

**Andrzej Stasiak**

Uniwersytet Łódzki

Instytut Geografii Miast i Turyzmu

Pracownia Rekreacji i Turystyki Kwalifikowanej

andrzej.stasiak@geo.uni.lodz.pl

## GASTRONOMIA JAKO ATRAKCJA TURYSTYCZNA ŁODZI

**Zarys treści:** W ostatnich 25 latach w Łodzi, podobnie jak i w innych dużych polskich miastach, obserwuje się dynamiczny rozwój sektora usług gastronomicznych. Wynika to m.in. ze wzrostu zainteresowania dobrą kuchnią zarówno mieszkańców, jak i przyjezdnych (turystów kulinarnych). Artykuł jest próbą charakterystyki potencjału łódzkiej bazy gastronomicznej jako ewentualnej podstawy kreowania nowego produktu turystycznego miasta. W pracy przedstawiono rys historyczny łódzkiej gastronomii, opisano specyfikę lokalnej kuchni i jej specjały, a także strukturę i lokalizację lokali gastronomicznych na początku XXI w., najważniejsze wydarzenia kulinarne oraz inne elementy, które mogą być wykorzystane do stworzenia atrakcyjnej oferty dla turystów.

**Słowa kluczowe:** gastronomia, turystyka kulinarna, gastronomiczny produkt turystyczny, Łódź.

### 1. WSTĘP

Początek XXI w. to okres wzrostu zainteresowania Polaków problematyką odżywiania i gotowania, a także podróżowania w poszukiwaniu „nowych smaków”. Turystyka kulinarna uznawana jest za jeden z ciekawszych i ważniejszych nurtów współczesnej turystyki kulturowej (DEREK 2013a, KRAKOWIAK, STASIAK 2015). Inspiracją do podejmowania tego typu podróży jest nie tylko konsumpcja potraw i napojów, ale również zainteresowanie różnorodnymi zagadnieniami związanymi z jedzeniem. Z reguły wojaże te wiążą się z oryginalnymi doświadczeniami i emocjami: turyści spotykają słynnych szefów kuchni, biorą udział w wydarzeniach oraz warsztatach kulinarnych, rywalizują w konkursach gotowania, grach terenowych<sup>1</sup>. Nawet jeśli gastronomia nie jest głównym celem wyjazdu, dobra (oryginalna, tradycyjna, słynna) kuchnia w miejscu wypoczynku często staje się „języczkiem u wagi” przy wyborze wakacyjnej destynacji (STASIAK 2007).

Oferta kulinarna odgrywa ważną rolę w postrzeganiu atrakcyjności turystycznej danego miasta czy regionu. Dlatego lokalna gastronomia coraz częściej uwzględniana jest w strategiach rozwoju turystyki, stając się składową produktu turystycznego obszaru i istotnym elementem działań promocyjnych. Atrakcyjność oferty gastronomicznej może wynikać zarówno

z oryginalnych i długich tradycji kulinarnych, różnorodności oferowanych produktów i usług żywieniowych, jak i aktualnych trendów gastronomicznych. Mogą być to walory rzeczywiste, a nawet domnimane (KOWALCZYK 2014).

Głównym celem artykułu jest analiza usług gastronomicznych w Łodzi pod kątem możliwości wykorzystania ich do kreowania oryginalnego produktu turystycznego miasta. W pracy przedstawiono historię łódzkiej gastronomii, opisano lokalną kuchnię i jej specjały, scharakteryzowano bazę gastronomiczną miasta na początku XXI w., a także najważniejsze wydarzenia kulinarne oraz inne elementy potencjału gastronomicznego.

### 2. ZARYS HISTORII ŁÓDZKIEJ GASTRONOMII

Próba opisanie początków łódzkiej gastronomii narażona jest na wiele problemów wynikających przede wszystkim z braku materiałów źródłowych. Opracowań poświęconych historii gastronomii na ziemiach polskich jest niewiele, a historii łódzkiej gastronomii niemal brak zupełnie (JASKULSKI 2012). Najstarsze wzmianki

o obiektach gastronomicznych na terenie dzisiejszej Łodzi pochodzą z okresu przedlokacyjnego. W dokumentach o osadnictwie na prawie niemieckim pojawiają się informacje dotyczące możliwości prowadzenia karczm przez sołtysów oraz mieszczan, a także o opłatach z tym związanych. Mimo uzyskania praw miejskich (1423), przez kilka stuleci w Łodzi funkcjonowały jedynie takie najprostsze formy działalności gastronomicznej. Pierwsze konkretne dane dotyczące liczby karczm w Łodzi rolniczej pochodzą z 1534 r. Sześć takich obiektów istniało wtedy zarówno w centrum, jak i na obrzeżach miasta, m.in. na granicy Łodzi i wsi Bałuty (KLIMA, BRATKOWSKI 2005).

Sytuacja zmieniła się w 1. poł. XIX w. wraz z dynamicznym rozwojem „osady fabrycznej”. Zaowocowało to m.in. rozwojem handlu i usług, w tym usług gastronomicznych. Początkowo najważniejszą część bazy gastronomicznej stanowiły lokale prowadzące sprzedaż alkoholu: gospody, zajazdy, piwiarnie czy szynki. Pierwszy szynk z zajazdem powstał na rynku Nowego Miasta w 1823 r. W 1827 r. otwarto kolejne tego typu lokale na terenie osady Łódka (ul. Piotrkowska 45 i 98). W tym też roku rozpoczęto budowę łódzkiego browaru (NALEWAJKO 2006). Liczba szynków w Łodzi szybko rosła, osiągając w latach 40. XIX w. poziom 80–90 lokali. Powstawały one przy głównych ulicach (m.in. wzdłuż Piotrkowskiej), na rynkach Starego i Nowego Miasta, przy kościołach i fabrykach. Ich właścicielami byli nie tylko rzemieślnicy, ale także łódzcy fabrykanci, np. Ludwik Geyer (KLIMA, BRATKOWSKI 2005). Dochód z działalności szynków stanowił ważną pozycję w budżecie miasta. W 1827 r. było to około 75%, w latach 50. i 60. XIX w., kiedy liczba szynków zmalała do 55, około 35% (SUŁKOWSKA 2013). Wszystkie zakłady gastronomiczne sprzedające alkohol tworzyły trzon tzw. przemysłu traktierniczego (niem. *traktieren* – po/częstować, u/gościć). Zaliczano do niego też kawiarnie, cukiernie, herbaciarnie czy mleczarnie, które nie prowadziły wyszynku.

Z czasem wyraźnie zaznaczyło się zróżnicowanie standardu lokali gastronomicznych. Obok tradycyjnych szynków robotniczych pojawiły się piwiarnie, traktierne, bary i kawiarnie dla klasy średniej, a także luksusowe restauracje dla elity (burżuazji przemysłowej, kupców, przedstawicieli wolnych zawodów, wyższych urzędników). Te ostatnie dzielono na trzy kategorie w zależności od standardu wyposażenia, jakości obsługi, oferty kulinarnej i zamożności klientów (JASKULSKI 2012). Powstające w Łodzi lokale wzorowały się przede wszystkim na zachodnich zakładach gastronomicznych (francuskich, włoskich, angielskich, niemieckich). Ciekawostką jednak jest fakt, że stałym elementem wyposażenia wielu z nich był samowar – popularne w całej Rosji urządzenie do przygotowywania herbaty.

Częste zmiany właścicieli, profilu działalności oraz nazwy firmy, a także wielokrotne przebudowy i aranżacje wewnątrz sprawiły, że o większości łódzkich zakładów gastronomicznych w XIX w. niewiele dziś wiadomo. Kilka z nich jednak na trwałe zapisało się w historii miasta. Powszechnie znany był zajazd, szynk i ogród Adamowskiego („Paradyz”, czyli Raj, przy ul. Piotrkowskiej 175a), „Leśniczówka” i ogród braci Gehlig, a także dwie restauracje w parku helenowskim. Dużą popularnością cieszyły się cukiernie: Szweytysza (pl. Wolności) i Aleksandra Roszkowskiego „U Roszka” (róg ul. Piotrkowskiej i Moniuszki) (JASKULSKI 2012). Do najelegantszych lokali gastronomicznych przed I wojną światową należały restauracje hotelowe, m.in. w hotelu Niemieckim, Manteuffel, Grand, Savoy lub Polonia Palace (MILEWSKA, WŁODARCZYK 2004).

Po 1918 r. liczba lokali gastronomicznych w Łodzi ponownie zaczęła rosnąć. Spowodowane to było przyłączeniem do miasta 100-tysięcznych Bałut, a także kolejnym napływem ludności wiejskiej, co zaowocowało powstawaniem tanich restauracji oraz bufetów. W latach 20. XX w. ich liczba wynosiła około 300 (NALEWAJKO 2006). Szczególną popularnością cieszyły się lokale, które żywiły klientów w ciągu dnia, natomiast wieczorami zaspokajały potrzeby rozrywkowe (KRZYWIK KAZMIERCZYK 2010). Do grona najbardziej prestiżowych lokali w Łodzi dołączyła restauracja w nowym, otwartym w 1918 r., hotelu Klukas (MILEWSKA, WŁODARCZYK 2004).

W czasie II wojny światowej Niemcy przejęli wszystkie najlepsze obiekty gastronomiczne w mieście. Polacy stolarowali się w małych zakładach żywieniowych otwieranych w mieszkaniach, sklepach lub magazynach przez pozbawionych środków do życia przedstawicieli inteligencji: aktorów, nauczycieli itp. (KLIMA, BRATKOWSKI 2005).

Zmiany ustrojowe po 1945 r. szybko zaznaczyły się również w branży gastronomicznej. Wiele prywatnych lokali zostało zlikwidowanych, pozostałe upaństwowiono. Cechą charakterystyczną tego okresu było powstanie i rozwój tzw. gastronomii uspołecznionej, którą tworzyły głównie stołówki pracownicze oraz bary mleczne. W latach 50. XX w. stanowiły one blisko 50% wszystkich zakładów żywieniowych. Od lat 70. liczba placówek państwowych systematycznie malała (SUŁKOWSKA 2013), ale nadal koncentrowały się one na Starym Mieście i w pobliżu ulicy Piotrkowskiej (PIETRUSZKA 2015).

W okresie PRL-u funkcjonowało w Łodzi kilka zakładów gastronomicznych, które odegrały istotną rolę w życiu społecznym, kulturalnym, a nawet politycznym, a ich sława wykraczała daleko poza granice miasta. Były to:

- restauracja „Dworcowa” na dworcu Łódź Fabryczna – jedna z nielicznych w mieście otwar-

- tych przez całą dobę, jej klientami byli zarówno podróżni, jak i mieszkańcy;
- restauracja „Turystyczna” (ul. Sienkiewicza 22) – prosta jadłodajnia, którą chętnie odwiedzali i robotnicy, i artyści;
  - kawiarnia „Honoratka” (ul. Moniuszki 2) – prywatny lokal prowadzony w latach 1948–1974 przez Stefanię Bruździńską, mekka artystów (zwłaszcza filmowców) oraz elit intelektualnych i naukowych, stałymi bywalcami byli m.in. J. Hoffman, R. Polański, D. Olbrychski czy Z. Cybulski;
  - „Siódemki” (ul. Piotrkowska 77) – założony w roku 1960 klub studencki, w którym karierę jazzową zaczynał M. Urbaniak, a dowcipy często opowiadał R. Polański;
  - „Balaton” – pierwszy w Łodzi bar samoobsługowy (1960) i kawiarnia;
  - restauracje „Malinowa” i „Złota” oraz kawiarnia w najbardziej prestiżowym łódzkim Hotelu Grand (ul. Piotrkowska 72);
  - kawiarnia „Hortex” (ul. Piotrkowska 110) – w latach 80. XX w. słynąca z najlepszych deserów w mieście.

### 3. LOKALNE SPECJAŁY – KUCHNIA REGIONALNA

Specyficzna historia Łodzi odcisnęła swoje piętno na jej dziedzictwie kulinarnym. W XIX w. miasto w sposób lawinowy zyskiwało nowych mieszkańców o różnorodnym składzie etnicznym i wyznaniowym<sup>2</sup>. Byli wśród nich Polacy, Niemcy, Żydzi i w mniejszym stopniu Rosjanie. W mieście pojawiły się więc charakterystyczne dla każdej z tych społeczności tradycje żywieniowe i specjały kuchni polskiej, niemieckiej, żydowskiej i rosyjskiej (do tego w różnych regionalnych odmianach). Na strukturę narodowościową nakładało się zróżnicowanie społeczno-ekonomiczne. Dlatego inaczej wyglądał sposób żywienia prostych robotników, a zupełnie inaczej burżuazji przemysłowej. O tym, co znalazło się na stole decydowało więc nie tylko pochodzenie etniczne czy nakazy religijne, ale również względy ekonomiczne.

W domach robotników podawano proste, sycące, jednogarnkowe potrawy. Z uwagi na wielozmianową pracę kobiet w fabrykach i brak czasu na gotowanie cechowały się łatwością przygotowania i możliwością wielokrotnego odgrzewania. Popularne były zupy: flaki, kapuśniak, zalewajka, grochówka, barszcz na burakach, zupa wiśniowa. O tym, że były to najprostsze i najtańsze zupy świadczą też ich zwyczajowe nazwy: „fifka” czy „dziad” (WOJCIECHOWSKA 2014). Dania główne składały się z porcji mięsa (zwykle gorszej ja-

kości, podrobów) i okraszonych ziemniaków czy kaszy. Często były to dudki, czyli wieprzowe płucka podawane z kartoflami z masłem, a także prażoki (ziemniaczane kluski) okraszone słoniną z kapustą. Powszechnym pożywieniem były śledzie. Sprzedawano je na bazarach oraz targu pomiędzy Starym a Nowym Miastem (teren ten do dziś jest nieoficjalnie nazywany parkiem śledzia).

Zgoła inaczej wyglądała kuchnia najbogatszych fabrykantów. Na ich stołach królowały drogie, wykwintne dania i potrawy, nierzadko sprowadzane z zagranicy lub odległych zakątków Imperium Rosyjskiego. Symbolem tego luksusu stały się: szampan, „petersburskie bliny i kawior astrachański” (JASKULSKI 2012).

Żyjące w zwartych grupach poszczególne społeczności narodowe hołdowały swoim tradycjom kulinarnym i zwyczajom żywieniowym. Niestety, w wyniku wydarzeń 1. połowy XX w. (wyjazd carskich urzędników po 1918 r., Holokaust, ucieczka i przesiedlenia Niemców po II wojnie światowej) na zawsze zanikła wielokulturowość Łodzi. Wprawdzie wpływy obcych kuchni widoczne są do dziś, jednak jest to tylko odległe wspomnienie ówczesnego gastronomicznego bogactwa. Wśród relikwów kuchni etnicznych należy wymienić: chałkę i karpia po żydowsku, żulik, rosyjskie lepieszki czy niemiecką kartoflanę (WOJCIECHOWSKA 2014, ZAREBSKA, BOROWSKA 2015).

Położony na styku historycznych krain (Mazowsza, Wielkopolski, Śląska i Małopolski) region łódzki nie wykształcił własnej, odrębnej kuchni regionalnej, raczej zapożyczał od sąsiadów. Dlatego też kuchnia Łodzi jest konglomeratem rozmaitych potraw przywiezionych przez osadników z różnych stron Polski. Nawet określane jako typowo łódzkie danie „prażoki” znane są też w Świętokrzyskiem.

Na zubożenie lokalnej kuchni i zanik kulinarnych tradycji wpłynęły również czasy PRL-u. Dążenie władz do unifikacji kraju i zacierania różnic regionalnych, popularyzacja siermiężnych socjalistycznych obyczajów, ujednoczenie norm produkcji żywności, wreszcie długotrwały kryzys gospodarczy i braki w podstawowym zaopatrzeniu doprowadziły do upadku gastronomii. Okres ten kojarzony jest powszechnie z sałatką warzywną z majonezem, śledziem lub galaretką z zimnych nóżek (zwaną w Łodzi dryglami) będących popularnymi zakąskami do wódki<sup>3</sup> (KRZYWIK KAŻMIER-CZYK 2014), pasztetową (po łódzku: leberą) czy placzkami ziemniaczanymi z cukrem i śmietaną.

Przywołane wydarzenia historyczne sprawiły, że aktualnie Łódź nie posiada własnych, powszechnie rozpoznawalnych i tylko z nią kojarzonych, specjałów kulinarnych. Na liście produktów tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wśród 1483 z całego kraju znajduje się 85 produktów z województwa łódzkiego, ale żaden z nich nie pochodzi z Łodzi<sup>4</sup>.

W ostatnich latach w mediach ogłaszane są różnego rodzaju konkursy na łódzkie dania i potrawy. Największy rozgłos zyskały knedle z truskawkami (lub śliwkami) z młodą kapustą i kotлетem schabowym. Taki zestaw obiadowy zaproponowany przez restaurację „U Szwajcara” wygrał w 2002 r. konkurs Smaki Łodzi. Składniki dania nie są niezwykle, zaskakujące (ale oparte na łódzkiej tradycji) jest ich zestawienie na jednym talerzu. W innym konkursie na najlepsze wyroby cukiernicze pierwsze miejsce zajął torcik firmy P. Skórka z dekoracją przedstawiającą plac Wolności. Coraz częściej w menu łódzkich restauracji pojawiają się dania, których nazwy nawiązują do czterech kultur, a także *Ziemi obiecanej* (powieści W. Reymonta oraz filmu A. Wajdy). Inspiracją dla kucharzy jest też dziedzictwo filmowe Łodzi. Ideą przewodnią X Festiwalu Dobrego Smaku w 2013 r. było hasło „Kulinarnie nakręcenie”. W 2015 r., aby upamiętnić Oskara dla najlepszego filmu nieanglojęzycznego, cukiernia „Wasia-kowie” wprowadziła do sprzedaży ciastka nazwane „Ida”. Wszystko to są jednak jedynie pojedyncze próby wskrzeszenia zapomnianych łódzkich tradycji lub nadania lokalnego kolorytu współczesnym dokonaniom kulinarnym.

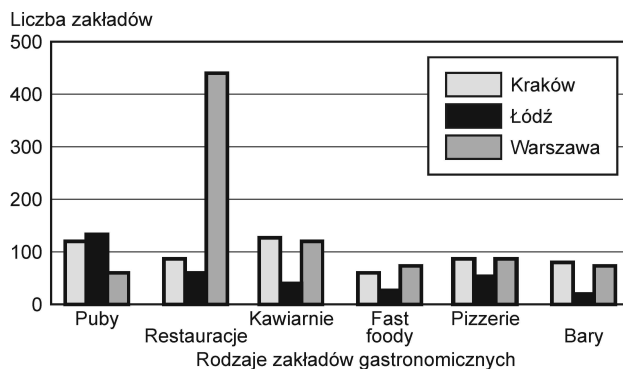
#### 4. BAZA GASTRONOMICZNA ŁODZI W XXI WIEKU

Przemiany ustrojowe w Polsce na początku lat 90. XX w. oznaczały dla Łodzi upadek przemysłu włókienniczego, drastyczny wzrost bezrobocia i powstanie enklaw biedy w centrum miasta. Podupadła również ulica Piotrkowska, na której funkcjonowało tylko kilka restauracji i bar mleczny. Mimo protestów opozycji ówczesny prezydent Łodzi G. Palka zdecydował o generalnym remoncie reprezentacyjnej ulicy. Wymieniono nawierzchnię i oświetlenie, odnowiono część kamienic, sprywatyzowano sklepy. Dzięki tym inwestycjom Piotrkowska ożyła, ponownie zaczęła pełnić funkcje handlowe i rekreacyjno-rozrywkowe: powstało około 280 sklepów, w tym wielu ekskluzywnych marek, otwarto liczne zakłady gastronomiczne, a Fundacja Ulicy Piotrkowskiej organizowała masowe festyny, podczas których bito rekordy Guinnessa w przeciąganiu liny lub toczeniu beczki, tworzono długą piaszczystą plażę, budowano w środku lata piramidę z lodu czy gigantyczną pajęczynę ze sznurków (CUDNY 2002).

Przełom XX i XXI w. to najlepszy okres w historii łódzkiej gastronomii. W centrum miasta powstawały coraz to nowe puby, kawiarnie i restauracje. Nowością były zróżnicowane pod względem fizjonomii i asortymentu podawanych dań ogródki gastronomiczne, które szybko zdobyły uznanie zarówno mieszkańców,

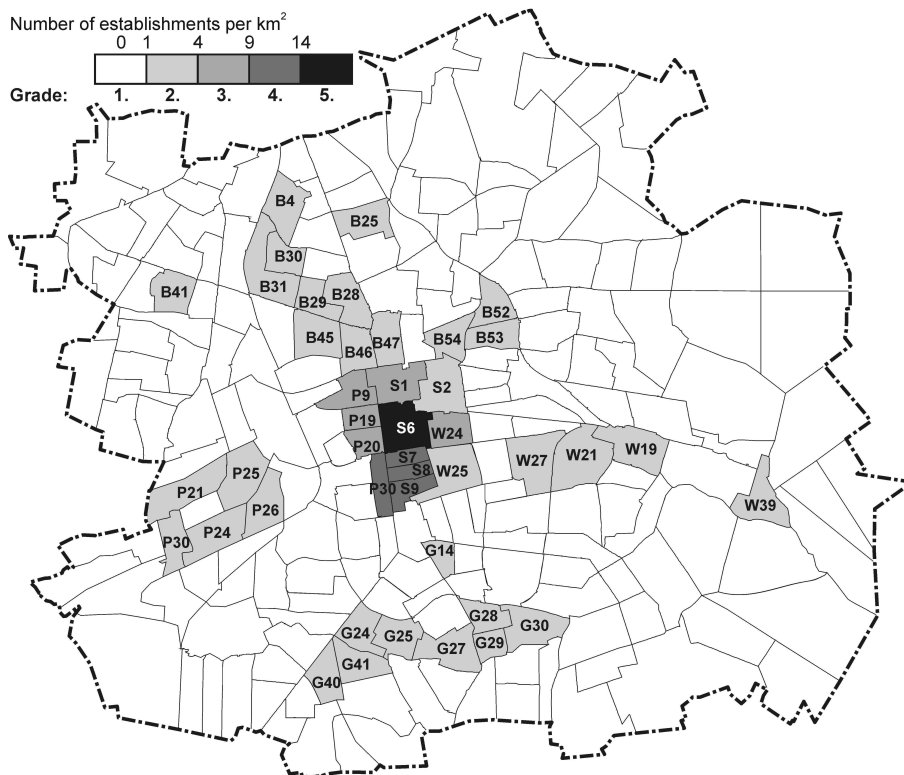
jak i przyjezdnych (CUDNY 2002). Pojawiły się też „fast foody” (w tym w hipermarketach) oraz punkty gastronomiczne specjalizujące się w kuchni azjatyckiej (NALEWAJKO 2006). Piotrkowska stała się centrum nocnego życia, Łódź zaczęto określać mianem polskiej stolicy pubów, a w języku potocznym pojawiło się słowo *pubbing* na określenie całonocnej wędrówki po tych lokalach.

Za pub uznawano „zakład gastronomiczny o ograniczonym zakresie usług żywieniowych, z bogatą ofertą usług o charakterze kulturalno-rozrywkowym, dysponujący co najmniej 30 miejscami konsumenckimi przy stolikach i pięcioma przy barze, posiadający specyficzny wystrój, charakterystyczną atmosferę, preferujący określony rodzaj muzyki i organizujący imprezy towarzyszące” (MILEWSKA 2003, s. 81). Tak rozumianych lokali w 2002 r. było w Łodzi 132 – więcej niż w Krakowie czy Warszawie (rys. 1). Na 1 pub w Łodzi przypadło 5958 stałych mieszkańców – 4,4 razy więcej niż w Warszawie, i nieznacznie mniej niż w Krakowie. Podobnie kształtował się wskaźnik liczby pubów przypadających na 1 km<sup>2</sup> powierzchni miasta (Łódź 0,45 pubu/km<sup>2</sup>, Kraków 0,38 pubu/km<sup>2</sup>, Warszawa 0,13 pubu/km<sup>2</sup>) (MILEWSKA 2003).



Rys. 1. Rodzaje zakładów gastronomicznych w Krakowie, Łodzi i Warszawie  
Źródło: M. MILEWSKA (2003)

Na tle innych polskich miast Łódź wyróżniała się nie tylko liczbą pubów, ale także wysoką jakością ich oferty i ogromnym zróżnicowaniem. Najogólniej dzielono je na puby klasyczne – wzorowane na angielskich lokalach („Rolling Stone”, „Piotrkowska 97”, „Irish Pub”) i oryginalne, które różniły się między sobą wystrojem, atmosferą, rodzajem preferowanej muzyki i imprezami towarzyszącymi. Były wśród nich puby o klimacie artystycznym („Łódź Kaliska”), industrialnym („Fabryka”), etnicznym, studenckim, podróżniczym, undergroundowym itd. W weekendy odbywały się w nich koncerty wszelkich nurtów muzycznych, zabawy taneczne, pokazy mody, promocje alkoholi, bale przebierańców, konkursy tańca i wiele innych niezwykłych imprez.



Rys. 2. Zagęszczenie pubów w obrębach geodezyjnych Łodzi  
Źródło: M. MILEWSKA (2003)

Łódzkie puby wykazywały przy tym dużą koncentrację lokalizacji (rys. 2). Zdecydowana większość z nich funkcjonowała w Śródmieściu: na ulicy Piotrkowskiej zlokalizowany był co trzeci pub, zaś na ulicach przecinających lub przyległych do niej – kolejne 19%. W osiedlach studenckich położonych było 11% pubów. Takie rozmieszczenie lokali potwierdzało kulturalno-rozrywkowy charakter centrum miasta (MILEWSKA 2003).

Atrakcyjne aranżacje wnętrz, niepowtarzalny klimat oraz przebogata oferta kulturalno-rozrywkowa sprawiły, że na początku XXI w. puby były postrzegane jako najważniejsza atrakcja turystyczna Łodzi. Twierdziło tak aż 78% spośród 1264 respondentów, którzy wzięli udział w badaniach M. MILEWSKIEJ (2003). Niemal 90% zapytanych było już wcześniej w łódzkich pubach (głównie w „Łodzi Kaliskiej”, „Fabryce”, „Jamie Madejowej”, „West Side”, „Siódemkach”). Wśród głównych motywów wizyty wymieniano: atmosferę w pubie (90%), miejsce spotkań z przyjaciółmi (88%), imprezy taneczne (77%), wydarzenia artystyczne (60%). Największą grupę klientów pubów stanowili mieszkańcy Łodzi, ale stosunkowo dużo ankietowanych pochodziło z okolicznych powiatów: zgierskiego, brzezińskiego, łódzkiego wschodniego, pabianickiego i skierniewickiego (ponad 50 osób). Reprezentowane były również Warszawa i Radom (ponad 30 osób), a także Wrocław, Kielce, Kraków oraz Górnośląski Okręg Przemysłowy (MILEWSKA 2003).

W kolejnych latach popularność pubów zaczęła spadać. Wzrósł za to popyt na bardziej eleganckie lokale z bogatszą ofertą gastronomiczną. W efekcie zmieniła się struktura bazy gastronomicznej w Łodzi. W roku 2005 r. w mieście funkcjonowało około 620 obiektów żywnościowych<sup>5</sup> (KACZMAREK, LISZEWSKI, WŁODARCZYK 2006). Mimo że ogólna liczba pubów i piwiarni przekroczyła granicę 150 lokali, to podobny odsetek obiektów żywnościowych (ok. ¼) stanowiły też restauracje i bary (tab. 1).

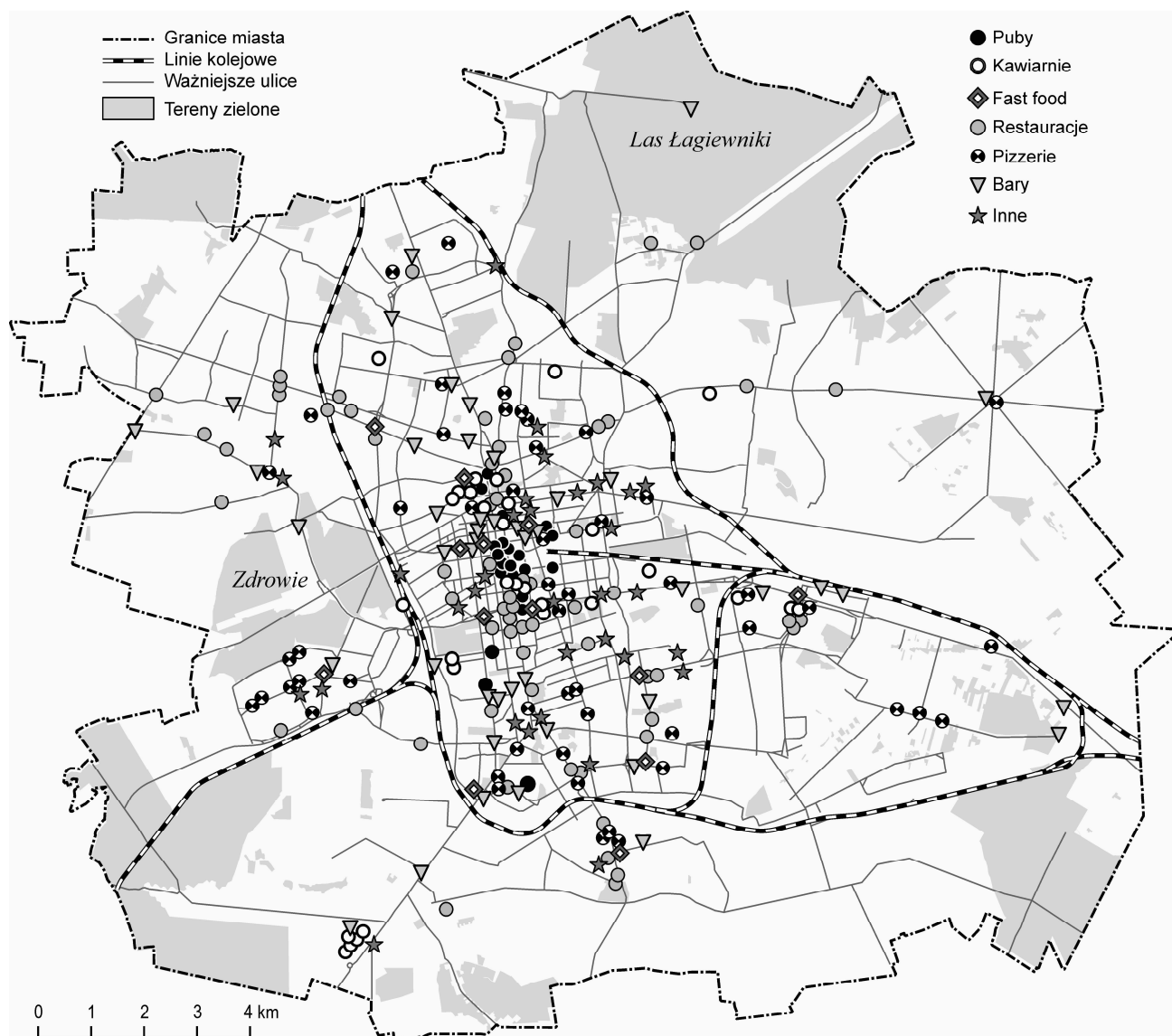
Ostatniej pełnej inwentaryzacji bazy gastronomicznej miasta dokonała K. SUŁKOWSKA (2013). W 2012 r. w Łodzi działało 549 ogólnodostępnych zakładów gastronomicznych (bez punktów gastronomicznych). Ich rozmieszczenie nadal wykazuje silną koncentrację (rys. 3).

Tab. 1. Struktura bazy gastronomicznej Łodzi w 2005 r.

Rodzaj placówki	Liczba placówek	Udział procentowy
Restauracje	151	24,4
Bary	157	25,3
Kawiarnie	24	3,9
Puby i piwiarnie	154	24,8
Pizzerie	54	8,7
Cukiernie	80	12,9
Suma	620	100,0

Źródło: K. SUŁKOWSKA (2013).

Niemal połowa (ok. 47%) lokali znajduje się w Śródmieściu, przy czym ponad 20% usytuowanych jest przy samej ulicy Piotrkowskiej. Duże nagromadzenie zakładów gastronomicznych występuje także w centrach handlowych (Manufaktura – 47, Galeria Łódzka – 19, Port Łódź – 17), okolicach osiedli akademickich UŁ i PŁ oraz przy trasach wylotowych z miasta. W strukturze rodzajowej dominują bary (32%), restauracje (28%), pizzerie (15%) i kawiarnie (10%). Drastycznie spadła liczba pubów (poniżej 7%). W 2002 r. działały 132 takie lokale (MILEWSKA 2003), 10 lat później było ich zaledwie 36 (SUŁKOWSKA 2013). Zauważalną prawidłowością jest też dość równomierne rozproszenie na obszarze miasta zakładów gastronomicznych o niższym



Rys. 3. Rozmieszczenie bazy gastronomicznej w Łodzi w 2012 r.

Źródło: K. SUŁKOWSKA (2013)

standardzie (np. barów, w tym barów z tzw. kuchnią domową oraz pizzerii) i jednocześnie silne skupienie zakładów o wyższym standardzie – restauracji w centrum Łodzi (wzdłuż ul. Piotrkowskiej i w jej najbliższym sąsiedztwie).

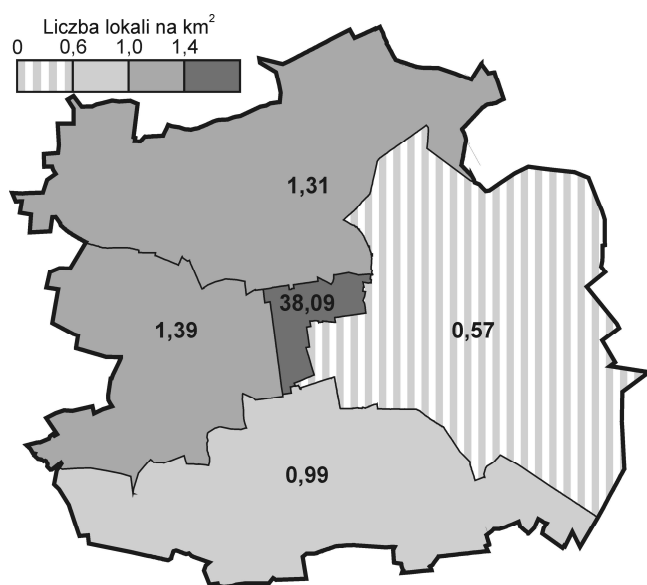
Zagęszczenie lokali gastronomicznych wykazuje duże zróżnicowanie w poszczególnych dzielnicach. Oczywiście, największe, zarówno w liczbach bezwzględnych, jak i wyliczonych wskaźnikach, występuje w Śródmieściu (tab. 2, rys. 4). W centralnej dzielnicy miasta na 1 km<sup>2</sup> znajduje się aż 38 zakładów gastronomicznych (w pozostałych co najwyżej 1,39), a na jeden lokal przypada 275 mieszkańców (w pozostałych 7–9 razy więcej).

Zdaniem K. SUŁKOWSKIEJ (2013) łódzka baza gastronomiczna wykazuje cechy modelu koncentryczno-radialnego w postaci złożonej (wg typologii KACZOREK i KOWALCZYKA 2003). Obiekty żywieniowe usytuowane są nie tylko wzdłuż reprezentacyjnej ulicy Piotrkowskiej, ale także przy głównych drogach, w pobliżu węzłów komunikacyjnych, w centrach handlowych i hipermarketach, w otoczeniu atrakcji turystycznych oraz w obiektach noclegowych. Na rozmieszczenie bazy gastronomicznej w przestrzeni miasta ma wpływ nie tylko jego historia, sieć komunikacyjna, występowanie walorów turystycznych, ale również położenie osiedli mieszkaniowych, gdyż w przypadku Łodzi to właśnie mieszkańcy stanowią główną grupę klientów zakładów żywieniowych.

Tab. 2. Lokale gastronomiczne w dzielnicach Łodzi w 2012 r.

Dzielnica	Powierzchnia (km <sup>2</sup> )	Liczba ludności (tys.)	Liczba lokali gastronomicznych	Udział w ogóle lokali (%)	Liczba lokali/1000 osób	Liczba mieszkańców /1 lokal gastronomiczny	Liczba lokali/km <sup>2</sup>
Bałuty	78,9	204,3	103	18,76	0,50	1 983,5	1,31
Górna	71,9	168,4	71	12,93	0,42	2 371,8	0,99
Polesie	46,0	139,1	64	11,66	0,46	2 173,4	1,39
Śródmieście	6,8	71,3	259	47,18	3,63	275,3	38,09
Widzew	90,8	135,8	52	9,47	0,38	2 611,5	0,57
Ogółem	294,4	719,0	549	100,00	0,76	1 309,7	1,86

Źródło: opracowanie własne na podstawie K. SUŁKOWSKA (2013).



Rys. 4. Liczba lokali gastronomicznych na 1 km<sup>2</sup> w dzielnicach Łodzi w 2012 r.

Źródło: K. SUŁKOWSKA 2013

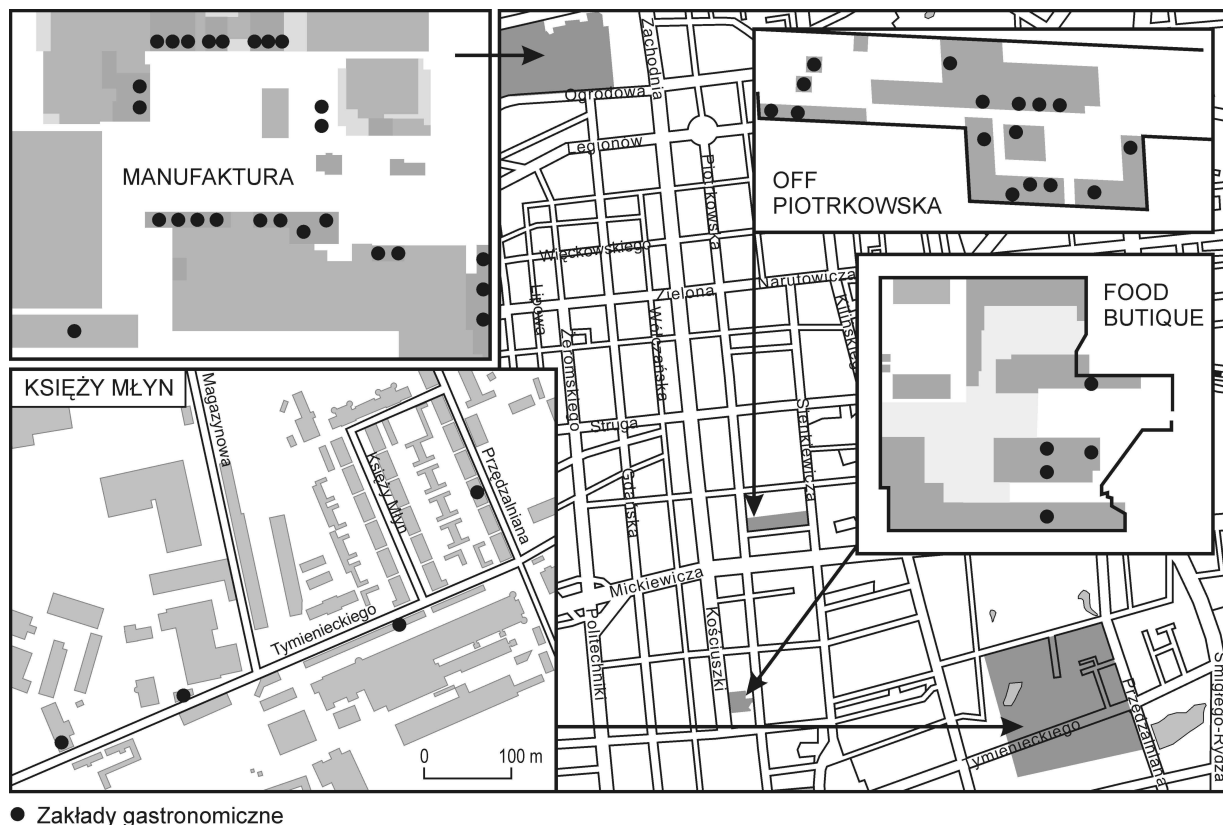
Wśród 550–600 łódzkich zakładów gastronomicznych znajdują się ekskluzywne restauracje, różnego rodzaju bary, puby, tematyczne kawiarnie i herbaciarnie, cukiernie, „fast foody” etc. Restauracje, oprócz kuchni polskiej i międzynarodowej (europejskiej), oferują potrawy ponad 30 kuchni etnicznych. Najbardziej popularne są kuchnie: włoska i francuska (śroziemnomorska), a także turecka i japońska, co jest odzwierciedleniem aktualnych tendencji w polskiej gastronomii (DEREK 2013b). Reprezentowane są również kuchnie sąsiednich narodów (np. niemiecka, rosyjska, ukraińska, czeska) i krajów azjatyckich (głównie chińska i wietnamska). Smakosze mają okazję spróbować też egzotycznych dań, np. argentyńskich, bułgarskich, czarnogórskich, gruzińskich, indyjskich, kaukaskich (ormiańskich), koreańskich, marokańskich, tajskich, a także afrykańskich, arabskich, bliskowschodnich, skandynawskich. Są również restauracje oferujące modną dziś kuchnię *fusion* i molekularną. Różnorodnie kuchnie świata skupione na niewielkim obszarze stanowią

typową ofertę gastronomiczną dużego miasta. Mimo że nie wynikają wprost z dziedzictwa kulinarnego metropolii, mogą wzbudzać duże zainteresowanie zarówno mieszkańców, jak i turystów (KOWALCZYK 2014).

Inną specyfiką łódzkiej gastronomii, obserwowaną od końca XX w., jest sytuowanie zakładów gastronomicznych w zrewitalizowanych obiektach dziedzictwa przemysłowego. Przyczyny tego zjawiska tkwią w dużej liczbie dawnych fabryk włókienniczych (zlokalizowanych również w ścisłym centrum). Niskie ceny wynajmu, duże przestrzenie, szerokie możliwości aranżacji wnętrza, specyficzny industrialny (łódzki) klimat oraz moda na rewitalizację sprawiają, że w ostatnich latach w wielu starych fabrykach otwierane są lokale gastronomiczno-rozrywkowe.

I. PIETRUSZKA (2015) dokonała inwentaryzacji 12 zespołów fabrycznych w Łodzi, w których pojawiła się funkcja gastronomiczna. W większości były to jedynie pojedyncze zakłady gastronomiczne. Cztery kompleksy fabryczne skupiają jednak większą liczbę lokali żywieniowych. Są to: CH Manufaktura, tzw. strefa Off Piotrkowska, Piotrkowska 217 oraz położony poza ścisłym centrum Księży Młyn (rys. 5). Każdy z tych kompleksów ma inną genezę, innego zarządcę oraz inny charakter.

**Manufaktura** jest największym w Polsce centrum handlowo-usługowo-rozrywkowym<sup>6</sup>. Powstała w roku 2006 na terenie zrewitalizowanego zespołu fabrycznego I. Poznańskiego. Inwestor (francuski Apsys) od początku zakładał, że wokół tzw. nowego rynku Łodzi powstanie ponad 20 restauracji z kuchnią z całego świata oraz kawiarnie i puby (STASIAK 2005, KOSTECKA 2007). W budynkach dawnej tkalni i wykańczalni ulokowały się znane (nie tylko sieciowe) lokale gastronomiczne. W latach 2007–2011 funkcjonowała np. uznawana za najdroższą w Polsce francuska restauracja L'Écru. Mimo ciągłej rotacji marek rynek Manufaktury niezmiennie posiada zróżnicowaną pod względem rodzaju kuchni, standardu usług i cen ofertę gastronomiczną (w 2015 r. 28 lokali). Uzupełniana jest ona przez bary szybkiej obsługi w galerii handlowej, restaurację i bar hotelu Andel's oraz kawiarnię w Muzeum Sztuki ms<sup>2</sup>.



Rys. 5. Zakłady gastronomiczne w zrewitalizowanych kompleksach poprzemysłowych Łodzi

Źródło: opracowanie własne

**Strefa Off Piotrkowska** powstała na terenie zdegradowanego kompleksu fabrycznego nazywanego China Town<sup>7</sup>. Zaniebdany teren przejęła firma OPG Orange Property Group. Po przeprowadzeniu podstawowych remontów rozpoczęto unikatowy w skali kraju projekt tworzenia centrum alternatywnej kultury, sztuki i kreatywnego biznesu. Surowe, pofabryczne wnętrza zostały wynajęte na pracownie projektantów mody, designu, przestrzenie wystawiennicze, sale prób, showroomy, *concept store*, a także kluby muzyczne, restauracje i klubokawiarnie. Off Piotrkowska szybko stała się ulubionym miejscem spotkań łódzkiej młodzieży, a w 2014 r. wygrała w plebiscycie 7 Cudów Polski magazynu „National Geographic Traveler”. Awangardowy klimat strefy redakcja porównała do atmosfery Nowego Jorku czy Berlina. Off Piotrkowska skupia wokół rozległego podwórca ponad 20 restauracji, barów i pubów (z sezonowymi ogródkami). Są to lokale bardzo oryginalne (wyróżniające się pomysłem na biznes, wystrojem, kuchnią, połączeniem funkcji kulturalno-handlowych, różnorodną ofertą wydarzeń), ale raczej o średnim i niskim standardzie usług.

**Piotrkowska 217** to najnowszy modny adres gastronomiczny w Łodzi. W XIX w. mieściła się tu największa w regionie fabryka metalurgiczna niemieckie-

go emigranta z Czech Józefa Johna. Obecnie obiektem zarządza warszawska spółka deweloperska OKAM Capital, która tworzy w tym miejscu centrum dla młodych, kreatywnych ludzi. W jego skład wchodzi pracownie i biura, sklepy oraz lokale gastronomiczne. Inicjatywie towarzyszy organizowanie niepowtarzalnych wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych. Do najbardziej znanych należy Łódź Street Food Festival, czyli festiwal „ulicznego jedzenia”.

„**Księży Młyn**” (jurydyka przemysłowa łódzkiego króla bawełny K. Scheiblera) odróżnia się od pozostałych kompleksów nie tylko oddaleniem od ulicy Piotrkowskiej, ale też większą powierzchnią i dużym rozproszeniem lokali gastronomicznych. Dzielnica nie posiada jednego podmiotu zarządzającego, dlatego pojawianie się usług gastronomicznych na tym obszarze jest nieskoordynowanym i długotrwałym procesem. Obok najstarszej restauracji „U Szwajcara” (w dawnej portierni fabryki), powstały kolejne lokale, np. Restauracja Gronowalski & Buddha Pub (własność firmy z branży tekstylnej, jubilerskiej i wzorniczej). Od kilku lat rewitalizację osiedla robotniczego prowadzi Urząd Miasta Łodzi, który wyremontowane lokale udostępnia artystom na pracownie. Jedną z nich połączono z domową kawiarnią (Kreatoora).



Interesujących wniosków na temat postrzegania i oceny łódzkich lokali gastronomicznych w zrewitalizowanych obiektach przemysłowych dostarczają badania I. PIETRUSZKI (2015)<sup>8</sup>. Najważniejszym czynnikiem determinującym wybór lokalu okazała się rekomendacja znajomych (43,2%), ale na drugim miejscu znalazła się postindustrialna lokalizacja (25,6%), a na trzecim – atmosfera miejsca (12%). Wpływ architektury przemysłowej na decyzję o wizycie w danym zakładzie gastronomicznym ankietowani ocenili przy tym jako duży lub bardzo duży (łącznie ponad 43% odpowiedzi). Aspektem tym nie sugerowało się jedynie 16,4% badanych.

Dla większości respondentów ważne jest, by architektura budynku, a także aranżacja wnętrza lokalu w jakiś sposób nawiązywały do historii i przemysłowego charakteru miasta. Dlatego często jako mankament wskazywano zbyt małe powiązanie wystroju lokalu z jego postindustrialną architekturą oraz śladową liczbę „łódzkich” potraw w menu. Opinię tę podzielali zarówno mieszkańcy Łodzi (62% badanych), jak i przyjezdni z województwa łódzkiego (10,8%) oraz dalszych regionów kraju (m.in. Warszawy, Płocka, Krakowa, Wrocławia, Nowego Targu i Olsztyna).

Opisane przemiany funkcjonalno-przestrzenne centrum Łodzi korespondują z koncepcją powstawania dzielnicy usług gastronomicznych w mieście. A. KO-WALCZYK (2014) wyróżnił cztery etapy tego procesu: I – *street food*, II – *food street*, III – *food street + food court*, IV – *food district*. Przypadek Łodzi należałoby umiejscowić pomiędzy III i IV etapem (tuż przed, a może już na początku krystalizowania się *food district*). Współcześnie obok starej *food street* (ul. Piotrkowska) powstają i rozwijają się nowe *food courts* (kompleksy poprzemysłowe), a koncentracja usług gastronomicznych w przestrzeni miasta stale wzrasta. Trzeba jednak pamiętać, że rzeczywistość jest bardziej skomplikowana niż teoretyczny model. Okolice ulicy Piotrkowskiej pełniły przecież już w przeszłości funkcję centrum gastronomiczno-rozrywkowego (okres pubów na początku XXI w.). Z kolei najnowsze trendy gastronomiczne wzbudzają rosnący popyt na uliczne jedzenie – stąd np. pojawiające się coraz częściej w Łodzi „food trucki”. W tej sytuacji należałoby raczej mówić o odrodzeniu się (renesansie) centralnej dzielnicy gastronomicznej. Zjawisko to niewątpliwie wymaga głębszych studiów i analiz.

## 5. WYDARZENIA GASTRONOMICZNE

Dla turystów zainteresowanych kulinariami najbardziej atrakcyjne są różnego rodzaju wydarzenia gastronomiczne<sup>9</sup>. Można wśród nich wyróżnić: festiwale ogólnogastronomiczne, święta potraw, dań i produk-

tów regionalnych, święta religijne i folklorystyczne związane z gastronomią, konkursy i turnieje gastronomiczne, jarmarki i targi żywności, warsztaty kucharzkie, spotkania z „ludźmi gastronomii” (STASIAK 2015).

Zjawisko „eventyzacji” kulinariów obserwowane jest również w Łodzi. Zdaniem A. KOZŁOWSKIEJ (2015) jest to odzwierciedlenie szerszych trendów i przemian, jakie zachodzą w świadomości społeczeństw, a dotyczą m.in. stylu życia, sposobów spędzania wolnego czasu, ekologii, zdrowego żywienia, kreowanej przez media mody na gotowanie. Łódź, jako duże miasto z rozwiniętą bazą gastronomiczną, oferuje szeroki wachlarz różnorodnych wydarzeń gastronomicznych. Do najważniejszych A. KOZŁOWSKA (2015) zaliczyła:

- **Festiwal Dobrego Smaku** – najstarsze, największe i najbardziej znane wydarzenie gastronomiczne w Łodzi<sup>10</sup>. Początkowo były to pokazy kulinarne, od 2010 r. festiwal przybrał formę rywalizacji restauracji oraz kawiarni, które przygotowują jedno danie konkursowe zgodnie z hasłem przewodnim imprezy (2012 r. – *Z tradycją i sezonowo*, 2013 r. – *Kulinarnie nakręcenie*; połączenie filmu i kuchni, 2014 r. – *Zapomniane, na nowo odkryte*). Dzieła szefów kuchni oceniane są zarówno przez publiczność, jak i profesjonalne jury.
- **Festiwal Kawy** – drugie wydarzenie o charakterze konkursowym, adresowane do ludzi zajmujących się zawodowo i hobbystycznie kawą. Miłośnicy tego napoju odwiedzają kawiarnie, które przez cały weekend sprzedają espresso i cappuccino po znacznie obniżonej cenie. Uczestnicy wybierają najlepszy lokal, jury zaś – kawę.
- **Łódź Street Food Festival** jest odzwierciedleniem najnowszych trendów w miejskiej gastronomii: mody na *street food* (uliczne jedzenie) oraz *food truck* (pojazd wyposażony w urządzenia do przygotowywania żywności). W imprezie biorą udział „food trucki” z całej Polski, restauracje z Łodzi oraz kucharze amatorzy nieposiadający własnego lokalu. Uczestnikom serwowane są dania z całego świata, a oferta zmienia się z edycji na edycję<sup>11</sup>. Klienci mogą kupić jedzenie na wynos, większość jednak konsumuje je w obrębie kompleksu fabrycznego Piotrkowska 217. Mimo polowych warunków frekwencja rośnie i osiągnęła już 12 tys. w ciągu jednego dnia.
- **Eko Targ** odbywa się w każdą sobotę w strefie Off Piotrkowska (latem na parkingu, zimą na terenie galerii). Na wydarzenie zapraszani są starannie wyselekcjonowani wystawcy sprzedający produkty z różnych stron świata, ale przede wszystkim wysokiej jakości, organiczne, nieprzemysłowe, wyróżniające się estetyką i oryginal-

Tab. 3. Wydarzenia gastronomiczne w Łodzi w 2014 r.

Nazwa wydarzenia	Organizator	Lokalizacja	Termin, liczba edycji, od kiedy organizowane	Liczba firm	Wydarzenia towarzyszące	Liczba uczestników
Festiwal Dobrego Smaku	SBS Public Relations	Restauracje w centrum Łodzi	26-29.06.2014 r., 11 edycji, od 2003 r. (od 2010 r. pod obecną nazwą)	30 restauracji, 14 kawiarni	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Szkoła Dobrego Smaku</li> <li>- Kino Dobrego Smaku</li> <li>- Kulinarna Gra Miejska</li> <li>- warsztaty fotografii kulinarnej</li> <li>- wernisaż prac poddyplomowych „Projektowanie kulinariów” z ASP</li> </ul>	ponad 50 tys.
Festiwal Kawy	Stowarzyszenie Miłośników Kawy	Kawiarie i centrum festiwalowe (Klub Wytwórnia)	26-28.06.2014 r., 4 edycje, od 2011 r.	24 kawiarie, 22 wystawców	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mistrzostwa Polski Home Barista</li> <li>- Puchar Polski Latte Art</li> <li>- Team Barista Challenge</li> <li>- Coffee Festival International Conference</li> <li>- Aromatyczne Wieczory Filmowe</li> </ul>	12 tys. osób w centrum festiwalowym (5 tys. sprzedanych kaw)
Łódź Street Food Festival	OKAM Capital, agencja interaktywna The Program	Piotrkowska 217	Cztery razy w roku, od stycznia 2014 r.	I edycja – 10 FT, 20 R, II edycja – 22FT, 32R, III edycja – 22FT, 42R, IV edycja – 27FT, 42R	<ul style="list-style-type: none"> <li>- strefa dzieci</li> </ul>	I edycja – 4 tys., II i III edycja – po 10 tys., IV edycja – 12 tys.
Eko Targ	Off Piotrkowska, lokale ze strefy	Off Piotrkowska	Co sobota, ponad 100 edycji, od 06.07.2013 r.	Zmienna liczba sprzedawców	<ul style="list-style-type: none"> <li>- warsztaty kulinarne</li> </ul>	b.d.
Restaurant Day	Osoby prywatne, kluby, szkoły itp.	Zmienna, różne miejsca w mieście	Cztery razy w roku	Zmienna, w każdej edycji inna	brak	b.d.
Międzynarodowe Targi Żywności Ekologicznej i Regionalnej <i>Natura Food</i>	Międzynarodowe Targi Łódzkie	Hala Expo Łódź	3-5.10.2014 r., 7 edycji, od 2008 r. (początkowo jako „Dni Naturalnej Żywności”)	Ponad 300 wystawców z kraju i zagranicy (Czech, Japonii, Litwy, Niemiec, Węgier i Włoch)	konkursy: <ul style="list-style-type: none"> <li>- O Złoty Medal <i>Natura Food</i></li> <li>- Tygiel Smaków</li> <li>- Tradycyjne Smaki Regionu</li> <li>- na najlepsze gospodarstwo ekologiczne</li> </ul>	blisko 12 tys.
Mikser Regionalny	Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego	Stary Rynek w Łodzi, Łęczyca, Sieradz	06.09.2014 r., 11 edycji, od 2004 r. (początkowo jako Jarmark Wojewódzki)	Okolo 100 wystawców (samorządy, stowarzyszenia, firmy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- koncerty muzyczne</li> <li>- pokazy tańców</li> <li>- warsztaty twórcze</li> <li>- zajęcia dla dzieci</li> </ul>	b.d.

Objaśnienia: FT – *food track*, R – restauracja, b.d. – brak danych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Kozłowska (2015) i stron internetowych wydarzeń.

nalnością opakowań. Oferowany asortyment zmienia się w zależności od pory roku oraz rodzaju zgłoszonych firm.

- **Restaurant Day** – ogólnoświatowe święto jedzenia zainicjowane w 2011 r. w Finlandii. Rok później festiwal trafił do Polski. Polega na prowadzeniu przez kucharzy amatorów wymarzonej restauracji w dowolnym miejscu (własny dom, muzeum, park itp.). Nigdy nie wiadomo, ile i jakie restauracje zostaną otwarte podczas najbliższej edycji. W Łodzi powstaje od 0 do kilkunastu jednodniowych lokali. Przykładowo, 15 lutego 2015 r. w Muzeum Kinematografii przez 6 godzin działała restauracja „Zjadliwości”, która serwowała tylko białe potrawy. Odwiedziło ją około 100 osób (KOZŁOWSKA 2015).
- **Międzynarodowe Targi Żywności Ekologicznej i Regionalnej** – największa w kraju (ponad 300 wystawców) impreza targowa poświęcona żywności ekologicznej, odbywająca się pod honorowym patronatem Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Ideą przewodnią wydarzenia jest promocja dziedzictwa kulinarnego polskich regionów, ich produktów tradycyjnych oraz lokalnych firm działających w branży spożywczej. Targi oferują możliwość degustacji i zakupu wielu ekologicznych wyrobów.
- **Mixer Regionalny** – wydarzenie poświęcone integracji mieszkańców województwa łódzkiego i prezentacji dokonań poszczególnych samorządów. Tym niemniej w promocji gmin i powiatów kulinaria odgrywają ważną rolę. Degustacje i sprzedaż wyrobów gastronomicznych prowadzi Koła Gospodyń Wiejskich oraz lokalni przedsiębiorcy z branży spożywczej na stoiskach usytuowanych na Starym Rynku i ulicy Piotrkowskiej.

Szczegółowe dane dotyczące wydarzeń gastronomicznych odbywających się w Łodzi w 2014 r. prezentuje tab. 3. Listę tę można jeszcze uzupełnić o Międzynarodowe Targi Turystyczne „Na styku kultur”, których istotną częścią jest jarmark produktów regionalnych. Warto też wspomnieć o odbywających się regularnie, choć z reguły kameralnych, warsztatach gotowania, które organizują co weekend wybrane restauracje (m.in. ze strefy Off Piotrkowska). Poświęcone są one poznawaniu specjalów wybranej kuchni, gotowaniu ze znanymi szefami kuchni, blogerami czy celebrytami, a nawet tajnikom fotografii kulinarnej.

Z badań A. KOZŁOWSKIEJ (2015) wynika, że w łódzkich wydarzeniach kulinarnych uczestniczyli głównie mieszkańcy Łodzi (84%) i sąsiednich powiatów (łódzki wschodni, pabianicki, zgierski). Sporadycznie pojawiali się przyjezdni z odleglejszych miast (Busko-Zdrój, Poznań, Kraków, Warszawa). Uczestnikami były głównie kobiety (75%), osoby z wyższym wy-

kształceniem (63%), w wieku 26–55 lat (54%), określające swoją sytuację materialną jako przeciętną (51%) lub dobrą (40%), raczej niezwiązane zawodowo z branżą gastronomiczną (70%). Najwięcej spośród 202 respondentów wzięło udział w Festiwalu Dobrego Smaku (68%) i Łódź Street Food Festival (58%). Najczęstszym powodem udziału była chęć poznania nowych smaków oraz lokali, a także ciekawość (łącznie 50% wszystkich odpowiedzi). Uczestnicy wydarzeń to aktywni konsumenci. Tylko 9% ankietowanych nie dokonało żadnego zakupu produktów. Pozostali kupowali potrawy na miejscu (44%), produkty na wynos, pieczywo, warzywa, napoje, bakalie, a nawet kosmetyki.

Wydarzenia kulinarne zostały przez respondentów wysoko ocenione (w skali 1–6). Jedynie Mixer Regionalny uzyskał ocenę poniżej 4, oceny pozostałych imprez przekroczyły tę granicę (Festiwal Dobrego Smaku – 4,8; Łódź Street Food Festival – 4,6; Festiwal Kawy – 4,4). Do najważniejszych zalet wydarzeń zaliczono: oryginalną ofertę (nietypowe smaki, nowe doznania kulinarne, udział wielu lokali, jednakowe ceny dań), sprawną organizację (w tym promocję nowych miejsc) i wyjątkową atmosferę (ciekawy sposób spędzania wolnego czasu, dobra zabawa, sympatyczni ludzie, integracja uczestników). Dostrzeżono też wady, np. mały wybór dań, wysokie ceny, słabą promocję, a także... zbyt rzadkie edycje imprez, zbyt dużą liczbę uczestników, kolejki i brak dań festiwalowych pod koniec dnia.

## 6. INNE ELEMENTY POTENCJAŁU GASTRONOMICZNEGO ŁODZI

Do najważniejszych składników potencjału gastronomicznego Łodzi należy zaliczyć opisane już: bogatą i zróżnicowaną bazę gastronomiczną oraz oryginalne wydarzenia kulinarne. Tym niemniej, można wskazać jeszcze kilka elementów, które decydują o atrakcyjności miasta dla miłośników dobrej kuchni. Są to:

- **Convivium Łódź** – jeden z dziewięciu działających w Polsce oddziałów Międzynarodowego Stowarzyszenia Slow Food – słynnego ruchu broniącego „prawa do smaku”. Łódzkie convivium mieści się w Klubie Piotrkowska 97, a jego prezesem jest znany łódzki restaurator Grzegorz Zieliński. Oddział od ponad 10 lat organizuje spotkania kulinarne ze znanymi ludźmi (szefami kuchni, propagatorami smaków itp.), tematyczne kolacje, kiermasze wyrobów i wypieków;
- **lekcja muzealna „W jadalni i kredensie”** – wprowadzie w Łodzi nie ma typowego muzeum gastronomicznego, ale w Muzeum Wnętrz Fabrykanckich – Rezydencji Księży Młyn, realizo-

wany jest program edukacyjny umożliwiający uczniom zapoznanie się z historią łódzkiej kuchni. W ramach warsztatów prezentowana jest opowieść o sprzętach stanowiących wyposażenie jadalni i pokoju kredensowego, a także obyczajowości i tradycjach domowych w Łodzi na przełomie XIX i XX w. Zajęcia mają charakter interaktywny: dzieci ćwiczą zasady zachowania się przy stole, odgadują przeznaczenie sztućców i naczyń kuchennych, nakrywają wielki stół w sali balowej, przygotowują menu na podstawie XIX-wiecznej książki kucharskiej;

- **kucharze celebryci** – w ostatnich latach coraz większym zainteresowaniem cieszą się w Polsce kulinarne programy telewizyjne<sup>12</sup>. Najpopularniejsze z nich śledzi ponad 3 mln widzów, a prowadzący, jurorzy oraz ich uczestnicy stają się prawdziwymi celebrytami. W wielu programach pojawiają się kucharze z Łodzi. Chyba najbardziej rozpoznawalna jest Liliana Filipiak – uczestniczka I edycji programu Top Chef (Polska) w 2013 r. i właścicielka restauracji „Lili” (Off Piotrkowska). W 2015 r. zwycięzcą 4. polskiej edycji „Hell’s Kitchen” został łódzianin Damian Marchlewicz. Z kolei w CH Manufaktura znajduje się restauracja „Polka” firmowana przez Magdę Gessler oraz Galicja, którą promuje Robert Makłowicz;
- **studia podyplomowe „Food Design (Projektowanie Kulinariów)”** – w 2013 r. na Wydziale Tkaniny i Ubioru Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi uruchomione zostały pierwsze w Polsce studia podyplomowe poświęcone gastronomii jako dziedzinie sztuki. Zajęcia w systemie warsztatowym i projektowym prowadzą nie tylko wykładowcy uczelni, ale także słynni łódzcy i warszawscy restauratorzy, szefowie kuchni, dziennikarze i krytycy kulinarni. Studia kończą się obroną prac dyplomowych, których wernisaż odbywa się podczas Festiwalu Dobrego Smaku. W każdej z trzech dotychczasowych edycji studiów udział wzięło około 50 słuchaczy z terenu całej Polski.

## 7. PODSUMOWANIE

Przedstawiona analiza rozwoju i aktualnego stanu łódzkiej gastronomii pozwala na sformułowanie kilku wniosków ogólniejszej natury.

1. Łódź posiada bardzo rozbudowaną bazę gastronomiczną, uznawaną za jedną z najbardziej rozwiniętych wśród dużych polskich miast (KACZMAREK, LISZEWSKI, WŁODARCZYK 2006). Jest to wynikiem zarówno bogatej oferty, zróżnicowanej pod względem ro-

dzaju, standardu i charakteru lokali, jak i wysokiej jakości usług gastronomicznych.

2. Wyjątkowość łódzkiej gastronomii polega m.in. na przerwaniu ciągłości tradycji kulinarnych. W efekcie wydarzeń historycznych z miasta zniknęli Rosjanie, Niemcy i Żydzi oraz ich oryginalna kuchnia. Od końca XX w., na fali zainteresowania wielokulturową historią Łodzi, podejmowane są próby odtwarzania kuchni czterech narodów (restauracje: „Analogia”, „U Kretschmera”) lub poszczególnych nacji (żydowska „Anatewka”), czy też łódzkiej kuchni międzywojennej („Ślepy Maks”<sup>13</sup>). Wobec braku typowych lokalnych specjalistów próbuje się wykreować łódzkie potrawy w oparciu o historyczne receptury oraz nazwy dań nawiązujące do filmowego dziedzictwa miasta lub aktualnych wydarzeń.

3. Baza gastronomiczna Łodzi „od zawsze” koncentrowała się na ulicy Piotrkowskiej i w jej najbliższym sąsiedztwie. Jest to naturalna strefa gastronomiczno-rozrywkowa miasta. W ciągu ostatnich 25 lat przeżywała ona okresy rozkwitu i regresu, istotnie zmieniając przy tym swój charakter. Po zapaści gastronomii na początku lat 90., koniec XX w. przyniósł dynamiczny rozwój pubów. Lokale o ograniczonej ofercie gastronomicznej, ale z bogatym programem kulturalno-rozrywkowym przyciągały wtedy tłumy zarówno mieszkańców, jak i przyjezdnych. W połowie pierwszej dekady XXI w. ich popularność zaczęła jednak spadać, a Piotrkowska straciła swój klubowy charakter. Lekarstwem na dekonstrukcję ma być drugi, zakończony w 2014 r., generalny remont ulicy. Odnowiony deptak nazywany jest reprezentacyjnym salinem Łodzi, a w gastronomii widoczne są już pierwsze ślady ożywienia.

4. Nowym impulsem do rozwoju gastronomii w Łodzi jest budowa tzw. *woonerfów*<sup>14</sup>, a przede wszystkim powstawanie *food courts* w dawnych kompleksach fabrycznych (CH Manufaktura, OFF Piotrkowska, Piotrkowska 217, Księży Młyn). Chociaż różnią się one między sobą wielkością czy genezą, w końcowym efekcie prowadzą do koncentracji na stosunkowo niewielkiej powierzchni różnorodnych lokali gastronomicznych. Przynosi to określone korzyści skali (zwiększenie siły przyciągania, komplementarność podaży, współpraca przy wydarzeniach) i kreuje unikatową przestrzeń gastronomiczną o wyjątkowym charakterze. Typowe dla Łodzi jest lokalizowanie zakładów gastronomicznych w obiektach postindustrialnych (choć często z aranżacją wewnątrz i menu nienawiązującymi do przemysłowej historii miasta), co tworzy specyficzny awangardowy klimat. Ulicę Piotrkowską wraz z pobliskimi kompleksami można uznać za opisywany w literaturze *food district* (KOWALCZYK 2014), stanowiący kulinarny wyróżnik i wizytówkę miasta.

5. Podkreślenia wymaga też stale rosnący poziom usług gastronomicznych. Świadczą o tym: obecność

łódzkich restauracji w polskiej edycji prestiżowego przewodnika kulinarnego Gault & Millau<sup>15</sup> czy sukcesy łodźian w popularnych kulinarnych widowiskach telewizyjnych. To w Łodzi powstała pierwsza restauracja Sfinx (1995), która w ciągu 20 lat rozwinęła się w największą w kraju sieć restauracji *casual dining* (blisko 100 lokali). Łódzka gastronomia szybko i twórczo adaptuje najnowsze trendy kulinarne. Kilka lat temu pojawiła się moda na bary serwujące wódkę i przekąski, potem popularne stały się klubokawiarnie, obecnie trwa „burgeromania” (moda na jedzenie hamburgerów, ale w wersji dietetycznej, wegetariańskiej). Na topie są restauracje etniczne (np. bary sushi), lokale oferujące kuchnię *fusion*, molekularną, *tex-mex*, *slow food*, a także sklepy z żywnością ekologiczną i produktami tradycyjnymi.

6. Odzwierciedleniem szerszych trendów jest również organizacja różnorodnych wydarzeń o tematyce kulinarnej. Chociaż w większości zasięg ich oddziaływania ma charakter regionalny, to jednak posiadają one spory potencjał rozwoju i w przyszłości mogą stać się dużymi wydarzeniami przyciągającymi miłośników dobrego jedzenia z całego kraju.

7. Duża różnorodność zakładów gastronomicznych, wysoka jakość usług oraz niewygórowane ceny posiłków sprawiają, że Łódź może być bardzo atrakcyjna dla tzw. *foodies* (smakoszy), zarówno turystów, jak i mieszkańców. Wyróżnikiem łódzkiej gastronomii jest połączenie industrialnego klimatu, nowoczesnego designu i oryginalnych pomysłów właścicieli, a także, co często podkreślają bywalcy lokali, niepowtarzalna, bezpretensjonalna atmosfera. Na razie Łódź w niewielkim stopniu wykorzystuje swoje dziedzictwo kulinarne i do promocji, i kreowania produktu turystycznego miasta. Wymienione elementy potencjału mogą jednak w krótkim czasie stać się odrębnymi produktami (typu: obiekt, wydarzenie) lub składowymi szerszego produktu turystycznego obszaru. W tym drugim przypadku kulinaria stanowiłyby ważny komponent markowych produktów związanych z turystyką industrialną, a nawet dziedzictwem filmowym (por. „Przemysłowe twierdze XIX w.” i „HollyŁódź” w pracy A. STASIAKA 2007). Trudno oczekiwać, by w Łodzi powstało muzeum gastronomiczne lub udało się wskrzęsić dawne tradycje kulinarne (produkty lokalne). Realne wydaje się natomiast szybkie powstanie produktu „Kuchnie świata przy Piotrkowskiej”, np. w formie miejskiego szlaku kulinarnego po istniejących już restauracjach etnicznych. Wymagałoby to jednak aktywnej współpracy gestorów bazy gastronomicznej i organizatorów turystyki. Prawdziwym wyzwaniem byłoby jednak stworzenie wyjątkowej, unikatowej w skali Polski, oferty turystyki kulinarnej opierającej się na historycznej wielokulturowości i poprzemysłowych klimatach.

## PRZYPISY

<sup>1</sup> Za trzy niezbędne komponenty turystyki kulinarnej A. STASIAK (2015) uznaje: żywność wysokiej jakości, poznanie i doświadczenie.

<sup>2</sup> Liczba ludności Łodzi zwiększyła się 600-krotnie: z niecałego tysiąca w 1815 r. do 600 tys. w 1915 r.

<sup>3</sup> Zestaw „meta, seta, galareta” stał się podstawą formatu takich barów z alkoholem i zagryzką bazujących na nostalgii za czasami PRL-u, które zdobyły dużą popularność w całej Polsce na początku XXI w.

<sup>4</sup> Stan na 01.11.2015 r. (www.minrol.gov.pl...).

<sup>5</sup> Bez tzw. punktów małej gastronomii.

<sup>6</sup> Ogólna powierzchnia: 27 ha, powierzchnia najmu brutto (ang. *gross leasable area* – GLA): 110 tys. m<sup>2</sup>.

<sup>7</sup> Nazwa pochodzi od „budek” z kuchnią orientalną, w rzeczywistości głównie wietnamską, nie chińską.

<sup>8</sup> Badania ankietowe przeprowadzono w 2014 r. z 250 klientami pięciu zakładów gastronomicznych (restauracje „Galicja” i „Tawerna Pepe Verde” w Manufakturze, kawiarnia podróżnicza „Daleko Blisko” w Off Piotrkowska, restauracja „Gęsi Puch” na ul. Stefanowskiego 17 oraz kawiarnia artystyczna „Kreatoora” na Księżym Młynie).

<sup>9</sup> W badaniach prowadzonych wśród członków UNWTO stwierdziło tak aż 79% respondentów (*Global Report on Food Tourism* 2012). Dopiero na drugim miejscu znalazły się *ex aequo* szlaki kulinarne oraz kursy i warsztaty kulinarne (po 62%).

<sup>10</sup> O popularności Festiwalu Dobrego Smaku świadczy zarówno ogólna frekwencja (50 tys. uczestników w 2014 r.), jak i wielkość sprzedaży w poszczególnych zakładach (np. restauracja „Lokal” tylko w ciągu 6 godzin wydała 600 porcji, a „Ato Sushi” ponad 1500 dań podczas całego wydarzenia – KOZŁOWSKA 2015).

<sup>11</sup> Podczas czwartej edycji w 2014 r. sprzedawano dania kuchni amerykańskiej, etiopskiej, hiszpańskiej i włoskiej.

<sup>12</sup> Można podzielić je na programy typu: gotowanie na ekranie, kulinarno-podróżnicze oraz *reality show* w kuchni (STASIAK 2015).

<sup>13</sup> Nazwa lokalu pochodzi od przydomka Menachema Bornsztajna, legendarnego łódzkiego gangstera, działającego na terenie dzielnicy Bałuty, zwanego też królem dintojry.

<sup>14</sup> *Woonerf* (hol. ulica do mieszkania) – miejski podwórzec, przestrzeń publiczna, która łączy funkcje ulicy, deptaku, parkingu i miejsca spotkań mieszkańców (<https://pl.wikipedia.org/wiki/Woonerf>). *Woonerfami* w Łodzi stały się dwie ulice poprzeczne do Piotrkowskiej (6 Sierpnia, Traugutta), planowane są cztery kolejne.

<sup>15</sup> W najbardziej znanym przewodniku Michelin oceniano dotąd jedynie restauracje w Warszawie i Krakowie. W pierwszym polskim przewodniku Gault & Millau z 2014 r. znalazło się 7 lokali z Łodzi, rok później już 9. Za najlepszą uznano restaurację „Delight” w hotelu „Andel’s” (dwie czapy kucharskie).

## BIBLIOGRAFIA

- CUDNY W., 2002, *Imprezy kulturalno-rozrywkowe na ul. Piotrkowskiej w opinii przechodniów i mieszkańców*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 1, s. 111-126.
- DEREK M. (red.), 2013a, *Turystyka kulinarna*, „Prace i Studia Geograficzne”, 52, s. 1-154.
- DEREK M., 2013b, *Kierunki rozwoju usług gastronomicznych w warszawskiej dzielnicy Śródmieście*, [w:] M. Derek (red.), *Turystyka kulinarna*, „Prace i Studia Geograficzne”, 52, s. 85-100.

- Gault & Millau. Polska. Żółty przewodnik 2016, 2015, Gault & Millau.
- JASKULSKI M., 2012, *Piwo, flaki garnuszkowe, petersburskie bliny i kawior astrachuński, czyli z dziejów gastronomii łódzkiej do 1918 roku*, Dom Wydawniczy Księży Młyn, Łódź, 226 s.
- KACZMAREK J., LISZEWSKI S., WŁODARCZYK B., 2006, *Strategia rozwoju turystyki w Łodzi*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, 226 s.
- KACZOREK A., KOWALCZYK A., 2003, *Modele lokalizacji usług gastronomicznych na obszarach miejskich*, „Prace i Studia Geograficzne”, 32, s. 191–203.
- KLIMA E., BRATKOWSKI J., 2005, *Usługi gastronomiczne*, [w:] J. Dzieciuchowicz (red.), *Usługi rynkowe w Łodzi w dobie transformacji*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 147–183.
- KOSTECKA J., 2007, *Manufaktura – nowa przestrzeń turystyczno-rekreacyjna Łodzi*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 12, s. 9–36.
- KOZŁOWSKA A., 2015, *Wybrane wydarzenia gastronomiczne w Łodzi jako efekt trendów europejskich*, [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak (red.), *Kultura i turystyka – wokół wspólnego stołu*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź, s. 333–356.
- KRAKOWIAK B., STASIAK A. (red.), 2015, *Kultura i turystyka – wokół wspólnego stołu*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź, 376 s.
- KRZYWIK KAZIMIERCZYK J., 2014, *Lorneta z meduzą*, Dom Wydawniczy Księży Młyn, Łódź, 216 s.
- MILEWSKA M., 2003, *Łódzkie puby jako atrakcja turystyczna miasta w opinii przechodniów i osób przyjeżdżających do Łodzi*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 3, s. 101–117.
- MILEWSKA M., PRĄCZKO A., STASIAK A., 2010, *Podstawy gastronomii*, PWE, Warszawa, 364 s.
- MILEWSKA M., WŁODARCZYK B., 2004, *Historia hotelarstwa w Łodzi*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 5, s. 55–93.
- NALEWAJKO J., 2006, *Rozwój, funkcjonowanie i miejsce usług gastronomicznych w przestrzeni Łodzi*, [w:] T. Marszał (red.), *Łódź – wybrane zagadnienia zagospodarowania przestrzennego*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 159–178.
- PIETRUSZKA I., 2015, *Adaptacja wybranych łódzkich obiektów przemysłowych na potrzeby świadczenia usług gastronomicznych*, [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak (red.), *Kultura i turystyka – wokół wspólnego stołu*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź, s. 357–376.
- STASIAK A., 2005, *Centrum handlowo-rozrywkowe Manufaktura jako nowa atrakcja turystyczna Łodzi*, [w:] *Dziedzictwo przemysłowe jako atrakcyjny produkt dla turystyki i rekreacji. Doświadczenia krajowe i zagraniczne*, II Konferencja Międzynarodowa, Zabrze, 12–13.05.2005 r., GWSH im. W. Korfańtego, UM w Zabrzu, Katowice, s. 215–220.
- STASIAK A., 2007, *Gastronomia jako produkt turystyczny*, „Turystyka i Hotelarstwo”, 11, s. 103–129.
- STASIAK A., 2015, *Rozwój turystyki kulinarnej w Polsce*, [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak (red.), *Kultura i turystyka – wokół wspólnego stołu*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź, s. 119–150.
- SUŁKOWSKA K., 2013, *Baza gastronomiczna jako potencjalny produkt turystyczny Łodzi*, mps pracy magisterskiej, pod kier. S. Liszewskiego, w Instytucie Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Łódź.
- WOJCIECHOWSKA A., 2014, *Fifka i żulik, czyli domowa kuchnia łódzka*, Centrum Inicjatyw na Rzecz Rozwoju „Regio”, Łódź, 120 s.
- ZARĘBSKA A., BOROWSKA I., 2015, *Łódzka kuchnia czterech kultur – The Lodz Cuisine of Four Cultures*, Dom Wydawniczy Księży Młyn, Łódź, 96 s.
- <http://ekotarg-lodz.pl>
- <http://festiwaldobregosmaku.eu>
- <https://pl.wikipedia.org/wiki/Woonerf>
- [www.milosnykawy.pl](http://www.milosnykawy.pl)
- [www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych](http://www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych)
- [www.restaurantday.org/pl](http://www.restaurantday.org/pl)
- [www.targi.lodz.pl](http://www.targi.lodz.pl)

Artykuł wpłynął do redakcji:  
10 listopada 2015 r.