

Модуль 1. Гастрономічний туризм як вид туристичної діяльності

Тема 1.3. Об'єкти гастрономічного туризму України та світу

ЛЕКЦІЯ № 4

Тема лекції. **Локальні харчові системи, географічні зазначення. гастрономічні гіді як об'єкти гастрономічного туризму**

Очікувані результати навчання:

- охарактеризувати локальні харчові системи як об'єкти гастрономічного туризму;
- пояснити сутність та вплив географічного зазначення на традиційні продукти;
- обґрунтувати географічне зазначення бренду «Гуцульська овеча бриндзя»;
- пояснити, чому заклади ресторанного господарства є об'єктами гастрономічного туризму;
- описати принцип діяльності гастрономічного гіді Michelin;
- здійснити порівняльну характеристику закладів харчування з *, **, *** зірками.

ПЛАН

1. Локальні та харчові системи.
2. Географічні зазначення і традиційні продукти.
3. Окремі заклади ресторанного господарства як об'єкти гастрономічного туризму.
4. Гастрономічний гід Michelin та ресторани, що ними відзначені.

Рекомендовані джерела:

1.	Дишкантюк О.В. Гастрономічний туризм: підручник/О.В. Дишкантюк. К.В. Власюк, Одеса: 2021, 136.	26-34
2.	Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві татуризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с. URL: https://core.ac.uk/download/162019759.pdf magazine (дата звернення 07.06.2022).	

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

1. Локальні та харчові системи та географічні зазначення

Глобальною тенденцією сучасного світу є посилена увага людей до здорового способу життя, а відповідно здорового харчування та якості харчових продуктів. В цьому аспекті увагу науковців і практиків привертає питання створення локальних харчових систем.

Місцева продуктова модель є альтернативою моделі глобального продуктового ринку, в якому продукти долають великі дистанції перед тим, як потрапити до споживача.

Локальна харчова система передбачає налагодження співпраці між виробниками, торговими агентами та споживачами у певному місці, де вони працюють разом, щоб підвищити продовольчу безпеку й забезпечити економічну, екологічну та соціальну стійкість суспільства.

Рух локаворів (*locavore*) (від англ. *local* - місцевий, локальний), сенс якого - споживання продуктів вирощених на максимально близькій відстані від споживача, є популярним трендом в багатьох країнах Європи та США, Канади, і це узгоджується з глобальною тенденцією боротьби за екологію.

Основою гастрономічних пропозицій є територія, а елементом, який є джерелом локальної ідентичності, виступає теруар. Він охоплює екологічні та ландшафтні цінності, історію, культуру, традиції, сільську природу, море, власну кухню цього місця.

Вдалим прикладом агрорекреаційний кластер курорт «Коблево» в Березанському районі Миколаївської області.

Розвиток фермерських господарств здійснює позитивний вплив на життя місцевої громади. Завдяки фермерським господарствам збільшується кількість робочих місць і виробництво, зростає затребуваність продукції місцевого виробника. Місцева продукція стає затребуваною не тільки гастрономічними туристами, але і місцевим населенням.

Затребуваність продукції місцевого виробника зростає, адже на її використанні у технологічному процесі виробництва вже спеціалізуються мережі кафе і ресторанів в усьому світі.

Крім того, у населення виховується культура здорового харчування, адже жителі провідних країн світу приділяють посилену увагу до якості продуктів.

У зв'язку з тим, що число прихильників локаворства стрімко зростає, пріоритетом для багатьох держав стало сприяння створенню маленьких фермерських ринків, які торгують свіжою продукцією, оскільки лише вони здатні максимально задовольнити потреби споживачів у свіжій продукції місцевого виробництва

Перспективним, з нашої точки зору, в аспекті розвитку гастрономічного туризму, є отримання місцевою продукцією статусу контрольованої за походженням, тобто отримання сертифікату, який є підтвердженням географічного походження продукції та має право використовуватися виключно для назви товару, що має відповідне географічне походження та певні властивості.

2. Географічні зазначення і традиційні продукти

Продукти, зареєстровані за однією з трьох схем, можуть бути позначені логотипом для цієї схеми, щоб допомогти визначити ці продукти. Схеми базуються на законодавчій базі Регламенту ЄС № 1151/2012 Європейського Парламенту та Ради від 21 листопада 2012 року щодо схем якості для сільськогосподарської продукції та продуктів харчування.

Це регулювання (яке впроваджується в ЄС і поступово розширюється на міжнародному рівні через двосторонні угоди між ЄС та країнами, що не є членами ЄС) гарантує, що тільки товари, що справді походять з цього регіону, можуть бути ідентифіковані як такі в торгівлі. Законодавство вперше набуло чинності в 1992 році.

Мета закону – захистити репутацію регіональних продуктів харчування, сприяти сільській та сільськогосподарській діяльності, допомогти виробникам отримати преміальну ціну за свою автентичну продукцію та усунути несумлінну конкуренцію і оману споживачів невідповідними продуктами, які можуть мати нижчу якість або інший смак.

Ці закони захищають назви вин, сирів, шинки, ковбасних виробів, морепродуктів, оливок, оливкової олії, пива, бальзамічного оцету, регіональних хлібо-булочних виробів, фруктів, сирого м'яса та овочів.

Продукти, такі як горгондзола, пармезан, фета, блаа, сир Ерв, Лестерширський пиріг зі свинини, сир Пьяве, сир Азіаго, камамбер, херефордшир сидр, коньяк, арманьяк і шампанське можна позначати лише як такі, якщо вони походять з позначеного регіону. Наприклад, сир рокфор повинен бути виготовлений з молока певної породи овець, і дозрівати в природних печерах поблизу міста Рокфор-сюр-Сульзон у департаменті Франції Аверон, де він колонізується грибок *Penicillium roqueforti*, який росте в цих печерах.

Мінекономіки видало свідоцтво про реєстрацію права на використання зареєстрованого зазначення походження товару для сиру «Гуцульська овеча бриндзя». Свідоцтво про реєстрацію права про використання зареєстрованого зазначення походження товару – сир «Гуцульська овеча бриндзя». Свідоцтво видане відповідно до Закону України «Про охорону прав на зазначення походження товарів».

Географічне зазначення є знаком, що наноситься на упакування продукту і засвідчує його високу якість, багаторічну традицію виробництва й особливий зв'язок з територією, де його виготовляють. Географічні зазначення допомогли здобути світове визнання, зокрема таким продуктам як шампанське, коньяк, сири Рокфор, Пармезан.

3. Окремі заклади ресторанного господарства як об'єкти гастрономічного туризму

Окремі заклади ресторанного господарства як об'єкти гастрономічного туризму:

- ресторани, відзначені у відомих ресторанных рейтингах;
- ресторани, що визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань;
- ресторани, відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям;

- заклади ресторанного господарства, що мають унікальну концепцію, місце розташування, неповторний колорит.

Ресторани, відзначені у відомих ресторанных рейтингах. До цього виду рекреаційних ресурсів відносяться заклади ресторанного господарства, відзначені зірками визнаного кулінарного гіда Мішлен (Michelin Red-Guide) та інших ресторанных рейтингів (Zagat, Le Pudlo, Gaultmillau, Lebey і Le Bottin Gourmand). Професійний рейтинг ресторанів із зірками «Мішлен» – найвідоміший і найвпливовіший і світі – формується експертами Червоного гіда, які відвідують такі заклади інкогніто та суворо й об’єктивно судять їх за відповідними критеріями. Його зірки діляться на три категорії.

Наявність у ресторану однієї зірки «Мішлен» означає, що в нього варто заїхати по дорозі або він заслуговує зупинки, якщо трапляється на шляху; наявність двох зірок – варто зробити гак, щоб його відвідати, або заради нього варто зійти з маршруту; три зірки свідчать про унікальність закладу, заради якого варто зробити окрему подорож, тобто поїздку потрібно планувати спеціально для його відвідання.

Ресторани, що визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань. Заклади ресторанного господарства, що відносяться до цього виду рекреаційних ресурсів, визнані кращими у світі за версією престижних 138 фахових видань (зокрема, британського журналу «Restaurant»), очолюють ресторанны рейтингові списки (наприклад, трендового й актуального сучасного рейтингу – San Pellegrino’s 50 Best Restaurants). Найбільший туристський сервіс для мандрівників «TripAdvisor» розробив рейтинг кращих ресторанів планети. Список був складений на підставі мільйонів відгуків мандрівників з усього світу.

Ресторани, відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям. Страви авторської кухні, як і твори художника, повинні відрізнятися від усіх існуючих на ринку: кожна страва повинна бути унікальною, такою, якої більше ніде не можна спробувати.

Якщо шеф-кухар настільки плідний, що придумав не кілька страв, а ціле меню ресторану, кухню цього ресторану можна назвати авторською. Авторська

кухня – кухня, вигадана та заснована певним кухарем і для якої притаманне змішання стилів кухонь різних країн з адаптацією характерних для конкретного регіону страв. При адаптації страв головне – зберігати національний колорит, використовуючи продукти і спеції цього регіону, для того, щоб розкрити смак страви, а не перебити його, максимально підкреслити свіжість вихідних інгредієнтів, зберегти природність, натуральність смаку.

Створюючи авторські страви, кухар творить не за рецептом, а від душі, за творчим натхненням: він використовує власну техніку, може придумати якесь особливе поєднання інгредієнтів, особливий спосіб їх приготування. І тільки вправний майстер здатний відчутти ту невидиму межу, за яку не можна виходити, щоб не зіпсувати смак страви.

В авторських стравах, як правило, кухарі використовують звичайнісінькі продукти, але в результаті виходять досить незвичайні страви. Незвичайне із звичайного – це кулінарна філософія авторської кухні. В авторській страві можуть поєднуватися на перший погляд непоєднувані продукти, але вміння кухаря дотримати вірні пропорції, вибрати правильний процес обробки, придумати ідеально підходящі соуси, обіграти ідею і правильно подати готову страву. Все це робить її не тільки незвичайною, але і довершено смачною

Заклади ресторанного господарства, що мають унікальну концепцію, місце розташування, неповторний колорит.

До цього виду рекреаційних ресурсів відносяться ресторани, кафе, бари та ін., що мають:

– незвичне місце розташування (заклади харчування можуть знаходитися під землею, під водою, на воді, на деревах та ін.);

– унікальну концепцію; тематика концепції підтримується спеціально розробленим меню, зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, використанням для подачі страв посудом, внутрішнім і зовнішнім оформленням та обладнанням приміщень тощо;

– неповторний колорит, у тому числі етно-ресторани; це може досягатися за рахунок як внутрішнього, так і зовнішнього оформлення й обладнання приміщень, специфіки підбраного обслуговуючого персоналу, орієнтації на

вузьке коло споживачів, об'єднаних певними інтересами, ідеями та ін., тощо; такі заклади можуть пропонувати специфічний асортимент страв в оригінальній презентації.

«Ресторанні міста». Щоб отримати статус «ресторанного міста», населений пункт має відповідати таким критеріям:

– у місті повинна бути унікальна кухня, яка визначає кулінарну (харчову) культуру;

– повинна існувати певна кількість людей, які готові витратити гроші на відвідування ресторанів: як місцевих жителів, так і туристів;

– статус найкращих ресторанів повинен бути без сумніву, тобто ці ресторани міста повинні бути дійсно кращими у світі, не копіями і не «зірками другої величини»;

– у місті має бути певна кількість ресторанів вищого класу, стандарти якості, декор і розкіш яких настільки високі, наскільки це взагалі можливо.

3. Гастрономічний гід Michelin та ресторани, що ними відзначені

Поширювався спочатку безкоштовно, а з 1920 року почав продаватись за помірну ціну. Тоді ж до нього включили рейтинг ресторанів за їх цінами. При цьому ресторани з високими цінами позначалися зіркою, що злегка нагадувала квітку.

Червоний гід Мішлен – найвпливовіший та найбільш відомий ресторанний рейтинг сьогодення. Всі чули про зірки Мішлен і всі хочуть потрапити у мішленівські ресторани. 1926 року політика рейтингу суттєво змінилася, і з тих пір зірочка поруч з назвою ресторану вже означала відмінну кухню.

На початку 1930-х років було диференційовано якість кухні за трьома зірками і ця традиція залишається до цих пір:

***** дуже хороший ресторан у своїй категорії.

****** відмінна кухня, заради ресторану варто дещо відхилитись від маршруту.

******* чудова робота шеф-кухаря, варто сюди здійснити окрему подорож.

Відомо, що найчастіше зірки присуджуються шефам, а не ресторанам, таким чином, шеф може піти і «прихопити» свою зірку в інший ресторан.

Видається у Франції, Італії, Австрії, Іспанії, Португалії, Швейцарії, Великобританії, також є видання по Лас-Вегасу, Нью-Йорку, Лос-Анджелесу, Чикаго, Токіо, Кіото, Осаці. За версією Мішлен місто-гурман Токіо (191 сумарна зірка), Париж (98 зірок).

Перший шеф, який отримав 3 зірки в Британії Гордон Рамзі. Гід має свої інспекторів, яких обирають і навчають. Анонімно подорожуючи інспектори відвідують близько 1000 ресторанів. Критерії оцінки – комерційна таємниця

Принцип роботи. Штатні інспектори (подібного немає в жодному іншому рейтингу) інкогніто відвідують протягом року ресторани країни, оцінюючи в них, насамперед, кухню. Експерт представляється тільки після оплати рахунку. Завершальна частина візиту передбачає огляд кухні, інших службових приміщень і коротку розмову з власником.

Зірки відображають головним чином оцінку кухні: якість базових інгредієнтів, особливості їх приготування, поєднання ароматів, фантазію кухаря, дизайн страв і, насамперед, стабільність підтримки високих стандартів якості. При цьому на підсумкову оцінку інспектора також впливають вибір вин, рівень сервірування, якість сервісу, атмосфера й інтер'єр тощо.

Зараз керівництво Michelin робить набагато більше, ніж просто класифікує ресторани – компанія володіє потужним голосом у харчовій промисловості. Michelin задає тенденції для ресторанів, створює очікування в категорії вишуканих страв і перетворює шеф-кухарів на міжнародних знаменитостей.

Чи кожен ресторан може заробити зірку Мішлена?

На жаль, ні, і тут немає нічого спільного з творчістю чи напруженою працею – вся справа в місці. Інспектори путівника Мішлен відвідують лише *декілька вибраних міст у кожній країні*, тому навіть якщо ви готуєте чудову їжу, але робите це в маленькому містечку, зірку Мішлен ви не заробите.

Однак варто спостерігати за Мішленом – час від часу вони розширюють перелік міст, які відвідують.

Хто приймає рішення?

Ніхто насправді не знає. Ресторани оцінюють анонімні інспектори, які завжди приходять без попередження. Тож ви ніколи не можете бути впевнені, що саме зараз цей ресторан не оглядає ваш таємний інспектор.

Чи даються зірки Мішлен назавжди?

Ні. Зірки присуджуються на рік, після чого інспектори знову переглядають ресторан. Були ресторани, які покращились через рік, і після щорічної перевірки вони отримували дві-три зірки. Однак іноді ресторани втрачають зірки або взагалі не потрапляють до наступного видання.

Як заробити зірку Мішлен?

Незважаючи на те, що інспектори залишаються скутими щодо критеріїв, за якими вони обирають найкращі ресторани, аналіз раніше нагороджених ресторанів або історій кухарів, чиї ресторани отримували зірки, може нам багато розповісти. То на що саме звертають увагу аудитори?

Найвища якість – пріоритет.

Здається, якість є основним критерієм при оцінці ресторанів. І справа не лише в якості їжі – якість посуду, обслуговування та навіть дизайн ресторану також має відображати прагнення до досконалості.

Послідовність усіх цих елементів є ключовою – перш за все тому, що ніколи не відомо, коли прийде інспектор, а по-друге тому, що інколи інспектори відвідують місце проведення два-три рази, перш ніж прийняти своє остаточне рішення.

Кулінарний досвід

Смак, аромат і текстура страв – це три ключові показники класу страви, і тому вони є важливими для інспекторів Мішлен. Дивлячись на ресторани, які зазвичай отримують зірки, здається, що інспекторів насамперед цікавить сучасна кухня ... з французьким відтінком. Кулінарний досвід повинен бути насиченим і базуватися на оригінальній послідовній концепції.

Особистість шеф-кухаря

Зірки рідко отримують ресторани, кухарів яких не визнають, принаймні на місцевому рівні.

Інспектори очікують оригінальних меню, що відображають історію, філософію та пристрасть шеф-кухаря. Для того, щоб привернути увагу інспекторів Michelin, слід розпочати з просування бренду шеф-кухаря, оскільки це якнайшвидше приверне увагу до закладу, у якому він працює.