

Portal Województwa Lubuskiego



Lubuskie stoi winiarstwem i dobrą kuchnią. Przekonali się o tym goście Forum Regionów Partnerskich



© Paweł Wańczko/Lubuskie.pl

Kategoria - Promocja Regionu

Data publikacji -30 kwietnia 2025 godz. 14:40

Potencjał turystyczny regionów oraz ich promocja to tematy poruszone na Forum Regionów Partnerskich „Między nami regionami”. 30 kwietnia 2025 r. w Zielonej Górze spotkali się przedstawiciele lubuskich samorządów oraz goście z Czech, Niemiec i Ukrainy.

Forum otworzył swoim wystąpieniem **wicemarszałek województwa lubuskiego**

Grzegorz Potęga. Zaprezentował kluczowe elementy promocji turystycznej regionu: winiarstwo oraz produkty regionalne. – W lubuskim winiarstwie łączymy tradycję z nowoczesnością. Już 800 lat temu ci, którzy tu mieszkali, uprawiali winorośl. Enoturystyka, czyli ta gałąź turystyki, która obejmuje produkty upraw winiarskich, jest przedmiotem naszej szczególnej uwagi. Zapraszamy turystów do zwiedzania winnic, degustacji, warsztatów winiarskich, a winnice oferują już w dużym stopniu możliwość noclegu. To wszystko nie mogło by mieć miejsca, gdyby nie ludzie – świetni, zaangażowani, pełni wiedzy, pasjonaci i erudyci. To, jakimi ludźmi są winiarze, przekłada się potem bezpośrednio na jakość ich produktów, które często zdobywają nagrody na polskich i międzynarodowych konkursach – mówił Grzegorz Potęga.

1 maja 2025 r. na zielonogórskim rynku rozpocznie się [V Lubuski Festiwal Otwartych Piwnic i Winnic](#), w którym wezmą udział również uczestnicy Forum Regionów – reprezentanci landu Brandenburgia, Kraju Libereckiego w Czechach i obwodu sumskiego w Ukrainie.

Jak wyjaśniał wicemarszałek, równie ważną częścią turystycznej marki województwa są kulinaria, a konkretnie – regionalne wyroby. – Mamy miody, sery rzemieślnicze, wędliny, chleby na zakwasie czy też szeroką gamę produktów z ryb. A w związku z tym, że mamy województwo bogate w lasy, to również sporo dziczyzny. Na promocji lubuskich producentów i produktów tradycyjnych koncentrujemy się poprzez działalność Lubuskiego Centrum Produktu Regionalnego – powiedział Grzegorz Potęga.

– Forum Regionów łączy zarówno nasze samorządy w województwie lubuskim, jak i naszych szacownych gości. Chcielibyśmy, żeby ta konferencja posłużyła nie tylko jako obszar prezentacji ciekawych narzędzi, sposobów działania, ale też żeby było to miejsce, gdzie wymienimy się pewnymi doświadczeniami i porozmawiamy ciekawie o pewnych rzeczach – mówił **dyrektor Biura Współpracy Zagranicznej i Europejskiej Współpracy Terytorialnej w Urzędzie Marszałkowskim Radosław Brodzik.**

Promocyjne i szkoleniowe wsparcie producentów regionalnych

Działalność Lubuskiego Centrum Produktu Regionalnego omówiła szerzej **Marta Forszpaniak, dyrektor LCPR-u.** Przedstawiła narzędzia promocji turystyki kulinarnej, takie jak przewodnik „Nawigator Lubuski” i akcję „Lubuskie trendy na regionalne weekendy”, której kolejna edycja rozpocznie się 1 maja 2025 r. Zaprezentowała również działalność szkoleniową LCPR-u. – LCPR to jednostka podległa Urzędowi Marszałkowskiemu, unikatowa na skalę Polski. Wspiera producentów produktów regionalnych, lokalnych i tradycyjnych. Została powołana pod koniec 2018 roku. Współpracuje z nami ponad 460 producentów z różnych branż: piekarniczej, cukierniczej, producenci wyrobów mięsnych, nabiału, pszczelarze, winiarze, jak również twórcy rękodzieła. Wspieramy producentów poprzez organizację skierowanych do nich szkoleń, porady ekspertów i publikacje – mówiła Marta Forszpaniak.

O korzyściach, z jakimi wiąże się współpraca z Lubuskim Centrum Produktu

Regionalnego, mówiła **Magdalena Dec, przewodnicząca Rady Programowej LCPR i właścicielka Decowej Manufaktury oraz Gościńca u Deców**. – Jako regionalni producenci możemy brać udział w szkoleniach, które są szyte na naszą miarę. Możemy bezpośrednio powiedzieć pracownikom LCPR-u, że potrzebujemy np. szkolenia z zarządzania zasobami ludzkimi czy tworzenia rolek do mediów społecznościowych. Zwykle skupiamy się bowiem na tym, ile przypraw dodać, by nasze wyroby były dobre, a nie zawsze mamy czas, by pomyśleć o nowych sposobach na promowanie. Pojawiamy się też w tzw. strefach produktu regionalnego – powiedziała Magdalena Dec.

Kryształ – perła w koronie Kraju Libereckiego

O produktach turystycznych, które są wizytówkami regionów, wspominali również zaproszeni goście. Przykładem charakterystycznej marki jest Crystal Valley, czyli Kryształowa Dolina – forma promocji Kraju Libereckiego w Czechach. Obejmuje ona organizację wydarzeń nawiązujących do produkcji szkła na tym terenie (m.in. wystaw rzemiosła), jak również turystykę górską – promocję szlaków w Karkonoszach, Geoparku „Czeski Raj”, Górach Łużyckich czy Górach Izerskich.

Jak marketing w internecie może pomóc turystyce?

W ramach Forum Regionów szkolenie nt. narzędzi skutecznego marketingu turystycznego poprowadził **Filip Nocny**. Omówił m.in. sposoby tworzenia treści, promocję w mediach społecznościowych, pozycjonowanie stron internetowych oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji.

Udział w wydarzeniu wzięli także m.in. **dyrektor Europejskiego Ugrupowania Współpracy Terytorialnej „Geopark Łuk Mużakowa” Nancy Sauer, specjalista ds. turystyki w Urzędzie Miasta w Żaganiu Łukasz Kozłowski i dr Reiner Kneifel-Haverkamp, dyrektor Wydziału ds. Europejskich Ministerstwa Finansów i Europy Kraju Związkowego Brandenburgia.**