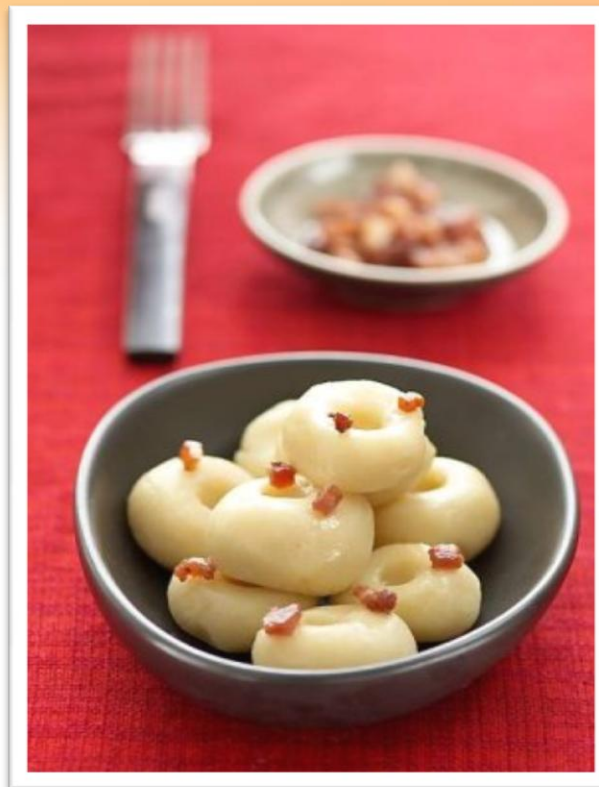




„Śląskie Smaki”

I etap budowy strategii - badania





CELE BADANIA I METODOLOGIA

- W lutym 2010 Pentor RI oraz agencje: Planet PR i Publicon, 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.





PODSUMOWANIE

- Zdaniem badanych Kuchnia Województwa Śląskiego jest atrakcyjna ze względu na jej wyśmienity smak i długą tradycję.
- Zaznaczono, iż kuchnia regionalna ma potencjał do tego, by stać się jednym z głównych filarów promocji województwa.
- Respondenci podkreślają, że promocja marki Śląskie Smaki:
 - przyciągnie turystów,
 - spopularyzuje kuchnię wśród młodego pokolenia mieszkańców woj. śląskiego,
 - uchroni tradycyjne potrawy przed zniknięciem ze stołów.



PODSUMOWANIE

- Rozszerzeniem menu o dania kuchni regionalnej zainteresowani byli badani pracujący w:
 - miejscowościach typowo turystycznych,
 - restauracjach przyhotelowych nastawionych na klientów biznesowych.
- Respondenci deklarują chęć udziału we współtworzeniu marki oraz w działaniach promocyjnych. Obawiają się jednak negatywnego nastawienia ich pracodawców w tym zakresie.
- Do działań promocyjnych zdaniem badanych najodpowiedniejsze będzie motto:

KUCHNIA POZYTYWNYCH WRAŻEŃ

- Motto „Kuchnia Pozytywnych Doznań” zyskało zróżnicowane oceny. „Kuchnię Pozytywnych Doświadczeń” odrzucono.



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 województwa śląskiego.



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

TRADYCYJNA

- cecha nadrzędna i niezmienna w czasie (stały repertuar potraw oraz procedura ich przygotowania),
- cecha przejawia się w śląskim nazewnictwie potraw - np. krupniok (kaszanek), szpyrki (skwarki), modro kapusta (modra kapusta), karminadle (kotlety mielone),
- zdaniem badanych Kuchnia Województwa Śląskiego nie cieszy się jednak zainteresowaniem młodego pokolenia.

SYCĄCA

W DUŻYCH PORCJACH

- pożywna i bardzo sycąca,
- zapewniająca dużą ilość węglowodanów i tłuszczu. Przeważa dominacja potraw mięsnych; rolad, kotletów, zup z mięsem. Wysoka zawartość tłuszczu budzi jednak ambiwalentne uczucia,
- przez trend zmniejszania kaloryczności spożywanych posiłków w społeczeństwie Kuchnia Województwa Śląskiego traci na popularności.



CHARAKTERYSTYCZNE CECHY KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO

SWOJSKA

DOMOWA

- regionalny charakter – zdaniem badanych Kuchnia Województwa Śląskiego uformowana została bez wpływów zewnętrznych:
 - „w stanie czystym” występuje w okręgu katowickim gdzie cieszy się największą popularnością,
 - z elementami góralskimi dominuje w rejonach południowych i górskich,
- chłopskie pochodzenie – potrawy przyrządzane z użyciem powszechnie dostępnych składników; mięsa, mąki, kapusty, ziemniaków,
- proste receptury przygotowania (wyjątek stanowi rolada - posiadał charakter dania odświętnego, a jej przygotowanie cechuje się dużym stopniem skomplikowania).

BIO/NATURALNA

- wykorzystywanie tylko naturalnych, świeżych produktów,
- odrzucenie „ulepszaczy”, „przyśpieszaczy” gotowania.



DANIA KUCHNI WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO W RESTAURACJACH

- W menu znajduje się najczęściej 3- 5 dań z tradycyjnej Kuchni Województwa Śląskiego takich, jak: rolada z kluskami i modro kapustą, krupniok, żur śląski.
- Menu ulega modyfikacjom w zależności od pory roku i dostępności produktów sezonowych. Wycofywane są pozycje niezyskowe, a wprowadzane są takie, które mogą przynieść określony profit.
- Wyboru dań dokonuje zwykle szef kuchni na podstawie obserwacji gustów klientów.
- W restauracjach przeznaczonych dla miejscowych mieszkańców zainteresowanie Kuchnią Województwa Śląskiego jest niższe. W takich miejscach jej dania serwowane w większych ilościach w przypadku:
 - organizacji wesel,
 - organizacji urodzin ,
 - osobistego zaangażowania szefa kuchni w inicjatywy promujące śląską kuchnię.



PROMOCJA REGIONU PRZEZ KUCHNIĘ

- Idea promocji województwa/regionu przez kuchnię zyskuje duże uznanie respondentów.
- Zdaniem badanych, by kuchnia skutecznie pełniła swoją promocyjną rolę, niezbędne jest:
 - umożliwienie spróbowania jej w restauracjach i barach na terenie całego regionu,
 - wsparcie mediów - aktywność reklamowa,
 - organizacja imprez kulinarnych.
- Kuchnia regionalna jest atrakcyjna dla mieszkańców innych województw Polski i turystów zagranicznych.



MARKA „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





MARKA „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Nazwa (nie marka) „Śląskie Smaki” jest znana, choć najczęściej identyfikowana z festiwalem o tej samej nazwie.
- Badani podkreślali, że do marki najlepiej pasują potrawy i produkty określane jako „typowo śląskie”.
- Nazwa „Śląskie Smaki” jest oceniana jako:
 - prosta = swojska i zrozumiała,
 - skutecznie komunikująca ideę marki.
- Zdaniem badanych marka „Śląskie Smaki” ma szansę stworzyć obraz kuchni jako jednego z kluczowych elementów decydujących o specyfice regionu.

Spontanicznie wymieniano takie pomysły, jak:

- oznaczanie restauracji serwujących dania kuchni regionalnej,
- organizację różnych wydarzeń kulinarnych: festiwali, dni produktu, bicia kulinarnych rekordów Guinnessa etc .,
- oznaczanie logotypem produktów typowo śląskich dostępnych w sklepach w całej Polsce.



TWORZENIE MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Zdaniem respondentów marką powinny zarządzać osoby:
 - pochodzące ze Śląska i na nim mieszkające; rodowici Ślązacy,
 - kompetentne w kwestiach gastronomii.
- Badani chcieliby, aby powstała specjalna rada skupiająca kucharzy i szefów kuchni.
- Udział we współtworzeniu marki powinni mieć także:
 - kucharze-zapaleńcy, których motywem działań jest pasja, a nie finansowe korzyści,
 - członkinie Kół Gospodyń Wiejskich będące skarbnicą wiedzy o tradycyjnych, śląskich przepisach.



FESTIWAL „ŚLĄSKIE SMAKI”

- Idea festiwalu i jego organizacja są oceniane pozytywnie.
- Właściciele restauracji zwykle nie dostrzegają możliwości promocji swojego lokalu na tego typu wydarzeniach.
- Zdaniem badanych można ulepszyć formułę festiwalu przez:
 - zwiększenie ilości degustacji,
 - zwiększenie udziału szkół,
 - zintensyfikowanie działań reklamowych.



LISTA CERTYFIKOWANYCH RESTAURACJI

- **Pomysł aprobowany, a nawet spontanicznie wskazywany przez część respondentów.**
- **Jego wprowadzeniu towarzyszyć powinna kampania informująca o inicjatywie oraz działania reklamowe samej marki „Śląskie Smaki”.**
- **Certyfikat powinien być przyznawany restauracjom, a nie konkretnych daniom.**
- **Wyrażono obawy dotyczące sposobu przyznawania certyfikatów, a dokładniej: obiektywności systemu przyznawania i sposobu ciągłej kontroli jakości.**



LISTA CERTYFIKOWANYCH RESTAURACJI

- **Preferowany jest certyfikat w postaci dyplomu lub statuetki. Dodatkowo zaproponowano:**
 - **oznaczenie przy wejściu do restauracji i w menu,**
 - **przyznawanie certyfikatu w języku polskim i angielskim oraz w gwarze śląskiej, a także po niemiecku.**

- **Rolę pomocniczą może pełnić lista certyfikowanych restauracji:**
 - **na stronie internetowej „Śląskich Smaków”,**
 - **w przewodnikach kulinarnych po regionie,**
 - **w broszurach turystycznych znajdujących się na lotniskach, dworcach, punktach informacji turystycznej .**



INICJATYWY MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

KSIĄŻKA KUCHARSKA

- Propozycja wydania książki kucharskiej oceniana raczej pozytywnie, jako dobry sposób na popularyzację kuchni Województwa Śląskiego.
- Książka powinna zawierać zbiór tradycyjnych przepisów, a także historię kuchni i ciekawostki z nią związane - dla umiejscowienia przepisów w szerszym kontekście kulturowym.



INICJATYWY MARKI „ŚLĄSKIE SMAKI”

INNE INICJATYWY

- **Największą popularnością cieszą się następujące pomysły:**
 - **współpraca z telewizjami regionalnymi oraz tematycznymi (np. TV Kuchnia),**
 - **działania w Internecie,**
 - **wydarzenia promocyjne: festiwale, dni „Śląskich Smaków” (mogą być również organizowane poza województwem),**
 - **współpraca ze szkołami gastronomicznymi,**
 - **szefowie kuchni restauracji znajdujących się przy trasie wskazują na cb radio i dzień otwarty dla kierowców tirów.**



Dziękujemy za uwagę