



„Śląskie Smaki”

Raport z badań



Marzec, 2010



Śląskie. Pozytywna energia

Dofinansowano ze środków
Ministerstwa Sportu i Turystyki



Ministerstwo Sportu
i Turystyki

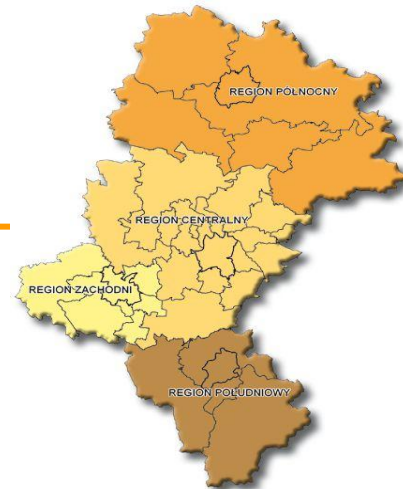


ŚLĄSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA



ZAKRES BADANIA

- W lutym 2010 Pentor Research International oraz agencja Planet PR, na zlecenie Śląskiej Organizacji Turystycznej, przeprowadziły 12 wywiadów indywidualnych z szefami kuchni i właścicielami restauracji znajdujących się na terenie woj. śląskiego.
- Wywiady odbywały się w miejscu pracy respondentów i trwały ok. 90 minut.





OPIS I CELE BADANIA



PENTOR
RESEARCH INTERNATIONAL
MEMBER OF



planet pr
RELATIONS AWARENESS



- Śląska Organizacja Turystyczna planuje stworzenie i wypromowanie produktu pod marką „Śląskie Smaki”.
- Marka „Śląskie Smaki” stanowiłaby jeden z filarów promocji regionu.
- Celem nadrzędnym niniejszego badania była ocena potencjału marki „Śląskie Smaki” oraz ocena propozycji działań promocyjnych marki.



SZCZEGÓŁOWE CELE BADANIA

Określenie miejsca Kuchni Województwa Śląskiego w restauracjach:

- ilość i typ dostępnych dań typowych dla regionu
- zainteresowanie kuchnią regionalną wśród klientów
- stosunek szefów kuchni do rozszerzania menu o kolejne dania z regionu

Opisanie charakterystyki Kuchni Województwa Śląskiego;

- określenie zarówno jej atutów jak i słabych stron
- wskazanie charakterystycznych potraw i produktów

Ocena potencjału promocji województwa śląskiego poprzez jego kuchnię

Znajomość i ocena:

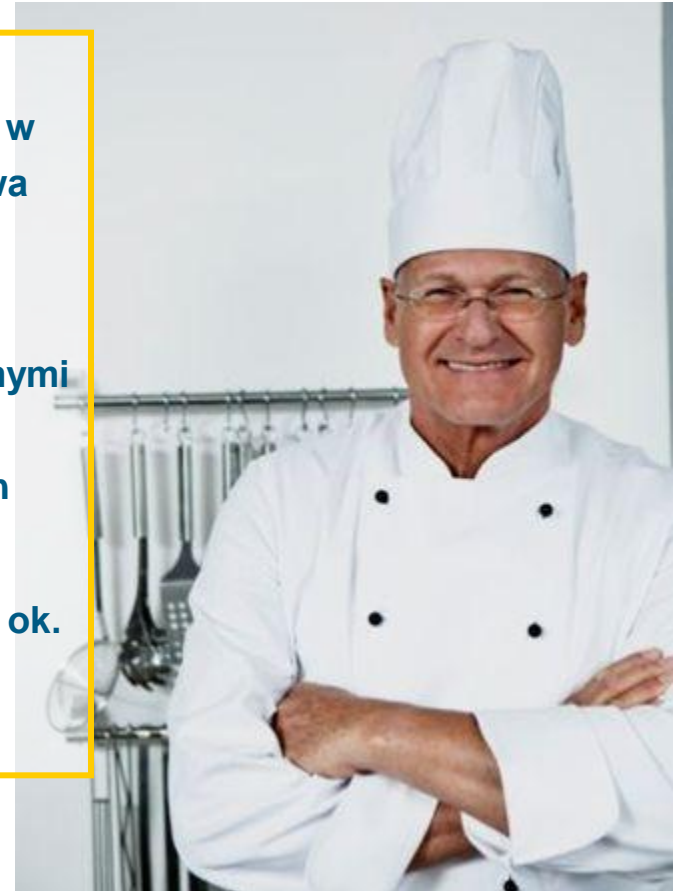
- marki „Śląskie Smaki”
- Festiwalu „Śląskich Smaków”
- Deklarowana chęć współtworzenia/ uczestnictwa w tych inicjatywach

Ocena propozycji działań promocyjnych marki „Śląskie Smaki”

- certyfikowania restauracji (kryteria przyznawania i forma certyfikatów)
- innych propozycji działań promocyjnych

Ocena propozycji big idea

- W lutym 2010 Pentor RI przeprowadził 12 wywiadów indywidualnych z osobami odpowiedzialnymi za dobór potraw w menu w restauracjach znajdujących się na terenie województwa śląskiego.
 - z szefami kuchni – w większości restauracji
 - z innymi osobami odpowiedzialnymi/ współodpowiedzialnymi za dobór potraw do menu (zastępcami szefów kuchni, menadżerami restauracji) – w pojedynczych restauracjach
- Wywiady odbywały się w miejscu pracy respondentów i trwały ok. 90 minut.



- Restauracje uczestniczące w badaniu tworzą próbę zróżnicowaną pod względem:
 - Lokalizacji na terenie województwa
 - Otoczenia: restauracje w mieście vs restauracje przyhotelowe vs restauracje przy trasie
 - Profilu gości: restauracje typowo turystyczne vs biznesowe vs dla lokalnej społeczności vs dla przejezdnych
 - Rodzaju serwowanej kuchni: kuchnia regionalna vs kuchnia staropolska/ międzynarodowa z akcentami Kuchni Województwa Śląskiego



WYNIKI



PENTOR
RESEARCH INTERNATIONAL
MEMBER OF



planet pr
RELATIONS AWARENESS

CHARAKTERYSTYKA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO



JAKA JEST KUCHNIA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO?



CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

KWESTIONARIUSZE 1/3

Respondentów poproszono o określenie stopnia dopasowania różnych cech do Kuchni Województwa Śląskiego.

CECHY BARDZO PASUJĄCE DO KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

CECHA	ŚREDNIA OCENA
Sycąca	5
Tradycyjna	4,8
Swojska	4,7
Domowa	4,5
Bio/ Naturalna	4
Ciężkostrawna	4

Skala:

0- całkowicie nie pasuje

5- zdecydowanie bardzo dobrze określające



CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

KWESTIONARIUSZE 2/3

CECHY RACZEJ PASUJĄCE DO KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

CECHA	ŚREDNIA OCENA
Prosta	3,5
Wykwintna	3,5
Słodka	3,4
Słona	3,1
Łagodna	2,8
Skomplikowana	2,6

Skala:

0- całkowicie nie pasuje

5- zdecydowanie bardzo dobrze określające

CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

KWESTIONARIUSZE 3/3

CECHY NIEPASUJĄCE DO KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

CECHA	ŚREDNIA OCENA
Pikantna	2,3
Nowoczesna	1,6
Lekkostrawna	0,8
Gorzka	0.4

Skala:

0- całkowicie nie pasuje

5- zdecydowanie bardzo dobrze określające



ZRÓŻNICOWANIE KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

- Kuchnia Województwa Śląskiego jest przez większość respondentów spontanicznie **identyfikowana z kuchnią śląską**, zwłaszcza przez badanych z **centralnej części województwa** (okręg katowicki).

„Kuchnia samego województwa to dla mnie jest po prostu kuchnia śląska. Ale może inne regiony mają też swoje specjały. [Restauracja w centralnej części województwa]

- Dalsza eksploracja tematu ujawnia, że większa część badanych wykazuje **świadomość zróżnicowania kuchni** w obrębie województwa, jednak **nie posiada** szczegółowej wiedzy na temat **specyfiki tradycji kulinarnych poszczególnych** jego części.

- Badani z **południowej części województwa** deklarują, że ich kuchnia nie jest „typową kuchnią śląską”- natomiast mieści się w definicji Kuchni Województwa Śląskiego. Od typowej kuchni śląskiej różni się:
 - większą ilością elementów charakterystycznych dla **kuchni góralskiej**- potrawy: kwaśnica, żeberka, golonka, baranina
 - **ostrzejszym smakiem** - większe zużycie **czosnku i cebuli**

„Niby jest ten szczyrk w Śląsku, ale ta beskidzka kuchnia się różni, ta kwaśnica sama, ona się różni od kapuśniaku śląskiego. Kuchnia beskidzka jest bardziej ostra, czosnkowa, bardziej góralska.” [Restauracja w południowej części województwa]



ZRÓŻNICOWANIE KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

- W **północnej części województwa śląskiego** wskazywano na mniejszą popularność kuchni charakterystycznej dla centralnej jego części.
- Jako potrawy charakterystyczne dla północnego regionu wskazywano kućmoki - placki z ziemniaków i kitę wieprzową.

„U nas w regionie to nie ma takich typowo śląskich dań.” [Restauracja w północnej części województwa]



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

TRADYCYJNA

4,8

- **Tradycyjność jest główną i zarazem nadrzędną cechą Kuchni Województwa Śląskiego.**
- Tradycyjność wynika z jej **niezmienności** w czasie:
 - zachowanie **stałego repertuaru** potraw - przekazywanie z pokolenia na pokolenie
 - przygotowanie dań z użyciem **tych samych składników i wedle tej samej procedury** co niegdyś
- Tak rozumiana tradycyjność stanowi **esencję Kuchni Województwa Śląskiego**. Zdaniem badanych, wszelkie modyfikacje w zakresie receptury lub sposobu przygotowania dań odbierają jej charakter.
- Tradycyjność uwidacznia się w **śląskim nazewnictwie potraw** - w większości restauracji potrawy znajdują się w karcie pod tradycyjnymi nazwami: np. krupniok (kaszanek), szpyrki (skwarki), modro kapusta (modra kapusta), karminadle (kotlety mielone).



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

BIO/ NATURALNA

4

- Tradycyjność jest ściśle powiązana z inną cechą **Kuchni Województwa Śląskiego - naturalnością**:
 - wykorzystywanie tylko **naturalnych, świeżych produktów – takich jak kiedyś**
 - **odrzućcie „ulepszaczy”, „przyśpieszaczy”** gotowania (gotowych półproduktów, kostek rosółowych, gotowych mieszanek przypraw) - zachowanie tradycyjnego smaku potraw
- „wszystko jest naturalne, żadnej chemii tu nie ma” [Restauracja w centralnej części województwa]**



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

SWOJSKA

4,7

DOMOWA

4,5

- Jako charakterystyczne cechy Kuchni Województwa Śląskiego wskazywane są **swojskość oraz domowy charakter**. W opinii badanych cechy te są związane z:
 - **regionalnym charakterem** - kuchnia jest postrzegana jako swojska = „nasza”, uformowana na Śląsku, bez wpływów zewnętrznych – szczególnie respondenci z centralnej części województwa
 - **chłopskim pochodzeniem kuchni** – potrawy typowe dla **województwa śląskiego** były **obecne na co dzień** na stołach mieszkańców regionu i przyrządzane z użyciem **powszechnie dostępnych** składników; mięsa, mąki, kapusty, ziemniaków.



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

SYCĄCA

5

W DUŻYCH PORCJACH

- Kuchnia Województwa Śląskiego jest jednogłośnie określana jako **pożywna i bardzo sycąca** – wpływ specyfiki pracy górników. Potrawy zapewniają **dużą ilość węglowodanów i tłuszczu** niezbędnych do wykonywania ciężkiej fizycznej pracy w kopalni:
 - dominacja **potraw mięsnych**; rolad, kotletów, zup z mięsem
 - dodatek dań **mącznych** i warzywnych przyrządzanych z **mięsnymi akcentami**; na smalcu, z boczkiem, skwarkami - kluski, ziemniaki, kapusta
 - wszechobecność **zawiesistych, gęstych sosów**
 - **gęste zupy i dania jednogarnkowe** zawierające dużą ilość składników
- Gotowe pożywienie podawane jest zawsze **w dużych porcjach**



„Ta kuchnia jest od pokoleń przystosowana dla ludzi o ciężkiej pracy; górników, przemysłowców, dlatego postrzegana jest jako ciężka albo tłusta. Ale wszystko jest bardzo dobre, oparte na tradycyjnych metodach przygotowania.” [Restauracja w centralnej części województwa]

CIĘŻKOSTRAWNA

4

- W opinii respondentów naturalną konsekwencją powyższych właściwości kuchni regionalnej jest jej **ciężkostrawność** - nie jest ona jednak jako istotna wada.



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

SMACZNA

- Cechą **charakterystyczną** Kuchni Województwa Śląskiego **spontanicznie wymienianą** przez badanych jest **bardzo dobry smak potraw – taka właściwość kuchni wynika z:**
 - zastosowania **dużej ilości tłuszczu oraz smażenia jako głównej metody obróbki termicznej**, co w dużej mierze odpowiada za **syty, wyrazisty** smak
 - zastosowania **naturalnych, świeżych produktów** wytwarzanych przez **lokalnych producentów**
- Uczestnicy badania deklarują, że dobry smak jest doceniany przez gości i uznawany za największy atut gastronomii województwa.



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

ZRÓŻNICOWANA

- Część badanych wymieniała **różnorodność** Kuchni Województwa Śląskiego jako jedną z jej cech charakterystycznych. Różnorodność odnosi się do dwóch aspektów:
 - **różnorodności typów składników** używanych w daniach: mięso, warzywa, mąka- większość respondentów
 - **zróżnicowania kuchni poszczególnych regionów** - pojedynczy badani

PROSTA CZY SKOMPLIKOWANA/ WYKWITNA ?

- Ocena stopnia skomplikowania i wykwinności sprawia respondentom **duże trudności**, ich zdaniem w tej kwestii ocena **nie może być jednoznaczna**:
 - większość dań uznawana jest za stosunkowo **proste**: pod względem **składu, sposobu przygotowania i podawania**
 - wskazywano jednak także na potrawy **skomplikowane w przygotowaniu** - takie jak sztandarowa potrawa – **rolada śląska**
 - podkreślano, że **wykwintność potrawy zależy głównie od sposobu jej podania**- to samo danie może być podane w sposób prosty w domu i bardzo wykwinie w restauracji

„One są swojskie, wykwinność zależy od podania. inaczej się podaje rolady śląskie w domu, a my podajemy w wydrążonej niecce chlebowej pieczone z mąki gryczanej z glazurowanymi buraczkami z kaszą prażoną” [restauracja w południowej części województwa]



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

JAKIE SĄ SMAKI KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO?

- Z analizy wypowiedzi badanych podczas wypełniania kwestionariusza, można wywnioskować, że kuchnia regionalna **wymyka się prostym klasyfikacjom smakowym**
 - cechuje się **swoistym, lekko słonym i wyrazistym smakiem**, którego jednak nie można nazwać pikantnym - respondenci w centralnej i północnej części województwa
 - bardziej pikantna kuchni w południowej części województwa
- Smak **słodki przeważa w deserach**, jest natomiast nieobecny w pozostałych daniach

OCENA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

” + ”

- Dobry smak
- Unikalność, regionalna specyfika
- Tradycyjność
- Pożywność, duże porcje
- Wykorzystanie naturalnych produktów
- Domowość
- Celebracja przygotowania i spożywania posiłków

- Ciężkostrawność
- Duża zawartość tłuszczu- negatywny wpływ na zdrowie i wagę
- Nieprzystawalność do aktualnej mody na zdrowe, niskokaloryczne jedzenie

” - ”

Badani dostrzegają zdecydowanie **więcej zalet** niż wad Kuchni Woj. Śląskiego.



OCENA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

- W opinii badanych Kuchnia Województwa Śląskiego posiada **liczne zalety także w kontekście domowego przygotowania**:
 - wykorzystanie **łatwo dostępnych, tanich produktów**: ziemniaków, kapusty, pieczywa, prostych przypraw (czosnku, majeranku, kminku).
 - stosunkowo **proste receptury** przygotowania - zwłaszcza w przypadku najprostszych potraw np. klusek śląskich, kapusty, dań jednogarnkowych
 - wyjątkiem jest najbardziej typowe danie Kuchni Województwa Śląskiego - **rolada**, która zawsze posiadała charakter **dania odświeżającego, podawanego podczas niedzielnego obiadu, a jej przygotowanie cechuje się dużym stopniem skomplikowania**.
- **Wysoka zawartość tłuszczu** w potrawach budzi **ambivalentne odczucia**:
 - jest uznawana za **jedyną dużą wadę** ze względu na zwiększanie ilości **cholesterolu** we krwi i wysoką zawartość kaloryczną
 - **pozytywnie wpływa na smak** potraw i zarazem **podnosi ich pożywność**



CHARAKTERYSTYCZNE POTRAWY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

ROLADA
ŚLĄSKA



KLUSKI
ŚLĄSKIE



MODRO
KAPUSTA



- „**Królowa**” dań kuchni regionalnej **rolada śląska** podawana najczęściej z kluskami śląskimi i modro kapustą
- Zestaw wskazywany jako **najbardziej typowy dla kuchni regionalnej niezależnie od miejscowości**, w której mieszka respondent



KRUPNIOK



ŻYMŁOK/
BUŁCZANKA



ŻUR

- Dania i produkty wskazywane bardzo często – we wszystkich badanych miejscowościach



KAPUSTA
ZASMAŻANA



KARMINADLE



WODZIONKA

CHARAKTERYSTYCZNE POTRAWY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO



HEKELE



KARP SMAŻONY



PANSZKRAUT



**ROSÓŁ Z
NUDLAMI**



**SCHAB
SZTYGARSKI**



SCHABOWY

- Dania i produkty wskazywane stosunkowo często



KOŁOCZ



MOCZKA



MAKÓWKI

CHARAKTERYSTYCZNE POTRAWY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO



**GARNUSZEK
GÓRNICZY**



**SZPAJZA
CYTRYNOWA**



SZAŁOT

- Dania i produkty wymieniane przez pojedynczych respondentów



ŻEBERKA



GOŁONKA



KWAŚNICA

- Dania i produkty wymieniane częściej przez badanych z południowej części województwa



KUĆMOKI



KITA WIEPRZOWA

- Dania wymieniane częściej w północnej części województwa

CHARAKTERYSTYCZNE PRZYPRAWY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO



SÓL I PIEPRZ



LIŚC LAUROWY



KMINEK



MAJERANEK



ZIELE ANGIELSKIE



CZOSNEK

KUCHNIA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO PRZESZŁOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ

WCZORAJ...



- Badani charakteryzując kuchnię regionalną bardzo często odwołują się do historii województwa, szczególnie jego centralnej części.
- Wśród respondentów dominuje przekonanie o wyjątkowości Kuchni Województwa Śląskiego - z uwagi na wielowiekową tradycję i wpływy różnych kultur/ narodów.

„Ta kuchnia jest unikalna, oparta na procedurach z dawnych czasów i niepowtarzalna w innych regionach” [Restauracja w centralnej części województwa]



KUCHNIA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO PRZESZŁOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ

DZIŚ

- Respondenci zauważają, że tradycyjna Kuchnia Województwa Śląskiego **traci na popularności, wręcz zanika**:
 - **zmniejszenie repertuaru** wykonywanych potraw
 - **brak zainteresowania młodego pokolenia**- bardzo niski poziom edukacji na temat kuchni regionalnej w szkołach gastronomicznych
 - trend **zmniejszania kaloryczności** spożywanych posiłków w społeczeństwie

„Teraz już się inaczej gotuje, w inny sposób. Teraz jest przewaga czystych zup” [Restauracja w centralnej części województwa]
- Wysoka **jakość i naturalność** dań typowych dla Kuchni Województwa Śląskiego oraz **celebracja przygotowywania posiłków** przeciwstawiana jest obecnym trendom uprzemysławiania i przyśpieszania przygotowania potraw.

„My pilnujemy, żeby te dania były jakościowo dobre, bo nasza restauracja idzie na jakość, nie na ilość jak gdzie indziej, gdzie się robi masówkę i nie patrzy na potrzeby klienta” [Restauracja w południowej części województwa]



KUCHNIA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO PRZESZŁOŚĆ I PRZYSZŁOŚĆ

JUTRO

- W opinii badanych **przyszłość** tradycyjnej kuchni regionalnej jest **niepewna**.
- Większość respondentów deklaruje, że osobiście **poczuwa się do misji ratowania tradycyjnych potraw przed zagładą**.



KUCHNIA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W RESTAURACJACH



CHARAKTERYSTYKA RESTAURACJI UCZESTNICZĄCYCH W BADANIU

- Restauracje, w których przeprowadzone zostały wywiady różnią się **profilem i rodzajem serwowanej kuchni**, w tym obecnością **dań województwa śląskiego w menu**.
- Wyróżniono **cztery typy** restauracji:
 - Restauracje przyhotelowe o profilu biznesowym lub biznesowo- turystycznym
 - Restauracje turystyczne
 - Restauracje ekskluzywne
 - Restauracje dla wszystkich



RESTAURACJE PRZYHOTELOWE O PROFILU BIZNESOWYM

RESTAURACJE PRZYHOTELOWE O PROFILU BIZNESOWYM LUB BIZNESOWO-TURYSTYCZNYM

- Znajdują się na terenie **hotelu**, **zazwyczaj w dużych miastach**, głównie w **Katowicach**
- Są nastawione na **zamożnego** klienta biznesowego
- Pełne w okresie śniadaniowym, często **świecą pustkami podczas pory obiadowej**
- W przypadku hoteli **sieciowych** – menu jest zwykle **wystandardyzowane**, restauracja posiada **niewielki wpływ na ofertę** (np. w postaci wkładki szefa kuchni)
- Serwują kuchnię **międzynarodową z elementami kuchni regionalnej**
- Oferują **niewielki wybór dań** Kuchni Województwa Śląskiego ;
 - najczęściej w postaci **wkładki** typu „szef kuchni poleca”
 - skupiają się na najpopularniejszych potrawach takich jak **rolada śląska** z kluskami śląskimi i kapustą
- Wyrażają **zainteresowanie** rozszerzeniem o inne dania kuchni regionalnej, ale informują również o barierach:
 - **mała liczba gości** w restauracji
 - postrzeganie potraw województwa śląskiego jako **zbyt prostych** dla wymagającego klienta biznesowego



RESTAURACJE O PROFILU TURYSTYCZNYM

RESTAURACJE O PROFILU TURYSTYCZNYM

- Znajdują się w **miejsowościach turystycznych** – głównie na **południu województwa**
- Ich klientami są głównie turyści indywidualni
- Przeważającą część ich menu stanowią **potrawy regionalne** – z uwagi na **duże zainteresowanie turystów** kuchnią typową dla danego regionu
- Serwują szeroki zakres potraw Kuchni Województwa Śląskiego; zarówno dania postrzegane jako **wykwintne** (rolada śląska) jak i **proste** (karminadle)
- **Deklarują duże zainteresowanie poszerzaniem menu o kolejne dania typowe dla regionu**



RESTAURACJE EKLSKLUZYWNE

RESTAURACJE EKSKLZYWNE

- Znajdują się w **dużych miastach lub na ich obrzeżach**, głównie Katowice
- Przeznaczone dla najbardziej **wymagających i zamożnych klientów**
- Odwiedzane przez **gości biznesowych, zagranicznych oraz ważnych oficjeli i bogatych obywateli miast**
- Podają **kuchnię międzynarodową (włoską, francuską, azjatycką) oraz regionalną**
- Serwują dosyć **dużą ilość dań** Kuchni Województwa Śląskiego z uwagi na duże zainteresowanie gości, szczególnie zagranicznych
- Dania kuchni województwa podawane są w **wykwintny** sposób
- Deklarują zainteresowanie **poszerzaniem menu** o kolejne dania typowe dla województwa



RESTAURACJE DLA WSZYSTKICH

RESTAURACJE DLA WSZYSTKICH

- Mieszczą się w **dużych i mniejszych miastach** na terenie **całego województwa**
- Są przeznaczone głównie dla **lokalnej społeczności**, w mniejszym stopniu dla turystów i przejezdnych, wyjątek - restauracje przy trasie
- Charakteryzują się **przystępnymi cenami i swobodną atmosferą**
- Podają dania Kuchni Województwa Śląskiego lub staropolskiej z dodatkiem dań kuchni międzynarodowej i regionalnej
- Ilość dań kuchni regionalnej jest zróżnicowana;

- część restauracji opiera się na tej kuchni i jest zainteresowana poszerzaniem menu o kolejne pozycje

- Część oferuje jedynie standardowe dania kuchni regionalnej i nie jest zainteresowana rozszerzaniem ich oferty, istotną barierę stanowi postrzeganie restauracji jako miejsca, w którym próbuje się kuchni odmiennej od domowej

„Z takich typowych potraw mamy tylko roladę i żur. Dużo ludzi, którzy przychodzą do restauracji nie zamawiają czegoś, co jedzą w domu, chcą spróbować czegoś nowego. Kuchnia, którą znają z domu, nie jest dla nich niczym nowym.” [Restauracja w centralnej części województwa]

- Organizują **imprezy rodzinne i wesela**, na których **element obowiązkowy stanowią** dania kuchni regionalnej (tzw. „śląski stół”)



DANIA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W MENU

- W większości odwiedzanych restauracji serwuje się **3-5 dań typowych dla województwa śląskiego**, najczęściej są to: **rolada z kluskami i modro kapustą, krupniok, żur śląski**. Respondenci deklarują, że potrawy te jako najbardziej popularne, wręcz muszą być obecne w menu każdej restauracji mieszczącej się na terenie województwa:
 - są **znane jako potrawy typowe dla województwa w całej Polsce**, a ich nazwy są zrozumiałe dla mieszkańców innych regionów
 - charakteryzują się **tradycyjnym, dobrym smakiem**
 - są **atrakcyjne wizualnie** - same w sobie (rolada) lub przez sposób podania (żur w wydrążonym chlebie).

„Nie obeszłoby się bez tradycyjnych potraw; bez rolady, krupnioka, golonki smażonej, naszego tradycyjnego żurku.” [Restauracja mieszcząca się na południu województwa]
- część dań jest **odrzućana** przez badanych jako **nieodpowiednia do podawania w restauracji**, z uwagi na ich **zbyt prosty, niewyszukany charakter**:
 - Wodzionka - zupa z chleba
 - Panszkraut – ziemniaki tłuczone z kapustą
- **sporadycznie** w menu znajdują się **dania słodkie** takie jak moczka czy makówki - zdaniem respondentów przeszkodą jest ich stricte **świąteczny charakter**.



DANIA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W MENU

- W większości badanych restauracji **menu ulega pewnym modyfikacjom**, głównie w zależności od **pory roku i dostępności produktów sezonowych, odbywa się wówczas także**
 - **wycofywanie** pozycji, które nie zyskały sobie popularności wśród konsumentów
 - **wprowadzane** nowych dań
- **Wyboru dań do wprowadzenia** dokonuje zwykle **szeff kuchni** na podstawie **obserwacji gustów klientów**, proponując potrawy zbliżone charakterem do najpopularniejszych. Część respondentów-szefów kuchni deklaruje, że wprowadza także dania zgodnie z własną intuicją czy też „na własne ryzyko”.
- **Nastawienie respondentów do obecności dań typowych dla województwa w menu ich restauracji zależy od wielu czynników. Najważniejszym z nich jest lokalizacja restauracji i jej charakter, które bezpośrednio przekładają się na profil gości.**
- Ważnym czynnikiem decydującym jest także **osobiste zaangażowanie szefa kuchni** w inicjatywy promujące kuchnię regionalną. Badani należący do takich **stowarzyszeń** (np. Śląskiej Grupy Kulinarnej) deklarują **większą chęć rozszerzania menu o dania** typowe dla województwa, co ich zdaniem pozwoli na:
 - większą **popularyzację tej kuchni**, szczególnie wśród turystów i młodego pokolenia mieszkańców regionu
 - **uchronienie tradycyjnych potraw przed zagładą.**



DANIA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W MENU

- W restauracjach nastawionych głównie na **turystów i klientów biznesowych** z innych regionów Polski, zainteresowanie kuchnią regionalną jest bardzo duże, istnieją zatem przesłanki do poszerzania menu o kolejne pozycje z Kuchni Województwa Śląskiego .
- Respondenci gotujący w tych lokalach deklarują, że klienci **bardzo chętnie próbują dań regionalnych**; będąc na terenie woj. śląskiego mają okazję spróbować kuchni, która jest mało popularna w ich rodzimych miejscowościach
- Degustacja regionalnych dań jest traktowana jako pełnoprawny element podróży, niezależnie od jej charakteru (wypoczynkowy vs biznesowy).

„Turyści właśnie po to tutaj przychodzą, żeby zjeść tutejsze” [Restauracja w centralnej części województwa]

„Mamy kuchnię europejską, ale z nastawieniem na kuchnię województwa śląskiego, beskidzką. Jest to czego goście oczekują przyjeżdżając w góry, nie oczekują krewetek czy langust, ale raczej rolad i golonki.” [Restauracja na południu województwa]

- Dania Kuchni Województwa Śląskiego cieszą się bardzo dużą popularnością wśród obcokrajowców.



DANIA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W MENU

- W restauracjach przeznaczonych dla **lokalnych mieszkańców** zainteresowanie Kuchnią Województwa Śląskiego jest **niższe**, co stanowi istotną **barierę przy wprowadzaniu takich dań do menu**.
- Część respondentów podkreśla, że lokalni mieszkańcy wolą próbować dań dla nich **mało znanych**, egzotycznych niż takich, które znają z domu.
- Wśród mieszkańców zainteresowanych kuchnią regionalną większość stanowią **starsze osoby**, nieufne wobec gastronomicznych nowinek.
- Warto zwrócić uwagę, że nawet w lokalach, w których takie dania należą do mniejszości, są **serwowane w większych ilościach („śląski stół”)** w przypadku:
 - Organizacji **wesel** - szczególnie, gdy część gości pochodzi spoza regionu
 - Organizacji **urodzin** – podanie potraw Kuchni Województwa Śląskiego należy do „dobrego tonu”
 - Innych imprez rodzinnych

„Osoby, które organizują tu imprezy rodzinne nie wyobrażają sobie tego bez kuchni województwa śląskiego” [Restauracja w centralnej części województwa]



PROMOCJA WOJEWÓDZTWA POPRZECZ KUCHNIĘ



PROMOCJA WOJEWÓDZTW/ REGIONÓW PRZEZ KUCHNIĘ

- Idea promocji województwa/ regionu przez kuchnię zyskuje **duże uznanie respondentów**.
- Badani deklarują, że zaobserwowali w ostatnim czasie **trend promocji regionów przez ich dziedzictwo kulinarne** - ich zdaniem taki kierunek działań:
 - **wyróżnia region** nadając mu unikalnych cech
 - **skutecznie przyciąga uwagę** turystów
 - stanowi **wzbogacenie oferty turystycznej** regionu
- **Skuteczność promocji** regionu przez kuchnię wynika z odwołania się do :
 - **podstawowej ludzkiej potrzeby** „*jeść człowiek musi*”
 - **kulinarnej ciekawości**
- Zdaniem badanych by kuchnia **skutecznie pełniła swoją promocyjną** rolę niezbędne jest:
 - **umożliwienie jej spróbowania w restauracjach i barach** na terenie całego regionu
 - wsparcie **mediów - aktywność reklamowa**
 - organizacja **impresz kulinarnych**



PROMOCJA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO PRZEZ KUCHNIĘ

- Większość respondentów **nie słyszała o żadnych działaniach promocyjnych** regionu.
- Część z nich wymienia w tym kontekście:
 - **imprezy kulinarne** takie jak np. Festiwal „Śląskie Smaki”.
 - kampanię reklamową „Śląskie-pozytywna energia”
- Kuchnia Województwa Śląskiego jest postrzegana jako posiadająca **duży potencjał**; zdaniem badanych może stać się czynnikiem **przyciągającym turystów ze względu na to, że**:
 - posiada **specyficzną i bardzo charakterystyczną gastronomię** różniącą się od kuchni innych regionów
 - niektóre dania tej kuchni są **znane w całej Polsce** (np. kluski śląskie, żur) - świadczą o dobrej jakości całości gastronomi województwa
- W opinii respondentów Kuchnia Województwa Śląskiego **bardzo dobrze zaspokaja oczekiwania** Polaków dotyczące gastronomi;
 - oferuje **smaczne jedzenie o tradycyjnych smakach**
 - jest **sycąca** i podawane w **dużych porcjach**
 - większość dań jest dostępna w **przystępnych cenach**

„Turyści oczekują potraw regionalnych, nie tego, co mają u siebie w domu. To ma największe zejście, najpierw próbowaliśmy wprowadzać nowości, trendy, ale to się nie przyjęło. Ludzie przyjeżdżający w góry chcą dużo i dobrze zjeść.” [Restauracja w południowej części województwa]



PROMOCJA WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO PRZEZ KUCHNIĘ

- Kuchnia Województwa Śląskiego dobrze **wpisuje się w widoczny obecnie trend powrotu do kulinarnych źródeł i slow food**- oferuje dania przyrządzane wyłącznie z **naturalnych , świeżych produktów**, wykonane według tradycyjnych przepisów.
- Respondenci szczególnie podkreślają, że kuchnia regionalna niesie ze sobą także pozamaterialne **wartości**, które mogą być **cenne** w obecnym świecie;
 - **celebrację przygotowywania potraw**
 - **radość wspólnego biesiadowania i smakowania**
- Kuchnia Województwa Śląskiego **jest uważana za atrakcyjną zarówno przez mieszkańców innych województw Polski jak i turystów zagranicznych.**



MARKA „ŚLĄSKIE SMAKI”



BRAK ZNAJOMOŚCI MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Większa część badanych deklaruje, że nazwa (nie marka) „**Śląskie Smaki**” **jest im znana** - najczęściej jest przez nich identyfikowana z **festiwarem** o tej samej nazwie, **w którym brali udział**.

ALE:

- Istnieje dosyć znaczna grupa respondentów, dla których marka „Śląskie Smaki” jest bardzo **mało lub wręcz całkowicie nie znana**.
- Sama **nazwa „Śląskie Smaki” jest oceniana pozytywnie** jako:
 - **Prosta = swojska i zrozumiała**
 - **Skutecznie komunikująca ideę marki**



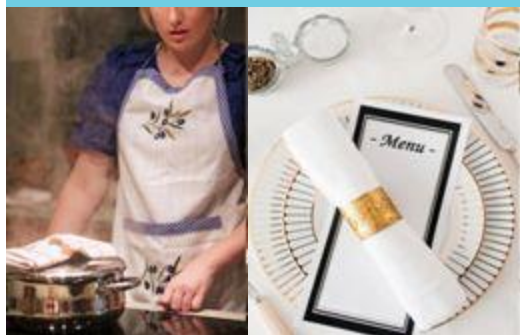
SPONTANICZNE POSTRZEGANIE MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

Marka „Śląskie Smaki” jest postrzegana jako odnosząca się do wszelkich działań związanych z kuchnią w województwie śląskim:



Popularyzacja dań w kontekście:

- przygotowywania w domu
- degustacji w restauracjach



Promocja wydarzeń lokalnych związanych z gastronomią i imprez towarzyszących



Promocja produktów wytwarzanych przez producentów z województwa śląskiego:

- tradycyjnych
- naturalnych



MARKA „ŚLĄSKIE SMAKI” JAKO PROMOCJA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

- Marka „Śląskie Smaki” jest postrzegana jako **odpowiedni sposób promocji województwa śląskiego** przez kuchnię. Badani zwracają uwagę, że obecnie jest **bardzo wiele małych inicjatyw** - festiwali, imprez i konkursów kulinarnych, rozsianych po całym województwie, które mogą pochwalić się jedynie lokalną popularnością.
 - W opinii respondentów **istnieje potrzeba zebrania tych działań pod wspólnym szyldem** - może być nim właśnie marka „Śląskie Smaki”.
 - Takie działanie pozwoli na:
 - **zwiększenie skali inicjatyw i nadanie im większego rozmachu**
 - **zagwarantowanie jakości** wydarzeń, restauracji czy produktów
 - **korzyści dla społeczności lokalnej** - integrację regionu, ochronę tradycyjnej tożsamości
 - **ochronę zanikających potraw i odkrycie nieznanych, lokalnych specjalności**
 - budowanie **pozytywnego wizerunku** województwa - pomoże w zwalczeniu negatywnych stereotypów.
- „Trzeba promować, bo ludzie myślą, że Śląsk to same kopalnie, że jest brzydko, brudno i nie ma po co wpadać.” [Restauracja w centralnej części województwa]*
- „Ludzie by chętniej częściej przyjeżdżali, żeby spróbować naszej kuchni, jest wiele ludzi, którzy jadą na mazury, żeby popróbować świeżych ryb, raków, więc tu też mogliby przyjechać.” [Restauracja w południowej części województwa]*

MARKA „ŚLĄSKIE SMAKI” JAKO PROMOCJA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

- Marka „Śląskie Smaki” ma szansę stworzyć obraz kuchni jako jednego z **kluczowych elementów decydujących o specyfice województwa**.
- **Zdaniem badanych logotyp marki na produktach kulinarnych** będzie dobrym sposobem na promocję województwa także poza jego granicami - proponują oni oznaczenie **wyłącznie produktów spełniających wyśrubowane kryteria**, zarówno w zakresie **pochodzenia**, **tradycyjnego składu** jak i **jakości produktu**.
- Jedynym **negatywnym** skutkiem takiego działania może być **podszycanie** się innych producentów pod produkty oryginalne, co niesie ze sobą **niebezpieczeństwo negatywnego** postrzegania gastronomii województwa po kontakcie z „podrobionym” produktem.



KORZYŚCI Z PROMOCJI MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

Zdaniem respondentów stworzenie i promocja marki „Śląskie Smaki” może przynieść korzyści różnym grupom:

Turystom - poprzez wzbogacenie oferty turystycznej województwa



Restauratorom i lokalnym producentom - większe zyski z działalności/ produktów



Lokalnej społeczności -

- poprzez uchronienie tradycyjnych potraw przez zniknięciem- ochrona tożsamości
- Większa dbałość władz o otoczenie z uwagi na większą liczbę turystów- korzyść dodatkowa



OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA MARKĘ „ŚLĄSKIE SMAKI”

- W opinii badanych szefów kuchni marką powinny **zarządzać osoby**:
 - pochodzące z **województwa śląskiego** i mieszkające na jego terenie
 - **kompetentne w kwestiach gastronomii** – najchętniej szefowie kuchni posiadający wieloletnie doświadczenie w zakresie przygotowania dań kuchni regionalnej

„Tym powinna zarządzać osoba związana z gastronomią, doświadczony szef kuchni, cieszący się uznaniem pozostałych szefów kuchni” [Restauracja w południowej części województwa]

- Badani wyobrażają sobie, że **powstanie specjalna rada skupiająca kucharzy i szefów kuchni**, która będzie miała za zadanie:
 - prowadzić **nadzór nad restauracjami i produktami oznaczonymi logotypem**
 - pilnować **spełnienia kryteriów wyznaczonych dla uzyskania marki „Śląskie Smaki”** dla danego wydarzenia, restauratora bądź producenta produktu
 - wchodzić w **skład jury przyznającego nagrody** na lokalnych festiwalach

„Dzięki tej współpracy jakość w restauracjach byłaby na równej poziomie, nie odbiegłaby od receptury, że wszędzie rolada śląska by była tą roladą z prawdziwej wołowiny, żeby składniki farszu były zawsze te same, żeby gość z Warszawy nie zjadł tej rolady z innym farszem.” [Restauracja w południowej części województwa]



OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA MARKĘ „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Zdaniem badanych udział **urzędników w inicjatywie powinien być ograniczony** do:
 - zdobywania **funduszy i sponsorów** koniecznych do sfinansowania działań związanych z promocją marki
 - **patronatu honorowego** nad marką i imprezami kulinarnymi – Marszałek Województwa
 - organizacji **działań reklamowych** wprowadzających markę „Śląskie Smaki”
- Respondenci podkreślają, że **im mniejszy stopień formalizacji organizacji tym lepiej**; wielu z nich posiada **negatywne doświadczenia** z uczestnictwem w kulinarnych stowarzyszeniach, w których walka o pieniądze i wpływy przesłoniła idee.



OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA MARKĘ „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Większość badanych zgadza się, że **udział w współtworzeniu marki** powinni mieć:
- **Kucharze-pasjonaci**, angażujący się w różne inicjatywy promowania kuchni województwa. Według badanych ich motywem działań jest **pasja, a nie finansowe korzyści**.
- Większość badanych zgłasza swoją chęć uczestnictwa w takich działaniach - jednak w ograniczonym wymiarze czasowym ze względu na obowiązki w pracy.
- Warto jednak zwrócić uwagę, że **badani stanowią wyjątkowo aktywną grupę**:
 - większość z nich **już aktywnie działa w stowarzyszeniach** zszarżających kucharzy, w tym najliczniej w **Śląskiej Grupie Kulinarnej**
 - inicjują i biorą udział w wydarzeniach np. Dzień Karpia, Dzień Golonki, Festiwalu „Śląskich Smaków”
 - Stale **podnoszą swoje kwalifikacje** poprzez udział w **szkoleniach i wymianę doświadczeń** z innymi kucharzami
- **Członkinie Kół Gospodyń Wiejskich** będące **skarbnicą wiedzy o tradycyjnych przepisach** Kuchni Województwa Śląskiego, często przewyższające w tym zakresie zawodowych kucharzy



FESTIWAL „ŚLĄSKIE SMAKI”



ZNAJOMOŚĆ I UCZESTNICTWO W FESTIWALU „ŚLĄSKICH SMAKÓW”

- Część badanych **uczestniczyła** w Festiwalu „Śląskie Smaki” - jako **jurorzy w konkursach** na przyrządzanie dań województwa śląskiego.

ALE:

- Respondenci, którzy nie odwiedzili festiwalu na zaproszenie organizatorów (jako jury lub pomoc) często nie mają nawet świadomości jego istnienia.



OCENA FESTIWALU „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Idea festiwalu i jego organizacja są oceniane pozytywnie.
 - Jako najbardziej atrakcyjne elementy Festiwalu wskazywano:
 - Pokazy gotowania na świeżym powietrzu
 - **Konkursy gotowania potraw** - interesujące szczególnie gdy:
 - rywalizują w nich zawodowi kucharze i amatorzy, którzy często przewyższają tych pierwszych umiejętnościami - często przywoływany przykład Kół Gospodyń Wiejskich znających najlepiej tradycyjne przepisy
- „Kobiety z Kół Gospodyń takie potrawy serwowały, że niejeden szef kuchni nie jest w stanie dorównać tym babciom. Były dwa konkursy; profesjonalistów i tych gospodyń i to drugie się cieszyło większym powodzeniem. One sobie ozdobiły swoje stanowiska pracy koronkami i poprzywoziły swoje produkty z tych wiosek, więc była też degustacja.”*
[Restauracja w południowej części województwa]
- uczestniczą w nich osoby publiczne - przedstawiciele władz, wysocy rangą przedstawiciele policji etc
 - **występy zespołów ludowych i kabaretów** - dodatkowa atrakcja



OCENA FESTIWALU „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Aby **pokazy gotowania i konkursy** budziły duże zainteresowanie wśród gości festiwalu, szczególnie turystów, niezbędne są **towarzyszące im degustacje**. Degustacje pozwalają **zaangażować widzów w rywalizację i w pełni docenić im Kuchnię Województwa Śląskiego**.
- Degustacje są **elementem decydującym o atrakcyjności festiwalu** i innych wydarzeń kulinarnych dla ich gości - udowadnia to przykład dużej popularności wydarzeń związanych z **biciem rekordu Guinnessa** (np. największa kluska)- stworzona potrawa jest wówczas rozdawana wszystkim chętnym.



UDZIAŁ KUCHARZY I RESTAURACJI W FESTIWALU „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Badani deklarują, że chętnie biorą udział w imprezach kulinarnych takich jak Festiwal „Śląskich Smaków”:
 - są **dumni** z możliwości promocji kuchni regionalnej
 - korzystają z **wymiany doświadczeń między kucharzami** - czynnik szczególnie istotny
 - określają je jako **pozytywne doświadczenie, atrakcję**
- Badani przyznają, że ich **pracodawcy- szefowie restauracji** nie odnoszą się do tego typu wydarzeń z entuzjazmem, argumentując, że brak kucharza na stanowisku pracy w okresie festiwalu może przynosić **straty firmie**.

„Właściciel musi oddelegować te dwie osoby, najczęściej te najlepsze, nie dość, że to się wiąże z finansami i też wiadomo ich nie ma. My w okresie zimowym mamy taki gorący okres, że ja bym sam nie pojechał, ani nie puścił kucharzy.” [Restauracja w południowej części województwa]
- Z analizy wypowiedzi respondentów wynika, że **właściciele restauracji zazwyczaj nie dostrzegają możliwości promocji swojego lokalu na tego typu wydarzeniach.**

PROPOZYCJE ULEPSZEŃ W FORMULE FESTIWALU

- Respondenci zgłaszają następujące możliwe ulepszenie formuły festiwalu:
 - zwiększenie ilości **degustacji**
 - zwiększenie **udziału szkół gastronomicznych** - ich aktywizacja stanowi bardzo ważny element dbałości o przetrwanie kulinarnego dziedzictwa; konkursy dla uczniów, a dla najlepszych - nagrody w postaci szkoleń
- „Wyjazd szkoleniowy to jest najbardziej cenny, do jakiegoś instytutu kulinarnego za granicę, żaden z młodych kucharzy sobie nie może na coś takiego pozwolić, a jako nagroda super pomysł.” [Restauracja z centralnej części województwa]*
- zintensyfikowanie **działań reklamowych**, także poprzez aktywność w ogólnopolskich mediach - telewizji, prasie, Internecie.



CERTYFIKATY „ŚLĄSKICH SMAKÓW”



OCENA PROPOZYCJI CERTYFIKATÓW „ŚLĄSKICH SMAKÓW”

- Pomysł certyfikowania restauracji jest **aprobowany, a nawet spontanicznie wskazywany przez część respondentów**:
 - Pozwoli na **ujednolicenie potraw** - gwarancja **tradycyjnego smaku** i jakości dla konsumenta
 - Zachęci do wybierania **dań** Kuchni Województwa Śląskiego **przez turystów**
 - **Ułatwi identyfikację** dań charakterystycznych dla regionu w menu
- Respondenci przewidują, że **skuteczność certyfikatu będzie mniejsza w odniesieniu do lokalnych klientów** – jedynym bodźcem może być chęć porównania smaków znanych z domu i podawanych w lokalu.
- W opinii badanych kucharzy certyfikat może być **skuteczną zachętą do wprowadzania dań kuchni regionalnej gdyż**:
 - **podniesie rangę** lokalu
 - spowoduje **częstsze zamawianie** dań kuchni regionalnej
 - **wyróżni restaurację** na tle innych – jednak **tylko w przypadku utrzymania wysokich kryteriów**
- Warto zwrócić uwagę, że badani **chętnie chwala** się wszelkimi nagrodami i wyróżnieniami zdobytymi na konkursach żywności regionalnej np. Chorzowskich Smaków.



FORMA CERTYFIKATU

- W opinii respondentów certyfikat powinien być przyznawany **restauracjom, a nie konkretnych daniom**.
- Badani proponują **podwyższenie proponowanych kryteriów** - dla otrzymania certyfikatu konieczne byłoby podawanie większej ilości dań Kuchni Województwa Śląskiego niż dwa, najlepiej **pełnego zestawu** (zupy, drugiego dania, deseru).
- Preferowany jest certyfikat w postaci **dyplomu lub statuetki**, którą można **wyeksponować w widocznym miejscu w lokalu**. Dodatkowo badani proponują:
 - **Oznaczenie przy wejściu do restauracji**
 - **Oznaczenie w menu** - specjalna wkładka lub oznaczenie dań

„Powinno być sygnowane logiem, to by było dla klientów czytelne, że to jest danie regionalne, które jest sprawdzone” [Restauracja w centralnej części województwa]

SPOSÓB PRYZNAWANIA CERTYFIKATÓW

- Wielu badanych wyraża **obawy dotyczące sposobu przyznawania certyfikatów**;
 - **obiektywności** systemu przyznawania
 - sposobu ciągłej **kontroli jakości**
- Zdaniem respondentów, aby **zwiększyć wiarygodność certyfikatu** warto podjąć takie działania jak:
 - oddanie **głosu w ręce klientów** – ocena przez klientów, np na stronie internetowej (analogicznie jak w serwisie Gastronauci.pl)
 - zapewnienie **rady merytorycznej** kucharzy
 - **kontrola w postaci wizyt incognito** „tajemniczych klientów”
 - **dwustopniowa procedura** z okresem próbnym

„Bardzo ważna by była opinia klientów przy certyfikowaniu takiej restauracji, na stronie śląskich smaków mogłaby być ankieta, klient nie mógł być anonimowy, bo to by się miało z celem, żebyśmy mogli potem do niego dotrzeć. Skoro mamy przyznawać, coś, co by było chlubą regionu nie możemy dawać wszystkim, restauracja też będzie się do tego bardziej przykładać” [Restauracja w centralnej części województwa]



SPOSÓB PRYZNAWANIA CERTYFIKATÓW

- Dania otrzymujące certyfikat powinny być oparte na **tradycyjnym, tym samym przepisie**, konieczny jest ten sam skład dania - własne modyfikacje szefa kuchni są dozwolone w bardzo nieznacznym wymiarze i tylko w sposobie przygotowania i podania.

„żeby nie odbiegały od przepisów, mogą być inaczej wydane, bo każdy szef kuchni może mieć swoją wizję. Ale nie może być tak, że gość przyjedzie, zje roladę śląską z warzywami w środku i będzie myślał, że taka jest rolada śląska. ” [Restauracja w północnej części województwa]

„Nawet gdybyśmy się starali ujednolicić, to i tak każdy kucharz zrobi inaczej, inaczej doprawi rosół, żur czy barszcz. Każda restauracja podaje trochę inaczej, dzięki temu te restauracje są inne.” [Restauracja w centralnej części województwa]



LISTA CERTYFIKOWANYCH RESTAURACJI

- Respondenci zwracają uwagę, że certyfikat będzie **skuteczny** tylko wtedy, gdy będzie towarzyszyć mu **kampania informująca o inicjatywie** oraz **działania reklamowe** samej marki „Śląskie Smaki”.
- Rolę pomocniczą może pełnić **lista certyfikowanych** restauracji znajdująca się:
 - **na stronie internetowej „Śląskich Smaków”**
 - w **przewodnikach kulinarnych** po regionie
 - w broszurach turystycznych znajdujących się na **lotniskach, dworcach, punktach informacji turystycznej**

„jakby było oznakowanie danej restauracji przy wjeździe do miejscowości, że szef kuchni ma certyfikat śląskie smaki, to by było coś” [restauracja w południowej części województwa]

- Certyfikaty powinny być przyznawane w **języku polskim i angielskim** oraz w **gwarze śląskiej**, a zdaniem części badanych także po niemiecku – z uwagi na dużą ilość turystów z Niemiec.
„na tyle tu ślązaków nie ma, żeby w gwarze, chyba, że byłoby to dodatkową atrakcją, że wisi certyfikat w gwarze śląskiej, to mogłoby być dość ciekawe.” [restauracja w centralnej części województwa]



DZIAŁANIA PROMOCYJNE MARKI „ŚLĄSKICH SMAKÓW”



- Propozycja wydania książki kucharskiej jest oceniana **raczej pozytywnie**, jako dobry sposób na **popularyzację** Kuchni Województwa Śląskiego. Idea nie budzi jednak entuzjazmu - według badanych na rynku istnieje już wiele takich publikacji.
- Zdaniem badanych książką zainteresowani będą przede wszystkim **mieszkańcy innych regionów** Polski, w mniejszym stopniu mieszkańcy województwa.
- Książka powinna zawierać **zbiór tradycyjnych przepisów, a także historię kuchni i ciekawostki z nią związane** - dla umiejscowienia przepisów w **szerszym kontekście kulturowym**.

INNE INICJATYWY MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Wśród respondentów dominuje przekonanie, że każdy sposób promocji marki jest dobry; nagłaśnia bowiem województwo i jego kuchnię. **Największą popularnością cieszą się następujące pomysły:**
- **Wydarzenia promocyjne: festiwale, dni „Śląskich Smaków”,** którym powinny towarzyszyć:
 - Gotowanie na świeżym powietrzu- punkt obowiązkowy
 - Konkursy kulinarne
 - Bicie kulinarnych rekordów – lokalizacja na rynkach miast i miasteczek

„zorganizować taki dzień w różnych regionach, tutaj, gdy są ferie, w połączeniu z innymi szefami kuchni zorganizować coś w amfiteatrze. W zeszłym roku było tak, że wszystkie restauracje się zgadywały na jakiś weekend i było 30% taniej i to działa.” [Restauracja w południowej części województwa]

- Wydarzenia mogą być również organizowane **poza województwem.**
„Zaistnieć na terenie polski, np. w Warszawie, tam pojechać, zorganizować jakieś dni kuchni województwa śląskiego” [Restauracja w centralnej części województwa]



INNE INICJATYWY MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Współpraca z **telewizjami**
 - ze względu na szeroki zasięg telewizji jako medium
 - możliwość ekspozycji logo restauracji
- Działania w **Internecie** - szczególnie młodzi badani
 - filmiki na serwisie Youtube - filmiki instruktażowe przyrządzania potraw, dodatkowy atut ; ekspozycja logo restauracji
 - akcja kierowana do blogerów kulinarnych
- **Współpraca ze szkołami gastronomicznymi** – obecnie jest zbyt mało zajęć poświęconych Kuchni Województwa Śląskiego. Taka współpraca przyniosłaby **korzyści obu stronom**;
 - uczniom ułatwiłaby zdobycie kwalifikacji i w perspektywie lepszej pracy
 - restauratorom pomogłaby zyskać wartościowych pracowników
 - W ramach współpracy proponowane są takie działania jak **wizyty kucharzy w szkołach** i specjalne konkursy dla uczniów.
- Szefowie kuchni restauracji znajdujących się **przy trasie** wskazują na **cb radio i dzień otwarty dla kierowców tirów** jako skuteczne i tanie środki promocji. Ich zdaniem umieszczenie informacji o certyfikacie na reklamach restauracji przy trasie oraz przy wjeździe do niej, pozwoliłoby na bezpośrednie przełożenie na zyski



OCENA PROPOZYCJI BIG IDEA



- Spośród zaprezentowanych propozycji **najwyżej zostało oceniona big idea**

„Kuchnia Pozytywnych Wrażeń”:

- odwołuje się do **całokształtu wrażeń związanych z kuchnią** - uwzględnia aspekty **wizualne i sensoryczne**
- jest oceniane jako **naturalnie brzmiące** „zrobić dobre wrażenie”, „mieć dobre wrażenia”
- wpisuje się w kontekst **wrażeń z całości pobytu** w regionie
- Big idea „**Kuchnia Pozytywnych Doznań**” **zyskało zróżnicowane** oceny:
 - komunikuje **przyjemne doznania zmysłowe** – w tym kontekście smakowe **ALE**
 - Brzmi nieco **sztucznie** – *”nie mówi się o doznawaniu kuchni”*
- Big idea „**Kuchnia Pozytywnych Doświadczeń**” **jest odrzucane**;
 - użycie określenia „doświadczenie” może budzić **wątpliwość co do jakości kuchni i jej tradycji** - konsumenci jako „króliki doświadczałne”.
 - **nie generuje skojarzeń kulinarnych**



PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE



PENTOR
RESEARCH INTERNATIONAL
MEMBER OF



planet pr
RELATIONS AWARENESS

1

Kuchnia Województwa Śląskiego jest postrzegana jako bardzo atrakcyjna. Za jej największe atuty są uznawane: dobry smak, oparcie o tradycyjne przepisy i naturalne produkty oraz pożywność.

Do najbardziej typowych dań kuchni regionalnej należą: rolada śląska z kluskami i modro kapustą, krupniok, żur śląski.

2

Wiedzę respondentów na temat specyfiki kuchni innych rejonów województwa, niż ich własny, można określić jako stosunkowo małą. Kuchnia Województwa Śląskiego jest identyfikowana z kuchnią śląską, charakterystyczną dla centralnej części województwa.

Badani z południowej części województwa wskazują na cechy różniące ich typ kuchni; ostrzejszy smak, częstsze podawanie potraw takich jak żeberka, golonka, baranina, kwaśnica.



3

Respondenci wskazują na problem zanikania tradycyjnej Kuchni Województwa Śląskiego spowodowany:

- ogólną zmianą trendów żywieniowych (w kierunku potraw niskokalorycznych)
- brakiem zainteresowania kuchnią województwa u młodego pokolenia – szczególnie uczniów szkół gastronomicznych- przyczyną jest niski poziom edukacji

4

Stosunek do umieszczania dań kuchni regionalnej w menu jest uzależniony od:

- Lokalizacji i profilu gości restauracji- najważniejszy czynnik
 - największe zainteresowanie wykazują restauracje o profilu stricte turystycznym lub nastawione na zamożnych klientów indywidualnych i biznesowych.
 - Próbowanie dań charakterystycznych dla danego regionu jest traktowanie jako obowiązkowy element pobytu, pozwala w pełni doświadczyć kultury i specyfiki danego regionu.
- Osobistego zaangażowania kucharza w inicjatywy promujące Kuchnię Województwa Śląskiego - czynnik dodatkowy

5

W opinii respondentów Kuchnia Województwa Śląskiego posiada duży potencjał; dzięki swojemu unikalnemu i tradycyjnemu charakterowi może skutecznie pełnić rolę jednego z głównych filarów promocji województwa.

6

Pomysł stworzenia markowego produktu „Śląskie Smaki” jest odbierany bardzo pozytywnie. Badani spodziewają się, że marka „Śląskie Smaki”:

- zjednoczy lokalne inicjatywy kulinarne pod wspólnym szyldem, co przyczyni się do popularyzacji każdej z nich
- zwiększy atrakcyjność oferty turystycznej województwa i skutecznie przyciągnie gości z innych regionów kraju
- zwiększy zyski restauratorów – częstsze zamawianie przez gości dań regionalnych
- spopularyzuje kuchnię wśród młodego pokolenia i uchroni tradycyjne potrawy przez zniknięciem

7

Zdaniem respondentów tworzenie i zarządzanie marką „Śląskie Smaki” powinno zostać powierzone osobom kompetentnym w dziedzinie gastronomii, pasjonatom z poczuciem misji- kucharzom i członkiniom kół gospodyń wiejskich (rola pomocnicza).

8

Znajomość Festiwalu „Śląskich Smaków” jest zróżnicowana:

- Duża - respondenci, którzy brali udział w festiwalu w roli jurorów lub organizatorów
 - Bardzo mała - badani, którzy nie uczestniczyli w festiwalu
- Organizacja festiwalu jest oceniana bardzo pozytywnie, jako elementy szczególnie atrakcyjne dla uczestników wskazywano: konkursy gotowania, pokazy gotowania na świeżym powietrzu oraz degustacje.

9

Zdecydowana większość badanych deklaruje chęć udziału we współtworzeniu marki „Śląskie Smaki” oraz w działaniach promocyjnych marki, w tym Festiwalu „Śląskich Smaków”. Główne motywy to:

- chęć ochrony tradycji kulinarnych
- możliwość wymiany doświadczeń z innymi kucharzami zaangażowanymi w działania

9

Badani wysoko oceniają pomysł certyfikowania restauracji. Dla zapewnienia wiarygodności przedsięwzięcia:

- wymogi konieczne do uzyskania certyfikatu muszą być wysokie
- procedura przyznawania musi być przejrzysta i obiektywna - dwustopniowa procedura z okresem próbnym

W opinii uczestników badania certyfikat może stanowić istotną zachętę do poszerzania menu o dania Kuchni Województwa Śląskiego .

10

Do działań promocyjnych, które spotkały się z najbardziej przychylną reakcją badanych należą:

- organizacja eventów kulinarnych na terenie województwa oraz w województwach ościennych i w dużych miastach Polski: Dzień „Śląskich Smaków”, pokazy gotowania na świeżym powietrzu, bicie rekordów,
- współpraca z telewizjami
- promocja w Internecie, strona „Śląskich Smaków” jako konieczność, dodatkowo współpraca z blogerami, filmiki

11

Jako big idea najbardziej dopasowana do działań promocyjnych wybierano motto „Kuchnia Pozytywnych Wrażeń” ze względu na zrozumiałość i możliwość gry słownej z wyrażeniami „zrobić dobre wrażenie” .



1	<p>Rekomendujemy stworzenie marki „Śląskie Smaki”, oraz jej popularyzację poprzez:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Popularyzację Kuchni Województwa Śląskiego w restauracjach – główne zadanie➤ Patronat i promocję dla dużych i mniejszych wydarzeń kulinarnych promujących kuchnię regionalną - bardzo ważne zadanie
2	<p>Podczas tworzenia marki sugerujemy zaproszenie do współpracy:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ szefów kuchni i kucharzy aktywnie działających w inicjatywach promujących dania z regionu➤ członkiń kół gospodyń wiejskich
3	<p>Aby marka „Śląskie Smaki” mogła skutecznie promować kuchnię województwa:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ konieczne jest szerokie wsparcie reklamowe w mediach ogólnopolskich (telewizja, prasa, Internet, outdoor)➤ dodatkowo oznakowanie w regionie - tablice na drogach

4

W zakresie działań promocyjnych rekomendujemy:

- Organizację eventów kulinarnych zarówno na terenie województwa jak i poza jego granicami np. w największych miastach Polski
 - pokazy gotowania na świeżym powietrzu, degustacje, konkursy
- Organizację Dni „Śląskich Smaków”, w których we wszystkich certyfikowanych restauracjach obowiązywałaby specjalna zniżka na dania kuchni regionalnej
- Rozbudowa strony internetowej „Śląskich Smaków” – контент powinien obejmować: informacje o marce i działaniach promocyjnych, przepisy kulinarne, blogi kulinarny szefów kuchni z województwa śląskiego, filmiki instruktażowe
- Współpracę z telewizjami
- Stworzenie klastra restauracji znajdujących się przy trasach przelotowych - promocja kuchni województwa przez CB radio i dni otwarte dla kierowców

5

W ramach marki rekomendujemy także działania skierowane do społeczności lokalnych, szczególnie współpracę z szkołami gastronomicznymi - wizyty kucharzy w szkołach, szkolenia i konkursy dla uczniów



6

W kwestii działań skierowanych do restauratorów i kucharzy zalecamy organizację szkoleń:

- z przyrządzania i podawania potraw kuchni regionalnej (w tym „stołów śląskich”) - z uwzględnieniem aspektu wizualnego; w celu podniesienia postrzeganej wykwintności kuchni
 - szczególnie dla restauracji przyhotelowych i nastawionych na klientów biznesowych
- podnoszących wiedzę o kuchni różnych rejonów województwa śląskiego, co pozwoli na:
 - wprowadzenie nowych potraw do restauracji, odkrycie nieznanych specjałów w regionalnych
 - podniesienie postrzeganej różnorodności kuchni

7

Oдноśnie Festiwalu „Śląskich Smaków” rekomendujemy:

- zwiększenie ilości konkurencji konkursowych
- połączenie konkursów z degustacją przygotowywanych potraw- nagroda publiczności
- większe zaangażowanie uczniów szkół gastronomicznych – specjalne konkursy i pokazy gotowania
- nagrody w postaci szkoleń w uznanych zagranicznych instytutach kulinarnych

Warto rozważyć możliwości reklamy restauracji prezentujących się na Festiwalu (np. na stoiskach), co może pomóc przekonać właścicieli restauracji do wysyłania swoich pracowników.

Konieczne jest zintensyfikowanie działań reklamowych promujących festiwal; zarówno na terenie województwa jak i całego kraju, najlepiej w mediach ogólnopolskich.

8

Rekomendujemy wprowadzenie certyfikatów „Śląskich Smaków”. Certyfikaty powinny być przyznawane restauracjom, które:

- posiadają w menu dużą ilość dań kuchni regionalnej - co najmniej pełny zestaw (zupa, przystawka, danie główne, deser)
- Spełniają wysokie standardy jakości podawanych potraw - wygląd i smak potrawy

Aby certyfikaty odpowiednio spełniały swoją rolę należy skupić się na:

- Procedurze przyznawania - akceptacja dla procedury dwustopniowej z okresem próbnym
- Sposobie kontroli jakości dań - wizyty tajemniczych gości (typu „mystery shopper”), ocena dokonywana przez klientów w postaci ankiety lub na specjalnym portalu internetowym
- Sposobie oznaczenia restauracji posiadającej certyfikat: naklejki na drzwiach wejściowych lub tablicy reklamowej lokalu, wystandaryzowana wkładka do menu, logotyp „Śląskich Smaków” obok dań
- Umieszczeniu listy certyfikowanych restauracji w przewodnikach i broszurach turystycznych oraz w Internecie

Z uwagi na dużą ilość propozycji języków, w jakich miałyby być wydawany certyfikat (polski, angielski, niemiecki, gwara śląska) sugerujemy rozważenie pozostawienia indywidualnego wyboru restauratorom.

9

W promocji Kuchni Województwa Śląskiego sugerujemy nawiązywanie do:

- Trendów slow- food- nacisk na używanie naturalnych, świeżych produktów pochodzących od lokalnych dostawców, brak „chemii” (konserwantów, przyśpieszaczy, półproduktów), oparcie na tradycyjnych przepisach
- Wartości pozamaterialnych charakterystycznych dla Kuchni Województwa Śląskiego: celebrowanie przygotowywania posiłków oraz wspólnego biesiadowania
- Zróżnicowanie regionalne tradycji kulinarnych w obrębie województwa - wyjście poza schemat: rolada śląska + kluski śląskie + kapusta

10

Rekomendujemy użycie big idea „Kuchnia Pozytywnych Wrażeń”.





Raport przygotowany przez Pentor Research International i Planet PR na zlecenie Śląskiej Organizacji Turystycznej