



Strategia współpracy i komunikacji marketingowej w promowaniu tradycyjnego dziedzictwa kulinarnego

Hubert Gonera, landbrand

MENU „DZIEDZICTWO KULTURALNE OD KUCHNI II”

1. **11:00-11:20 Przedstawienie wyników ankiety dla restauratorów** nt. promocji tożsamości kulinarnej Lublina
2. **12:20-12:00 Dyskusja nt. misji, wizji i celów** „Strategii współpracy i komunikacji marketingowej w promowaniu tradycyjnego dziedzictwa kulinarnego”
3. **12:00 – 12:15 – Przerwa kawowa** (we własnym zakresie) – proszę się nie rozłączać
4. **12:15-13:00 Praca nad katalogiem wspólnych działań wdrożeniowych** – czyli zaczynamy nowe rozdział we współpracy





PRZEDSTAWIENIE WYNIKÓW ANKIETY DLA RESTAURATORÓW NT. PROMOCJI TOŻSAMOŚCI KULINARNEJ LUBLINA

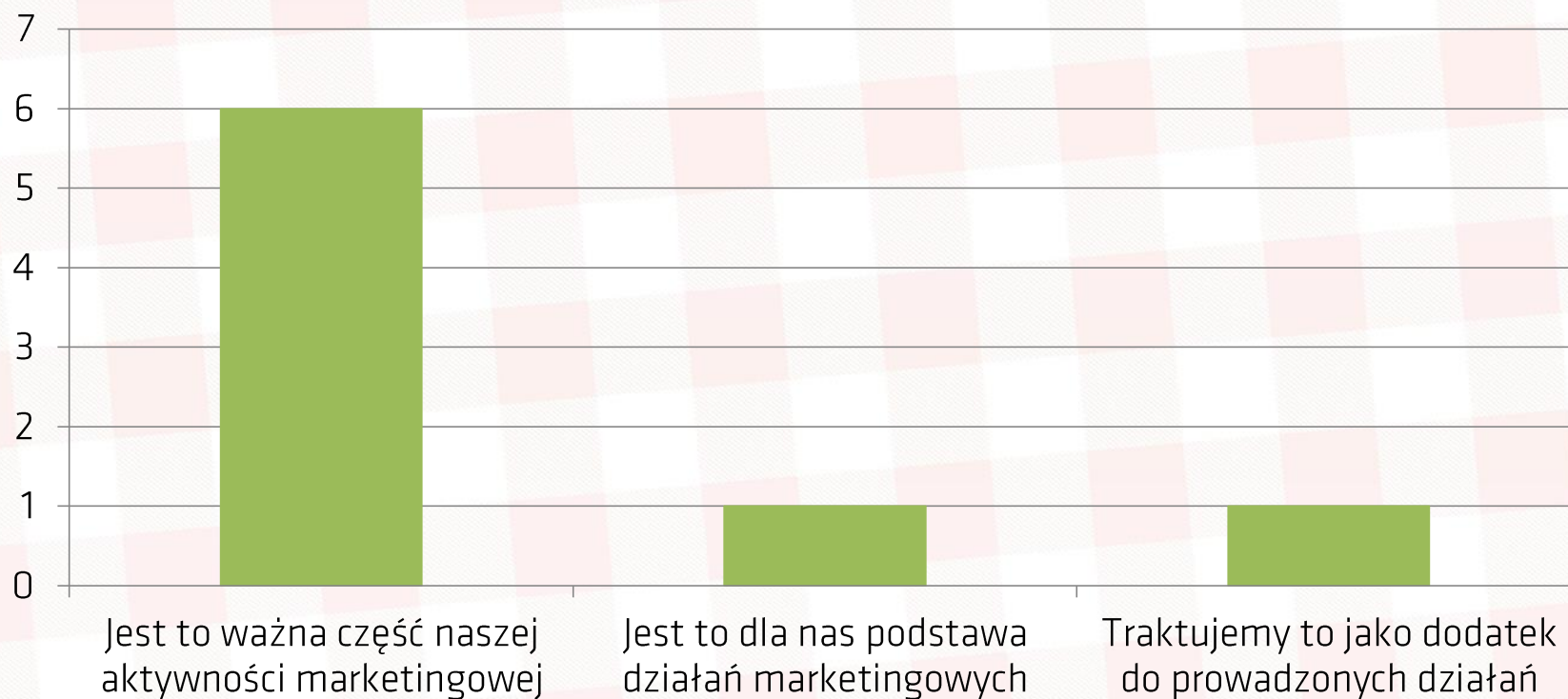
ANKIETA DLA RESTAURATORÓW

- 20 zaproszonych restauracji (w tym 15 z programu MI)
- Odpowiedź od 8 restauratorów (w tym 5 z programu MI)



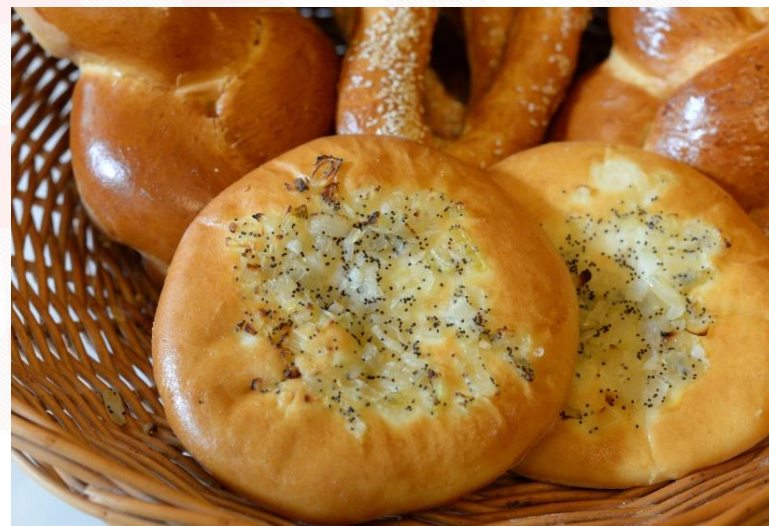
TOŻSAMOŚĆ KULINARNA WAŻNYM ELEMENTEM AKTYWNOŚCI MARKETINGOWEJ!

Jaką wagę przywiązują Państwo do ukazywania tożsamości
kulinarniej Lublina w działaniach promocyjnych restauracji?



NAJWAŻNIEJSZE ELEMENTY TOŻSAMOŚCI KULINARNEJ LUBLINA

1. Tradycyjne receptury (3)
2. Regionalne składniki w nowej interpretacji (3)
3. Dziedzictwo żydowskie (1)
4. Wielokulturowość (1)



DOSTĘPNOŚĆ PRZEWODNIKÓW I FOLDERÓW PROMUJĄCYCH MIASTO



7
TAK

1
NIE

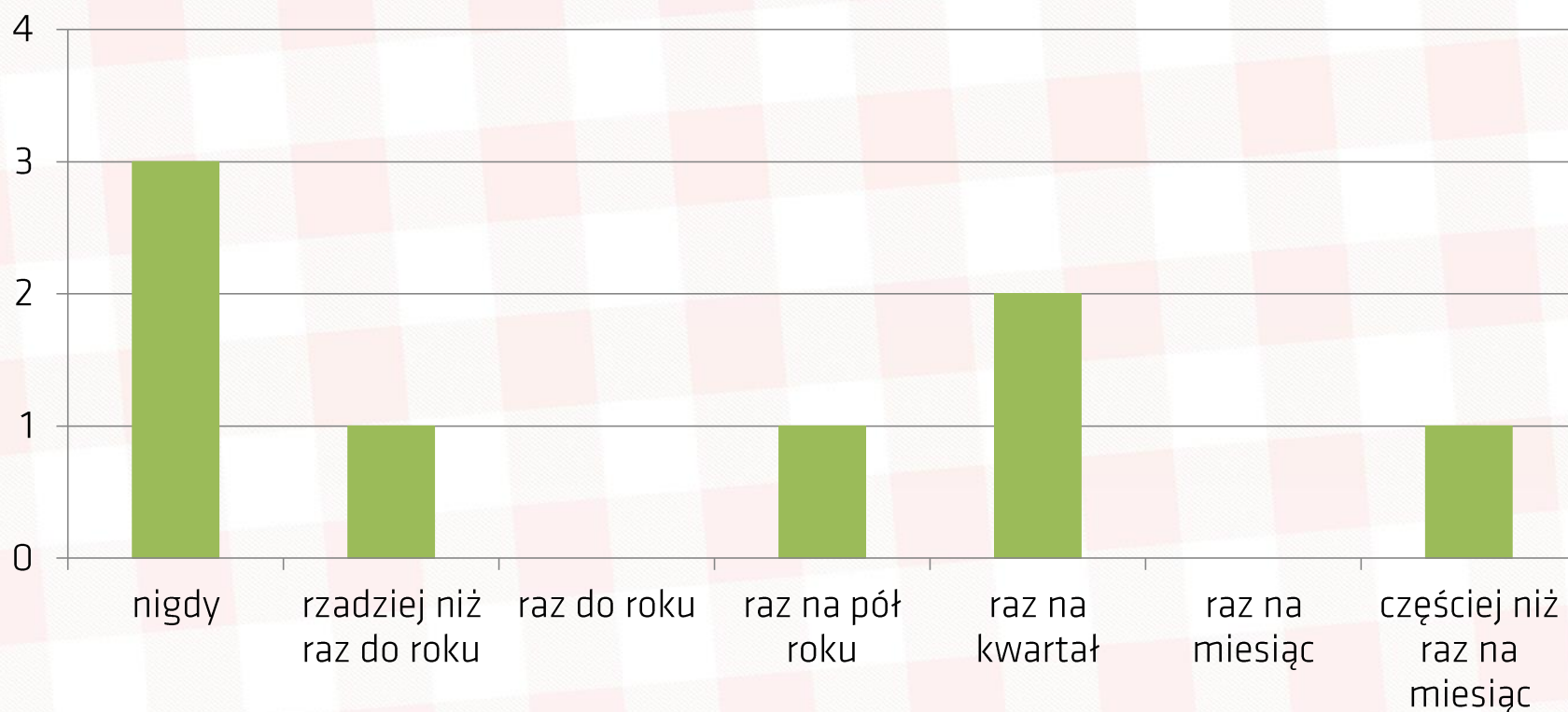
foldery z
programu MI

mapy i
przewodniki

magazyn LAJF

SZKOLENIA Z ZAKRESU TOŻSAMOŚCI KULINARNEJ MIASTA I ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ?

Częstotliwość przeprowadzania szkoleń z zakresu tożsamości kulinarnej miasta oraz jego atrakcyjności turystycznej



WYBRANE DZIAŁANIA O NAJLEPSZYM EFEKCIE PROMOCYJNYM

1. wydanie przewodnika kulinarnego (6),
2. większa liczba wspólnych wydarzeń kulinarnych opartych o dziedzictwo kulinarne (5),
3. wzajemna promocja między lokalami w ramach sieci współpracy (5),
4. organizowane wspólnie cykle wydarzeń w lokalach, np. festiwale, menu degustacyjne (3),
5. uruchomienie strony internetowej dedykowanej tożsamości kulinarnej miasta i jej dostępności (3).



OCZEKIWANIA WOBEC URZĘDU MIASTA I INNYCH RESTAURATORÓW



Działania promocyjne:

- Spójne
- Dostosowane do branży
- Więcej działań dla lokali w programie MI
- Nowe wydarzenia

Współpraca:

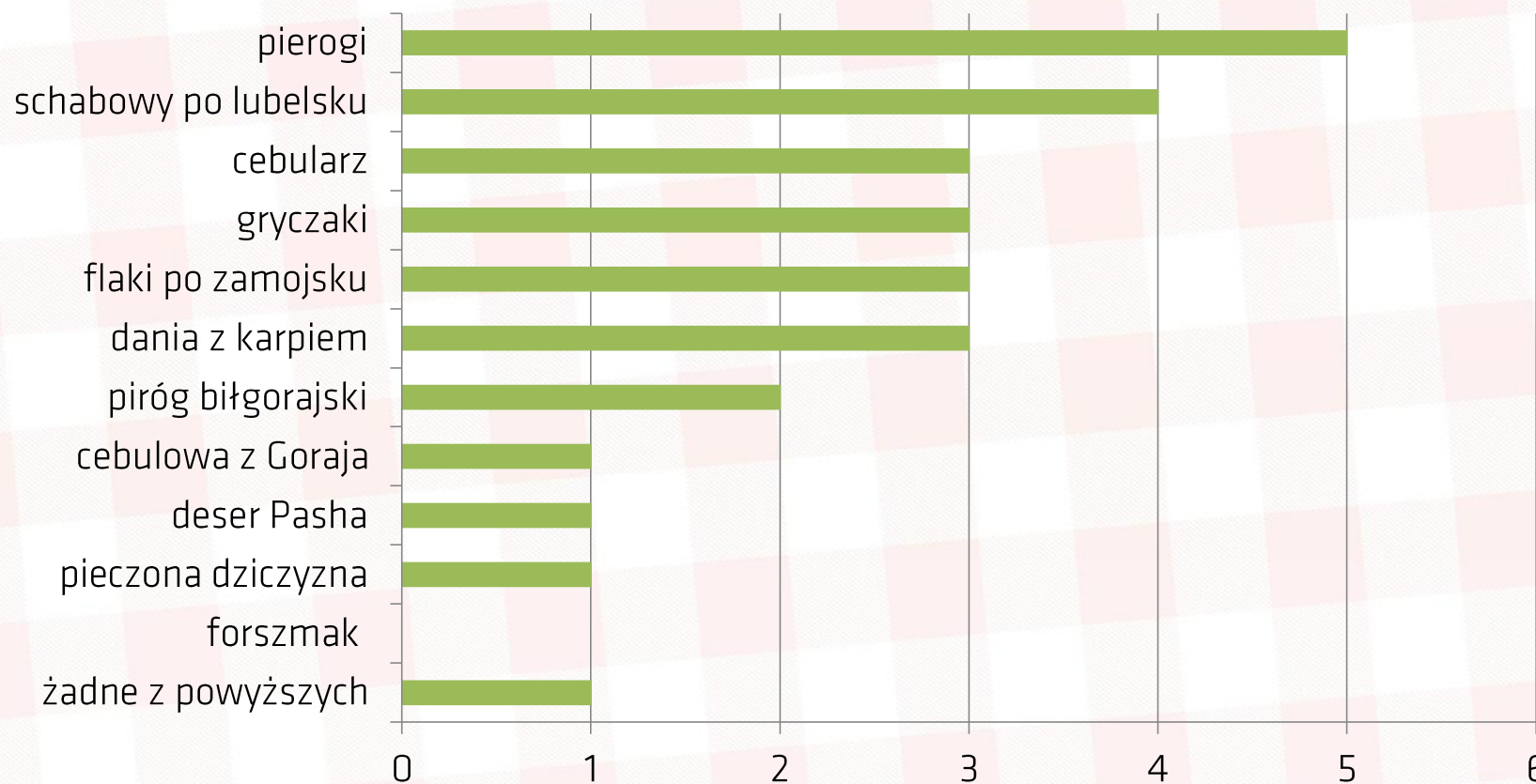
- Organizacja wydarzeń
- Weekendy tematyczne
- Wkładki do menu



Brak oczekiwań wobec UM – 2, wobec
innych restauratorów – 3

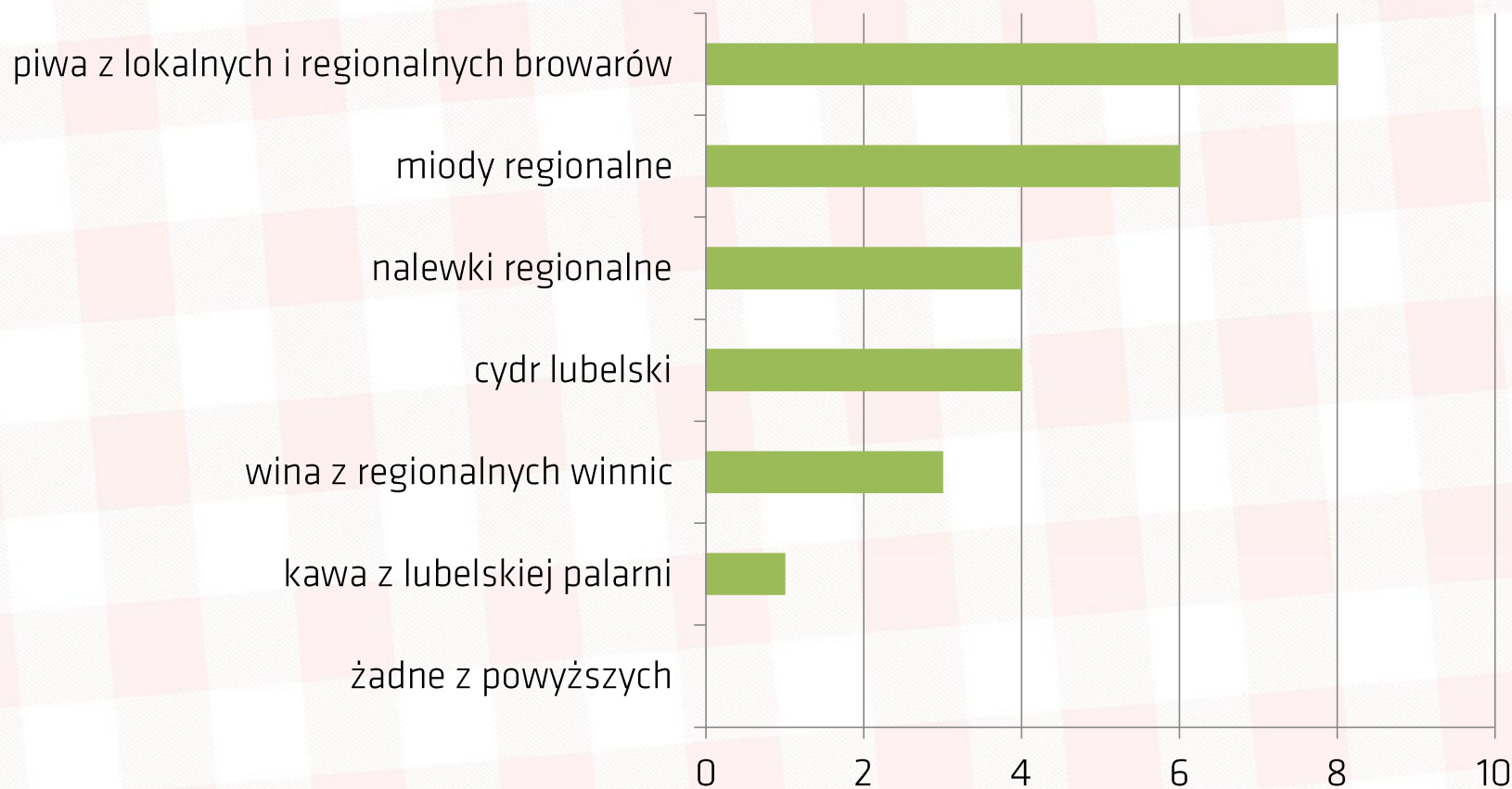
TRADYCYJNE POTRAWY W MENU

Dostępność tradycyjnych potraw regionalnych



TRADYCYJNE NAPOJE I ALKOHOLE W MENU

Dostępność regionalnych napoi i alkoholi

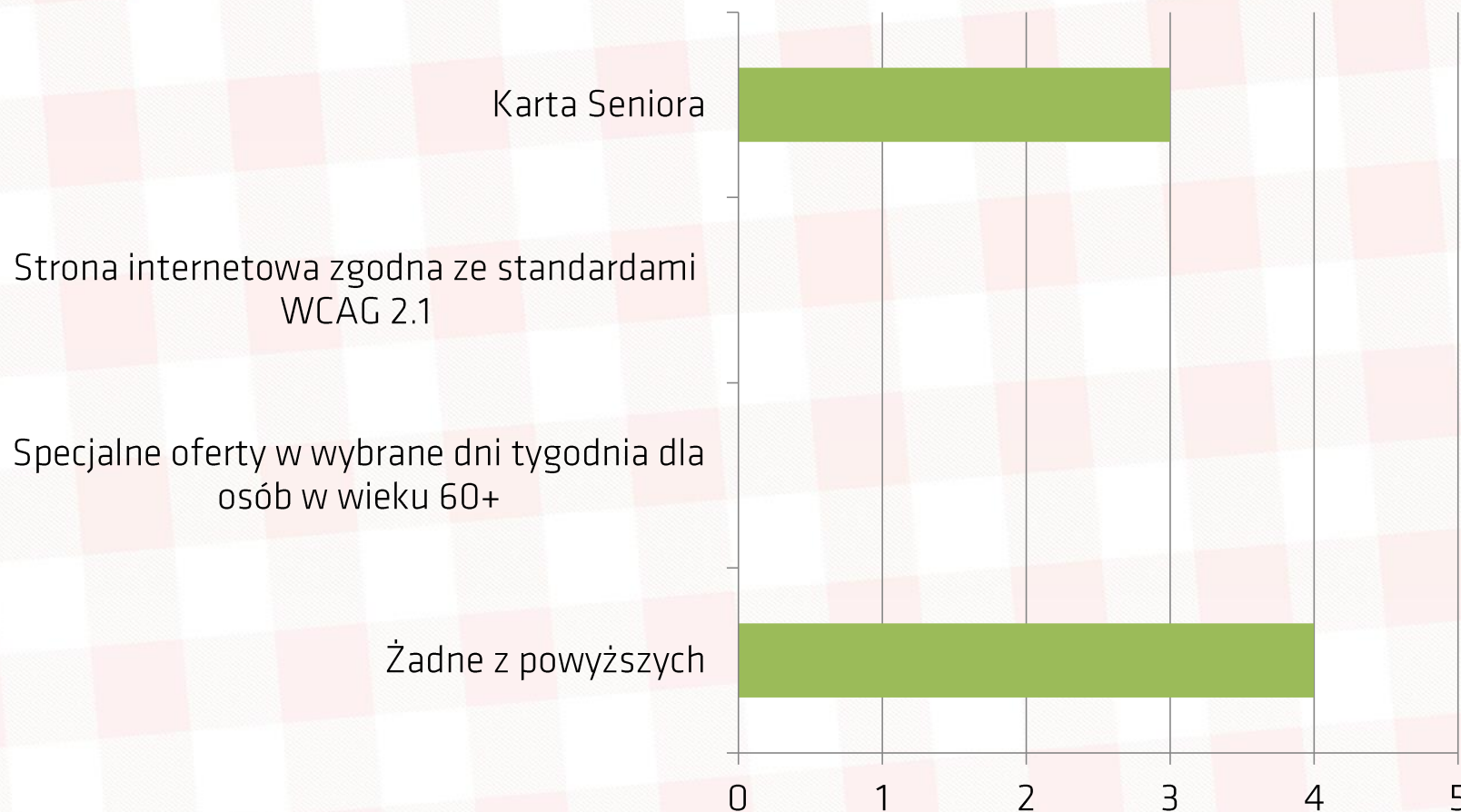


STAN DOSTĘPNOŚCI I JAKOŚCI OFERTY GASTRONOMICZNEJ

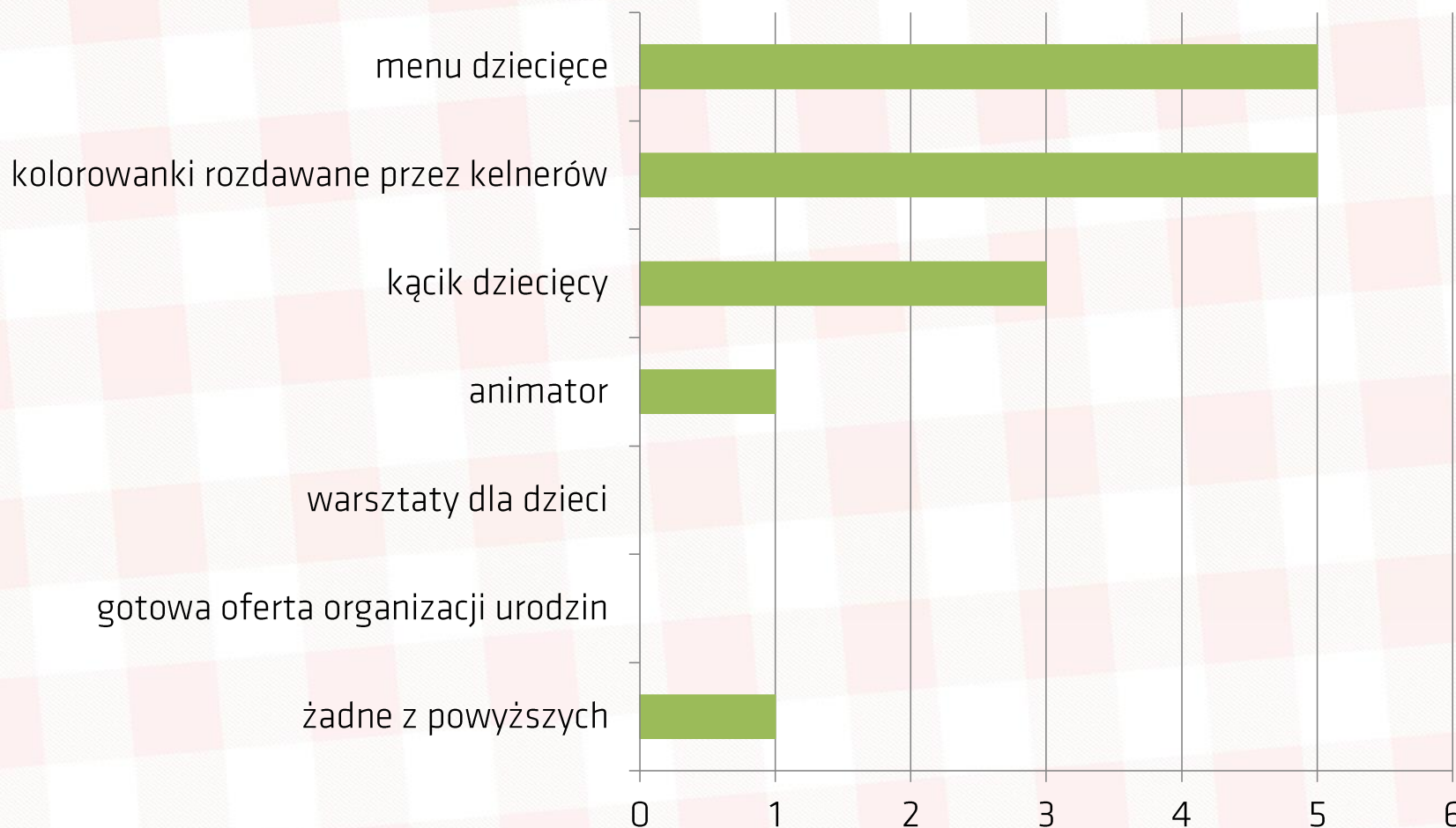
- dla dzieci i rodzin z dziećmi,
- dla seniorów,
- dla osób niepełnosprawnych ruchowo, osób niedosłyszących i głuchych, osób niedowidzących,
- dla cudzoziemców,
- dla wegetarian i wegan,
- pod kątem przeciwdziałania marnowaniu żywności less waste, zrównoważonej produkcji i fair trade



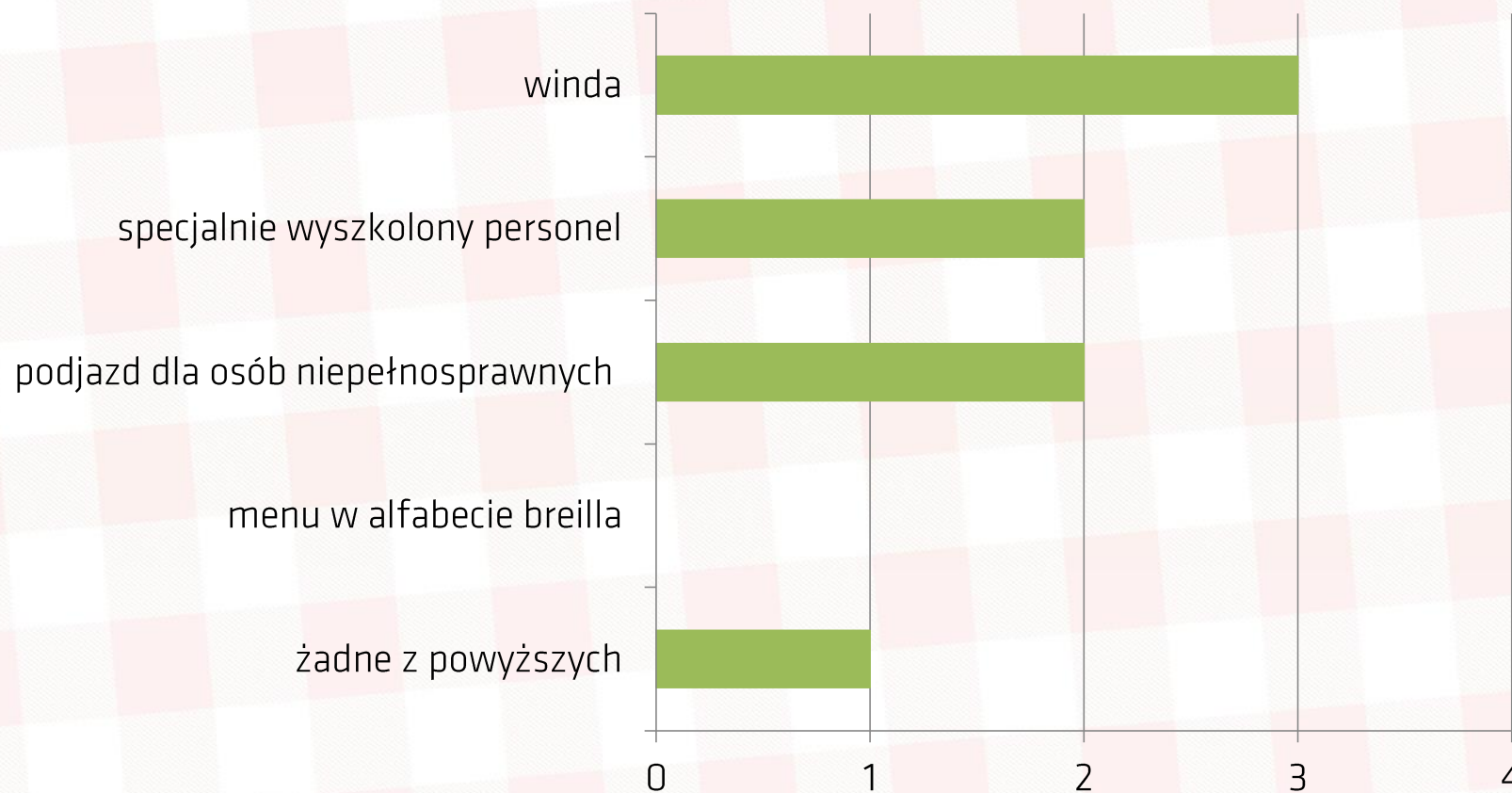
Udogodnienia dla seniorów



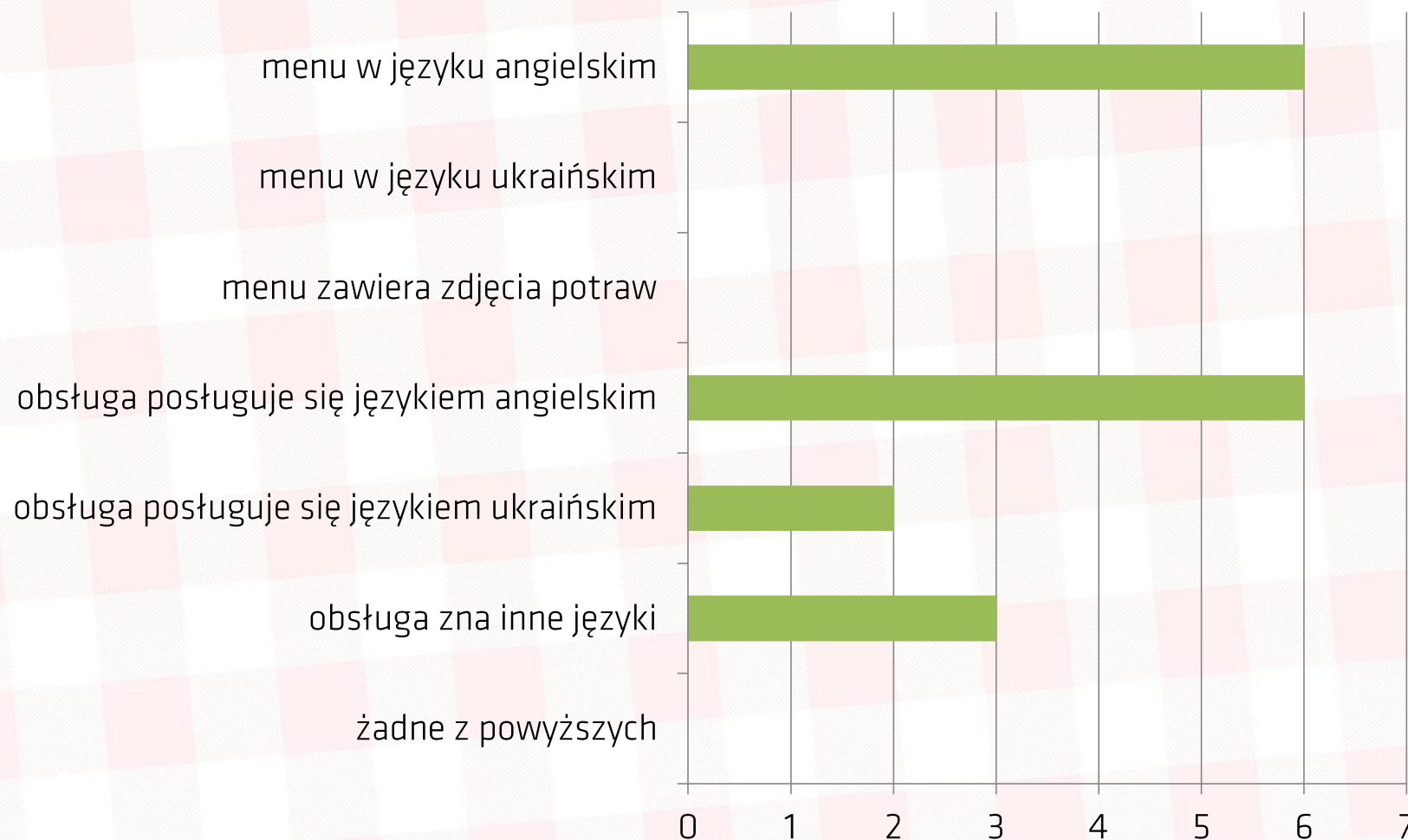
Udogodnienia dla dzieci i rodzin z dziećmi



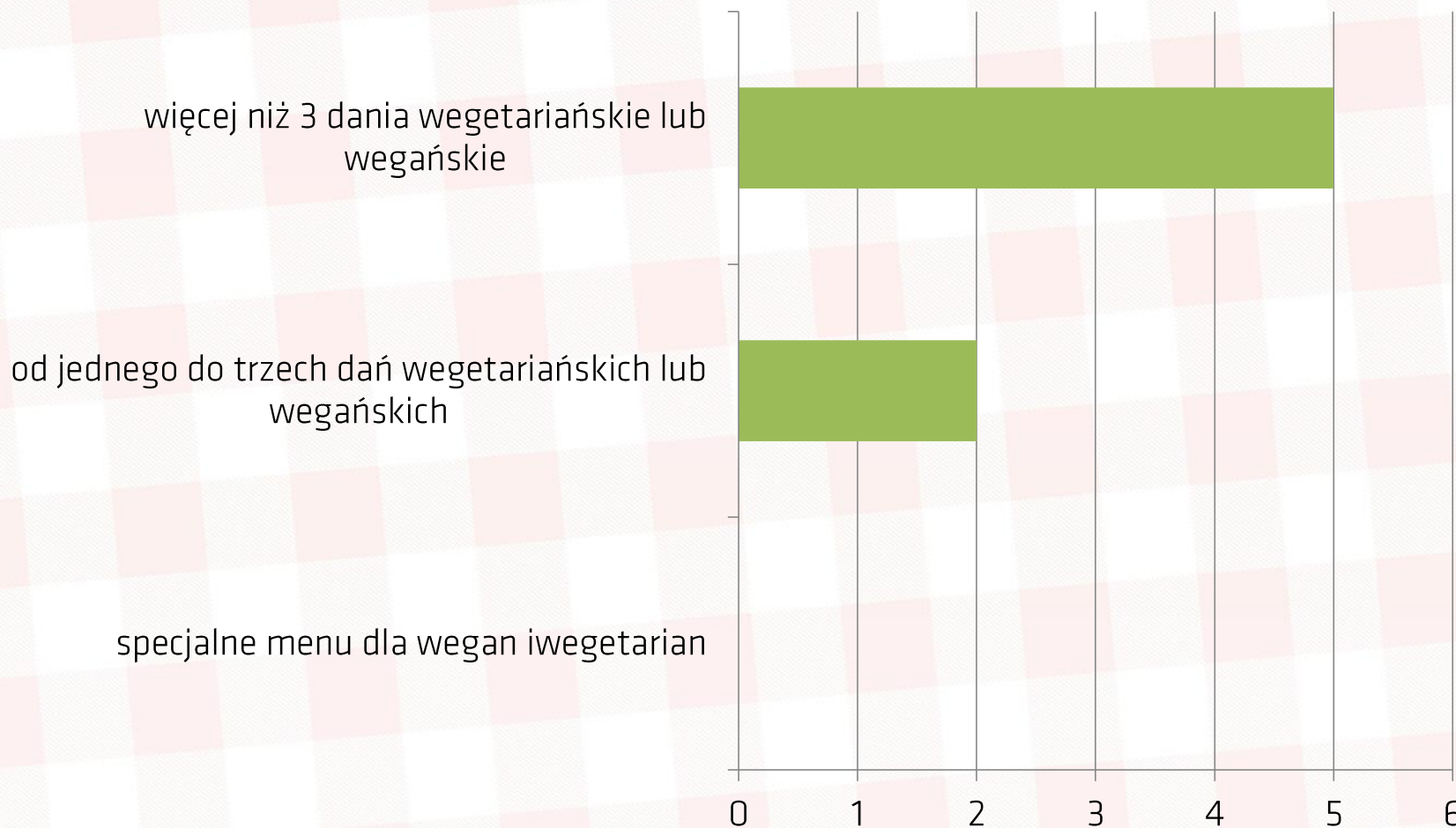
Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych



Udogodnienia dla cudzoziemców (N=6)



Oferta dla wegetarian i wegan



DZIAŁANIA W DUCHU ZERO/LESS WASTE

- racjonalne planowanie dostaw świeżej żywności (6),
- wykorzystywanie większość części warzyw i owoców np. do sosów, zup, kompotów (np. liści) (6),
- dostosowywanie menu do dostępnych produktów sezonowych (5),
- pakowanie jedzenia na wynos w torby papierowe (4),



DZIAŁANIA W DUCHU ZERO/LESS WASTE C.D.

- dostosowywanie menu (np. lunchowego) do posiadanych zapasów (3),
- niegotowanie na zapas (3),
- niekorzystanie z plastikowych słomek (3),
- wydawanie plastikowych sztućców i słomek tylko na życzenie klienta (3),
- pakowanie jedzenia na wynos w biodegradowalne opakowania (3),
- sprzedaż napoi wyłącznie w szklanych butelkach (3).



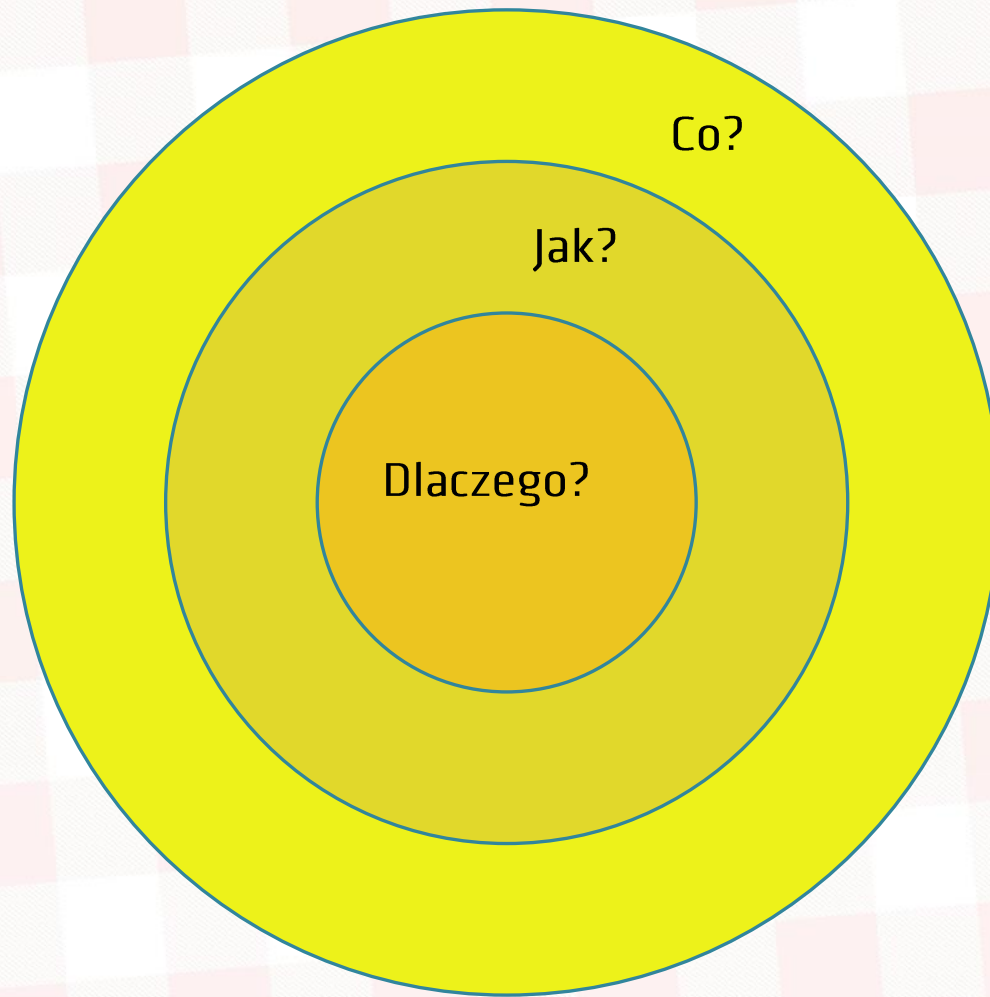
DYSKUSJA NT. MISJI, WIZJI I CELÓW

PL-BY-UA
2014-2020

Program Współpracy Transgranicznej
POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAINA 2014-2020
współfinansowany jest ze środków
UNII EUROPEJSKIEJ



MISJA I WIZJA



DLACZEGO?

Lublin kocha swoją tradycję kulinarną i
chce dzielić się nią z mieszkańcami i
turystami.



JAK?

Lublin to miasto gdzie można dobrze zjeść.

Oznacza to, że każdy zarówno mieszkaniec jak i turysta może liczyć na świetne jedzenie. Zdrowe, oparte o regionalne produkty, nawiązujące do tradycji kuchni oraz dostępne w rozsądnej cenie.



JAK?

I mieszkaniec, i turysta znajduje w kuchni tradycyjnej inspirację do codziennej pracy i odświeżających wydarzeń. **Dania tradycyjne można znaleźć w menu lokali gastronomicznych począwszy od street foodu do najbardziej eleganckich lokali w mieście.** W oparciu o nią realizowane są uczyty przy białych obrusach jak również festiwale uliczne.



JAK?

W mieście trwa stały dialog z tożsamością kulinarną. **Smak budowany jest w oparciu o krótkie łańcuchy dostaw.** Tradycja i dobrej jakości składniki są paliwem do budowania ciągle nowych często innowacyjnych dań. Wśród szefów kuchni i mieszkańców Lublina **rośnie świadomość smaków pochodzących wprost od regionalnym wytwórców.**



JAK?

Miasto dostrzega w swojej tradycji
aspekt regionalny oraz historyczny.
Czerpie garściami z bogactwa wyrobów
i tradycji regionu. Wciąż eksploruje
wielowątkowości historii i wpływów
kulinarnych krajów sąsiadujących.



JAK?

Pomiędzy szefami kuchni z Lublina oraz wytwórcami i producentami jakościowych kulinariów zachodzi **stały transfer wiedzy**. Wymieniają się nią podczas wspólnego gotowania, warsztatów kulinarnych, targów, festiwali i innych wydarzeń.



JAK?

**Lublin jest oknem na smaki
wschodu**, w szczególności Ukrainy.
Wspólne przedsięwzięcia kulinarne z
restauratorami z Równego i Lwowa są
stałym elementem lubelskiego
kalendarza kulinarnego.



JAK?

Miasto chętnie współpracuje z gminami z regionu jak i z samorządem województwa tworząc wspólne inicjatywy promujące dziedzictwo kulinarne.



JAK?

Co raz szersze grono partnerów rozumie chęć współpracy, stałego sieciowania i mówienia jednym głosem. Dzięki temu udaje się łączyć interesy różnych środowisk działających wokół smaków Lublina. Pozwala to na **osiągnięcie specjalizacji i unikanie konkurencji**. Działania różnych ośrodków nie konkurują tylko uzupełniają się co pozwala na **osiąganie efektów synergii**.



CO?

Lublin inspiruje młodych i starszych mieszkańców i gości poprzez **dzielenie się swoimi smakami na stronach internetowych, imprezach i w wydawnictwach.**



CO?

Wszystkie **imprezy kulinarne** i z elementami kuchni **wskazane i opisane są w jednym miejscu w sieci internetowej** przez co odbiorcy mogą z łatwością zaplanować w nich udział.



CO?

W mieście wydawany jest **przewodnik kulinarny**, który jest drogowskazem do najsmaczniejszych miejsc opartych o dziedzictwo kulinarne.



CO?

Miasto żyje **sezonowością w kulinariach**. Celebrytuje każdą porę roku odnajdując w niej inne smaki wynikające z dostępnych produktów i dań.



CO?

W mieście istnieje także **kanon smaków**, który jest jego niezmienną wizytówką. W restauracjach i hotelach można kupić **lubelskie pamiątki smakowe**. Należą do nich między innymi: wypieki, oleje, miody, alkohole, sery.



CO?

Lublin jest **ambasadorem kuchni** zakorzenionej w tradycji miasta jak również w smakach regionu. Bycie ambasadorem zobowiązuje także do **promocji poza granicami miasta i podejmowania inicjatyw w innych częściach kraju.**

Mowa tu o organizacji różnorodnych mikroeventów podczas wydarzeń kulinarnych w innych miastach np. targów śniadaniowych i festiwali smaku.



CO?

Dzięki współpracy wytwórców z miasta i regionu z restauratorami **skrótone zostają łańcuchy dostawy**. Powoduje to zwiększenie rentowności ekonomicznej. Cała wartość dodana wytwarzana w kulinariach pozostaje w regionie.



CO?

Realizowanie wspólnych działań pod
agendą miasta przyczynia się do
**podniesienia jakości serwowanej
kuchni** między innymi poprzez
odwołanie się do tradycji oraz
autentyczność produktów.



- **12:15-13:00 Praca nad katalogiem wspólnych działań wdrożeniowych** – czyli zaczynamy nowe rozdział we współpracy

Ustanowienie trwałych powiązań między producentami a konsumentami produktów dziedzictwa kulinarnego w Lublinie

- Brakujące ogniwo – hurtownia certyfikowanych wyrobów i produktów regionalnych. Stała współpraca z regionalnymi producentami najwyższej jakości wyrobów i produktów kulinarnych.

Ustanowienie trwałych powiązań między producentami a konsumentami produktów dziedzictwa kulinarnego w Lublinie

- Swoje chwalimy – ostatnia strona w menu restauracji powinna być poświęcona prezentacji dostawców wyrobów i produktów regionalnych z których przygotowywane są dania.



Ustanowienie trwałych powiązań między producentami a konsumentami produktów dziedzictwa kulinarnego w Lublinie

- Warsztaty z produktów i wyrobów regionalnych organizowane we współpracy miasta Lublin i Urzędu Marszałkowskiego woj. lubelskiego.

Ustanowienie trwałych powiązań między producentami a konsumentami produktów dziedzictwa kulinarnego w Lublinie

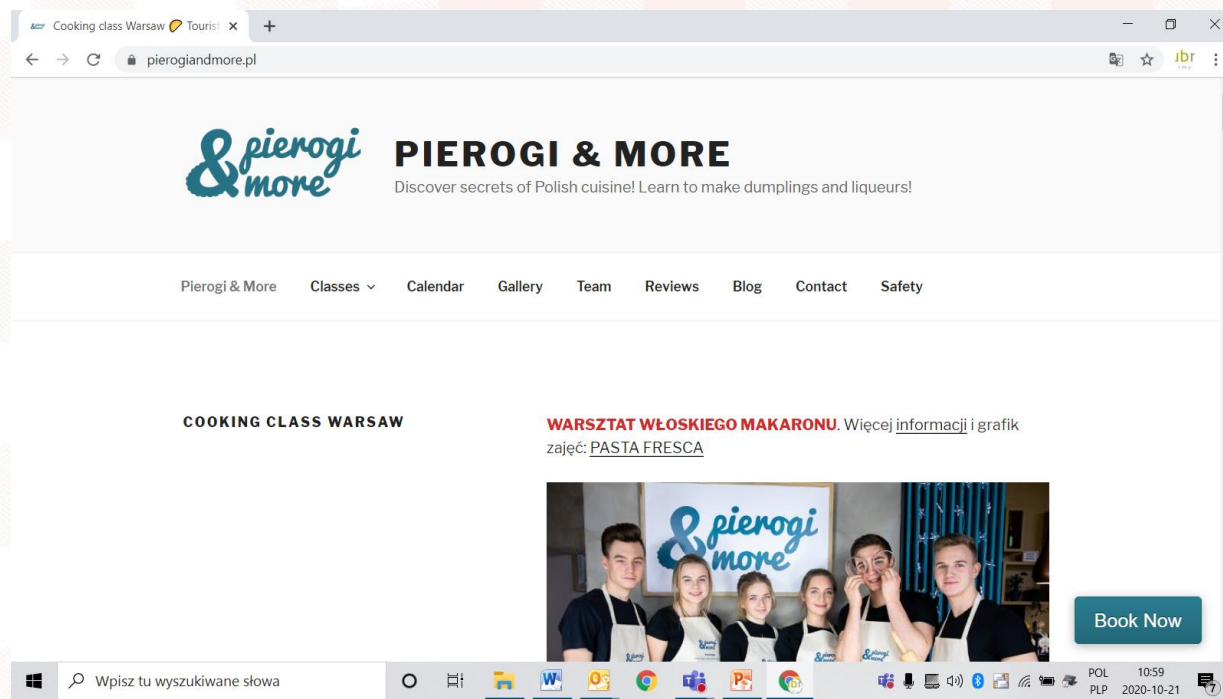
- Kulinarna mapa regionu. Jakościowa wykonana przez rysownika ukazująca miejsca występowania regionalnych przysmaków...

Formy promocji dziedzictwa kulinarnego

- Wspólne www a w nim: Przewodnik Kulinaryny, Wspólny kalendarz imprez, przepisy, dostawcy...
- A wszystko to pod wspólną marką
- Akcja skierowana do młodego odbiorcy. Odczarowanie tradycji – warsztaty kulinarne z przygotowywania potraw tradycyjnych w restauracjach
- Doświadczenie smaków na wyciągnięcie ręki
- Sezonowe gotowanie w restauracjach

PRZYKŁADY DZIAŁAŃ W COVID

- <https://www.juneaufoodtours.com/>
- <https://pierogiandmore.pl/>



NOW OPEN FOR PRIVATE TOURS



- HOME
- TOURS ▾
- PRIVATE TOURS
- TASTE ALASKA!
- FAQ
- ABOUT
- CONTACT
- B

Juneau Food Tours

Culinary Experiences in Juneau, Alaska

🍴 BUY TASTE ALASKA! SUBSCRIPTION BOX

We're offline
Leave a message



WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI Z UKRAINY (RÓWNE)

Współpraca w promowaniu polsko-ukraińskiego dziedzictwa kulinarnego

- „Festiwal dwóch kuchni” ukraińskiej w restauracjach w Lublinie i Festiwal kuchni polskiej w restauracjach w Równem.
-
- „Street Food Fest na dwie kuchnie” – street foodowy event popularyzujący kuchnię polską w Równem i ukraińską w Lublinie.





DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ I
ZAPRASZAM DO
WSPÓŁPRACY

HUBERT GONERA

HGONERA@LANDBRAND.PL