

Konkurs „Pamiątka z Polski – Polish Souvenirs”. Pamiątka turystyczna jako ważny sektor gospodarki, kultury i promocji kraju

Pamiątka turystyczna to znacznie więcej niż drobny przedmiot kupowany podczas podróży. To materialny symbol miejsca, historii, kultury i tożsamości. To cichy ambasador kraju, regionu i miasta, który po powrocie turysty do domu nadal opowiada historię odwiedzonego miejsca.

Każdy magnes, figurka, kubek, rękodzieło, muzyka, produkt regionalny czy przedmiot inspirowany lokalną kulturą może być nośnikiem emocji i wspomnień. Turysta nie kupuje tylko rzeczy – kupuje historię, doświadczenie i fragment miejsca, które odwiedził.

Pamiątka jako część gospodarki turystycznej:

Współczesna turystyka jest jednym z najważniejszych sektorów światowej gospodarki. Jej wartość tworzy nie tylko transport i noclegi, ale cały ekosystem wydatków turysty: gastronomia, kultura, rozrywka, zakupy, produkty lokalne i pamiątki.

Zakupy turystyczne stanowią istotną część gospodarki odwiedzanych miejsc. Kraje, które świadomie rozwijają turystykę, traktują pamiątki, produkty regionalne i lokalne rzemiosło jako ważną gałąź gospodarki. W wielu państwach sprzedaż produktów dla turystów generuje miliardowe przychody i tworzy tysiące miejsc pracy.

Turysta wydaje pieniądze nie tylko na hotel czy transport. Kupuje także wspomnienia: lokalne produkty, rękodzieło, żywność, symbole kultury oraz przedmioty, które zabiera ze sobą do domu. To właśnie ten sektor łączy turystykę z przemysłem kreatywnym, wzornictwem, produkcją, handlem i lokalną przedsiębiorczością.

Za jednym produktem stoi często cały łańcuch gospodarczy: projektanci, artyści, rzemieślnicy, producenci, drukarnie, zakłady ceramiczne, manufaktury, producenci żywności, rolnicy, logistyka, handel i sprzedaż. Rozwój rynku pamiątek oznacza utrzymanie lokalnych firm, rozwój rodzinnych przedsiębiorstw i wzmacnianie regionalnych gospodarek.

Kraje, które stworzyły przemysł pamiątek:

Państwa, które konsekwentnie budowały swoją markę turystyczną, wykorzystały potencjał własnego dziedzictwa. Turcja, Francja, Włochy, Wielka Brytania, Japonia, Chiny, Tajlandia i Stany Zjednoczone stworzyły całe systemy produktów opartych na historii, kulturze i symbolach narodowych.

W tych krajach pamiątki są obecne wszędzie: w muzeach, centrach historycznych, na lotniskach, dworcach, w sklepach turystycznych i na ogromnych bazarach. Stały się częścią doświadczenia podróżowania.

Szczególnym przykładem jest Turcja, gdzie kultura zakupów turystycznych jest jednym z elementów narodowej marki. Wielkie bazyry, takie jak Grand Bazaar, należą do najbardziej znanych miejsc handlowych świata. Turyści kupują tam rękodzieło, tekstylia, ceramikę,

bizuterię, przyprawy, produkty regionalne i pamiątki związane z kulturą turecką. Tego typu miejsca pokazują, że pamiątka może być całym sektorem gospodarki – źródłem dochodu dla tysięcy rodzin i ważnym elementem promocji kraju.

Podobne rozwiązania funkcjonują na całym świecie. Miasta i regiony tworzą własne kolekcje produktów, które pozwalają turystom zabrać ze sobą część odwiedzonego miejsca.

Symbole narodowe zamienione w produkty:

Każdy kraj posiada symbole, które zostały przełożone na język pamiątek.

Francja stworzyła globalnie rozpoznawalne motywy wokół Wieży Eiffla, Łuku Triumfalnego oraz paryskiego stylu życia.

Włochy wykorzystują symbole takie jak Koloseum czy Krzywa Wieża w Pizie, ale również włoski design, kawę, sery, makarony, oliwę, wina i regionalną żywność.

Wielka Brytania zbudowała rozpoznawalność wokół Big Bena, królewskiej tradycji, herbaty i charakterystycznych symboli kultury.

Stany Zjednoczone wykorzystują symbole takie jak Statua Wolności oraz motywy związane z miastami, sportem i kulturą.

Japonia łączy tradycję z nowoczesnością poprzez sztukę, rzemiosło, design, symbole narodowe, tradycyjne produkty oraz takie elementy kultury jak herbata, ceramika czy sake.

Tajlandia stworzyła rozpoznawalną markę poprzez symbole swojej kultury: figurki Buddy, motywy świątyń, rękodzieło, egzotyczną przyrodę oraz popularne symbole, takie jak trzy małpki przedstawiające tradycyjną zasadę „nie widzę zła, nie słyszę zła, nie mówię zła”. Te przedmioty stały się rozpoznawalnymi na całym świecie pamiątkami.

Chiny pokazują skalę możliwości tego sektora. To jeden z największych producentów i eksporterów pamiątek na świecie. Chińska kultura potrafi zamienić tysiące lat historii w produkty dostępne dla turystów: figurki, dekoracje, symbole szczęścia, motywy smoka, produkty inspirowane tradycją oraz pięknie pakowane przekąski i produkty spożywcze, które stały się częścią doświadczenia podróży.

Polska – ogromny potencjał, który czeka na odkrycie:

Polska posiada ogromny potencjał, który nadal nie został w pełni wykorzystany. Jesteśmy krajem o wyjątkowej historii, kulturze i wkładzie w rozwój cywilizacji. Mamy wybitnych Polaków, wielkich naukowców, artystów, wynalazców, twórców i bohaterów historii. Mamy legendy, symbole, miasta, regiony i tradycje, które mogą stać się podstawą wyjątkowych produktów.

Mimo tego na rynku wciąż brakuje szerokiej oferty nowoczesnych, innowacyjnych pamiątek „Made in Poland”. Często dominują produkty masowe, tandetne i importowane, które nie oddają prawdziwego charakteru naszego dziedzictwa.

Brakuje mechanizmu, który połączyłby projektantów, artystów, rzemieślników i producentów z rynkiem turystycznym. Wielu utalentowanych twórców tworzy wyjątkowe produkty, ale pozostaje bez odpowiednich narzędzi promocji i sprzedaży.

Konkurs „Pamiątka z Polski – Polish Souvenirs”

Konkurs „Pamiątka z Polski – Polish Souvenirs” jest odpowiedzią na tę potrzebę. Jego celem jest stworzenie nowej generacji polskich pamiątek – produktów pięknych, funkcjonalnych, innowacyjnych i opartych na naszym dziedzictwie.

To inicjatywa, która ma odkrywać talenty, wspierać twórców oraz stworzyć platformę sprzedaży dla najlepszych projektów. Produkty powstałe w ramach konkursu mogą trafić do muzeów, punktów informacji turystycznej, hoteli, sklepów, portów lotniczych oraz do sprzedaży internetowej.

Pamiątka jest małym przedmiotem, ale może mieć wielką siłę. Może promować kraj, wspierać gospodarkę, tworzyć miejsca pracy i budować markę Polski na świecie.

Tworząc polskie pamiątki, tworzymy miejsca pracy. Wspieramy twórców. Chronimy dziedzictwo. Budujemy markę Polski.

III edycja Konkursu Pamiątek Turystycznych „Pamiątka z Polski – Polish Souvenirs”

- **Termin nadsyłania prac:** 10 listopada 2026 r.
- **Ogłoszenie wyników:** 25 listopada 2026 r.
- **Wystawa prac laureatów** na Lotnisku Chopina w Warszawie: od 6 grudnia 2026 do 31 stycznia 2027
- **Wręczenie Grand Prix** podczas Noworocznego Spotkania z Korpusem Dyplomatycznym: 8 stycznia 2027

Dodatkowe informacje związane z konkursem:

tel. +48 609 810 561

e-mail: konkurs@pamiatkazpolski.pl

www.polishsouvenirs.org

Prace konkursowe prosimy wysłać na adres:

Sekretariat Konkursu Pamiątek Turystycznych „Pamiątka z Polski – Polish Souvenirs”

Redakcja TTG Polska

ul. Kopernika 30/302

00-336 Warszawa