

## Лекция №10

### Тема: Гастрономический туризм как вид Российского внутреннего туризма

#### План:

1. *Технология организации гастрономического туризма.*
2. *Особенности организации гастрономического туризма в России.*

#### 1. Технология организации гастрономического туризма.

Гастрономический туризм – это путешествия, направленные на знакомство с традициями выращивания каких-либо продуктов питания и особенностями кухни, способствующие лучшему познанию различных народов и стран, знакомству с их культурой и нравами.

Грамотные гастрономические туры выстраиваются практически по канонам драматургии классицизма – по принципу единства места, времени и действия.

За короткое время и разумные деньги турист должен получить комплексное и адекватное кулинарно - гастрономическое представление о конкретном регионе в соответствии с сезоном. *Объектом показа* может быть не только *результат* – знаменитое или просто типичное региональное блюдо, продукт, вино, но и *процесс* – технология производства еды или напитка.

При таком подходе

*кулинария – как процесс производства и гастрономия – как процесс потребления* естественным образом дополняют друг друга.

Но недостаточно просто представить продукт сам по себе. Надо объяснить чем лучше запивать это легендарное блюдо, или чем принято закусывать этот замечательный напиток.

В результате турист не только узнает и запоминает сочетание еды и напитков, но и начинает лучше понимать собственные вкусовые предпочтения, перед ним открывается новая область знаний –

эногастрономия.

Поэтому не бывает хороших «винных» и «пивных» туров в чистом виде. Это всегда комплексные программы, показывающие местные хиты в более широком гастрономическом контексте.

Для качественного гастрономического тура очень важно *место действия*. Им не может быть придорожная столовая, где суетливо между двумя обязательными экскурсиями наливают что-то неопознанное из безымянных бочек, выдавая это за дегустацию местных вин.

Выбор опорных точек для такой программы, как и их последовательность, должны быть четко обоснованы поставленной задачей.

Задача показать *результат* – знаменитое или просто типичное региональное блюдо продукт, вино. Опорная точка – *ресторан*.

Задача показать *процесс* – технологию производства еды или напитка. Опорная точка – *винодельня, плантация, завод* и т.п.

Выбор всегда широк. Например, дальновидные производители продуктов питания и напитков с удовольствием принимают у себя туристов, понимая перспективную выгоду от растущего спроса на свою продукцию. За небольшую, часто символическую плату они устраивают экскурсии по своим погребам и заводам, проводят сравнительные дегустации разной степени сложности – в зависи- мости от подготовленности аудитории.

По мере возможности любознательным туристам предлагают и самим принять участие в технологическом процессе. Например, после краткого инструктажа, пройти с ножницами ряд другой на уборке винограда. Впечатления незабываемы.

Обстоятельство времени играет важную роль и с точки зрения очевидной сезонности конкретных продуктов (например, спаржа, трюфели), и в более широком культурологическом контексте. Поэтому многие гастрономические туры приурочены к сезонным мероприятиям и праздникам. Например, в ежегодному Лимонному фестивалю в г.Ментона на Лазурном берегу Франции.

Ментона считается цитрусовой столицей Франции. По всей стране славится ее бодрящий воздух, наполненный терпким и горьковатым лимонным благоуханием. Считается, что именно благодаря воздуху продолжительность жизни здесь выше, чем по всей Франции в целом. В феврале ежегодно в городе вырастают апельсиновые замки, сказочные персонажи из лимонов и огромные съедобные деревья. Вдоль побережья проходит Кортёж золотых фруктов, украшенный цитрусовыми плодами и цветами. Представить размах мероприятия можно, если знать, что для подготовки праздника используется 130 тонн цитрусовых плодов.

Важнейший *технологический прием* в гастрономическом туризме – *дегустационное меню*. Оно дает возможность в течение одного обеда дать некоторое общее, но достаточно стройное представление о кухне и винах данной местности. В этом ключе давно и грамотно работают рестораторы Австрии, Германии, Италии, Франции – практически всех винопроизводящих стран.

По уровню и стоимости варианты могут быть различные:

- от престижных гастрономических ресторанов с нескончаемыми переменаами блюд и бездонными винными погребами
- до маленьких деревенских ресторанчиков с адекватной региональной кухней, где при отличном качестве, отсутствие, например, мишленовских звезд делает цены ниже.

Классический пример развитого гастрономического туризма – Франция. Французы совершенно справедливо воспринимают свои вина как неотъемлемую часть образа страны и используют это обстоятельство для ее продвижения как турпродукта на мировом рынке.

Вся страна покрыта густой сетью туристских винно - гастрономических маршрутов. Группы любителей и знатоков местных вин и кухни приезжают сюда со всего мира практически круглый год. При этом осенью, в период сбора урожая – очевидный всплеск интереса к этой стороне французской жизни. В это время запускаются специальные чартерные программы, в

рамках которых недельные маршруты постепенно передвигаются с юга на север вслед за сбором винограда.

О важности туризма для французских виноделов говорит такой факт: в регионе Beaujolais руководитель межпрофессионального союза производителей Божоле и глава регионального туристического офиса – один и тот же человек.

Постоянно растет количество туристских фирм, организующих путешествия с целью открытия страны через гастрономию. Сложилась такая специализация

- гастрономия регионов;
- «винные пути»;
- путешествие в различные эпохи – историческая гастрономия и art de la table.

Во Франции существует гастрономически туристический салон Tourgast, объединяющий турагентства, производителей продуктов и рестораторов, проходящий ежегодно с 22 по 25 апреля во французском городке Сен-Луи, рядом со швейцарской и германской границей, благодаря чему ставший международным.

Франция также одна из самых богатых стран в отношении гастрономически-туристической литературы. Существует около 12 гастрономических гидов и 30-40 книг о кухне или гастрономических особенностях определенных регионов. Авторитетный Красный гид Мишлен объединяет лучшие заведения (от гастрономических ресторанов до недорогих брассери) по принципу их географического расположения. А гид Pudlo знаменитого ресторанный критика Жилия Пюдловски выделяет лучшие типичные продукты и их производителей в разных регионах страны.

В Австрии, Испании, Италии существуют детально проработанные маршруты вдоль «винных дорог». В программу качественного винного тура, например, по Тоскане может входить участие в сборе урожая оливок, грибной фестиваль, кулинарный семинар.

Кроме того в разных странах наблюдается бурный рост так называемого агротуризма. Базой для него может служить отреставрированная мельница, усадьба или ферма, где туристам предлагают несколько вполне комфортабельных номеров, но с типично деревенским убранством. А вокруг виноградники, оливковые рощи или фруктовые сады, овощные плантации, местные продукты и вина. Агротуристы могут заниматься посильным трудом. Особенно много желающих лично собрать немного винограда, из которого получается замечательное вино. Здесь можно остановиться на ночь, задержаться на несколько дней или вообще пожить какое-то время. Разумеется, такие туры дороже стандартных, а по количеству людей они заметно уступают обычным экскурсионным.

Винно-гастрономические туры интересны не только с познавательной и коммерческой стороны. Интересная и полезная информация о национальной кухне и напитках любой страны привлекает внимание и к другим ее достопримечательностям. На этот же результат работает обильная справочная литература, как для начинающих гурманов, так и для специалистов.

## **2. Особенности организации гастрономического туризма в России.**

Россия – страна полиэтничная. Многообразие этносов даёт многообразие национальной кухни, где можно выделить традиции этнической кухни, а также кухни современной России, впитавшей в себя традиции различных народов. Поэтому гастрономический туризм – это для России пока редкий вид туризма, но перспективный. Возможно, отечественный турист вновь обратится к родной стране, а также иностранные туристы в ключе мировой моды на гастрономический и агротуризм захотят просветиться на российской почве. К сожалению, прошедшие времена тоталитаризма и уничтожения всего буржуазного, к чему также относилась традиция хорошо питаться и рассматривать приготовление пищи как искусство, привели к упадку российской национальной кухни. Выросли целые поколения, которые считают, что в

России нет такого явления. Также серьезный урон российскому виноделию нанесла эпоха борьбы за трезвость и вырубка виноградников.

Основная проблема развития туризма в России – отсутствие соответствующей инфраструктуры, важной частью которой являются рестораны. Вопрос об услугах ресторанов и кафе один из наиболее часто задаваемых журналистами представителям органов управления туризмом. Одна из номинаций награждения во Всемирный день туризма, это лучший ресторан отрасли, возродивший русские традиции гостеприимства. Развитие ресторанов и русской кухни – это одно из направлений развития туристической индустрии Москвы, повышения привлекательности города для туристов. Но нельзя сказать о такой тенденции по всей России.

Однако помимо наличия ресторанов и развития туристической инфраструктуры в целом, важна пропаганда страны с гастрономической точки зрения. Но прежде чем начать привлекать туристов к изучению национальной гастрономии, в том числе посредством специализированных туров, необходимо осознать ее как часть своего менталитета, начать уважать и приумножать. И как следствие, развитие ресторанного рынка и рост внутреннего туризма станут лучшим залогом популяризации гастрономических традиций нашей страны во всем мире.

Поскольку в России гастрономический туризм только зарождается, соответствующих туров в чистом виде пока еще нет. Элементы гастрономического тура включают в основные программы. Знакомство, например, с русской кухней происходит во время посещения национальных ресторанов, где строго соблюдаются традиции приготовления употребления и сервировки блюд.

Москва как столица представляет нам ряд прекрасных ресторанов, специализирующихся на русском меню. Но нам важно, чтобы этот вид туризма развивался также и в других городах и областях России.

В некоторых регионах, например, в Ярославской области, предлагаются программы типа «Обед в русской избе». Они организуются в настоящем

деревянном доме, хозяева которого принимают гостей в соответствии с русскими хлебосольными традициями. Хозяйка печет хлеб, достает из погреба различные соленья, наваривает чугунок картошки из своего огорода, режет и запекает поросенка и т.д. Ценное достоинство такого обеда – экологическая чистота используемых продуктов.

Развито в России также посещения винодельческих заводов и водочных производств с дегустацией. Такие экскурсии особо распространены в Краснодарском крае, где широко выращивается местный виноград и виноград европейских сортов. Наиболее значимым местом здесь можно назвать завод шампанских вин «Абрау-Дюрсо», имеющий давнюю историю.

Интересный опыт развития различных форм гастрономического туризма представляет Суздаль, город Владимирской области. Старинный русский город Суздаль имеет не только памятники истории. Главные богатства суздальской земли, увековеченные в летописях, связаны с особой экологией окрестностей. Это необычный для этих мест слой поверхностного чернозема и своеобразный микроклимат, обусловленный причудливостью рельефа. Это и побудило пришедших сюда в древности славян заняться огородничеством. Культовые суздальские культуры – это огурец и хрен.

**Огурец** – узаконенный символ города. 28 июня проводится один из главных городских праздников – День огурца. Одним из волнующих моментов праздника бывает запуск в небо большого надувного огурца под переделанную песню об олимпийском мишке.

Огурец здесь выращивается широко, есть несколько местных сортов, к сожалению, вытесняемых гибридами. Весной и летом город похож на зеркало из-за обилия сверкающих теплиц. Раньше огородники снимали по несколько урожаев за год и прилично зарабатывали. Сейчас местное вытесняется привозным и на суздальских рынках и при вывозе в соседние области.

Другой фирменный суздальский продукт – **хрен**. Баночку фирменного протертого суздальского хрена можно купить на торговой площади и

сегодня. Но его промышленное выращивание в прошлом. Ближайшая промышленная плантация находится тоже во Владимирской области, но далеко от Суздаля. Сохраняется возможность вернуть суздальскому знаменитому продукту массовую популярность и превратить его в бренд, приносящий городу вполне реальные деньги.

Самый знаменитый суздальский продукт – получаемый путем сбраживания суслу всухую с добавлением всевозможных трав и пряностей – мед вареный, **медовуха**. Термин этот имеет искусственное происхождение. Он возник в 1967 г. в год создания туристического маршрута

«Золотое кольцо». В настоящее время в городе существует несколько производств, в т.ч. возрождено советское промышленное – сегодня на его базе и на московские деньги запущена линия по разливу медовухи.

Это главные суздальские гастрономические достопримечательности, которые являются своего рода местными брендами, придающими городу дополнительную при- влекательность.

Но для развития гастрономического туризма недостаточно существования местных продуктовых брендов. Нужны также рестораны, готовые специализироваться на местном меню, гостиницы и многое другое. Один из самых знаменитых суздальских ресторанов – «Трапезная в Кремле», расположенный в Архиерейских палатах. Он имеет два ключевых слогана: «Душевно и по-русски» и «Нашему меню 300 лет». Именно столько лет Архиерейским палатам. Трапезная позиционирует свою кухню как традиционную русскую, более того, как достижение суздальской поварской школы.

«Этническая» часть меню представляет салат архиерейский, жульен из судака с белыми грибами, осетрина в шампанском, уха архиерейская из осетрины с расстегайчи- ком, свинина по-суздальски с яблоками, мясо по-монастырски под слойкой, осетрина по-русски, пелядь, за- печенная в фольге.

Стоимость русского меню, предназначенного для участников

гастрономического тура, должна быть на 10- 15% выше обыкновенного меню. При ресторане строится гостиница, что отвечает мировым тенденциям гастрономического туризма.

Туристический комплекс «Горячие ключи» в Суздале также включает в себя ресторан, специализирующийся на традиционных русских блюдах, а также гостиницы и русские банные домики. Для посетителей домиков даже есть специальное «банное меню», которое также отражает тенденции этнической кухни.

Как видим, у Суздаля есть большой потенциал для превращения в центр гастрономического туризма.

Гастрономический туризм не может стать направлением массового туризма, он предназначен для ценителей прекрасного знатоков и гурманов. Он способен служить формированию привлекательности страны и созданию ее положительного имиджа. Но для полного воплощения идеи в жизнь нужно новое поколение туроператоров, готовое пожертвовать валом ради уникальности программ.

### **Вопросы и задания.**

1. Сформулируйте понятие гастрономического туризма.
2. Что является объектом показа для гастрономических туров?
3. Каковы основные правила создания гастрономических туров?
4. Что такое дегустационное меню?
5. Что может служить базой для организации гастрономических туров?
6. Почему владельцам предприятий по производству продуктов питания выгодно приглашать к себе туристов?
7. Каковы культурологические аспекты развития гастрономического туризма?

### ***Литература***

Карак П.С. Социальная экология. Экологическое сознание /П.С. Карак. - Минск: Экоперспектива, 2011.- 215 с.

Колбовский Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма.- М.:

«Академия», 2011.- 256 с.

Мерзлякова Г.В., Пименова Е.Л. Развитие экологического туризма в России на рубеже XX - XXI веков. - Ижевск: Удмуртский университет, 2007.-168 с.

Сергеева Т.К. Экологический туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004 . - 360 с.

Храбовченко В.В. Экологический туризм: Учебно- методическое пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.

Пименова Е.Л.Экологический туризм: учебно-методическое пособие для студентов бакалавриата направления «Туризм». - Ижевск: Издательство «Удмуртский университет», 2012. - 78 с.