



Smak jako nowa waluta turystyki

2026-03-24

W reprezentacyjnych salach Pałacu Wielopolskich, gdzie na co dzień zapadają najważniejsze decyzje dla miasta, 5 marca wybrzmiała opowieść o smaku, tradycji i nowoczesnym podejściu do turystyki. Wyjątkowe spotkanie pod hasłem „*Money can't buy experience*” zgromadziło przedstawicieli branży, ekspertów i pasjonatów, by wspólnie pochylić się nad kulinarnym DNA Krakowa.

Wydarzenie było owocem partnerskiej współpracy Mercure Kraków Stare Miasto, Kraków Network 2.0, Kraków Tourism Alliance oraz Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa. Wybór lokalizacji nie był przypadkowy – to właśnie w siedzibie władz miasta najlepiej wybrzmiewa dialog między sektorem publicznym a prywatnym, kluczowy dla budowania autentycznej marki regionu.

Spotkanie uroczyście otworzył zastępca prezydenta Krakowa Stanisław Mazur. W swoim przemówieniu podkreślił, że unikalność Krakowa buduje się nie tylko na murach zabytków, ale przede wszystkim na żywej tradycji i współpracy. Według Prezydenta, to właśnie porozumienie między miastem, branżą turystyczną i gastronomią pozwala tworzyć ofertę, której nie da się kupić – można ją jedynie przeżyć.

Głos zabrała również Natalia Kulec-Greń, dyrektor Wydziału ds. Turystyki, która zwróciła uwagę na strategiczne znaczenie lokalnych partnerstw. To one są fundamentem promocji produktów regionalnych, które stają się coraz silniejszym magnesem dla świadomych podróżników z całego świata.

Podróż przez wieki: Od kupców do współczesnych szlaków

Prawdziwą dawkę inspiracji dostarczył wykład dr. Marcina Gadochy, historyka i wybitnego eksperta od tradycji rzemieślniczych. Jako współtwórca krakowskiego szlaku kulinarnego, prelegent zabrał gości w fascynującą podróż w czasie. Uczestnicy mogli prześledzić ewolucję krakowskiej gastronomii – od średniowiecznych tradycji kupieckich, przez historię lokalnych produktów, aż po kultowe miejsca, które przez pokolenia kształtowały tożsamość miasta. Wykład przypominał, że każda potrawa serwowana dziś w Krakowie ma swoją głęboką narrację.

Debata o przyszłości: Doświadczenie jako nowa waluta

Kluczowym punktem programu był panel dyskusyjny z udziałem liderów sektora turystycznego i gastronomicznego. Eksperci analizowali, jak autentyczne smaki regionu mogą stać się silnym magnesem przyciągającym gości oraz w jaki sposób budować skuteczne mosty współpracy między hotelami, restauracjami a magistratem.

Krakowskie smaki w praktyce

Zwieńczeniem wieczoru była sesja networkingowa, która – zgodnie z tematyką spotkania – została zainspirowana smakami Małopolski. Była to przestrzeń do swobodnej wymiany myśli, nawiązywania nowych kontaktów biznesowych i wspólnego planowania projektów, które w nadchodzących sezonach



**Magiczny
Kraków**

będą kształtować kulinarny krajobraz regionu.

Spotkanie „*Money can't buy experience*” udowodniło, że krakowska gastronomia to nie tylko branża usługowa, ale przede wszystkim potężne narzędzie budowania relacji i promocji kultury, którego wartość jest bezcenna.