARZĄDZANIE SZLAKIEM I JEGO PROMOCJA					
Jaki jest model zarządzania szlakiem?	Zewnętrzny (koordynatorem jest zewnętrzna instytucja, która nie współtworzy szlaku)	Wewnętrzny (koordynatorem jest jeden z członków szlaku)		Inny, jaki?	
				MOT	
Kto jest głównym decydemem?	MOT				
Jaki jest roczny budżet	Nie ma wydzielonego budżetu				
Kto dysponuje budżetem?	Koordinator	Członkowie szlaku		Inne rozwiązanie, jakie?	
	MOT				
Na co budżet jest rozdysponowywany?	Działania marketingowe (jakie)	Infrastruktura, szkolenia (jakie)		Inne, jakie?	
	Certyfikacja Strona internetowa				
Jakie działania marketingowe są	Strona www	Portale społ.	Udział w targach	Wydawnictwa	Inne, jakie?

podejmowane?	X	X			
Czy szlak jest rozwijany w oparciu o strategię, program, plan rozwoju?	Strategia i program rozwoju w opracowaniu				
Jeśli tak, kto opracowuje taki plan?			Jeśli nie, kto podejmuje decyzje o działaniach promujących czy rozwijających szlak?		
MOT					
CZŁONKOWIE SZLAKU					
Ilu jest członków szlaku?	38 regionalnych Karczm				
Kto jest członkiem szlaku? <i>(można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</i>			Ilość		
Restauracje i inne lokale gastronomiczne			38		
Producenci i wytwórcy produktów					
Atrakcje turystyczne					
Inne, jakie?					
Inne, jakie?					
Inne, jakie?					
Czy udział w szlaku jest sformalizowany?					

Jeśli tak, w oparciu o jaki dokument (umowa, deklaracje uczestnictwa, porozumienie o współpracy, inny- jaki?)	Deklaracje zgłoszenia, decyzje o przyznanych certyfikatach
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?	MOT
Czy normy te są sformalizowane, czy uznaniowe?	Regulamin Księga jakości gastronomii regionalnej
Jeśli sformalizowane, to w oparciu o jaki dokument przeprowadzana jest certyfikacja? (karty certyfikacyjne, ankiety, wywiady, wizyty, audyty)	Ankiety, wizyty komisji certyfikującej
DOSTĘPNOŚĆ SZLAKU (stopień komercjalizacji)	
Czy szlak posiada gotową ofertę turystyczną z ceną do zakupienia przez klienta ? <i>(prosimy dołączyć)</i>	W opracowaniu
Czy oferta jest całoroczna czy sezonowa (terminy) ?	całoroczna
Gdzie można tę ofertę zakupić? <i>(można zaznaczyć kilka odpowiedzi)</i>	
Biuro Turystyczne	tak
Organizacja lokalna?	

Inny podmiot ?	
Sprzedaż przez Internet ?	
Inny sposób sprzedaży, jaki?	
Czy oferta jest dostępna tylko na zamówienie ?	
Czy oferta jest dostępna dla grup (jeśli tak min. czy max. liczba osób w grupie jednorazowo) ?	
Czy jest dostępna dla turystów indywidualnych ?	
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 ?	W opracowaniu