

„Minőség és összefogás a gasztronómiában, helyi termékek készítésében és a turizmusban” Panelbeszélgetés kivonata

HORECZKI RÉKA: tudományos munkatárs; ELKH KRTK Regionális Kutatások Intézete; 7621 Pécs, Papnövelde u. 22; horeczki.reka@krtk.hu; <http://orcid.org/0000-0003-3131-681X>

KOVÁCS DEZSŐ: c. egyetemi tanár; elnök; Baranyai Gasztrorégióért Egyesület; 7635 Pécs, Erdész út 35.; kovacsd951@gmail.com

A gasztronómiai régió panel célja a magyar gasztronómia helyzetének áttekintése és ehhez kapcsolódva Baranya megye gasztronómiájának, fejlődési lehetőségeinek megvitatása volt.

A panel választ keresett arra, milyen kihívásokkal kell szembe nézni, milyen feladatokat kell megoldani, hogy a megye gasztronómiáját magasabb szintre emeljük és a turizmuson és gasztró-turizmuson keresztül a megyének és Pécs városának európai láthatóságot biztosítsunk. Közösségi összefogáson által a magasabb követelmények teljesíthetőek-e? Lesz-e elég bizalom, együttműködési szándék és összetartó erő egy magasabb minőségi szint elérésére?

A panelbeszélgetés résztvevői:

MOLNÁR B. TAMÁS, a hazai gasztró-forradalom elindítója

HORVÁTH ZSOLT, Pannon Filharmonikusok igazgatója

KOVÁCS DEZSŐ, Baranyai Gasztrorégióért Egyesület elnöke

A panelbeszélgetés alapját két közismert vendég előadása jelentette, akik elsődlegesen a minőségről és az összefogásról beszéltek, amely a vidéki térségekre vonatkozó problémák többségét is orvosolni tudná.

Az első előadás a hazai gasztróforradalom elindulásáról, annak okairól, a problémákra adott lehetséges válaszokról szólt. A gasztronómia a 2000-es évek elején nagyon kritikus állapotban volt, a képzés, a szakmai alapok, a szakkönyvek lemaradásban voltak nemcsak a nyugati országokhoz, hanem az „időhöz” képest is. A Magyar Gasztronómiai Egyesület azzal a céllal alakult, hogy olyan gyakorlati dolgokat vezessen be és indítson el, ami segíthet a kilábalásban. Két szakmai versenyt hívtak életre (Hagyomány és Evolúció, Czifray-versenykurzus), ahol a legfontosabb elem az életszerű, étteremszerű ételek és a főzés maga volt. A

versenyszituációk meghirdetésekor a valós, szakszerűen működő műhelyek létrehozása lett a koncepció. A cél a tudatos alapanyaghasználat és ún. csiszolt ízlés megjelentetése; mivel „jobb egy jó hal és egy rossz szakács párosítása, mint a rossz hal és jó szakács”. Az egyesület nevéhez fűződik az Aranyszalag tanúsító védjegy alapítása, azon vállalkozók számára, akik minőségi, hazai alapanyagot szolgáltatnak; pl. Baranya megyében a sellyei fűrj, az ófalui Zichy wagyú, Heppenheimer tojás. De ezt a minőséget csak úgy lehet fenntartani, ha az éttermek szövetkeznek egymással és „feltékenység nélkül ajánlják egymásnak ezt a szintű minőséget és vásárolják is”. A minőség kérdése mégis meglehetősen érzékeny téma, mivel ezen termelők a minőséget meglehetősen „borsos áron” értékesítik, amelyre egész egyszerűen nincs még meg a megfelelő kereslet a régióban. Az alapanyagokkal kapcsolatban fontos szerepet vállalt fel a Baranyai Gasztrorégióért Egyesület, amely a helyi termelők és az étteremtulajdonosok közötti közvetítést is céljává választotta. Azt tapasztalhattuk, hogy a térségben a helyi termelők egy része képes és hajlandó együtt, megfelelő mennyiségű és minőségű terméket előállítani (pl. méhészek és borászok esetében).

A gasztronómia területén az oktatásban sajnos nem sikerült áttörést elérni; új tankönyvet kiadni vagy a régit leváltatni több évtizedbe telik a jelenlegi szabályozások miatt. A képzés fontosságára hívták fel a figyelmet a hallgatóság soraiból is jórán; akár belföldi, külföldi tanulmányutak, akár szakmai továbbképzések, kurzusok, illetve egyéb tevékenységek továbbfejlesztéséről (marketing, vevőkiszolgálás stb.) lenne szó, nagyon komoly lemaradásban van a régió.

Baranya megyére vonatkozóan több tanulsággal is szolgált a panelbeszélgetés, mivel számos helyi szakács, étteremtulajdonos, a Baranyai Gasztronómiai Klaszter tagja vett részt rajta. Az összefogás kulcskérdésnek számított a hozzászólások esetében, a Klaszter tagjai pl. olyan vállalkozásokat képviselnek, akik progresszívebben próbálnak hozzáállni a vendéglátáshoz, igyekeznek tudásukhoz és feltételeikhez képest is a lehető legtöbbet nyújtani és önmagukat továbbfejlesztteni. A legfontosabb cél az erős, tevékeny közösség kialakítása, a személyes ellentéteken való felülkerekedés.

A gasztronómiai szektoron belül és kívül nagyon fontos a kapcsolat a többi szektorral, így a kultúrával és a turizmussal is. A gasztronómia megjelenítése a komolyzenében (a Kodály Aperitif rendezvény - a Zene Zamata) és összekapcsolódása erős keresleti tényező

eredményezhetne. A Pannon Filharmonikusok más szakmák, ágazatok és hivatások számára is szolgálhat tanulságokkal a kvalitás és együttműködés tanpéldájaként. A legfontosabb üzenet talán a panelbeszélgetés során, hogy „ki kell törni a buborékban élő gondolatmenetekből, a zárványszerű képzésekből”; nem lehet mindig az együttműködés hiányára és a másik megismerésének az igénytelenségére hivatkozni és elutasítani alapvetően jó ötleteket.

A Pannon Filharmonikusok és Horváth Zsolt története 2003-ban kapcsolódott össze, amikor fiatal, ambiciózus pályakezdőként (több társához hasonlóan) csatlakozott a zenekarhoz. Akkor úgy gondolta, nem elköltözni kell vagy feladni a pécsi ambíciókat, hanem az együtttest kell sikerre vinni. Jelenleg 134 fő dolgozik együtt a zenekar sikereiért, ebből 110 muzsikos, művészember és a többiek a menedzsmentet alkotják. A zenekar és a benne dolgozók mindig egy zárt közösséget alkottak, akik meglehetősen lokális érzetűek voltak; de nem voltak beágyazva a város kulturális életébe (mindazonáltal egy több mint kétszáz éves zenekarról beszélünk). Emiatt mindenképpen a megújításban gondolkodtak, de felhasználva az eddigi tapasztalatokat a minőségről, innovációról, nemzetközi kontextusokról, hálózatokról. De a szervezet nem önfenntartó, támogatásokból tartotta fenn magát, illetve tulajdonosa is volt: Pécs város; így az akkori városi vezetést kellett meggyőzni, hogy ideje változtatni. Jelenleg a Pannon Filharmonikusok egymilliárd forintból gazdálkodik, ekkora költségvetésnek már társadalmi felelősséget is kell hordoznia. A jövőkép, amit önmaguk elé állítottak egy exkluzív termék képe volt, egy olyan kvalitás, amely nemzetközi minőséget képviselhet Pécs számára, „exportcikké válhat”; amelyet a turizmusban, a vendégéjszakák számában mérhetővé is lehetne tenni. Egyértelmű volt, hogy aki ezzel a jövőképpel nem tud azonosulni, attól sajnos meg kellett válni – de a fő cél „a nagyobb kompromisszumok nélküli, radikális, következetes és konzekvens” folyamat véghez vitele volt. A szervezetben az igazi, valós értéket a humán erőforrás képviseli (természetesen a tárgyi eszközök értékén felül), a kollégáik kvalitása, képzettsége. A másik döntő tényező, hogy a kvalitáson felül meg kell tartani a muzsikosok motiváltságát, nyitottságát, érzékenységét – amit ha a gasztronómiai szakemberekre fordítunk át: „egy jó séf életprogramja sem különbözhet ettől: nem szabad telítődni vagy elfásulni, frissnek kell maradnia, mintha színpadon töltené az életét”. Emiatt nagyon határozott belső minőségbiztosítási rendszert vezettek be minden munkavállaló számára – követendő példaként jelenhet meg minden munkahely

esetében. Hangsúlyozottnon kezelt terület – mind a gasztronómiában, mind a turizmusban, a magaskultúrában is – a márka- és brandépítés, a partnerség kérdései. A pénz ezen a szinten már csak mellékes motiváló tényező; a népszerű és elismert zenészek azzal dolgoznak együtt és oda mennek előadni, ahol olyan szakértelmet és partnerséget, közönséget, illetve környezetet találnak, amely számukra inspiráló, értékes. Ebben a tényezőben is rendkívül következetesen kell végig haladni, felvállalva mindazon konfliktust, amely az út során adódik. A komolyzene-fogyasztás Pécs városában egy valós piaccá vált, valós fogyasztói döntések előzik meg, tehát az a márka-, közönség- és kapcsolatépítés, amit az együttes elkezdett a kétezres évek elején, az a jövőképe; mára megalapozottnak tekinthető. Az élet számos területével összekapcsolható az igényes zenefogyasztás: feltételezhető, hogy az a turista vagy zenebarát aki a városba utazik egy koncertre „nemcsak a fülét kényezteti, hanem az egész érdeklődése, igénye a város egyéb szolgáltatásait illetően ugyanebbe a szegmensbe sorolható”. Az nem szabad elfelejteni, hogy elképesztő nehezen talál egymásra a vásárló meg aki kínálja a portékáját, hogy a minőség az milyen módon igazolódik vissza, az talán még nehezebb kérdés. Fontos szempont, hogy „olyan asztal mellé ülünk le, ahol arról tárgyalunk, hogyan tudnánk egymást segíteni”. A Pannon Filharmonikusok felvállalta, hogy mindenki mellé odaáll és mindenkinek kinyitja a „saját működése titkait” (legyen az a gasztronómiai szakember, közéleti szereplő vagy egy helyi kezdeményezésű civil egyesület); akik vállalják az egyetlen egy közös pontot, a minőséget.

A Covid-járvány nemcsak a gasztronómiában, a komolyzene-fogyasztásban is tetemes károkat okozott. A pandémia, a bezártság megváltoztatta az emberek többségének az életvezetési szokásait, sokkal nehezebben mozdulnak ki otthonról, kevesebb időt töltenek éttermekben, hangversenytermekben. Az átalakuló életritmus az eddigi rendszeres fogyasztót már csak alkalmi fogyasztóvá változtatta. Az tapasztalható, hogy sokan mentek el a városból, öregszik a közönség. Emiatt kiemelt érdeke minden szektornak, hogy növekedjen a Pécsre és a megyébe érkező turisták száma, emelkedjen a vendégéjszakák száma, olyan társadalmi réteget is be kell tudni vonzani, aki magas minőséget keres mind a kultúrában, mind az étkezések területén.