



MAZOWIECKI OŚRODEK  
DORADZTWA ROLNICZEGO  
ODDZIAŁ POŚWIĘTNE  
W PŁOŃSKU



## PRODUKT TRADYCYJNY I LOKALNY ELEMENTEM PROMOCJI I SZANSĄ ROZWOJU REGIONU

materiały konferencyjne

### KATALOG WYSTAWCÓW

Poświętne, 30 września 2012 r.

Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie  
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy Technicznej Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich  
na lata 2007-2013  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

PATRONAT MEDIALNY:



PATRONAT HONOROWY:



MARSZAŁEK  
WOJEWÓDZTWA MAZOWIECKIEGO







**Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego  
Oddział Poświętne w Płońsku**

ul. Sienkiewicza 11, 09-100 Płońsk

tel. centr. 23 663 07 00

tel. sekretariat 23 662 28 47

fax: 23 662 99 50

e-mail: sekretariat.plonsk@modr.mazowsze.pl

www.modr.mazowsze.pl

Projekt okładki: Stefan Choliński

Druk: Dariusz Paczkowski



**„... dziedzictwo kulturowe jest jak cudowne drzewo, które wyrosło w ciągu minionych lat. Szarpały nim burze, wichry połamały jego gałęzie, zdmuchnęły liście i kwiaty, lecz ono nadal stoi mocne i pewnego dnia, gdy słońce znów zaświeci zza chmur, stanie się jeszcze mocniejsze, jeszcze potężniejsze, jeszcze piękniejsze.”\***

Każde społeczeństwo ma własną kulturę, która stanowi o poczuciu tożsamości jej członków, a zasadniczym warunkiem jej zachowania jest przekaz dziedzictwa kulturowego. Dziedzictwo kulturowe stanowi nieodłączny element krajobrazu obszarów wiejskich i przejawia się m. in: w stylu budownictwa mieszkalnego, zabytkach architektury, elementach ludowej twórczości, kuchni regionalnej. Ogólnie to całokształt materialnego i duchowego dorobku ludzkości. Jest ono gromadzone, utrwalane i wzbogacane w ciągu ich dziejów o wartości duchowe, zjawiska historyczne i obyczajowe. Świadectwem dziedzictwa kulturowego jest też emocjonalny związek mieszkańców z zamieszkanym terytorium wyrażony przez pojęcie ojcowizny, a ostatnio małej ojczyzny.

Potwierdzeniem pielęgnowania szeroko rozumianego dziedzictwa kulturowego mazowieckiej wsi, jest już VII edycja Jesiennego Jarmarku „od pola do stołu”, nad którym patronat honorowy sprawuje Marszałek Województwa Mazowieckiego. Jarmark to nie tylko promocja dziedzictwa, piękna tradycji, to także oferta wypoczynku na mazowieckiej wsi, żywności tradycyjnej i ekologicznej, prezentacja walorów gmin północnego Mazowsza. Koła Gospodyń Wiejskich i inne stowarzyszenia zaprezentują własne wyroby i przysmaki. Jak zwykle wystawie towarzyszyć będą kiermasze drzewek owocowych, krzewów, kwiatów.

Organizatorzy:

\* Birket Smith K., 1974. Ścieżki kultury. Wiedza Powszechna. Warszawa

## **Program VII Jesiennego Jarmarku „od pola do stołu”**

- 10:00 – 15:00      **XII edycja Konkursu Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów** - etap wojewódzki, organizatorami są: Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego, Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego i Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego. Celem konkursu jest identyfikacja i zgromadzenie wiedzy o oryginalnych regionalnych potrawach, stanowiących dziedzictwo kulinarne regionu, wytwarzanych w firmach gastronomicznych i gospodarstwach agroturystycznych, promowanie i stymulowanie wykorzystania zasobów lokalnej tradycyjnej żywności przez regionalną gastronomię
- 10:00 – 15:00      **Produkt tradycyjny i lokalny elementem promocji i szansą rozwoju regionu - konferencja**
- 10.30 - 11.30      Produkty tradycyjne i regionalne szansą rozwoju regionu  
Krzysztof Zaniewski – Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie
  - 11.30 - 12.00      Sieć dziedzictwa kulinarnego  
Anna Woszczyk – Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie
  - 12.20-14.00      Wystąpienia rolników i producentów wytwarzających produkty tradycyjne.
- 11:00 - 15:00      **III Przegląd Ludowych Zespołów Artystycznych**
- 13.00 - 15.00      **Spotkanie producentów lokalnych produktów z szefami kuchni oraz restauratorami** w ramach wspólnego projektu Europejskiego Funduszu Rozwoju Wsi Polskiej, Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego i Slow Food Youth, p.t. „Żywność wysokiej jakości. Krótsza droga od producenta do konsumenta”
- 15:00 - 17:00      **Wręczenie nagród laureatom konkursów:**
- Agroliga
  - Innowacyjne Gospodarstwo Agroturystyczne
  - Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów
  - Najlepszy Zespół Ludowy

Anna Woszczyk

Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego

w Warszawie

## PRODUKTY TRADYCYJNE I REGIONALNE W EUROPEJSKIEJ SIECI REGIONALNEGO DZIEDZICTWA KULINARNEGO

### Wstęp

Turystyka to dzisiaj najlepiej rozwijający się przemysł na świecie. Liczba zatrudnionych w turystyce według danych statystycznych Światowej Organizacji Turystycznej osiągnęła w 2011 roku 235 milionów ludzi, co stanowi 9 % wszystkich miejsc pracy. Oznacza to, że co dwunaste miejsce pracy istnieje dzięki turystyce. Zaraz po paliwach, chemikaliach i przemyśle samochodowym turystyka jest największą z wielu gałęzi gospodarki. W 2011 roku zysk z turystyki wynosił 1 trylion USD. Szacuje się, że w 2012 roku liczba turystów na całym świecie osiągnie 1 bilion osób.<sup>1</sup>

W 2011 roku Polskę odwiedziło o 4,5 % turystów więcej niż w roku poprzednim. Podobnie jak w roku 2010 do najczęściej odwiedzanych województw należały: mazowieckie (1 450 tys.), małopolskie (1350 tys.), dolnośląskie (950 tys.). Turyści zagraniczni w Polsce wydali 16,7 mld zł. Analizując rodzajową strukturę wydatków warto również zauważyć, że turyści w 2011 roku przeznaczyci 15,4% sum na noclegi, a 17,1% na wyżywienie. Wśród tych ostatnich 79,4% wiązać należy z korzystaniem z usług gastronomicznych.<sup>2</sup> Nie dziwi zatem teza, iż dziedzictwo kulinarne to bardzo dobry sposób na zrównoważony rozwój turystyki kulturowej.

Turystów można podzielić na konformistów kulinarnych, czyli takich wśród których internalizacja postaw żywieniowych może mieć charakter tymczasowy (tylko w trakcie podróży), rzadziej trwałe; eksperymentatorów, próbujących wybranych potraw, zachowujących swoją własną dietę oraz konserwatystów kulinarnych. Ostatnia grupa przywiązana do własnych praktyk i nawyków żywieniowych przyjmuje zazwyczaj postawę roszczeniową wobec ludności lokalnej, którą wyrażają poprzez chęć zamówienia potraw przynależnych ich kulturze.<sup>3</sup>

W literaturze można odnaleźć wiele określeń terminu „turystyka kulinarna”. Należą do nich: *turystyka gastronomiczna* (gastronomic tourism), *turystyka kulinarna* (culinary tourism), a także *turystyka żywności* (food tourism). Turystyka kulinarna staje się coraz bardziej popularna ponieważ:

---

<sup>1</sup> [https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/final\\_annual\\_report\\_pdf\\_3.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/final_annual_report_pdf_3.pdf) UNWTO Annual Report „A year of recovery”, s. 6.

<sup>2</sup> W. Bartoszewski, T. Skalska, *Charakterystyka Przyjazdów do Polski w okresie styczeń-wrzesień 2011 roku*, Warszawa 2011, s. 5.

<sup>3</sup> K. Przeclawski, *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1979, s. 68.

- Podczas podróży wszyscy turyści spożywają posiłki
- Jedzenie jest jedną z ulubionych rozrywek wśród turystów
- Regionalna kuchnia staje się motywem wyboru kierunku podróży
- Na turystykę kulinarną nie wpływa sezonowość
- Turystyka kulinarna jest skierowana do wszystkich grup wiekowych
- Kuchnia pozytywnie wpływa na wszystkie odczucia turysty
- Turyści kulinarni szczególnie lubią aktywny wypoczynek<sup>4</sup>

Oderwanie od codzienności - czyli jeden z motywów pobudzający nas do podróżowania może przybrać formę „tourisme - decouverte”, czyli turystyki „odkrywczej”, odnoszącej się w przeważającej mierze do historii; „tourisme - depense ostentatoire”- turystyki klasy próżniaczej, odnoszącej się do współczesnej turystyki typu „loisir” i wreszcie „tourisme de la participation”- turystyki uczestnictwa, uprawianej przez nielicznych.<sup>5</sup>

W psychologii, socjologii i naukach pokrewnych motywacja - to ogół bodźców, pobudek, powodów takiego, a nie innego zachowania ludzi. Pobudki te, czyli motywy, bywają świadome lub nie w pełni uświadomione. Na uwagę zasługuje praca Lubańskiego będąca wynikiem badań psychologicznych. Charakteryzując motywy uprawiania turystyki ustala on następującą ich hierarchię:

- motyw wypoczynku
- motyw zmiany otoczenia
- motyw emocjonalny
- motyw współuczestnictwa
- motyw poznawczy

Z punktu widzenia turystyki kulinarnej motyw emocjonalny, współuczestnictwa i motyw poznawczy wzajemnie się przenikają. Poznać i zrozumieć świat poprzez kulinaria można przede wszystkim poprzez uczestnictwo. Według Marca Boyera trzeba na pewien czas przyjąć miejscowe nawyki jako tymczasowo swoje aby poznać i doświadczyć odwiedzane miejsce.<sup>6</sup>

Motywacja może być również charakteryzowana przez dwie główne właściwości: kierunek i natężenie. Kierunek motywacji możemy określić wskazując wynik, cel czynności. Natomiast natężenie motywacji opisujemy przy pomocy takich parametrów jak siła czy wielkość motywu. Jak zostaje wzbudzony proces motywacyjny?

$$M = f(U, P)$$

<sup>4</sup> E. Wolf, *Agri-Tourism Workbook*, Agri-Business Council of Oregon, Oregon 2003, s. 98.

<sup>5</sup> K. Przeclawski, *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1979, s. 68.

<sup>6</sup> Tamże, s. 68.

Oznacza ona, że motywacja podjęcia jakiegoś zadania (M) jest funkcją (f) użyteczności, wartości tego działania dla jednostki (U), jak również prawdopodobieństwa jego realizacji (P).<sup>7</sup>

Innymi słowy, aby jednostka dobrowolnie rozpoczęła działanie muszą być spełnione następujące czynniki:

- czynniki inicjujące działanie (reklama, artykuły prasowe na temat restauracji, karczmy)
- działanie to powinno posiadać wartość dla jednostki lub służyć realizacji tej wartości (np. tradycyjna żywność jest zdrowa i bez ulepszaczy)
- muszą istnieć warunki zewnętrzne, które w ocenie jednostki, umożliwiają realizację tego działania (np. łatwy dojazd, atrakcyjna oferta).

Źródłem motywacji turystycznej może być zarówno coś, co przyciąga turystę „pull”, a więc np. słynny obiekt turystyczny, np. Wieża Eiffla w Paryżu, przyrodnicze, np. Morskie Oko w Tatrach, imprezy turystyczne, np. Regionalia, obrzędy ludowe, jak również coś, co popycha go do wyjazdu „push”, czyli jego system potrzeb, zainteresowań, aspiracji.

Interesującą propozycję klasyfikacji motywów podróżowania przedstawili E.J. Mayo i L.P. Jarvis w pracy „Psychologia turystyki wypoczynkowej”.<sup>8</sup>

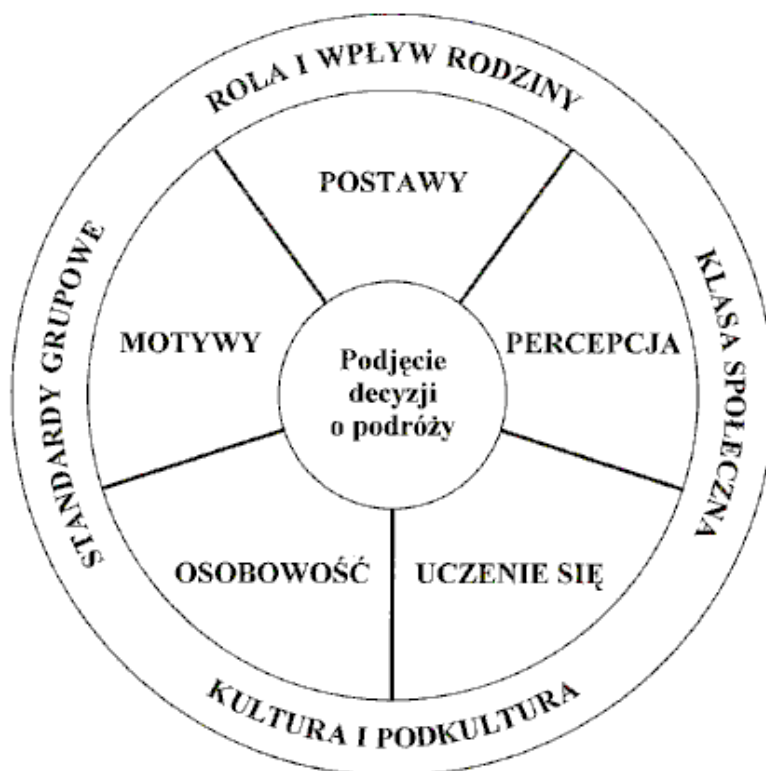
<b>EDUKACJI I KULTURY</b>	<b>RELAKSU I PRZYJEMNOŚCI</b>	<b>DZIEDZICTWO ETNICZNE</b>	<b>INNE</b>
Zobaczyć jak żyją w innych krajach	Zerwać z codzienną rutyną	Odwiedzić miejsca, skąd przybyła rodzina	Pogoda
<b>Zobaczyć osobliwości</b>	<b>Przyjemnie spędzić czas</b>		<b>Zdrowie</b>
			Sporty
Lepiej zrozumieć co zachodzi na świecie	Zdobyć trochę seksualnych lub romantycznych doświadczeń		Ekonomia
			Przygoda
Uczestniczyć w specjalnych wydarzeniach			<b>Uczestnictwo w historii</b>
		<b>Zgodność ze zwyczajami środowiska</b>	

Tabela 1. Wg E.J. Mayo i L.P. Jarvis *Psychologia turystyki wypoczynkowej* (1981)

<sup>7</sup> Z. Kruczek, *Kompendium pilota wycieczek*, Proksenia, Kraków 2010, s.143.

<sup>8</sup> Tamże, ss.145-146.

Nasze preferencje związane z aktywnością turystyczną, sposobem wypoczyniania itp. są rezultatem oddziaływania wielu czynników. Zaliczyć tu możemy m.in. tradycje rodzinne, wzory środowiska szkolnego i zawodowego, wpływ mediów. Także płeć, wiek, poziom wykształcenia czy miejsce zamieszkania należą do czynników determinujących formy aktywności turystycznej jednostki.



Rys. 2. Wg Mayo i Jarvis *Psychologia turystyki wypoczynkowej* (1981)

### **Produkty regionalne i tradycyjne**

Kulinarium to nie tylko jeden z motywów do podjęcia podróży, a więc rozpoczęcia uprawiania turystyki kulinarnej, to również, jak twierdzi M. Deneault, promocja samego regionu, poprzez degustację, uczestniczenie w procesie produkcji oraz zapoznanie się z przepisami danego regionu. Jedzenie staje się zachętą do rozpoczęcia dialogu, kodem decydującym o pierwszym kontakcie z danym regionem. Produkty regionalne funkcjonują na rynku jako produkty markowe i często stają się wizytówką i marką miejsc swego pochodzenia. Jedną z najważniejszych cech produktów regionalnych i tradycyjnych to ich związek z konkretnym regionem. Ich niepowtarzalna jakość jest bowiem zależna od warunków klimatycznych, dziedzictwa kulturowego, umiejętności ludzi i tradycji. Taki związek z Podhalem ma właśnie oscypek, czy andruty z Kaliszem, a ser smażony z Wielkopolską. Związek z regionem jest dwójaki: z jednej strony produkt zyskuje reputację



dzięki specyfice miejsca pochodzenia, a z drugiej- reputacją korzystnie oddziałuje na region i mieszkańców.<sup>9</sup>

„Kiedy regiony chcą dokonywać marketingu samych siebie, a jednocześnie chronić się przed homogenizującymi siłami globalizacji, tożsamość regionalna znajduje schronienie w butelkach wina i kawałkach sera. Kwestie niepowtarzalności regionu zostają wydestylowane w ikoniczne produkty pochodzące z określonych miejsc.”<sup>10</sup>

Dziedzictwo kulinarne to wartości przechodzące z pokolenia na pokolenie, które odzwierciedlają ważne historyczne, etniczne i kulturowe wydarzenia. Co za tym idzie tradycyjne produkty wytwarzane według sprawdzonych od pokoleń receptur, są szansą rozwoju polskiej wsi i promocji Polski w Europie. Tradycyjna żywność to szansa dla niewielkich gospodarstw rolnych oraz małych firm rodzinnych. Przy dobrym pomysłem i odpowiedniej promocji może to być dobre źródło dochodu, gdyż konsumenci są skłonni płacić coraz więcej za jakość i niepodważalność wyrobu. Rodzinne masarnie, serownie czy przetwórnice warzyw coraz częściej uzupełniają dochody gospodarstwa. Są jedną z atrakcji gospodarstw agroturystycznych, a także rozwiązaniem problemu bezrobocia.<sup>11</sup> Często wokół lokalnego produktu tworzą się grupy wspólnie go promujące, występujące o jego krajową i europejską rejestrację, łączące działalność ekonomiczną z pracą na rzecz ożywienia i podtrzymywania dawnych tradycji. Dzięki wspólnemu działaniu, organizacje producentów pełnią rolę integrującą lokalną społeczność: festyny, święta, gdzie prezentują się lokalni producenci i artyści, przywracają zapomnianą już czasami pamięć o dawnych obyczajach. Lokalni wytwórcy mogą być konkurencyjni, jeśli postawią na tradycję i ekologię. Konsumenci poszukują produktów „z duszą” i coraz częściej chcą poznać ich drogę „od pola do stołu”.

### **Europejska Sieć Regionalnego Dziedzictwa Kulinarne**

Koncepcja regionalnego dziedzictwa kulinarnego Europy powstała w 1995 roku w Szwecji i Danii. Popularność jaką cieszyła się inicjatywa została zwieńczona w 1998 roku założeniem Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarne.<sup>12</sup>

Do dnia dzisiejszego do Sieci przystąpiły:

- Polska
- Niemcy
- Ukraina
- Litwa
- Łotwa

---

<sup>9</sup> I. Byszewska, J. Koral, E. Priwiezincew, *Bęćwały, fafernuchy i szare kluski. Dziedzictwo Kulinarne między Bugiem a Narwią*, Społeczny Instytut Ekologiczny, Warszawa s. 3.

<sup>10</sup> D. Bell, G. Valentine, *Consuming Geographies*, London, Routledge 1997, s. 168-169, [w:] A. Wieczorkiewicz, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, Kraków 2008, s. 279.

<sup>11</sup> I. Byszewska, J. Koral, E. Priwiezincew, *Bęćwały, fafernuchy i szare kluski. Dziedzictwo Kulinarne między Bugiem a Narwią*, Społeczny Instytut Ekologiczny, Warszawa s. 5.

<sup>12</sup> <http://www.culinary-heritage.com/information.asp?FlikID=4&MenyID=31&SidaID=21>

Celem Sieci Dziedzictwa Kulinarnego jest zaoferowanie turystom i lokalnym konsumentom regionalnej żywności. Wspólne logo i regulamin pozwalają na lepsze identyfikowanie oraz promocję idei sieci w regionie jak i za granicą. Nadrzędnym celem Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego jest „promocja i poprawa jakości regionalnej żywności oraz wzmocnienie regionalnej tożsamości”. Cele te znakomicie wpisują się w projekt „Odnowionej polityki turystycznej Unii Europejskiej: ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki europejskiej”, w której mowa o tym, iż: „turystyka gastronomiczna wpływa nie tylko na rozwój hotelarstwa i gastronomii, ale jest ściśle powiązana z kulturą, tradycjami, narodami i kulturami...”.<sup>13</sup>

Członkostwo w Sieci Europejskiego Dziedzictwa Kulinarnego to dowód na:

- zachowanie i rozwój regionalnych tradycji kulinarnych charakterystycznych dla danego regionu
- rozwijanie idei Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego w europejskich regionach członkowskich
- rozwijanie wspólnego wizerunku podkreślającego lokalne dziedzictwo kulinarne i lokalne przedsiębiorstwa rolno-spożywcze
- reagowanie na zapotrzebowanie na rynku na żywność posiadającą regionalną tożsamość
- rozwój współpracy pomiędzy lokalnymi producentami żywności, hotelami, restauracjami, i regionami
- przepływ wiedzy pomiędzy członkowskimi regionami, wymianę doświadczeń
- promowanie dalszego rozwoju już istniejących i nowych producentów żywności, wykorzystujących lokalne zasoby surowcowe
- pomoc turystom w znalezieniu miejsc wyróżniających się w danym regionie

Tradycja i jakość mają swoją cenę. Każdy z nas chce mieć pewność z jakiego źródła pochodzi żywność, że wędliny, które kupuje są bez „wypełniaczy”, soki są bez cukru i wody, z wyciskanych owoców, a mąka bez polepszaczy. Produkty te są uważane za najzdrowsze i najsmaczniejsze, lecz także za nieodłączną część dziedzictwa kulturowego i historycznego regionu. Produkty firmowane znakiem Sieci Dziedzictwa Kulinarnego Mazowsze pochodzą z regionu Mazowsza i odznaczają się najwyższą jakością.

Znakowanie środków spożywczych jest nośnikiem wielu informacji ułatwiających podejmowanie przez konsumentów decyzji zakupowych. Polscy konsumenci, podobnie jak w innych krajach europejskich, kupując żywność, najczęściej zwracają uwagę na cenę, datę minimalnej trwałości lub termin przydatności do spożycia oraz markę.

Obserwujemy wzrastającą świadomość konsumentów na temat wpływu sposobu odżywiania na zdrowie. Powoduje coraz większe zainteresowanie informacjami znajdującymi

---

<sup>13</sup> *Odnowiona polityka turystyczna UE: ku silniejszemu partnerstwu na rzecz turystyki Europejskiej* [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004\\_2009/documents/am/656/656084/656084pl.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/am/656/656084/656084pl.pdf)

się na opakowaniach produktów żywnościowych, jednocześnie potrzebna jest dobrze przygotowana kampania informująca i ucząca konsumentów rozmienia treści etykiet i napisów na opakowaniach.<sup>14</sup> Logo Sieci Dziedzictwa Kulinarne wpisuje się w te trendy. Zostało ono stworzone z myślą o gwarancji jakości jedzenia przy jednoczesnej promocji regionu.

Mazowsze szczyci się historycznymi i bogatymi tradycjami kulinarnymi. Różnorodności kuchni sprzyja wielokulturowość regionu. Centrum Mazowsza zaznaczające związki ze stolicą; południe, a więc Ziemia Radomska- o wyraźnych wpływach regionu małopolskiego, północ- silnie związana z Podlasiem i wreszcie Kurpie- obszar Puszczy Zielonej i Puszczy Białej- kultywujące oryginalne i nadal żywe tradycje kulinarne, integralną część kultury i zwyczajów. Na to co pojawiało się na stołach miała wpływ przyroda regionu. Rzeki to kręgosłup Mazowsza. „Granice „ziemi” stanowiły zwykle jakieś rzeki i strugi, np. ziemia chełmińska leżała między Wisłą, Drwęcą i Ossą.; dobrzyńska zajmowała przestrzeń od Drwęcy i Wisły, po Skrę; Wisła od Narwi do Biebrzy i Łeku (dawna nazwa Ełku) w tej naturze granic zwykle wodnych leżała właśnie przyczyna, dla której przestrzenie podobne nazywano „ziemiami”, bo dosłownie była to ziemia między wodami i bagnami położona”- pisze Zygmunt Gloger w „Geografii historycznej ziem dawnej Polski”, Kraków 1903. I dalej: „Bug stanowił granicę Mazowsza z Podlasiem od ujścia Nurca w dół swego biegu aż prawie do ujścia Broku, a dalej szła granica sucha, od lewego brzegu Buga do rzeki Liwca pod wieś Paplin, a od Wólki Paplińskiej w górę rzeką Liwcem aż do ujścia Muchawki w pobliżu Siedlec. Tym sposobem Węgrów i Mokobody leżały na Podlasiu, Zamek Liw na Mazowszu, a Siedlce w ziemi łukowskiej, zaliczanej do województwa lubelskiego. Dalej, na małej przestrzeni, stanowiła granicę Mazowsza z ziemią łukowską mała rzeczka Muchawka. Granica ta porzuciwszy potem Muchawkę, zwracała się stanowczo na południowozachód i biegła już odtąd suchym szlakiem mil kilkanaście aż do Wisły, której dosięgała wprost Magnuszewa, odgraniczając Mazowsze od ziemi łukowskiej, a dalej do ziemi stężyckiej, należącej do województwa sandomierskiego, ale położonej na prawym Brzegu Wisły, poniżej ujścia rzeki Wieprza.”<sup>15</sup>

Mazowsze (województwo mazowieckie) jest największym województwem w Polsce. Jego powierzchnia wynosi 35 598 km<sup>2</sup>, co stanowi ok. 11,4% powierzchni kraju. Niemal całe województwo znajduje się w obrębie nizin środkowopolskich. Krajobraz regionu jest na jego przeważającej części nizinny, a charakterystycznym elementem ukształtowania rzeźby terenu są naturalne doliny dużych, środkowoeuropejskich rzek: Wisły, Bugu i Narwi.

---

<sup>14</sup> G. Krasowska, A. M. Salejda *Ocena wiedzy konsumentów na temat znakowania żywności*, Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, Warszawa 2011, 1(74), ss. 173-189.

<sup>15</sup> I. Byszewska, J. Korał, E. Priwiezincew, *Bęczyły, fafernuchy i szare kluski. Dziedzictwo Kulinarne między Bugiem a Narwią*, Społeczny Instytut Ekologiczny, Warszawa, s. 13.

Mazowsze zamieszkuje ponad 5 mln ludzi - 13,1% ludności Polski - co czyni je najludniejszym województwem. Tu również znajduje się największe miasto w kraju - Warszawa. Liczy ona ok. 1,6 mln mieszkańców, a wraz z miejscowościami przyległymi - 2,5 mln co tworzy z niej jedno z największych miast w tej części Europy. W aglomeracji warszawskiej mieszka zatem prawie 50% ludności województwa, a ogółem w miastach 64%. Do miast województwa należy jeszcze zaliczyć Radom z 230 tys. mieszkańców i Płock ze 130 tys. mieszkańców. Pozostałe są wyraźnie mniejsze.

Mazowsze to region rolniczy, co z punktu widzenia Sieci Dziedzictwa Kulinarne Mazowsze stanowi ogromny potencjał. Użytki rolne zajmują ok. 65% powierzchni województwa (13% terenów rolnych Polski). W tym 71% stanowią grunty orne, 25% łąki i pastwiska, 4% sady. Mazowsze jest zagłębiem ogrodnictwa i sadownictwa, 30% powierzchni polskich sadów znajduje się na Mazowszu, co stanowi ponad 40% krajowej produkcji owoców. Ponad połowa jabłek i 25% truskawek jest wytwarzanych w województwie mazowieckim. Region Mazowsze jest również wiodącym producentem warzyw i drugim co do wielkości producentem zbóż w Polsce. Jest to także lider produkcji mleka, a silną jego stroną jest produkcja mięsa.<sup>16</sup> Mając na względzie ochronę środowiska naturalnego kładzie się duży nacisk na zrównoważony rozwój regionu. Wynikiem tych starań jest również szybki wzrost produkcji ekologicznej. Na obszarze województwa znajduje się już ponad 1000 gospodarstw ekologicznych.<sup>17</sup>

Kulinarne dziedzictwo wspiera turystykę państw Unii Europejskiej poprzez promocję regionu, rozwija lokalne rynki pracy, rzemiosło i rękodzieło artystyczne. Z punktu widzenia turystyki kulinarnej mazowieckie produkty tradycyjne i lokalne posiadają ogromny potencjał, który jako element całości, dobrze zaprezentowane i promowane reprezentują kulturę, w której powstały. Często stanowią o atrakcyjności regionu i są motywem podróży. Droga do sukcesu to zatem tworzenie markowych produktów regionalnych.

---

<sup>16</sup> *Nasze Kulinarne Dziedzictwo- Smaki Regionów*, Polska Izba Produktu Regionalnego i Tradycyjnego, Warszawa 2011, s. 45.

<sup>17</sup> I. Zdrojewska, Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2009-2010, Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, Warszawa 2011, s. 39.



## **PRODUKTY TRADYCYJNE I REGIONALNE ELEMENTEM PROMOCJI I SZANSĄ ROZWOJU REGIONU**

Produkty tradycyjne, wytwarzane zgodnie z tradycyjnymi recepturami, w oparciu o tradycyjne surowce oraz produkty regionalne związane z konkretnym regionem, miejscem wytwarzania przeżywają swój renesans. Przepisy wyciągane z zapomnienia, z szuflad naszych babć czy mam przypominają nam o naszym dziedzictwie kulinarnym. Można przyjąć, że ożywione zainteresowanie takimi produktami jest jakby naturalną reakcją na zjawisko unifikacji żywności w skali regionu, kraju czy też całej wspólnoty gospodarczej. Żywność przemysłowa, wytwarzana na wielką skalę przez ogromne zakłady spożywcze z wykorzystaniem chemii spożywczej sprawia, że bez względu na miejsce zakupu jest ona wszędzie taka sama, wszędzie tak samo smakuje. Chemiczne dodatki funkcjonalne służące poprawie smaku, zapachu, wyglądu, zapewnieniu długiego okresu przechowywania sprawiają, że tak wytworzony produkt może być przemieszczany na ogromne odległości, może podążać za klientem.

Na przeciwległym biegunie tego zjawiska stoją produkty, których skład, sposób wytwarzania, zakorzeniony jest w tradycji kulinarnej regionu. Każdy region, obszar geograficzno-kulturowy posiada swoje niepowtarzalne, często unikatowe produkty funkcjonujące na jego terenie dziesiątki a nawet setki lat.

W epoce konkurencji, kiedy każdy stara się wypromować swój region, wzbudzić zainteresowanie, ożywić na swym terenie ruch turystyczny, tradycyjna żywność staje się jednym z ważniejszych elementów promocji. W krajach rozwiniętych istnieje zjawisko turystyki kulinarnej, gdzie kilkanaście procent ruchu turystycznego to zainteresowani głównie kuchnią, odkrywaniem nieznanych potraw i wyrobów. Także w kraju zjawisko to będzie narastało, tworząc dla lokalnych społeczności okazję wypromowania się i osiągania dochodów.

Chcąc włączyć żywność tradycyjną i lokalną do pakietu promocyjnego potrzebne jest spełnienie kilku podstawowych warunków. Musi być dokonane rozeznanie produktu w swoim regionie. Podstawą jest przeprowadzenie identyfikacji i rejestracji takich produktów. Nie stanie się to samoistnie. Potrzebne jest współdziałanie wielu środowisk formalnych i nieformalnych. Potrzebne jest zaangażowanie społeczności i władz samorządowych deklarujących i wykazujących wolę współpracy. Kluczową rolę w tych działaniach mogą odegrać lokalne grupy działania, koła gospodyń wiejskich, ośrodki doradztwa rolniczego, domy kultury i inne tu nie wymienione.

Trzeba uzyskać informacje o produktach, o ich pochodzeniu i historii, surowcach i materiałach z których są wytwarzane, technologii ich produkcji. Należy wybrać jeden bądź kilka produktów, które będą miały szansę odegrania roli tzw. „lokomotywy” ciągnącej pozostałe. Kolejnym etapem jest zainteresowanie miejscowych producentów, sprzedawców i restauratorów wytwarzaniem i wprowadzaniem ich na rynek. Nie wystarczy bowiem sama informacja o produkcie, musi on być dostępny, musi być legalnie wprowadzany na rynek. Dopiero funkcjonujący w obrocie produkt czy też potrawa może być promowany i szeroko upowszechniany. Podstawowym błędem jest promowanie produktu w oparciu jedynie o wiedzę, że był wytwarzany lub istnieją możliwości jego wytwarzania. Produkt musi funkcjonować w świadomości lokalnej, musi być dostępny, musi stanowić element tożsamości lokalnej społeczności, regionu. Dopiero taki produkt może być promowany, może stać się elementem przywołanego wcześniej pakietu promocyjnego gminy, powiatu czy regionu. Obecnie, ze względu na ograniczone środki finansowe, trudno jest o prowadzenie wielkich akcji promocyjnych. Dlatego należy wykorzystywać inne możliwości, nie wymagające posiadania dużych zasobów. Należy tu wymienić udział w konkursach, festynach, świętach o zasięgu lokalnym, wojewódzkim czy też krajowym.

Doskonałą okazją do promocji regionu poprzez żywność jest umieszczenie produktu na Liście Produktów Tradycyjnych prowadzonej przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Obecnie znajduje się na niej około tysiąca produktów tradycyjnych z całego kraju. Już samo wpisanie produktu na listę powoduje, że poprzez stronę internetową ministerstwa produkt uzyskuje możliwość szerokiej promocji wśród osób zainteresowanych i śledzących rozwój tej strony.

Jako inny przykład efektywnej i nie wymagającej środków finansowych promocji jest udział w corocznym Konkursie o Laur Marszałka Województwa Mazowieckiego organizowanym przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego, Konkursie Nasze Kulinarne Dziedzictwo organizowanym przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego. Laureaci wojewódzcy mogą ubiegać się o Perłę stanowiącą nagrodę rangi krajowej, wręczaną podczas targów Smaki Regionów w Poznaniu. Warto przypomnieć, że laureaci konkursów zapraszani są do udziału w różnych imprezach promocyjnych i targach odbywających się na terenie województwa, kraju czy też za granicą. Udział w takich imprezach przy dobrym przygotowaniu i zaangażowaniu przynosi często ogromne efekty promujące produkt jak i region, w którym jest wytwarzany.

Promocja wytwarzanych produktów poszerza kręgi zainteresowania konsumenckiego, pozwala na dostarczanie wiedzy potencjalnym klientom, rozbudza zainteresowanie odbiorcy. Odwiedzający nasz region spotykać się muszą z gotową ofertą kulinarną, produktami tradycyjnymi, które mogą zjeść w lokalnej karczmie, o których mogą porozmawiać, i które mogą zakupić i zabrać ze sobą upowszechniając je w miejscu zamieszkania.

Produkt, który zdobędzie pewną renomę w regionie, ma szansę dzięki różnym sposobom promocji, na zaistnienie w świadomości konsumentkiej w innych, często odległych miejscach. Konsument zaczyna poszukiwać naszego produktu w pobliżu miejsca swego zamieszkania. Wymusza w ten sposób na podmiotach zajmujących się dystrybucją zaopatrywanie się w te produkty w regionach ich wytwarzania. Napędza to rozwój produkcji danego artykułu, zmuszając producenta do powiększania produkcji i korzystnego zwiększania zasięgu sprzedaży. Dzięki temu coraz więcej konsumentów z innych regionów poznaje nasz produkt i często umieszcza go w koszyku swoich zakupów.

Produkt odpowiednio opisany, często zawierający dodatkową zawieszkę czy też ulotkę informacyjną trafiając do konsumenta dostarcza mu wiedzę nie tylko o nim samym ale też o miejscu z którego pochodzi. Dzięki temu może przyczyniać się do wzrostu zainteresowania naszym regionem. Pobudza to ruch turystyczny, który wymaga obsłużenia, dostarczenia wszelkich usług związanych z pobytem gości w naszym regionie.

Umiejętne sterowanie promocją regionu, z wykorzystaniem produktów tradycyjnych i regionalnych służyć może wszechstronnemu rozwojowi i wzrostowi dobrobytu mieszkańców.

Zdawać sobie należy sprawę, że wszelkie działania, a szczególnie działania promocyjne wymagają głębokiego przemyślenia i nie zawsze przynoszą natychmiastowe efekty. Potrzebna tu współpraca wielu podmiotów administracyjnych, publicznych i prywatnego biznesu. Nie jest to łatwe działanie, lecz w wypadku powodzenia przynosi bardzo korzystne dla regionu efekty.



**WYKAZ WYSTAWCÓW**  
**VII Jesienny Jarmark „od pola do stołu”**  
 Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego O/Poświętne

Firma	Opis
<b>"ACTIV" P.P.H.U.</b> <b>Żółcik Waldemar</b> ul. Kozietulskiego 17 05-622 Belsk Duży Tel. 48 661 02 90	ACTIV P.P.H.U. - producent naturalnego soku jabłkowego "Royal Apple" tłoczonego i pasteryzowanego.
<b>Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa</b> <b>Biuro Powiatowe w Płońsku</b> ul. Sienkiewicza 11 09-100 Płońsk Tel. 23 664 01 41	Stoisko informacyjno-promocyjne – informacja o realizowanych działaniach w zakresie: - pomocy krajowej w formie dopłat do oprocentowania kredytów inwestycyjnych, - Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013
<b>ART PŁONA</b> <b>Stowarzyszenie Twórców Ziemi Płońskiej</b> <b>Wiśniewski Zdzisław</b> ul. Płocka 50 09-100 Płońsk Tel. 23 662 27 02	Malarstwo, rzeźba, kowalstwo artystyczne, haft.
<b>Babskie Fanaberie</b> <b>Szczepan Ewa</b> ul. Wolności 2 05-220 Zielonka Tel. 22 781 85 47	Szkło dekorowane (wazon, misy, salatory, świeczniki itp.), biżuteria artystyczna ( wisiory, medaliony, bransolety, broszki), anioły, figurki, ptaszki, ikony na desce.
<b>Bartoszewicz Krystyna i Bartosz</b> ul. Kryńska 3 16-010 Wasiaków Fax 85 719 34 44	Firma jest przedstawicielem PPHU MIRMIEŚ, producenta wyrobów mięsnych wytwarzanych metodą tradycyjną. Wyroby nagradzane na konkursach kulinarnych.
<b>Borek Feliksa</b> ul. Cieńska 4 07-214 Zatory	Haft kurpiowski.
<b>Blumen Center</b> <b>Pędzich Zenon</b> ul. Głowackiego 9 07-410 Ostrołęka	Kwiaty doniczkowe ozdobne.



<p><b>CARITAS Diecezji Płockiej</b>  <b>Warsztat Terapii Zajęciowej</b>  <b>Sekulska Joanna</b>          ul. Płocka 17          09-100 Płońsk          Tel. 23 676 53 67</p>	<p>Prace wykonane ręcznie przez dorosłe osoby niepełnosprawne w ramach terapii zajęciowej m.in. pudełka na prezenty, torebki ozdobne, biżuteria, obrazy, ikony, itp. Środki uzyskane ze sprzedaży są przeznaczone na integrację społeczną uczestników.</p>
<p><b>CERAMIKA ŻANETA JĘDRAL</b>  <b>Jędral Żaneta</b>          Warszawa Rembertów          ul. Marietanki 1/1          04-409 Warszawa</p>	<p>Ceramika ręcznie modelowana: patery, miski, kwiatki.</p>
<p><b>Chajewska Patrycja</b>          85-446 Bydgoszcz          ul.Kanarkowa 15</p>	<p>Ekspozycja i sprzedaż cebulek kwiatowych sezonowych: tulipany, lilie, szachownice.</p>
<p><b>EURO-SYSTEM Marcin Pacyno</b>  <b>Pacyno Marcin</b>          ul. Bohaterów Westerplatte 3/41          85-827 Bydgoszcz</p>	<p>Firma EURO-SYSTEM zajmuje się sprzedażą artykułów tzw. przeboje TV MARKET tj. PRO V -szatkownica, obierak TURBO. Sprzedaż odbywa się z pokazem.</p>
<p><b>Firma Handlowa ELSAN</b>  <b>Obała Elżbieta</b>          ul. Przemysłowa 8/15          05-120 Legionowo</p>	<p>Wędliny tradycyjne, peklowane, wędzone drewnem olchowym w asortymencie: szynki, balerony, polędwice, boczki, słonina, kiełbasa.          Pieczywo produkowane wyłącznie na zakwasie żytnim, wyrabiane ręcznie, w kilkunastu asortymentach, w tym unikatowe chleby żytnie.</p>
<p><b>Firma Handlowa "WŁADEK"</b>  <b>Krajewski Włodzimierz</b>          Stępowo 19          87-500 Rypin</p>	<p>Stoisko z goframi, obwarzankami, słodyczami i piernikami.</p>
<p><b>Firma Marketingowo-Uslugowa</b>  <b>Jędrzejewska Halina</b>          ul. Róży Luksemburg 6          09-100 Płońsk</p>	<p>Kosmetyki AVON.</p>
<p><b>Gminny Ośrodek Kultury</b>  <b>Koper Maria</b>          Kuczbork- Osada          ul. Mickiewicza 7d          09-310 Kuczbork          Tel. 23 655 32 53          Fax 23 6553253</p>	<p>Rękodzieło artystyczne.</p>

<p><b>Gospodarstwo Agroturystyczne Markowa Zagroda Zalewska Agnieszka</b> Nowe Pawłowo 3 06-415 Czernice Borowe</p>	<p>Ser biały, ser wędzony żółty, masło produkowane we własnym gospodarstwie tradycyjnymi metodami.</p>
<p><b>Gospodarstwo Agroturystyczne MAZURIA Bożena i Stanisław Zera</b> ul. Grunwaldzka 49 12-140 Świątajno</p>	<p>Sprzedaż malin z własnej plantacji oraz soków malinowych, konfitur z malin "Po Mazursku" i ogórków konserwowych "Po Mazursku" własnej produkcji.</p>
<p><b>Gospodarstwo Pasieczne Piotrkowskich Piotrkowski Adam</b> ul. Kościuszki 6 A 09-300 Żuromin Tel. 23 657 28 23</p>	<p>Miody odmianowe i produkty pszczele. Miód propolisowy i wyroby z wosku pszczelego.</p>
<p><b>Gospodarstwo Pasieczne PSZCZÓŁKA Brzozowicz Grzegorz</b> Tomaszów 2a 26-330 Żarnów Tel. 44 757 70 65</p>	<p>Degustacja i sprzedaż produktów pszczelich z własnej pasieki, takich jak: miód pszczeli oraz pyłek, propolis, kit pszczeli, odlewy woskowe.</p>
<p><b>GOSPODARSTWO PASIECZNE Stachyra Andrzej</b> ul. Szpitalna 37 09-300 Żuromin</p>	<p>Miód i produkty pszczele.</p>
<p><b>Gospodarstwo produkcyjno-handlowo-usługowe Kowalski Krzysztof</b> Winniki 18 05-190 Nasielsk</p>	<p>P.Krzysztof Kowalski zamuje się produkcją oleju słonecznego Inianego z Inu uprawianego we własnym gospodarstwie. Olej Iniany otrzymał w 2012 r. I miejsce w konkursie o "Laur Marszałka Województwa Mazowieckiego".</p>
<p><b>Gospodarstwo Pszczelarskie Tudela Jacek</b> Obręb 13 09-214 Mochowo</p>	<p>Produkty pszczele, różne gatunki miodów.</p>
<p><b>GOSPODARSTWO ROLNE Rachocki Tomasz</b> Turza Mała 06-545 Lipowiec Kościelny</p>	<p>Produkty wytwarzane metodą tradycyjną - twaróg wiejski półtłusty niepasteryzowany, masło naturalne.</p>

<p><b>Grzywiński Rafał</b> Chotum 68a 06-452 Ościsłowo</p>	<p>Ekspozycja i sprzedaż cebul kwiatowych sezonowych: tulipany, lilie, szachownice.</p>
<p><b>Janowski Robert</b> Turze Rogi 74a 21-400 Łuków</p>	<p>Olej lniany i rzepakowy tłoczony na zimno.</p>
<p><b>JPJM Justyna Morawska</b> ul. Grabsztyny 1/35 05-110 Jabłonna Kom. 693 155 833</p>	<p>Wyroby z drewna naturalnego - pudełka, zabawki, galanteria drewniana kuchenna.</p>
<p><b>Kałuża Marek</b> 14-202 Iława ul. Brodnicka 19 Kom. 603 225 939</p>	<p>Rzeźby, płaskorzeźby i kwiaty w drewnie. Pokaz rzeźbienia.</p>
<p><b>Kawiarnia ELŻBIETA</b> <b>Lubienieccy Elżbieta i Zygmunt</b> ul. Smorawińskiego 6 06-400 Ciechanów Tel. 23 672 00 34</p>	<p>Stoisko piwno-gastronomiczne.</p>
<p><b>KB MRÓZ</b> <b>Mróz Bogumiła</b> Sowia Wola ul. Wierzbowa 23 05-152 Czosnów Fax 516 014 296</p>	<p>Stoisko z biżuterią srebrną, sztuczną, pozłacaną, wyroby ręczne, biżuteria artystyczna.</p>
<p><b>Koło Gospodyń Wiejskich "U babki"</b> <b>Strutyńska Nina</b> Zatory 07-217 Zatory</p>	<p>Wystawa, degustacja, sprzedaż potraw regionalnych: pierogi, przetwory, napoje.</p>
<p><b>Koło Gospodyń Wiejskich</b> <b>Tomasik Beata</b> Grodkowo Zawisze 09-200 Sierpc</p>	<p>Produkty regionalne, ekologiczne (chleb na zakwasie, pierogi, ciasto domowe, cepeliny).</p>
<p><b>Lokalna Grupa Działania</b> <b>- Przyjazne Mazowsze</b> ul. H. Sienkiewicza 11 09-100 Płońsk Tel. 23 661 31 61</p>	<p>Celem działań jest rozwój obszaru objętego Lokalną Strategią Rozwoju, aktywizacja oraz kreowanie poczucia identyfikacji mieszkańców z obszarem jako całością, popularyzowanie idei współpracy i partnerstwa.</p>

<p><b>Masarnia Wędlin Tradycyjnych JASIŃSCY</b>  <b>Jasińska Danuta</b>          ul. G.F. Żymirskiego 9          05-205 Klembów</p>	<p>Wyroby wędliniarskie tradycyjne, pieczywo, ciasta.</p>
<p><b>Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego</b>  <b>Oddział Poświętne wPłońku</b>          Ul. H. Sienkiewicza 11          09-100 Płońsk          Tel. 23 662 28 47          Fax 23 662 99 50</p>	<p>MODR jest samorządową wojewódzką osobą prawną, której zadaniem jest prowadzenie doradztwa rolniczego obejmującego działania w zakresie rolnictwa, rozwoju wsi, rynków rolnych oraz wiejskiego gospodarstwa domowego, mające na celu poprawę poziomu dochodów rolniczych oraz podnoszenie konkurencyjności rynkowej gospodarstw rolnych, wspieranie zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, a także podnoszenie poziomu kwalifikacji zawodowych rolników i innych mieszkańców obszarów wiejskich.</p>
<p><b>Milada Magdalena Tokarska</b>          Kajetany          Cisowa          05-830 Kajetany</p>	<p>Prezentacja przedmiotów dekoracyjnych i użytkowych z ręcznie malowanego jedwabiu naturalnego.</p>
<p><b>NALEWKARNIA LONGINUS Rafał Dziliński</b>          ul. Leśna 52          06-400 Ciechanów          Tel. 23 673 59 63</p>	<p>Produkcja i sprzedaż nalewek produkowanych metodami tradycyjnymi.</p>
<p><b>Odalski Grzegorz</b>          Strachomin 68          05-334 Latowicz</p>	<p>Czosnek latowicki. Produkt wpisany na listę produktów tradycyjnych.</p>
<p><b>Ogrody i Balkony - Jan Tkaczyk</b>          Nasierowo Dziurawieniec          06-420 Gołymin          Tel. 23 671 61 59</p>	<p>Krzewy liściaste i iglaki. Różne odmiany złocieni.</p>
<p><b>Pasieka Warmińska Kuciński Rafał</b>          ul. Morąska 34/3          11-130 Orneta</p>	<p>Miody odmianowe.</p>



<p><b>Pieczyno Regionalne Kurpiowskie</b>  <b>Roman Niedźwiedzki</b>          ul. Wesola 3          07-437 Łyse          Tel. 29 772 53 91</p>	<p>Pieczyno kurpiowskie pieczone starą metodą kurpiowską na zakwasie, na liściach chrzanu oraz z kartoflami; fafernuchy kurpiowskie, placki żytnie bez drożdży itp.</p>
<p><b>Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe "Romek"</b>  <b>Gawliński Roman</b>          Karnkowo45          87-600 Lipno</p>	<p>Wyroby z drewna (artykuły gospodarstwa domowego wykonane z drewna, niezbędne każdej gospodyni domowej oraz drewniane zabawki)</p>
<p><b>Rzeźbiarstwo w drewnie</b>  <b>ART Płona</b>  <b>Szuliński Zbigniew</b>          ul. Obr. Dobrzykowa 60A          09-300 Dobrzyków</p>	<p>Rzeźba monumentalna i płaskorzeźba, tematyka sakralna i ludowa; aniołki - matka z dzieckiem - akt kobiety - temat żydowski.</p>
<p><b>SMAK TRADYCJI</b>  <b>Tieśluk Piotr</b>          ul. Michała Pietkiewicza 26/2          15-687 Białystok</p>	<p>Prezentacja tradycyjnych wędlin produkowanych wg starych wiejskich receptur - bez konserwantów i innych ulepszczy, wędzone w tradycyjnej wędzarni dymem z drewna olchowego. Chleb żytni na naturalnym zakwasie pieczony w piecu opalanym drewnem.</p>
<p><b>Stowarzyszenie Gminne</b>  <b>Koło Gospodyń Wiejskich</b>  <b>Paradowska Maria</b>          Szczytno          09-142 Załuski</p>	<p>Stoisko z regionalnymi potrawami przygotowanymi wg starych przepisów z terenu gminy Załuski.</p>
<p><b>STOWARZYSZENIE NA RZECZ GMINY</b>  <b>DZIERŻĄŻNIA</b>  <b>Kołąkowska Alina</b>          Dzierżążnia 33          09-164 Dzierżążnia</p>	<p>Miody i przetwory domowe oraz rękodzieło.</p>
<p><b>Szkółkarstwo Sadownicze i Ozdobne</b>  <b>Mysiakowski Tadeusz</b>          Drożdżyn          09-110 Sochocin</p>	<p>Szkółka poleca rośliny sadownicze tj. drzewa owocowe najstarsze i najnowsze odmiany, borówka amerykańska, winorośl, jeżyna, leszczyna, porzeczka, świdośliwa, jagoda kamczacka oraz rośliny ozdobne iglaste i liściaste, w tym formy szczepione.</p>

<p><b>Szkółka Pojemnikowanych Drzew i Krzewów Ozdobnych oraz Owocowych Kędzierska Marta</b> ul. 3 Maja 40 87-605 Tłuchow</p>	<p>Asortyment związany z materiałem szkółkarskim w pojemnikach oraz drzewa alejowe i krzewy ozdobne.</p>
<p><b>Śmietanowski Wojciech</b> Jonikowice 25 09-110 Sochocin</p>	<p>Przejażdżki bryczką i oprowadzanie na koniku.</p>
<p><b>Twórczość ludowa Iwona i Roman Trzciniński</b> Siarcza Łąka 53 07-420 Kadzidło</p>	<p>Rękodzieło: kwiaty z bibuły i inne dekoracje Jadło Kurpiowskie: piwo kozicowe jako tradycyjny napój bezalkoholowy, placek drożdżowy, chleb ze smalcem, fafernuchy, rejbak, placek na maślanie z truskawkami, miódulce.</p>
<p><b>Usługi Stolarskie Frankowski Krzysztof</b> ul. Chopina 2 06-400 Ciechanów Tel. 23 673 70 24</p>	<p>Pokaz rękodzieła w drewnie - koła, kopańki, łyżki, chochle, czerpaki, beczki, deski do krojenia, naczynia drewniane, talerze, koszyki z drewna, stołki itp.</p>
<p><b>URZĄD GMINY SOCHOCIN</b> ul. Guzikarzy 9 09-110 Sochocin Tel.23 661 80 25</p>	<p>Wystawa plenerowa pt. "Sochocińskie guziki ślad dawnej tradycji" ukazująca dzieje sochocińskiego guzika oraz technologię jego produkcji. Celem wystawy jest popularyzacja unikalnego rzemiosła. Obok bogatej tradycji ukazane są również agroturystyczne walory gminy.</p>
<p><b>Wyszkowscy Katarzyna i Kamil</b> Kozery ul. Ustronna 24 05-825 Grodzisk Mazowiecki</p>	<p>Drzewa i krzewy ozdobne, rośliny w doniczkach, formy pienne i strzyżone.</p>
<p><b>Zakład Masarski "TOMUŚ" Reihns Tomasz</b> Królikowo 39 a 11-015 Olsztynek Fax 89 895194433</p>	<p>Wyroby wędliniarskie</p>
<p><b>Zakład Piekarniczo - Cukierniczy Danielewska Danuta</b> ul. Sikorskiego 347 18-400 Łomża</p>	<p>Wyroby cukiernicze, chleb litewski na zakwasie, obwałanki odpustowe, ciastka domowej roboty. Wszystko według domowego przepisu jak na tradycyjnej polskiej wsi.</p>

<p><b>ZPHU Bartnik Żuromiński</b>  <b>Stachyra Roman</b>          ul. Szpitalna 35          09-300 Żuromin</p>	<p>Miody odmianowe, w tym nagrodzony produkt autorski pierzga z propolisem. W miodzie spadziowym pyłek pszczelel, kosmetyki na bazie produktów pszczelich oraz produkty związane z apiterapią.</p>
<p><b>Z.S.P.P</b>  <b>Szymański Leszek</b>          ul. Młyńska11          Parszów          27-215 Wąchock</p>	<p>Miody z własnej pasieki: spadziowy, lipowy, akacjowy, rzepakowy, gryczany, świece woskowe, kit pszczelel.</p>
<p><b>Żelazińska Joanna</b>          Leśniewo Górne 4          06-460 Grudusk</p>	<p>Obrazy malowane farbą olejną, malowane pudełka na herbatę i inne drobiazgi, ręcznie robiona biżuteria.</p>



**III Przegląd Ludowych Zespołów Artystycznych  
 , VII Jesienny Jarmark „od pola do stołu”  
 Mazowiecki Ośrodek Doradztwa Rolniczego O/Poświętne**

Lp.	Zespół	Opis
<b>KATEGORIA I MUZYCZNO - WOKALNA</b>		
1.	<b>Zespół Artystyczny Seniorów „Cantare”</b>	Zespół powstał w styczniu 2012 r. z inicjatywy seniorów, którzy pragnęli wspólnie śpiewać i promować lokalną tradycję. Występuje na licznych imprezach okolicznościowych pod kierownictwem Michała Jarosa, z udziałem akompaniatora - Anity Ciarcińskiej.
2.	<b>Zespół „Dąbkowiaczy”</b>	Zespół powstał w 2008 r. Obecnie liczy 17 osób. W swoim repertuarze oprócz pieśni i piosenek ludowych, ma również pieśni kościelne. Ma za sobą wiele udanych występów, również za granicą. W ostatnim czasie zespół prezentował swoje umiejętności na przeglądzie w Licheniu. Opiekunem zespołu jest Emilia Miłoszewska.
3.	<b>Klub Seniora „Zawsze Młodzi”</b>	Klub powstał w 2007 r. przy Stowarzyszeniu na rzecz gminy Dzierżążnia. Założycielem był Czesław Gąsecki. Klub ma w swoim programie piosenki, skecze przedstawienia kabaretowe, które prezentuje na wielu imprezach okolicznościowych. Dodatkowo zajmuje się rękodzielnictwem oraz promocją lokalnej tradycji. Opracowanie muzyczne - Ewa Konopka.
4.	<b>Zespół Klubu Seniora „Zielenianki”</b>	Zespół powstał na bazie klubu seniora, może się poszczycić licznymi występami artystycznymi podczas uroczystości gminnych oraz I miejscem, podczas Przeglądu Amatorskiej Twórczości Klubów Seniora Północnego Mazowsza, w kategorii Programów słowno – muzycznych. Opracowanie muzyczne - Jolanta Lipińska.
5.	<b>Kapela Folkowa</b>	Kapela powstała w 2009 r. przy Gminnym Ośrodku Kultury w Sochocinie. Motywem, który przyświecał powstaniu zespołu była chęć realizacji muzycznych pasji. Kapela prezentuje utwory instrumentalne, instrumentalno – wokalne oraz

		kompozycje własne. Zespół jest zwycięzcą II Przeglądu Ludowych Zespołów Artystycznych w Poświętnem. Opracowanie muzyczne - Kryspin Kadej.
6.	<b>Zespół „Wiecznie Młodzi”</b>	Zespół powstał w 2010 r. Członkami są emeryci i renciści. Dotychczas wystąpił na 18 koncertach i spektaklach w powiecie płońskim oraz poza jego granicami. Opracowanie muzyczne - Zygmunt Malewicz
7.	<b>Męski Zespół Wokalny „Melodia”</b>	Męski Zespół Wokalny „Melodia” powstał w 1998r. Grupa składa się z 8 osób i działa przy Gminnym Ośrodku Kultury w Opinogórze. Kierownikiem zespołu jest Jerzy Szpojankowski, który zajmuje się również reżyserią i opracowaniem muzycznym.
8.	<b>Zespół Klubu Seniora „Wesoła Paczka”</b>	Zespół powstał na bazie klubu seniora. Do chwili obecnej zespół brał udział w licznych uroczystościach na terenie gminy i konkursach na terenie powiatu. Opracowanie muzyczne - Andrzej Rogoziński.
9.	<b>Chór Zespołu Tańca Ludowego „Zawidzanie”</b>	Chór powstał przy istniejącym od 2000 roku Zespole Tańca Ludowego w „Zawidzu”, tym samym towarzyszy mu na wszystkich koncertach i konkursach. Największym sukcesem zespołu jest I miejsce w kategorii : „Śpiew ludowy” i I miejsce w kategorii „ Instrumenty ludowe” na Międzynarodowym Festiwalu „ Nessebar 2012” w Bułgarii.
<b>KATEGORIA II MUZYCZNO - TANECZNA</b>		
1.	<b>Ludowy Zespół Artystyczny „Kasztelanka”</b>	Zespół istnieje od 27 lat i działa przy Domu Kultury w Sierpcu. Składa się z dwóch grup tanecznych: młodzieżowo – dorosłej i dziecięcej. Najmłodsza grupa powstała 5 lat temu w grupie wiekowej od 6 do 14 lat. Zespół występował na wielu scenach i brał udział w różnych imprezach m.in. Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy. Szczególnym osiągnięciem zespołu było wyróżnienie na Międzynarodowym Festiwalu Folkloru „Krakowiaczek” w Krakowie w 2009 r. oraz udział w Międzynarodowym Festiwalu Folklorystycznym na Węgrzech. Ludowy Zespół Artystyczny „Kasztelanka” jest również organizatorem i gospodarzem Międzynarodowego Festiwalu Folklorystycznego KASZTELANIA w Sierpcu. Choreografem i kierownikiem grupy jest Jadwiga Chojnacka.

2.	<p style="text-align: center;"><b>Ludowy Zespół Muzyczno – Taneczny „Mławiaczy”</b></p>	<p>Zespół powstał w 1961r., od 2010 r. działa przy Miejskim Domu Kultury w Mławie. Zespół występuje na wielu imprezach okolicznościowych i przeglądach również za granicą. W ostatnim czasie zespół brał udział w „VIII Międzynarodowym Festiwalu Folklorystycznym” w Macedonii. Grupę prowadzi Halina Rzeplińska, choreograf i trener Anita Ciarcieńska, instruktor wokalu - Michał Jaros.</p>
3	<p style="text-align: center;"><b>Zespół Pieśni i Tańca „Golądkowo”</b></p>	<p>Zespół istnieje od 1979r., prezentuje folklor regionu Puszczy Białej. W repertuarze posiada pieśni, tańce Mazowsza Północnego i Kurpiowskiej Puszczy Zielonej. Grupa uczestniczy w wielu imprezach okolicznościowych oraz konkursach. Zespół uczestniczył w Przeglądzie Zespołów Folklorystycznych w Opinogórze. Zajął drugie miejsce w II Przeglądzie Ludowych Zespołów Folklorystycznych w Poświętnem w 2011 roku.</p>
4.	<p style="text-align: center;"><b>Zespół Tańca Ludowego „Zawidzanie”</b></p>	<p>Zespół powstał przy Zespole Szkół Samorządowych w Zawidzu Kościelnym. Kierownikiem jest Krystyna Siwec, choreografami są : Monika Żmijewska i Jerzy Przybyła. Zespołowi towarzyszy chór i kapela prowadzona przez Jarosława Gizińskiego. Zespół ma na swoim koncie wiele sukcesów m.in. II miejsce w kategorii taniec na Międzynarodowym Festiwalu w Nessebar 2012” w Bułgarii</p>
5.	<p style="text-align: center;"><b>Zespół Ludowy Karniewiaczy</b></p>	<p>Początki zespołu sięgają przełomu lat 50. i 60. Repertuar składa się z tańców ludowych przeplatanych piosenkami ludowymi i biesiadnymi oraz humorystycznymi skeczami. Zespół występował na wielu scenach w Polsce jak i za granicą.</p>