

Agnieszka OWCZAREK*, Karolina SMĘTKIEWICZ**

STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI KULINARNEJ NA PRZYKŁADZIE FESTIWALU SMAKÓW W UNIEJOWIE

Zarys treści: W ostatnich latach zauważa się dynamiczny rozwój turystyki kulinarnej, która aktywizuje wiele obszarów zarówno wiejskich, jak i miejskich w celach autopromocyjnych. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie istoty turystyki kulinarnej oraz Uniejowskiego Festiwalu Smaków, jako jednego z przejawów tendencji i determinanty mającej wpływ na popularność Uniejowa wśród turystów oraz skuteczne narzędzie strategii marketingowej gminy. Metodyka przyjęta do osiągnięcia założonego celu artykułu obejmuje: przegląd i analizę literatury przedmiotu dotyczącej turystyki kulinarnej oraz Uniejowa, własne badania empiryczne polegające na analizie materiałów źródłowych m.in. Paszportów Degustatora zebranych podczas ostatniej edycji festiwalu, a także obserwacje i doświadczenia własne z prac związanych z organizacją wydarzenia. Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że Uniejowski Festiwal Smaków jest przykładem efektywnego i atrakcyjnego wykorzystania potencjału gastronomicznego miasta i jego zaplecza – obszarów wiejskich gminy w celach promocyjnych.

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, Uniejów, Uniejowski Festiwal Smaków

WPROWADZENIE

Coraz częściej czynnikiem determinującym wybór miejsca spędzenia urlopu w danym regionie czy kraju są produkty kulinarne odwiedzanego obszaru. Baza gastronomiczna, odpowiadająca indywidualnym potrzebom turystów – konsumentów,

* Agnieszka Owczarek, mgr, absolwentka, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu, Instytut Filologii Romańskiej, Urząd Miasta w Uniejowie, Dział Promocji, 99-210 Uniejów, ul. Bł. Bogumiła 13, e-mail: agnieszka.owczarek@uniejow.pl.

** Karolina Smętkiewicz, dr, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przemysłowej, 30-084 Kraków, ul. Podchorążych 2, e-mail: karolina.smetkiewicz@up.krakow.pl.

obok noclegu, jest niezwykle ważnym czynnikiem decydującym o tym, czy wyjazd można uznać za udany. Ponadto aspekt kulinarny staje się coraz częściej celem samym w sobie. Wybór wielu kierunków turystycznych podyktowany jest nie tyle atrakcjami przyrodniczymi lub antropogenicznymi, co względami kulinarnymi, możliwością odbycia degustacji charakterystycznych specjałów, innymi słowy – możliwością odkrywania i doświadczania danego miejsca za pomocą zmysłów: węchu i smaku.

Zainteresowanie światem „od kuchni”, chęć poznania oryginalnych produktów i potraw typowych dla danego miejsca czy regionu sprawiła, że powstała nowa gałąź turystyki, jaką jest turystyka kulinarna. Sukces fenomenu, o którym można już mówić w kontekście całej kuli ziemskiej, uwarunkowany jest przez dwa podstawowe czynniki: podróżę i jedzenie.

Niezależnie od celu podejmowanej podróży, kulinaria stały się ogromną wartością dodaną do wyjazdów poznawczo-wypoczynkowych. Zresztą, jak twierdzi Jasioł Kuroń, znany kucharz i blogger kulinarny: „Kuchnia jest fantastycznym źródłem historii, anegdot i może okazać się rajem dla naszego podniebienia. To grzech pojechać na Sycylię i nie posmakować tamtejszych grillowanych cielecych policzków czy ryb i owoców morza, które przyrządza się i handluje nimi już w porcie. Można porównać to do wyprawy do Paryża i rezygnacji z ujrzenia panoramy tego pięknego miasta z Wieży Eiffla”¹.

Podróżowanie inspirowane kuchnią w poszukiwaniu nowych smaków, sławnych restauracji lub po prostu prowadzonych przez autochtonów cieszy się coraz większym uznaniem turystów odwiedzających różne kraje całego świata, w tym również i Polskę. Świadczy o tym choćby mnogość programów kulinarnych, popularność internetowych blogów, czy organizowanych eventów. W istocie, w myśl popularnego powiedzenia „cudze chwalicie, swego nie znacie”, warto nadmienić, że również w naszym kraju, na wzór Francji czy Włoch, gdzie narodowe dziedzictwo kulinarne zostało umieszczone na Liście Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego Ludzkości UNESCO², zauważa się swoisty lokalny patriotyzm kulinarny. Wzrost zainteresowania tą formą podróżowania aktywizuje i mobilizuje zarówno aglomeracje miejskie jak i obszary wiejskie, które starają się wyjść naprzeciw wyzwaniom kuchni międzynarodowych, a poprzez mnogość, różnorodność oraz jakość oferowanych produktów żywnościowych, z podniesionym czołem stają w szranki z innymi międzynarodowymi tradycjami kulinarnymi, w niczym im nie ustępując. Najdobitniejszym przejawem turystyki kulinarnej w Polsce, są licznie organizowane biesiady, festiwale, degustacje, szlaki kulinarne itp. wpisujące się w szeroko rozumianą strategię promocyjną jednostek samorządu terytorialnego każdego szczebla – począwszy od gmin, po powiaty

¹ *Turystyka kulinarna – nowy trend na mapie urlopowej Polaków*, 2016, <http://www.sale-snews.pl/Article.aspx?id=1588/> [dostęp: 14.06.2019]

² W 2010 r. do rejestru została wpisana dieta śródziemnomorska wraz z Chorwacją, Cyprzem, Hiszpanią Grecją, Marokiem i Portugalią oraz francuska tradycja biesiadna.

i województwa. W ramach tych działań aranżuje się pokazy z udziałem gości specjalnych – ekspertów kulinarnych i uruchamia warsztaty z praktycznej nauki przyrządzania potraw. Wymienione inicjatywy, niczym magnes przyciągają zarówno mieszkańców, jak i turystów. Zwłaszcza ci ostatni, poprzez czynne uczestnictwo i „doświadczenie” danego wydarzenia mogą lepiej zrozumieć istotę regionu, jego tradycję, kulturę oraz styl życia mieszkańców.

Turystyka kulinarna zawdzięcza wiele zaangażowaniu władz administracyjnych (od urzędów gminy począwszy, przez wydziały turystyki i promocji w starostwach powiatowych, aż do departamentów urzędów marszałkowskich związanych z tą tematyką). Nowa moda wspierana jest również przez wiele organizacji pozarządowych, takich jak: Polska Organizacja Turystyczna, Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego, Europejska Sieć Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego czy Slow Food Polska oraz inne instytucje działające na szczeblu lokalnym, wśród których znajdują się m.in. Koła Gospodyń Wiejskich, stowarzyszenie kulturalne i domu kultury³.

TURYSTYKA KULINARNA – DEFINICJA

Jak podają M. Woźniczko i D. Orłowski (2016)⁴, w latach 80. XX w. funkcjonowało określenie „turystyka gastronomiczna” w odniesieniu do Amerykanów odwiedzających we własnym kraju restauracje specjalizujące się w kuchni regionalnej lub etnicznej, natomiast pojęcie „turystyki kulinarnej” zostało wprowadzone do literatury przedmiotu w 1996 r. przez L. Long z Uniwersytetu Stanowego Bowling Green (Ohio) i wyrażało jeden ze sposobów poznawania innych kultur poprzez jedzenie (ang. *experiencing other cultures through food*). Od tego czasu pierwotna definicja, jak również sam charakter trendu uległ modyfikacjom, a także zostało sformułowanych wiele definicji tego zjawiska. Tym co je łączy, jest „podróżowanie w poszukiwaniu smaków oraz smakowanie gotowych potraw i napojów” – jak wskazuje E. Wolf (2004)⁵.

Turystyka kulinarna jest nieodzownie związana z turystyką kulturową, jako że usługi gastronomiczne są istotnym elementem rozwoju nie tylko w kontekście samej gastronomii, ale również kultury. W opinii J. Purchli (2008) „najlepiej to widać na przykładzie dziedzictwa kulturowego, które w wielu krajach, również słabiej rozwiniętych, jest kołem zamachowym rozwoju przemysłu turystycznego”⁶.

³ M. Woźniczko, D. Orłowski, *Turystyka kulinarna w Polsce – wstępne badania nad fenomenem zjawiska*, „Turystyka kulturowa” 2016, nr 5, s. 61.

⁴ Tamże, s. 63

⁵ A. Kowalczyk, 2005, s. 40, [za:] E. Wolf, 2004, s. 5–6

⁶ J. Purchla, *Dziedzictwo, a transformacja*, MCK w Krakowie, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków, 2005, s. 15–16.

Idąc w sukurs, E. Czarniecka-Skubina (2008)⁷ podkreśla, że turystyka kulinarna, mimo że nakierunkowana na poznawanie kulinarnej strony danego miejsca, może łączyć się komplementarnie ze zwiedzaniem i poznawaniem kultury i przyrody. Rozwój bazy gastronomicznej (w tym lokali i wydarzeń kulinarnych) niewątpliwie stanowi jedną z ważnych determinant rozwoju turystycznego danego miejsca, choć nie bez znaczenia jest również ogólny kontekst turystyczny, zagospodarowanie przestrzenne, dostępność komunikacyjna. Wszystkie wymienione czynniki oddziałują na siebie wzajemnie. Gastronomia z jednej strony jest czynnikiem zwiększającym ruch turystyczny, a z drugiej, im wyższy stopień rozwoju turystycznego obszaru/miejscowości, tym rośnie też znaczenie i jakość elementów turystyki kulinarnej (wydarzeń, obiektów gastronomicznych).

W kontekście powyższego sposobu rozumienia zjawiska turystyki kulinarnej, w artykule postanowiono przytoczyć przykład wydarzenia o charakterze gastronomicznym, odbywającego się od 2014 r. w uzdrowisku termalnym Uniejów w woj. łódzkim, odgrywającego istotną rolę w rozwoju turystycznym i wzroście popularności tej miejscowości.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie „Uniejowskiego Festiwalu Smaków” jako imprezy turystycznej mającej duże znaczenie dla rozwoju turystyki kulinarnej regionu łódzkiego oraz specyficznej formy lokalnego szlaku kulinarnego. Ponadto wydarzenie to stanowi jeden z kluczowych elementów strategii marketingowej i „wizytówkę” promocyjną miasta Uniejów bazującą na lokalnym potencjale gastronomicznym i uzdrowiskowym gminy.

UNIEJÓW – KONTEKST TURYSTYKI KULINARNEJ

Charakterystyka miasta i gminy Uniejów obejmująca takie zagadnienia jak: położenie obszaru pod kątem fizycznogeograficznym i administracyjnym⁸, walory przyrodnicze⁹, występowanie i wykorzystanie wód geotermalnych, atrakcje turystyczne, infrastruktura turystyczna, historia i czynniki rozwoju Uniejowa jako miejscowości uzdrowiskowej¹⁰, była wielokrotnie przedmiotem artykułów publi-

⁷ E. Czarniecka-Skubina, *Turystyka Kulinarna*, „Przegląd Gastronomiczny” 2008, nr 12, s. 10–11.

⁸ E. Kobjek, *Położenie fizycznogeograficzne miasta i gminy Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 9–22.

⁹ K.K. Smętkiewicz, K.M. Smętkiewicz, *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 95–119.

¹⁰ K. Smętkiewicz, *Świadomość społeczna wykorzystania wód geotermalnych w województwie łódzkim i landzie Styria w kontekście zrównoważonego rozwoju regionów*, Wyd. Ibidem, Łódź 2014; A. Kulawiak, K. Smętkiewicz, *Polityka lokalna gminy Uniejów – wybrane aspekty teoretyczne i praktyczne*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Geographica Socio-Oeconomica” 2016, nr 24, s. 87–104.

kowanych w „Biuletynie Uniejowskim” w latach 2012–2018, a także w innych publikacjach naukowych.

Głównym czynnikiem rozwoju Uniejowa jest turystyka z dominującą turystyką uzdrowiskową i rekreacyjną, dla której zapleczem jest prężnie rozwijająca się infrastruktura, szczególnie baza noclegowa, gastronomiczna, uzdrowiskowa i rekreacyjno-sportowa. Dekada 2007–2017 i lata kolejne: 2018–2019 to czas wzmoczonych inwestycji samorządowych i prywatnych w rozwój infrastruktury technicznej, drogowej i turystycznej, realizowanych w ogromnej części dzięki pozyskiwanym środkom unijnym i krajowym. Lata 2011–2019 to szczególnie etap w obecnej historii miasta ze względu na realizację wielu inwestycji prywatnych i wzrost lokalnej przedsiębiorczości, głównie w sferze usług turystycznych i uzdrowiskowych, co jest potwierdzeniem efektu mnożnikowego łatwego do zidentyfikowania na przykładzie gminy Uniejów¹¹.

Istotnym elementem wpływającym na ożywienie przestrzeni publicznej i wzrost ruchu turystycznego jest bogaty kalendarz imprez. Z harmonogramu opracowanego na rok 2019 wynika, że w Uniejowie zaplanowano łącznie 151 wydarzeń kulturalnych, z czego aż 95 o charakterze lokalnym (co daje średnio 2 imprezy tygodniowo), ponadto 24 wydarzenia o zasięgu gminnym, 3 regionalnym, 17 eventów ogólnopolskich i 8 międzynarodowych (tab. 1)¹².

Tabela 1. Zestawienie wydarzeń kulturalnych w Uniejowie w 2019 r. ze względu na ich rangę

Ranga	Liczba
Międzynarodowe	8
Ogólnopolskie	17
Wojewódzkie	1
Powiatowe	3
Regionalne	3
Gminne	24
Lokalne	95
Razem	151

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Kalendarza Imprez Gminy Uniejów*, 2019

Pod względem kulinarnym Uniejów, podobnie jak całe województwo łódzkie przejawia wysoki stopień różnorodności, co uwarunkowane jest historycznie.

¹¹ A. Kulawiak, T. Rachwał., K. Smętkiewicz, *Wpływ inwestycji infrastrukturalnych, przemysłowych i budownictwa mieszkaniowego na rozwój układów lokalnych i regionalnych ma przykładzie gminy Uniejów w województwie łódzkim*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2018, nr 32(3), s. 69–97.

¹² *Kalendarz Imprez Gminy Uniejów*, 2019.

Ponadto analizowane miasto obsługuje zaplecze rolnicze okolicznych wsi, dzięki czemu może poszczycić się wielością produktów pochodzących od lokalnych dostawców. Nie bez znaczenia w kontekście turystyki kulinarnej okazało się również szerokie zastosowanie uniejowskiej wody geotermalnej (o mineralizacji około 8 g/l i wysokiej zawartości m.in. chlorku sodu¹³) do wytwarzania artykułów spożywczych, jak choćby wprowadzony na rynek w 2017 roku „Ogórek Termalny z Uniejowa”¹⁴ czy najmłodsze produkty w rodzinie wyrobów na bazie wody termalnej: żurek i barszcz czerwony (2019). Dzięki kilkuletniej, owocnej współpracy władzy samorządowej gminy, spółki „Geotermia Uniejów” ze środowiskiem naukowym (Instytut Ogrodnictwa w Skierniewicach) i biznesowym (firma Bracia Urbanek z Łowicza) z regionu łódzkiego, widoczne są już pierwsze wymierne efekty innowacyjnego zastosowania wody geotermalnej i połączenia potencjału przyrodniczego i gospodarczego nie tylko gminy, ale także i całego regionu, w celu tworzenia i komercjalizowania lokalnych produktów, a tym samym możliwości rozwoju turystyki kulinarnej.

Zaplecze gastronomiczne stanowi ważny element infrastruktury turystycznej, co przekłada się na wielkość ruchu turystycznego. W Uniejowie zlokalizowane są 24 lokale gastronomiczne, z czego 17 to restauracje (w tym pierogarnia i pizzerie), trzy bary, cztery cukiernie i lodziarnie¹⁵. Dla lepszego zobrazowania wielkości zjawiska znacznego zagęszczenia obiektów gastronomicznych w Uniejowie wartości te zestawiono z innym małym miastem regionu łódzkiego, które jest zbliżone powierzchnią i liczbą ludności, Wartą, położoną w powiecie sieradzkim. Oba miasta, około trzytysięczne, różnią się diametralnie pod kątem liczby obiektów gastronomicznych – w Uniejowie jest ich 24¹⁶, zaś w Warcie zaledwie 3¹⁷ (2 restauracje i 1 cukiernia-kawiarnia). W przeliczeniu, statystycznie na 1 obiekt gastronomiczny w Uniejowie przypadają ponad 124 osoby, zaś w Warcie ponad 1 087 osób. Na podstawie tych danych można obliczyć jeszcze jeden wskaźnik przedstawiający dysproporcje w rozwoju infrastruktury gastronomicznej obu miast i ponadprzeciętnie rozwiniętą bazę gastronomiczną w Uniejowie, mianowicie na 1000 mieszkańców Uniejowa przypada aż 8 obiektów gastronomicznych, zaś w Warcie jedynie 0,9 lokalu (tab. 2). Wynik tego porównania świadczy dobitnie o intensywnym stopniu rozwoju infrastruktury turystycznej – gastronomicznej w Uniejowie.

¹³ T. Latour, K. Smętkiewicz, *Właściwości fizykochemiczne i chemiczne wód geotermalnych warunkujące ich wykorzystanie do celów leczniczych, ze szczególnym uwzględnieniem wody z odwiertu PIG/AGH-2 w Uniejowie. Uniejów jako najmłodsze uzdrowisko termalne w Polsce*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 79–93

¹⁴ *Ogórek Termalny zadebiutował!*, 2017

¹⁵ *Hotele i restauracje*, 2019

¹⁶ Tamże.

¹⁷ *Google maps*, 2019.

Tabela 2. Zestawienie porównawcze bazy gastronomicznej Uniejowa i Warty

Miejscowość	Uniejów	Warta
Powierzchnia miasta [km ²]	12,3	10,8
Ludność [os.] (stan na 31.12.2018)*	2 984	3 263
Liczba lokali gastronomicznych	24	3
Liczba mieszkańców przypadających na 1 lokal gastronomiczny	124,3	1 087,6
Liczba lokali gastronomicznych przypadających na 1000 mieszkańców	8	0,9

* wg Banku Danych Lokalnych GUS, 2019

Źródło: opracowanie własne

UNIEJOWSKI FESTIWAL SMAKÓW – WYNIKI BADAŃ

Przedstawiony powyżej intensywny i dynamiczny rozwój Uniejowa, jako miejscowości uzwoiskowej, wraz z jego kapitałem turystycznym i społecznym, jak również globalne trendy rozwoju turystyki kulinarnej są ważnymi motywami, dla których władze samorządowe postanowiły kilka lat temu włączyć się w nurt turystyki kulinarnej i obrać kierunek związany z intensywnym, wszechstronnym i atrakcyjnym promowaniem miejscowej gastronomii. W ten sposób powstał *Uniejowski Festiwal Smaków*.

Festiwal ten jest rodzajem zabawy, rozrywki kulinarnej dla każdego, łączy się z promocją lokalnych produktów, potraw i lokali gastronomicznych. Dotychczas odbyło się 6 edycji wydarzenia, przy czym ostatnia miała miejsce w dniach 12–14 kwietnia 2019 roku. W festiwalowe weekendy Uniejów przybiera formę nietypowego „szlaku kulinarnego”. W trakcie akcji degustacyjnej pod nazwą „Smakowite spacer po Uniejowie” mieszkańcy i przyjezdni mają okazję odwiedzać restauracje i kosztować oryginalnych dań serwowanych przez miejscowych szefów kuchni. Festiwal opiera się na dość prostych zasadach. Podczas imprezy można odebrać tzw. Paszport Degustatora, upoważniający do oddania głosu na najlepsze i najsmaczniejsze dania główne i desery. Dzięki głosowaniu restauracja ma szansę na odebranie nagrody głównej, jaką jest Lilia Smakosza i tytuł Najbardziej Apetycznego Miejsca w Uniejowie, natomiast sami głosujący biorą również udział w losowaniu nagród.

Do 2013 r. w Uniejowie organizowano lokalną imprezę o nazwie „Gęsi Pipek” przy okazji dożynek gminnych. Przygotowywano wówczas dania na bazie gęsiny. Przedsięwzięcie skupiające wiele podmiotów gospodarczych z terenów

gminy i okolic wokół miejscowego produktu kulinarnego cieszyło się dużą popularnością, ale tylko na poziomie lokalnym. Brakowało wciąż kulinarnej oferty turystycznej o szerszym zasięgu, co potwierdziły badania M. Kugielko (2015)¹⁸ przeprowadzone na terenie miasta. Włodarze gminy postanowili więc wprowadzić do gminnego kalendarza imprez wydarzenie, atrakcyjne kulinarne, które miałyby rzeczywistą szansę stać się ważnym wydarzeniem dla regionu. W konsekwencji, w 2014 r. Gęsi Pipek zastąpiono Uniejowskim Festiwałem Smaków, a dzięki promocji i zaangażowaniu organizatorów, restauratorów, producentów żywności, mieszkańców gminy i przedstawicieli mediów impreza szybko nabrała rozgłosu. Należy jednak dodać, że dwie pierwsze edycje (2014 i 2015) prezentowały się w nieco innej odsłonie, co wynikało z poszukiwania właściwej dla tego festiwalu formuły. Wówczas był to jarmark produktów regionalnych uatrakcyjniony pokazami kulinarnymi w plenerze, podczas których restauracje prezentowały swoje dania i produkty, a goście mogli degustować przygotowane potrawy. Od II edycji Festiwalu Smaków można było odwiedzać restauracje i smakować dania w formie akcji pn. „Smakowite spacerki po Uniejowie”. W trakcie III Festiwalu (2016 r.) w Domu Pracy Twórczej odbył się dodatkowo kiermasz produktów lokalnych i pokaz kulinarny. Kolejne edycje (IV, V i VI) przebiegały już w ostatecznej formule¹⁹. Ewoluuowały zasady, zmieniono również termin wydarzenia. O ile pierwsze dwie edycje odbywały się we wrześniu, organizatorzy zdecydowali się, ze względu na duży sukces festiwalu, jego popularność i zaskakującą frekwencję uczestników, przenieść wydarzenie na kwiecień, w celu lepszej promocji oferty turystycznej miasta i wzrostu przedsezonowej aktywności²⁰.

Każda edycja wiązała się z zaproszeniem gościa specjalnego, eksperta kulinarnego znanego z ogólnopolskich mediów, który występował w podwójnej roli: prowadzącego pokaz kulinarny połączony z degustacją, a jednocześnie jurora Komisji Konkursowej oceniającej potrawy w lokalach gastronomicznych. W 2014 r. był to Tomasz Jakubiak (prowadził pokaz kulinarny i jednocześnie realizował program telewizyjny dla TV Kuchnia+ z serii „Jakubiak Lokalnie”). W ramach II (2015 r.) i IV (2017 r.) edycji komisji konkursowej przewodniczył pasjonat dobrego gotowania, znany szef kuchni, Dominikańczyk mieszkający w Polsce, Carlos Gonzáles-Tejera. W III (2016 r.) i V (2018 r.) edycji rola ta przypadła Adamowi Kozaneckiemu, finaliście konkursu „Master Chef”. W ostatniej, VI edycji festiwalu, w 2019 r. rolę eksperta kulinarnego pełniła Starosta Łańcucki Barbara Pilawa-Kraus, wielokrotnie uczestnicząca jako jurorka konkursów kulinarnych w województwie podkarpackim. W 2018 r. Uniejów gościł również mistrza świata w pieczeniu pizzy – Włocha Alessandro Ceci. Od roku 2018 pokazy

¹⁸ M. Kugielko, *Obecny stan turystyki eventowej w Uniejowie*, „Turystyka Kulturowa” 2015, nr 11, s. 64–66.

¹⁹ *Kulinarny Uniejów*, 2019.

²⁰ J. Gontarz, *Podążaj ze smakiem*, „Gorące Źródła. Magazyn Term Uniejów” 2019, s. 9–11

i warsztaty ekspertów weszły do stałej formuły festiwalu. Skierowane głównie do społeczności lokalnej, ukierunkowane są przede wszystkim na rozwój przedsiębiorczości lokalnej oraz integrację z partnerami zagranicznymi²¹.

Kolejną nowością, która od 2016 r. wpisała się do formuły festiwalu jest tzw. motyw przewodni dań festiwalowych, na bazie którego szefowie kuchni tworzą autorskie kreacje dań nadając im ciekawe nazwy nawiązujące do historii lub walorów Uniejowa. W istocie chodzi o unowocześnienie tradycyjnych przepisów, przygotowanie dania z akcentem polskim i nawiązaniem do tradycji kulinarnej międzynarodowej posiłkując się nowoczesnymi trendami i technikami kulinarnymi. W 2016 roku był to ser kozi, w roku następnym potrawy z ryb słodkowodnych, jak przystało na miasteczko położone nad rzeką, a w kategorii deseru przygotowano słodkości na bazie wiosennych warzyw i owoców. W roku 2018 pojawiły się produkty lokalne – Ogórek Termalny z Uniejowa użyty w przygotowaniu dania głównego oraz miód pszczeli z lokalnych pasiek w deserze²².

Jak każdy konkurs, również i ten posiada swój regulamin. Jego częścią jest powstanie Komisji Konkursowej, która starannie ocenia wszystkie potrawy. Zarówno jurorzy jak i degustatorzy kosztują konkursowych dań, a z prezentowanej oferty wybierają te, które uznają za najlepsze według ściśle określonych kryteriów oceny (m.in. walory smakowe i aromatyczne, estetyka serwowania, pomysłowość przygotowania, dobór składników i kompozycja smaków). Warto również nadmienić, że ustalenia regulaminowe są efektem odbywających się, przed kolejnymi edycjami, spotkań organizatorów z restauratorami, podczas których omawiane są kwestie techniczne, takie jak: godziny trwania imprezy, odpowiednie przygotowanie kelnerów. Ujednolicono również gramaturę potraw degustacyjnych (120 g) oraz przedział cenowy (5–6 zł za porcję). Ponadto, w myśl regulaminu, każdy przystępujący do rywalizacji lokal musi zaprezentować danie główne, natomiast deser jest mile widzianym dodatkiem. Mimo, że nie jest punktem obowiązkowym programu, restauratorzy w zdecydowanej większości nie rezygnują z możliwości popisania się wariacją na temat deseru.

Ostatnia edycja festiwalu rozpoczęła się już w przeddzień spacerów degustacyjnych, w piątek 12 kwietnia. Szkolenia, pokazy i prezentacje kulinarne dały przedsmak wydarzenia. W ramach programu przygotowano szkolenia dedykowane przedsiębiorcom z terenu gminy Uniejów. Ich przebieg uświetniła obecność gości z miast partnerskich – włoskiego Alatri i węgierskiego Mórahalom. Obecni byli także członkowie klubu „Polska Pięknieje”, przebywający w Uniejowie. W konferencji wzięli udział prelegenci prezentując kuchnię regionalną Kaszub, Podkarpacia i Uniejowa. Omówiono zagadnienia powiązane z tematyką produktów lokalnych, takie jak: systemy jakości i certyfikacji, promocja oraz ich znaczenie dla rozwoju regionu. W ramach części praktycznej goście z Włoch

²¹ Tamże.

²² Tamże, s. 9.

oraz z Ośrodka Garncarskiego w Medyni w powiecie łańcuckim przygotowali degustacyjne stoiska regionalne, na których można było zasmakować oryginalnych i charakterystycznych specjałów. Mocnym akcentem programu było spotkanie i degustacja potraw przygotowanych przez uniejowianina, finalistę programu „Masterchef” – Adama Kozaneckiego²³.

W sobotę i niedzielę odbył się właściwy konkurs degustacyjny, którego motywem przewodnim były składniki, w miarę możliwości pozyskiwane od lokalnych producentów: ziemniak dla dania głównego i jabłko do deserów. Dwa, z pozoru proste, artykuły pobudziły wyobraźnię szefów kuchni na tyle, by na talerzu zaprezentować prawdziwe dzieła o dużej różnorodności. W rywalizacji wzięło udział łącznie 14 restauracji, które wykazały się najwyższym poziomem sztuki gastronomicznej w sposób kreatywny i innowacyjny łącząc prostotę i nowoczesność²⁴. W każdym lokalu degustator otrzymywał pieczętkę za zamówione danie, jako potwierdzenie konsumpcji. Do oddania ważnego głosu, a tym samym wzięcia udziału w losowaniu nagród, należało spróbować i ocenić co najmniej 6 z 14 dań głównych i minimum 4 spośród 10 deserów. Na podstawie rozmów przeprowadzonych z uczestnikami i opinii wydanej przez Komisję Konkursową, o ocenie potrawy decydowały przede wszystkim smak, w następnej kolejności sposób podania oraz czasem zaskakująca pomysłowość przygotowania dania. Na kolejnym miejscu plasowały się jakość produktów i wykorzystanie surowców z lokalnych upraw. Degustatorzy dodatkowo wymieniali jeszcze jakość obsługi, ogólną atmosferę i miejsce podania, jako elementy mające pośredni wpływ na decyzję.

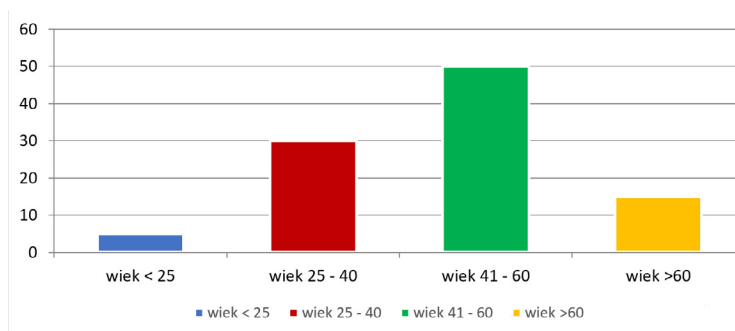
Uczestnicy wydarzenia oddali do urn konkursowych łącznie 280 paszportów²⁵, z czego 17 dokumentów nie kwalifikowało się do losowania, ze względu na brak kompletnych danych²⁶. Degustatorzy oprócz pieczętek i oceny dań, podawali swoje dane personalne: imię i nazwisko, miejsce zamieszkania i telefon (na potrzeby losowania nagród). Na podstawie oddanych i ważnych paszportów obliczono, że w festiwalu wzięło 123 mężczyzn (44%) i 157 kobiet (56%). Jeśli chodzi o kategorię wiekową, najwięcej degustatorów było w przedziałach: 41–60 lat i 25–40 lat, ze znacznym udziałem seniorów (> 60 roku życia) co świadczy o tym, że jest to wydarzenie, w którym chętnie biorą udział osoby w każdym wieku i jest ono powszechne dla wszystkich (ryc. 1).

²³ *Konferencja na temat lokalnych produktów (...)*, 2019.

²⁴ *VI edycja Festiwalu Smaków już za nami*, 2019; *Kulinarny Uniejów*, 2019.

²⁵ W opinii Komisji Konkursowej i restauratorów, liczba faktycznych uczestników jest nieproporcjonalnie mała do liczby oddanych Paszportów Degustatora dokumentujących degustację potraw. Posiadanie paszportu nie jest warunkiem koniecznym do wzięcia udziału w degustacjach. Na podstawie liczby wydanych dań restauratorzy szacują, że w wydarzeniu bierze udział przynajmniej kilka razy tyle uczestników w stosunku do zwróconych paszportów.

²⁶ *VI edycja Festiwalu Smaków już za nami*, 2019.



Ryc. 1. Przedział wiekowy uczestników „VI Uniejowskiego Festiwalu Smaków 2019”
 Źródło: opracowanie własne na podstawie rozmów z członkami Komisji Konkursowej
 w ramach pracy podczas „VI Uniejowskiego Festiwalu Smaków 2019”

Jeśli chodzi o pochodzenie uczestników Festiwalu Smaków w 2019 r., dysproporcje udziału są już o wiele bardziej znaczące, na 245 paszportach wskazano miasto jako miejsce zamieszkania, a na zaledwie 35 obszary wiejskie. W celu wyjaśnienia, na czym polega fenomen tak znacznych różnic, posłużono się opracowaniem CBOS²⁷ dotyczącym postaw i stylu życia mieszkańców polskiej wsi. Pokazuje ono, że mieszkańcy wsi pozostają wciąż mniej aktywni i bardziej konserwatywni. Wieś polska pozostaje ostoją wartości, i tradycji, ale jej styl wciąż pozostaje daleki od stylu życia aglomeracji miejskich. Przyczyną tego stanu rzeczy należy upatrywać w mniejszym dostępie do atrakcji miast, co znacząco ogranicza konsumpcję dóbr kultury.

Udział degustatorów, na podstawie oddanych Paszportów Degustatora, pod kątem ich miejsca zamieszkania w danym województwie, rozkłada się następująco: w Festiwalu Smaków w 2019 r. wzięło udział 197 uczestników z województwa łódzkiego (70%), 62 uczestników z woj. wielkopolskiego (22%) oraz 21 uczestników z województwa mazowieckiego (8%). Z województwa łódzkiego najwięcej, bo aż 95 zgłoszeń (48%) pochodzi z Uniejowa, 15 (8%) z Poddębic, 21 (11%) z Łodzi, 16 (8%) z gminy Uniejów i 50 (25%) z pozostałych miejscowości należących do województwa łódzkiego. W obrębie województwa wielkopolskiego, najwięcej zgłoszeń – 45, dając tym samym wynik 73% pochodzi z Turku, 7 (11%) z Poznania i 10 (16%) z pozostałych miejscowości województwa wielkopolskiego. Z powyższego wynika, że największą popularnością festiwal cieszył się wśród autochtonów, o czym świadczy ich największy udział, a dominującym województwem było łódzkie. Wysoka frekwencja mieszkańców Turku, Poddębic i Łodzi wiąże się z niedużą odległością od Uniejowa i dobrą dostępnością do niego. Należy jednak zwrócić uwagę na dwa aspekty. Uniejowski Festiwal Smaków w kalendarzu imprez figuruje jako wydarzenie o zasięgu lokalnym. Z jednej strony, impreza

²⁷ N. Hipsz, *Wieś polska – postawy, styl życia*, CBOS, Warszawa 2013, s. 1–14.

w istocie aktywizuje przede wszystkim mieszkańców, o czym świadczy nieco ponad 1/3 wszystkich zgłoszeń. Jednocześnie, z roku na rok, Festiwal zyskuje coraz większy zasięg i popularność wśród przybywających, często nawet specjalnie na tę okazję, turystów. Wydarzenie wraz z kolejnymi edycjami, zyskuje również coraz większy rozgłos medialny. Na trzy ostatnie edycje Festiwalu przyjeżdżały ekipy telewizyjne ogólnopolskie i regionalne oraz dziennikarze stacji radiowych o zasięgu regionalnym. W tym czasie miasto gościło także wielu dziennikarzy gazet i czasopism lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich.

WNIOSKI

Festiwal Smaków nie jest zwyczajną rywalizacją i promocją restauracji. Uhonorowanie dania nagrodą jest istotnym wyróżnieniem. Większość nagrodzonych restauratorów wprowadza zwycięskie potrawy do stałej oferty menu. Ponadto, posiadanie miana *Najbardziej Apetycznego Miejsca w Uniejowie*, czy prezentacja odznaki *Lilii Smakosza* poprzez media społecznościowe, to tylko jeden z efektów wydarzenia. Celem festiwalu w odniesieniu do restauratorów jest aktywizacja przedsiębiorczości lokalnej. Między innymi dlatego ujednolicono regulaminowo gramaturę oraz wprowadzono motyw przewodni, z pozoru prosty, niewyszukany i ogólnodostępny składnik, aby dać upust kreatywności opartej na zdrowych zasadach rywalizacji.

Jak stwierdzono w 2013 r. w analizie działań promocyjnych podejmowanych w gminie Uniejów przedstawionych przez E. Gorczyzewską i K. Smętkiewicz (2013)²⁸, realizowana strategia marketingowa gminy powinna jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby społeczeństwa lokalnego, a nie być skierowana w przeważającej części do osób odwiedzających. Uniejowski Festiwal Smaków, wprowadzony do kalendarza wydarzeń w 2014 r. przyniósł oczekiwane efekty i stał się ważnym filarem promocji wewnętrznej, dedykowanej głównie mieszkańcom i miejscowym przedsiębiorcom, służącej ich aktywizacji, wzrostowi poczucia lokalnej tożsamości i poprawie jakości życia.

Festiwal Smaków wpisuje się również idealnie w szereg działań promocyjnych gminy Uniejów, z których najwięcej dotyczy: organizowania imprez kulturalno-rozrywkowych i edukacyjnych, promocji w różnego rodzaju mediach o szerokim zasięgu przestrzennym, współpracy zagranicznej, promocji wydawniczej i udziału w wydarzeniach targowych²⁹. W każdej z tych form strategii marketingowej tematyka związana z Festiwalem Smaków jest skutecznie i wszech-

²⁸ E. Gorczyzewska, K. Smętkiewicz, *Budowa i promocja marki miejsca na przykładzie uzdrowiska termalnego Uniejów*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2013, nr 144/13, s. 396–408.

²⁹ Tamże, s. 13.

stronnie realizowana, stanowiąc ważny ich element, jak np. poprzez relacjonowanie Uniejowskiego Festiwalu Smaków w programach telewizyjnych np. w TVN Meteo czy TVP3 Łódź (2018 r.)³⁰ i przedstawianie nagrodzonych restauracji w ogólnopolskich mediach np. TVN Meteo (2017 r.)³¹. Innymi przykładami działań promujących tematykę kulinariów, będących następstwem sukcesu odnoszonego przez Festiwal Smaków są międzypokoleniowe warsztaty kulinarne pt. „Czas na smaki” odbywające się w 2017 i 2018 r. w szkole i w restauracjach w Uniejowie³², czego efektem są 2 publikacje z 2018 r. „Czas na smaki – kulinarny Uniejów”³³ i „Tradycja kulinarna Uniejowa”³⁴. Tematyka produktów lokalnych gminy Uniejów, oferty gastronomicznej miasta, Festiwalu Smaków poruszona została również w albumie pt. *Smaki Uniejowa*³⁵ wydanym w 2018 r. i na stronie internetowej <http://kulinarny.uniejow.pl>, poświęconej „Uniejowskiemu Festiwalowi Smaków” założonej w związku z VI edycją imprezy w 2019 r.

Wydarzenie pokazuje zatem, że szeroko pojęty temat kulinariów – potencjał produktów lokalnych, baza gastronomiczna, a także jakość usług i oferty kulinarnej jest mocnym akcentem w ogólnej ofercie turystycznej miasta, na który warto i należy stawiać w dalszym rozwoju Uniejowa.

Rosnące zainteresowanie turystyką kulinarną jest ogromną szansą na promocję danego miejsca. Dobrze przygotowana oferta kulinarna, może być samodzielną atrakcją, mimo że stanowi część szerszego produktu turystycznego. Wojaże kulinarne są wyrazem współczesnych trendów na polu turystyki światowej i odzwierciedlają specjalne, mocno zindywidualizowane zainteresowania, nasycone emocjami. Nowy nurt jest wyrazem zmian wynikających z globalizacji w takich dziedzinach jak gospodarka czy wymiana informacji i znajduje odbicie w sposobie życia, zachowania, stylu pracy oraz sposobie żywienia.

Uniejowski Festiwal Smaków jest przykładem efektywnego i atrakcyjnego wykorzystania potencjału gastronomicznego miasta i jego zaplecza – obszarów wiejskich gminy w celach promocyjnych. Wydarzenie uzupełnia istniejącą już ofertę turystyczną, pomaga budować solidną markę miasta i stanowi istotny element dla jego rozwoju. Restauratorzy prześcigając się w ofercie smaków mają też wyjątkową okazję, aby lepiej zrozumieć potrzeby i oczekiwania swoich konsumentów. Perspektywy turystyki kulinarnej na przykładzie Uniejowskiego

³⁰ *Mistrz pizzy na Uniejowskim Festiwalu Smaków*, 2018; *Ogórek termalny, miód z lokalnych pasiek, mistrzowska pizza, smakowity weekend w Uniejowie*, 2018; *Uniejów – niesamowite smaki i wszechstronność wody geotermalnej*, 2018; *Smaki wiosny w Uniejowie*, 2018.

³¹ *Festiwal kulinarny w Uniejowie*, 2017.

³² *Czas na Smaki – Uniejów kulinarny*, 2018.

³³ A. Wołoczniak, S. Szmigiel, *Czas na smaki – kulinarny Uniejów*, 2018.

³⁴ A. Wołoczniak, S. Szmigiel, K. Szelałowska, A. Zielonka, *Tradycja kulinarna Uniejowa*, Fundacja Inicjatyw Aktywnych Go Silver, Warszawa 2018.

³⁵ J. Gontarz (red.), *Smaki Uniejowa*, 2018.

Festiwalu Smaków są obiecujące, zaś samo wydarzenie staje się markowym produktem Uniejowa.

Bibliografia

- Awedyk M., *Charakterystyka społeczno-demograficzna oraz ekonomiczna naturystów uczestniczących w pozaeuropejskich wycieczkach poznawczych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2010, nr 591, „Ekonomiczne Problemy Usług” 2010, nr 53.
- Czarniecka-Skubina E., *Turystyka Kulinarne*, „Przegląd Gastronomiczny” 2008, nr 12, s. 10–11.
- Gabryelski D., (red.), *Kulinarne Podróże po Łódzkiem, część 3*, Polska Press Grupa, Warszawa 2016, s. 72.
- Gontarz J., *Podążaj ze smakiem*, „Gorące Źródła. Magazyn Term Uniejów”, Wyd. PGK „Termy Uniejów” Sp. z o.o., Uniejów, 2019, s. 9–11.
- Gontarz J. (red.), *Smaki Uniejowa*, Wyd. Urząd Miasta Uniejów, Uniejów, 2018, https://uniejow.pl/download/publikacje_promocyjne/Album_Smaki_Uniejowa_2018.pdf [dostęp: 14.06.2019].
- Gorczycewska E., Smętkiewicz K., *Budowa i promocja marki miejsca na przykładzie uzdrowiska termalnego Uniejów*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2013, nr 144/13, s. 396–408.
- Hipsz N., *Wieża polska – postawy, styl życia*, CBOS, 2013, s. 1–14, https://www.cbos.pl/spiskom.pol/2013/k_117_13.pdf [dostęp: 14.06.2019].
- https://uniejow.pl/download/w_uniejowie/publikacje_kulinarne/Czas_na_smaki.pdf [dostęp: 14.06.2019].
- Kobojek E., *Położenie fizycznogeograficzne miasta i gminy Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 9–22.
- Kugielko M., *Obecny stan turystyki eventowej w Uniejowie*, „Turystyka Kulturowa” 2015, nr 11, s. 64–66.
- Kulawiak A., Smętkiewicz K., *Polityka lokalna gminy Uniejów – wybrane aspekty teoretyczne i praktyczne*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Geographica Socio-Oeconomica” 2016, nr 24, s. 87–104.
- Kulawiak A., Rachwał T., Smętkiewicz K., *Wpływ inwestycji infrastrukturalnych, przemysłowych i budownictwa mieszkaniowego na rozwój układów lokalnych i regionalnych na przykładzie gminy Uniejów w województwie łódzkim*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2018, nr 32(3), s. 69–97.
- Latour T., Smętkiewicz K., *Właściwości fizykochemiczne i chemiczne wód geotermalnych warunkujące ich wykorzystanie do celów leczniczych, ze szczególnym uwzględnieniem wody z odwiertu PIG/AGH–2 w Uniejowie. Uniejów jako najmłodsze uzdrowisko termalne w Polsce*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 79–93.
- Purchla J., *Dziedzictwo, a transformacja*, MCK w Krakowie, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005, s. 15–16.
- Smętkiewicz K., *Świadomość społeczna wykorzystania wód geotermalnych w województwie łódzkim i landzie Styria w kontekście zrównoważonego rozwoju regionów*, Wyd. Ibidem, Łódź 2014, s. 238.
- Smętkiewicz K.K., Smętkiewicz K.M., *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 95–119.

- Wołoczniak A., Szmigiel S., *Czas na smaki – kulinarny Uniejów*, Wyd. Fundacja Inicjatyw Aktywnych Go Silver, Warszawa 2018.
- Wołoczniak A., Szmigiel S., Szelańska K., Zielonka A., *Tradycja kulinarna Uniejowa*, Fundacja Inicjatyw Aktywnych Go Silver, Warszawa 2018.
- Woźniczko M., Orłowski D., *Turystyka kulinarna w Polsce – wstępne badania nad fenomenem zjawiska*, „Turystyka kulturowa” 2016, nr 5, s. 61–63.

Źródła internetowe

- VI edycja Festiwalu Smaków już za nami*, 2019, <https://uniejew.pl/aktualnosci/vi-edycja-festiwalu-smakow-juz-za-nami.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Bank Danych Lokalnych GUS*, 2019, <https://bdl.stat.gov.pl> [dostęp: 21.06.2019].
- Czas na Smaki – Uniejów kulinarny*, 2018, <http://gosilver.org.pl/strona-glowna/nasze-projekty/warsztaty-kulinarne/> [dostęp: 14.06.2019].
- Festiwal kulinarny w Uniejowie*, 2017, <https://tvnmeteo.tvn24.pl/wideo/festiwal-kulinarny-w-uniejowie,1,502,1633006.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Google maps*, 2019, <https://www.google.com/maps> [dostęp: 21.06.2019].
- Hotele i restauracje*, 2019, <http://uniejew.gotopoland.eu/pl/turystyka/pierwsze-uzdrowisko-termalne/hotele-i-restauracje-uniejow.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Kalendarz Imprez Gminy Uniejów*, Wyd. Gmina Uniejów, 2019, <https://uniejew.pl/wp-content/uploads/2018/12/Kalendarz-Imprez-2019.pdf> [dostęp: 14.06.2019].
- Konferencja na temat lokalnych produktów z udziałem ambasadora Marka Prawdy*, 2019, <https://uniejew.pl/aktualnosci/konferencja-na-temat-lokalnych-produktow-z-udzialem-ambasadora-marka-prawdy.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Kulinarny Uniejów*, 2019, <http://kulinarny.uniejow.pl/pomysl/> [dostęp: 14.06.2019].
- Mistrz pizzy na Uniejowskim Festiwalu Smaków*, 2018, <https://tvnmeteo.tvn24.pl/wideo/mistrz-pizzy-na-uniejowskim-festiwalu-smakow,1,7,1724409.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Ogórek Termalny zadebiutował!*, 2017, <https://uniejew.pl/aktualnosci/ogorek-termalny-zadebiutowal.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Ogórek termalny, miód z lokalnych pasiek, mistrzowska pizza, smakowity weekend w Uniejowie*, 2018, <https://tvnmeteo.tvn24.pl/informacje-pogoda/polska,28/ogorek-termalny-miod-z-lokalnych-pasiek-mistrzowska-pizza-smakowity-weekend-w-uniejowie,257638,1,0.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Smaki wiosny w Uniejowie*, 2018, <http://lodz.tvp.pl/36906104/smaki-wiosny-w-uniejowie-21042018/> [dostęp: 14.06.2019].
- Uniejów – niesamowite smaki i wszechstronność wody geotermalnej*, 2018, <https://tvnmeteo.tvn24.pl/informacje-pogoda/polska,28/uniejow-niesamowite-smaki-i-wszechstronnosci-wody-geotermalnej,257695,1,0.html> [dostęp: 14.06.2019].
- Turystyka kulinarna – nowy trend na mapie urlopowej Polaków*, 2016, <http://www.salesnews.pl/Article.aspx?id=1588> [dostęp: 14.06.2019].

DEVELOPMENT STRATEGY OF CULINARY TOURISM – THE FESTIVAL OF TASTES IN UNIEJÓW

Summary

In recent years, there has been dynamic development of culinary tourism which activates many rural and urban areas for self-promotion purposes. The aim of this article is to present the essence of culinary tourism and the Festival of Tastes in Uniejów as a manifestation of this trend as well as a development factor increasing the popularity of the city among tourists and an effective municipal tool of marketing strategy. The methodology adopted to achieve the objectives of the article includes: review and analysis of the literature on the subject of culinary tourism and Uniejów, own empirical research based on the analysis of Taster's Passports collected during the last edition of the festival, and observations related to the organization of the event. Based on the research it was found that the Festival of Tastes in Uniejów can be an example of effective and attractive use of the gastronomic potential of the city and the rural areas of the commune for promotional purposes.

Keywords: culinary tourism, Uniejów, Festival of Tastes in Uniejów

Data wpływu artykułu: czerwiec 2019

Data akceptacji: lipiec 2019