

## MERRE TOVÁBB MAGYAR GASZTRONÓMIA?

<sup>1</sup>Tőzsér Anett – <sup>2</sup>Ilyés Réka

<sup>1</sup>kutatási főmunkatárs, Nemzetstratégiai Kutatóintézet; [anett.tozser@nski.gov.hu](mailto:anett.tozser@nski.gov.hu)

<sup>2</sup>tervezési referens, Nemzetstratégiai Kutatóintézet; [reka.ilyes@nski.gov.hu](mailto:reka.ilyes@nski.gov.hu)

DOI: 10.15170/TVT.2023.08.02.01

### Absztrakt

A tanulmányban szakirodalmi vizsgálattal tártuk fel a gasztronómiai trendeket, a magyar gasztronómia előtt álló kihívásokat, a magyar gasztronómia megújítása érdekében tett törekvéseket. Számba vesszük továbbá azokat az eseményeket, amelyek Magyarországon a 2000-es évek elején elindult gasztronómiai forradalomnak a kibontakozását elősegítették.

A primer kutatás keretében húsz interjút készítettünk el, zömében a vendéglátásban dolgozó szakemberekkel. Az interjúk során többek között arra kerestük a választ, hogy milyen irányba halad a nemzeti konyha és milyen tényezők határozzák meg a fogyasztásunkat, illetve hogy milyen módon és milyen mértékben gyakorolnak hatást a nemzetközi trendek a magyar kulináris hagyományokra.

Vizsgálatunk azt mutatja, hogy a magyar gasztronómiai hagyományok átalakulóban vannak, napjainkban a tradicionális ételeink átpozicionálása zajlik. A világ számos országából érkeznek hozzánk új nyersanyagok és új technológiák, s ezek jelentős hatást gyakorolnak a hazai fogyasztói igényekre. A magyar gasztronómiát erősítő trendek között kiemelkedő fejlesztési szempontként jelenik meg továbbá az egészségtudatos táplálkozás, a szezonális és az organikus termékek felhasználása.

*Kulcsszavak: gasztronómiai trendek, magyar gasztronómia, helyi termék, globalizáció, egészségtudatos táplálkozás*

*Benyújtás ideje: 2022. március 21.*

*Elfogadás ideje: 2022. július 19.*

*Közlés ideje: 2023. június 30.*

## WHAT'S NEXT FOR HUNGARIAN GASTRONOMY?

### **Abstract**

In this study, we explored the gastronomic trends, the challenges facing Hungarian gastronomy and the efforts made to renew Hungarian gastronomy through a literature review. We also take into account the events that contributed to the unfolding of the gastronomic revolution that started in Hungary in the early 2000s.

As part of the primary research, we conducted twenty interviews, mostly with professionals working in hospitality. In the framework of primary research, we looked for answers to the direction of the national cuisine and the factors that determine our consumption and how and to what extent international trends have an impact on Hungarian culinary traditions.

Our research shows that the Hungarian gastronomic traditions are changing, and nowadays the repositioning of our traditional dishes is taking place. New raw materials and new technologies come to us from many countries around the world, and these have a significant impact on domestic consumer demand. Among the trends strengthening Hungarian gastronomy, health-conscious nutrition and the use of seasonal and organic products are also outstanding development aspects.

*Keywords: gastronomic trends, Hungarian gastronomy, local product, globalization, health-conscious nutrition*

*Received: 21 March 2022*

*Accepted: 19 July 2022*

*Published: 30 June 2023*

## 1. Bevezetés

„A globalizálódó világban, a nemzetközi élelmiszerláncok és gyorsétterem hálózatok dinamikus növekedése mellett egyre többen ismerik fel a már-már elfelejtett hagyományok felkutatásának, megőrzésének, közkinccsé tételének fontosságát. Különösképpen vonatkozik ez a hagyományos élelmiszerekre és agrártermékekre, hiszen a korszerű és egészséges táplálkozás iránti igény erősödése számos korábbi agrártermék rehabilitációját, régi értékek újrafelfedezését is eredményezi” (FARNADI 2002: 4).

Jelen tanulmányban húsz, javarészt a vendéglátásban dolgozó szakemberrel elkészített interjú eredményeit ismertetjük. A beszélgetések során azt szeretnénk volna megismerni, miként látják a hazai gasztronómia helyzetét és kihívásait a területen dolgozó szakemberek (gasztrobloggerek, étterem-tulajdonosok, vendéglátásban dolgozók). Ezek a beszélgetések tanulságokkal és javaslatokkal is szolgálhatnak szakmai programok és kezdeményezések elindításához és támogatásához.

A szakembereknek az alábbi kérdéseket tettük fel: *Milyen tényezők befolyásolják a fogyasztásunkat? Hogyan maradjon fent a nemzeti kulináris hagyomány? Hogyan újulhatnak meg a hagyományokban őrzött értékek? Mi határozza meg a gasztronómiai kínálatot hazánkban?*

Az interjúk elkészítésére az Interreg Szlovákia–Magyarország program Kisprojekt Alapjából támogatott, a Nemzetstratégiai Kutatóintézet koordinációjával és a zselízi Sacher Polgári Társulás együttműködésével megvalósuló „*Gasztrokulturális örökségi helyszínek az NSKI és a Sacher PT célterületein*” című projekt keretében került sor 2021 áprilisában és májusában. A projekt alapvető célja, s egyben missziója volt, hogy hozzájáruljon a hagyományörzés minél szélesebb körű, határokon is átnyúló terjesztéséhez. A projekt célterülete Nyitra megye (ezen belül kiemelten a Garam menti, zselízi régió), valamint a szomszédos magyarországi térség volt (Pest megye egésze és Nógrád megye néhány települése). Ezáltal törekedtünk az ebben a régióban működő (egyes esetekben budapesti) éttermek képviselőinek a megszólítására.

A megkérdezett szervezetek között szerepeltek közhasznú egyesületek, szövetségek, rendezvényközpontok, panziók és éttermek. Az interjúk az alábbi településeken készültek: Kazár, Százhalombatta, Tápiószentmárton, Nagybörzsöny, Királyrét, Visegrád, Esztergom, Budapest, Berkenye, Etyek, Kozárd, Kismaros.

Az interjúk során – a projektünk fentiekben kiemelt célja mellett – képet alkothattunk a hazai kulináris életet érintő kihívásokról is. Ebben a kérdéskörben olyan kitérési pontok és irányok is megfogalmazódtak, amelyek nem csak a szakma képviselői számára, de későbbi kormányzati intézkedések, támogatási programok kidolgozói számára is irányt mutathatnak. Jelen tanulmányban ezeket a felmerült gondolatokat mutattuk be, csoportosítottuk, és ha lehetőség adódott rá, akkor a legjellemzőbb idézetekkel illusztráltuk is azokat.

Egy dolog azonban már a legelején leszögezhető: a megkérdezettek szinte egyöntetűen úgy gondolták, hogy az a magyar gasztronómia, ami egykoron hazánk fontos vonzereje volt, napjainkra veszített a fényéből. Ugyanakkor abban is egyetértettek, hogy közös erővel sokat tehetünk (és teszünk is) azért, hogy újra „régii fényében tündököljön”, ismét világhírűvé váljon és újra (és nem csak néhány kivételes hellyel) felkerüljön a világ gasztronómiai térképére.

## 2. Trendek az élelmiszer fogyasztásban és a gasztronómiában

A globális egészségügyi válság megváltoztatta a fogyasztói preferenciákat. Ebben az időszakban az ADM (Archer-Daniels-Midland Company), a világ egyik legnagyobb élelmiszer-feldolgozó és kereskedelmi vállalata nyilvánosságra hozta az előrejelzését azzal kapcsolatban, hogy milyen tényezők lesznek hatással a fogyasztók étkezési szokásaira az elkövetkező években. Ezek szerint megnövekedett *kereslet mutatkozik azon élelmiszerek iránt, amik támogatják az immunrendszert, javítják a hangulatunkat és csökkentik a környezetre gyakorolt negatív hatásokat*. A vállalat vizsgálati eredménye szerint az innováció áttöréseket

hoz a táplálkozásban az elkövetkező években. Az a vágy, hogy élelmiszereken keresztül javítsák az emberek egészségi állapotát, új lehetőségeket teremt a tápanyagban gazdag termékek számára (ADM 2020). Azt a tényt, hogy *az egészség és az immunitás napjainkban elsőbbséget élvez a gasztronómiában*, az élelmiszerek jövőjéről szóló Deloitte jelentés, valamint a TheFork, Európa vezető éttermi foglalási szolgáltatása és a NellyRodi nemzetközi innovációs és kreatív ügynökség által készített tanulmány is megerősítette. A felmérések szerint az immunitást támogató élelmiszerek és ételek nagyobb figyelmet kapnak a járványhelyzet óta (DELOITTE 2019, LES GRANDES TENDANCES FOOD DE L'ANNÉE 2022). Egyetértve az előbb említett kutatási eredményekkel, KOSTKOVA és PELLESOVA (2021) felmérései is rámutattak arra, hogy egyre nagyobb szerepe van az egészséges életmódnak, a minőségi élelmiszerekhez és ételekhez való hozzáférésnek, a környezetet kevésbé terhelő fenntartható étrendnek, a tápanyagban gazdag ételeknek és az autentikus, helyi ételeknek, termékeknek. Ugyanakkor a gasztronómiában új helyzetet eredményezett az online platformok előretörése: az éttermek új fogyasztókat érhetnek el az online értékesítési felületeken keresztül. Az online rendelésekkel összefüggésben RÜTZLER (2021) is említést tett többek között a digitalizált éttermi étlapok szerepéről, amelyekben a fogyasztók láthatják például az alapanyagok eredetét.

Ma már az étkezésnek és az ételeknek nem csupán az éhségcsillapítás az egyetlen funkciója, hanem ugyanolyan fontos annak élvezeti értéke is, az örömszerzés, vagy éppen a feszültségoldás (KÁRPÁTI 2016, SZALÓK 2016). Az „*élménygazdaság*” megjelenése az étkezéssel kapcsolatos fogyasztói magatartást is befolyásolta: növelte a fogyasztók érdeklődését a jó minőségű ételek iránt, ami hozzájárult az étkezéssel és az ételekkel kapcsolatos tudatosság növekedéséhez. Ennek eredményeként *a fogyasztói döntésekben a környezeti szempontok egyre nagyobb szerepet játszanak*: a vásárlók jobban ismerik az általuk elfogyasztott ételek tulajdonságait, tudatában vannak az ételek minőségének, ugyanakkor örömforrást és élményt is jelent számukra az étkezés (FIORE et al. 2007). FILIMONAU és szerzőtársai (2017) szerint is a fogyasztók igényesebbé váltak az ételválasztással, ételválasztékkal szemben, különös figyelmet fordítva arra, hogy az étel honnan származik, milyen összetevőket tartalmaz, milyen hatásokat gyakorol az egészségre, a lakosság jólétére, a közösség jólétére és a fizikai környezetre.

*Az egészséges táplálkozás* előretörését az is jelzi, hogy míg a 2000-es évek elején az organikus élelmiszerek aránya igen alacsony, az összes megtermelt élelmiszer mintegy 1%-a volt, addig az elmúlt két évtizedben mintegy ötszörösére nőtt az organikus élelmiszerek értékesítésének volumene a világban (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2005, GONDA et al. 2020). A tartósítószeres a jövőben várhatóan továbbra is háttérbe szorulnak és nő a friss alapanyagok jelentősége (KÖNYVES et al. 2015). Az egészségtudatosság emellett abban is megnyilvánul, hogy a vendégfogadás alapjaként is egyre inkább a minőségi, helyi, sokszor szezonális alapanyagok kapnak kiemelt szerepet (GONDA 2016, www.statista.com Idézi GONDA et al. 2020). Felértékelődnek a lokális, a szezonális termékek, a hagyományos készítési módok, a tájjellegű, a „háztáji” ételek (ANGLER 2015). Az egészséges életmód és a magasabb minőség iránti igény mellett az élelmiszer-vásárlókat egyre jobban foglalkoztatja az is, hogy milyen alapanyagok felhasználásával készülnek a termékek (NAGY 2018).

Napjaink egyik legkiemelkedőbb trendje a *helyi termékek* népszerűsítése a falusi turizmusban és a vendéglátásban. A helyi termék és a vidéki gasztronómiai örökség meghatározó eleme a vendégélménynek és a vidéki turizmus minőségi megújításának. A helyi élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói képzetek szorosan összefonódnak a termékek frissességével és minőségével kapcsolatos pozitív felfogásokkal (OSTROM 2006, SAFANIA 2013). A helyi termékek kedveltségének egyik oka, hogy azokat megbízható, egészséges élelmiszereknek, élelmialapanyagoknak tekintik a fogyasztók. Erősíti a termékek iránti bizalmat a közvetlen kapcsolat a termelővel, aki személyes felelősséget vállal a termék minőségéért és minden más

jellemzőjéért. Ugyanakkor a fogyasztóknak igényük lenne több információra a helyi termékek előnyeiről és beszerzési lehetőségeiről (NAGY 2018).

A helyi termékekkel összefüggésben, az egészségkultúrát szolgálja a „Vedd fel a természet ritmusát” szlogent hirdető *locavore* irányzat. A fogalom a helybeli és a növény- és húsevő szavak elegyéből állt elő. Ezt a mozgalmat követők az egészséges, organikus és bio termelési módszereket, a helyben termő élelmiszereket és a szezonális alapanyagokból készített ételek fogyasztását vélik fenntarthatónak (HOLLÓ et al. 2009, SZABÓ 2014). A mozgalom fő jellemzői és céljai között szerepel a földrajzi közelség, a helyi termelők támogatása, a kisebb vállalkozásméret, a szállítási utak csökkentése, a nagytávolságú közvetítő kereskedelem kiiktatása, a mezőgazdasági termelés szezonálisának figyelembevétele, a környezetbarátabb termelési gyakorlat. A helyi élelmiszerrendszerek kevésbé összetettek és a globális rendszerektől rövidebb élelmiszerellátási láncok. Ebben a rendszerben az élelmiszerek előállításának csökkenti a szén-dioxid-kibocsátást, a hulladékképződést és hozzájárul az egészségesebb táplálkozáshoz (SAFANIA 2013, BIENVENU 2021, PAULS-WORM et al. 2021).

A trendek között említhető az *otthoni ételkészítés* felértékelődése és a *hagyományok átadásának továbbéltetése*. A gasztronómia több, mint az éttermi kultúrák változása. Annak alapját a házi, jórészt hagyományokat követő ételkészítés és fogyasztás jelenti. Ebből a főzésben megtestesülő önmegvalósításból nőtt ki a hazai fogyasztói attitűd (SZABÓ é.n.). A fiatalok között népszerű program lett az együtt-főzés. A családi, baráti találkozókra eddig is jellemző volt a főzés, de ez az eseményt kiszolgáló háttéreseemény gyakran az összejövétel egyik fő programjává válik. Egyre több helyütt jelennek meg az ezt az élményt a családtól egyfajta szűkebb nyilvánosság felé tágító „lakáséttermek” is (KAPITÁNY–KAPITÁNY 2011).

Ennek a jelenségnek az előretörését, a fogyasztók ízlését több tényező is formálja, amelyek közül említést érdemelnek a különböző tévécsatornákon sugárzott *főzőműsorok*. Magyarországon az 1990-es évek közepétől a különböző csatornák már nem csak a magyar, hanem a nemzetközi szakácsokkal is megismertették a magyar nézőket. Emellett ugyanakkor ki kell emelni a *nyomtatott és az internetes sajtó* szerepét is, hiszen a főzőműsorokhoz hasonlóan a szakácsmagazinok, a különböző internetes oldalak és a blogok is jelentős mértékben alakítják gasztrókultúránkat (FEHÉR et al. 2010, SZAKÁLY 2018).

A média eszközzel mellett a gasztronómiai programok, a *gasztronómiai fesztiválok* és a tematikus utak kínálatát és ezek szerepét sem hagyhatjuk figyelmen kívül a gasztronómia iránti érdeklődés felkeltésében és a hagyományok továbbadásában. A gasztronómiai fesztiválok kínálata nemcsak az ételekre, hanem a hagyományokra, a népi jeles napokra és a nemzetiségekre is fókuszál (pl. a Márton napi vigasságok, újbor ünnepe stb.) (GONDA 2016, GONDA et al. 2020).

Az egészséges táplálkozás ellentétéként említést kell tennünk a napjaink étkezési kultúrájához szorosan kapcsolódó *gyorséttermekről* is, még akkor is, ha ezek a helyek nem a minőségi étkezést helyezik előtérbe. A gyorséttermek és a hagyományos éttermek ezáltal harcot vívnak a fogyasztókért annak ellenére is, hogy nem ugyanazt a fogyasztói kört célozzák meg (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2005, FEHÉR et al. 2010, KÖNYVES et al. 2015). Ugyanakkor „a gyorséttermek mintájára, de azoktól eltérő méretekben és minőségben, helyi alapanyagokból és változatos ízvilággal nyílnak meg az ún. street food éttermek, ahol leveseket, házi hamburgereket, különleges szendvicseket fogyaszthatnak a vendégek” (GONDA 2016, GONDA et al. 2020: 136).

Az is megállapítást nyert, hogy az *új ízek megismerésére* főként a magas jövedelemmel rendelkező, városban élő fiatal korosztály nyitott. Ezt az igényt fedezték fel többek között azok az éttermek is, amelyeknek eddigi hagyományos éttermi kínálata mellett egyre inkább kitűnnek

a modern fine dining (a modern és a hagyományos konyhát ötvöző) elemei is (KÖNYVES et al. 2015, BIENVENU 2021).

Az életminőségi illúziókat hordozó, *presztízs elemeket magába foglaló „marketing” fogyasztás* is jellemző tendencia. Ebbe a csoportba tartozók „csúcs” gasztronómiai termékeket vásárolnak, a világmárkákra megkülönböztetett figyelmet fordítanak. Ők nem egyszerűen csak fogyasztók, hanem elkötelezett képviselői is a választott termékkultúrának. A fogyasztásuk főként a bor, a pálinka, a sajt, a kávé, a csokoládé és a biotermékek köré szerveződik (SZABÓ 2014).

### **3. A magyar gasztronómia helyzetének bemutatása**

#### **3.1. A magyar gasztronómia helyzetének bemutatása a szakirodalmi kutatás alapján**

A magyar konyhakultúra értéke a sokszínűség. A gasztronómiai identitásunk alapvetően a földrajzi elhelyezkedésünknek, a földtani és a domborzati viszonyainknak, a vízrendszerünknek és az éghajlatunknak köszönhető. Másrészt a történelmünk során számos néppel kerültünk kapcsolatba, s ezáltal a kulináris szokásaikból is több elemet átvettünk (MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2013, KÖNYVES et al. 2015, GONDA 2016). Ezen kívül meghatározó szerepük van a gasztronómia területén tevékenykedő mestereknek, akiknek egyedi munkái is beépültek az ország gasztronómiai kelléktárába (KÖNYVES et al. 2015, GONDA 2016).

„Más nemzetek konyháihoz hasonlóan a magyar konyha jellegzetességét a többféle alapanyag, a jellegzetes fűszerezés és a sajátos konyhatechnológiai műveletek együttes hatása alakította ki. Ennek megfelelően a magyar konyha jellemzői között említhető többek között a sertésszár, a vöröshagyma és a fűszerpaprika együttes használata; a sertéshús és a sertésszár domináns alkalmazása; a tejföl nagymértékű felhasználása; a sajátos ételkészítési módok (pörköltalap készítés, pirítva párolás, rántás, sűrítés); a sajátos fűszerezési eljárások; a magas szénhidrát-tartalmú köretek és a főzelékek fogyasztása” (TUSOR 1999, CSIZMADIA 1993, FEHÉR et al. 2010, KÖNYVES et al. 2015: 46–47). A magyar konyha alapját jelentő gulyásleves, a tejfölös borjú- és csirkepaprikás, a töltött káposzta, a főzelékek és a rétesek kiegészülnek még például a halászlével, a tokányokkal, a lecsóval, a lángossal, az aranygaluskával, a dobostortával, a rigójancsival, a kovászos uborkával, valamint a téliszalámmal. Az italoznál a barackpálinkát, az Unicumot, a Tokaji aszút és a fröccsöt emelhetjük ki (CSIZMADIA 1993).

A gasztronómiai hagyományaink gazdag tárháza mellett a szakemberek azt is hangsúlyozzák, hogy hazánk gasztronómiája az 1990-es évektől folyamatos átalakuláson megy keresztül (FEHÉR et al. 2010). Évtizedek óta kihívást jelent ugyanis az, hogy ki szeretnének lépni a gulyás, a töltött káposzta, a zsíros ételek alakította imázsunkból. A szakemberek egy része szerint egyrészt a régi technológiákhoz való visszatérés, másrészt a zsír csökkentése, a fűszerezés mérséklése lenne a megoldás. A megújuláshoz alapvetően szükség van kiváló minőségű nyersanyagokra, technológiai eljárásokra és magasan képzett szakemberekre (KÖNYVES et al. 2015). Egyúttal tehát vissza kellene térni a Gundel Károly által kialakított elvekhez, miszerint „*a legkiválóbb minőségű nyersanyagokból egy válogatott szakácsművész-csapat kreáljon fogásokat az éttermekben*” (GUNDEL 1984: 4).

A magyar gasztronómia megújulásával kapcsolatban Fehér Patrik és munkatársai (2010) is egyetértenek azzal, hogy a „paprikás magyar konyhakultúra” korszaka véget ért és egy új fejezet kezdődött a 21. század elején. A szerzők szerint a korábbi magyar konyha jellegzetes elemei némiképp ugyan módosultak (pl. a globalizáció eredményeképpen szélesebb lett a nyersanyagválaszték), azonban a konyhánk egyéni jellege háttérbe szorult. A szerzők abban reménykednek, hogy a kiút megtalálása után ez az előbb említett mentalitás megszűnhet, és

újából felfedezzük a Kárpát-medence kulináris kincseit, mint például a magyar szürke marhát, a mangalicát, a rackajuhot, a magyar kecskét vagy az erdélyi kopasznyakú tyúkot.

A Magyar Turizmus Zrt. 2005-ben elvégzett kutatásában még azt láthattuk, hogy a nemzetközi trendek ellenére a magyar lakosság 67%-a nem szívesen kísérletezett a nemzetközi ízekkel sem otthon, sem az éttermekben. Azok körében, akik szívesen megkóstolták más nemzetek specialitásait, főként az olasz konyha ízei voltak népszerűek. Ezt követte a kínai, majd a görög konyha. Az otthoni étkezések során a hagyományos ételek, italok fogyasztása volt jellemző. A lakosság 89,5%-a preferálta a „magyaros” ételeket. Ehhez kapcsolódva Gonda Tibor és szerzőtársai (2020) is megerősítették azt, hogy a 2000-es évek elején a magyar fogyasztók nagy része még alapvetően konzervatívnak volt tekinthető és jobban ragaszkodott a hagyományos, megszokott ízekhez, mint nyugat-európai társai, akik akkor még bátrabbak és kísérletezőbb kedvűek voltak.

Az öt-tíz évvel későbbi kutatási eredmények azonban már azt hangsúlyozták, hogy egy olyan átmeneti korszakban élünk, amikor a globalizáció alapvetően alakítja át az étkezéshez való viszonyulást. *„Az elmúlt 150 évben kialakult magyaros, paprikás jelleg ugyan jelen van a konyhákban, de mellette a világ számos országából érkeznek hozzánk nyersanyagok, technológiák, receptek. Az éttermi szakácsok vagy a háziasszonyok éppúgy készítenek csirkepaprikást, mint olaszos tésztaételeket.”* (FEHÉR et al. 2010: 36–37).

Hazánkban egyidejűleg jelen van a hagyományok továbbéltetésének és az új ízek megismerésének szándéka, egyszerre van jelen a hagyományos és a kortárs konyha iránti igény. A magyar ízvilág továbbra is a legvonzóbb, emellett azonban a különböző nemzetiségi gyorséttermeknek, éttermeknek is magas a népszerűsége. Ennek a „gasztronómiai forradalomnak” a kibontakozását többek között a következő események (GONDA 2016, SZAKÁLY 2020: 20, MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG 2021) és az interjúk eredményei is alátámasztják:

- 2004-ben megalapították a Magyar Gasztronómiai Egyesületet;
- 2007-ben kiadták a Kulináris Chartát;
- 2008-ban kiadták az Alexandra Étteremkalauzt;
- 2009-ben megalapították a Magyar Bocuse d’Or Akadémiát;
- 2009-től felkerültek gasztronómiai örökségek az UNESCO szellemi kulturális örökségének reprezentatív listájára;
- 2010-ben a Costes megszerezte az első Michelin-csillagot;
- 2012-ben megjelent a Gault & Millau – az egyik legbefolyásosabb étteremkalauz – magyarországi kiadványa, illetve a Bocuse d’Or selejtezőn 9. helyezést ért el Magyarország, amely hazánk első sikeres szereplése volt a világ legrangosabb szakácsversenyén;
- 2016-ban a magyar csapat első helyezett lett a Bocuse d’Or Europe versenyén, és megalapították a Pannon Gasztronómiai Akadémiát;
- 2016-ban a Magyar Turizmus Zrt. a tematikus évei sorában meghirdette a „Gasztroélmények Évét”, amelynek az volt a célja, hogy a hazai gasztronómia ismertségét és elismertségét belföldön és külföldön egyaránt erősítse;
- 2017-ben a magyar csapat a negyedik helyen végzett a Bocuse d’Or döntőjében és két különdíjban is részesült;
- 2018-ban az Onyx megszerezte a második Michelin-csillagát;
- 2020 elején már 6 Michelin-csillagos étterem üzemelt Magyarországon (az öt egycsillagos, valamint egy kétszillagos étterem mindegyike budapesti);
- Az utóbbi években létrejöttek olyan, a minőségi gasztronómiát képviselő és közvetítő közösségek, társulások, mint a Pannon Gasztronómiai Akadémia, a Stílusos Vidéki

Étteremiség vagy a Felelős Gasztrohős, amelyek a fenntarthatóságot, a helyi alapanyagok felhasználását tartják szem előtt.

### **3.2. A szakemberekkel elkészített interjúk eredményei**

Mindent átalakít a globalizáció

A magyar gasztronómiát a rendszerváltást követő években számos külső és belső hatás érte. Ennek köszönhetően jelentősen átalakult a családok elképzelése az 1970-es, 1980-as években elfogadott magyar konyháról. A globalizáció alapjaiban alakította át a magyar konyhát. Ma már az ünnepi ételeink között ugyanúgy megtaláljuk a töltött káposztát, mint a sült lazacot. A legtöbb családnál gyakori étel a sült oldalas, a hurka és a kolbász, de a fiatalabb generáció körében már népszerűbb a hamburger, a gyros, a pita és a tortilla. A gyorséttermek, a gasztronómiai fesztiválok és a bortúrák megjelenése, a nagy üzletláncok (Aldi, Tesco, Cora, Penny, Lidl stb.) térhódítása és a különböző főzőműsorok, szaklapok, receptkönyvek, periodikák, internetes blogok napról napra formálják a lakosság ízlését. A táplálkozás alapanyagainak minőségi és mennyiségi arányeltolódása a legtöbb településen módosította a táplálkozás szerkezetét: gazdagodott és differenciálódott a családok étrendje. Ez persze nem minden esetben van így: léteznek ugyanis olyan kistélepülések, amelyeket a „globalizáció” nem érint ilyen mértékben. Ilyen véleményt fogalmazott meg a nagybörzsönyi Malomkert Panzió és Étterem munkatársa, aki szerint *„a mi településünket ilyen szempontból mondhatjuk romlatlannak is. Nincsenek supermarketek a környéken, a helyben élők még mindig a kisboltból vásárolnak, akik meg Pestről érkeznek hozzánk – és belőlük áll a vendégeink túlnyomó többsége –, azok pedig nem azt keresik, amit a nagyvárosban is megkaphatnak, hanem az olyan romlatlan és autentikus termékeket, amiket a nagyvárosban nem kapnak meg.”*

Egyre gyorsabban változnak az étkezésünket meghatározó trendek

Molekuláris és fúziós konyha. Egzotikus alapanyagok. Főzőshow-k a kereskedelmi adókon. – Szinte egybehangzó vélemény volt, hogy egyre jobban meghatározzák az étkezési szokásainkat azok a különböző modernkori gasztronómiai irányzatok és trendek, amelyek önmagukban már alig értelmezhetőek, így csak egy tágabban értelmezhető, divatorientált életfilozófia és egy marketing „mozgatta” világerőtelmezés keretein belül nyernek értelmet. Ezeknek az egyik legerősebb mozgatórugója a lehetőségek szinte végtelenné válása, és ebből adódóan a folyamatos változatosságra, illetve az újra való törekvés igénye. Az általános jólét, az egyre elérhetőbbé váló távoli utazások és az azokhoz kapcsolódó televíziós főzőműsorok hatására egyre többen tapasztalhatták meg a külföldi tájak, kultúrák, alapanyagok, ételek, illetve adott területekre jellemző nemzeti konyhák változatosságát, ami – reagálva a fogyasztói elvárásokra – meg is jelenik a hazai vendéglátóhelyek kínálatában, szélesülő választékában. Elég, ha csak arra gondolunk, hogy hány török, kelet-európai vagy indiai étterem nyílt az elmúlt években Magyarországon. Megszaporodtak és széleskörűen elterjedtek az egzotikus ételek.

Egyre tisztábban látszanak azok a trendek, amelyeknek köszönhetően a vendéglátásban központi szerepet kap a desztináció menedzsmentet is meghatározó élményorientáltság, a kulináris örömszerzés. Természetesen az az ideális, ha az élmény és a gasztronómia egyszerre található, ahogy azt a tápiószentmártoni Kincsem Lovaspark Rendezvényközpont munkatársa megfogalmazta: *„a mi esetünkben ugyanis nem csak a hagyományos magyar ízek, de helyi láttnivalók, nevezetesen a fekete bivalyok, emuk és az Attila domb spirituális ereje is „együtt van”. Nem külön-külön jönnek el értük hozzánk, hanem együtt akarják őket megtapasztalni”.*

Egyre erősebb „zöld mozgalom”

Az úgynevezett zöld éttermek már a beszerzés folyamatánál az organikus alapanyagokat részesítik előnyben és a helyi termelőket támogatják, ami által segítik a térség munkaerőpiacát és óvják a természetet. Odafigyelnek, hogy minél kevesebb papírt és műanyagot használjanak,



szelektíven gyűjtik és újrahasznosítják a hulladékot, hatékony energia- és vízhasználattal működnek. Arra is van példa, hogy a belső dekorációt is igyekeznek környezetbarát textíliákból (szalvéta, asztalterítő, bútorhuzat) kivitelezni. (Minősített fenntartható zöld vendéglátóegységek közé tartozik Magyarországon többek között a Kőleves étterem, a Kozmosz Vegán étterem, az Avokádó Ételmanufaktúra, a Pántlika Bisztró, a Murok Kávézó és Falatbár és még számos étterem, kávézó, vendéglő, bár, illetve panzió).

Egyre fontosabb az egészséges étkezés

Az elmúlt években nem csak a fogyasztói társadalomban, de a turizmus-vendéglátásban is egyre inkább jellemző az egészségesebb étkezésre való törekvés. A szemünk előtt alakultak ki az elhízást „kordában tartó” ételtípusok (pl. Norbi update), és nőtt a változatosságra való igény, erősödött meg a vegetáriánus és a paleo táplálkozás, mozdultak el a városi családok az egészségesebb, tudatosabb étkezés felé. Korábban még a magasabb életszínvonalú országokban is csupán a tehetősebb réteg engedhette meg magának az egészséges és fenntartható forrásból származó ételeket. Mára azonban ez megváltozott: az alacsonyabb keresetűek is fogyasztókká váltak. Egyre többen vagyunk hajlandók többet fizetni a kiegyensúlyozott táplálkozást és minőséget biztosító termékekért. Akik az egészséges táplálkozást szigorúan veszik, azok leginkább csak ellenőrzött gazdaságokból származó és ott megtermelt magas ásványi és vitamin tartalmú biotermékeket fogyasztanak. Kiemelt szerepe van napjaink gasztronómiájában a különböző allergén anyagokat és a ma már egyre gyakrabban kialakuló civilizációs betegségeket kiküszöbölő étkezésnek. Ilyen például a glutén- vagy laktózmentes táplálkozás, valamint a cukormentes ételek fogyasztása. Ehhez a trendhez megpróbálnak alkalmazkodni az egyes vendéglátóegységek, éttermek is.

A visegrádi Kovács-Kert Étterem munkatársa szerint azonban ezek a divatok már nem annyira markánsak akár csak a Budapesttől alig 45 kilométerre eső Visegrád esetében sem. *„Akik hozzánk jönnek, azok nem a divatos ételeket, hanem a hagyományos konyha receptjeit keresik elsősorban. Természetesen a modern kor igényei szerint mi is jelöljük, hogy milyen allergén és intoleranciát okozó anyagok fordulhatnak elő az ételeinkben, de a tapasztalatunk szerint, akik hozzánk jönnek, azok a hagyományos elkészítési módokra és ízekre vágnak, az ilyen jellegű élményeket keresik.”* De ugyanígy nyilatkozott egy másik munkatárs is a visegrádi Panoráma Étteremből, aki szerint *„a városi divatok, a tévé show-k hatása már nem ér el hozzánk. A vendégeinket sokkal jobban érdekli a Fekete-hegy csúcsáról élvezhető panoráma és a barátságos kiszolgálás, mint az, hogy mit láttak valamelyik Netflix főzőműsorban.”*

Nem csak egészségesen, de gyorsan is eszünk

Egyre inkább felgyorsult életformát követünk, aminek a következtében egyre több időt töltünk a munkával, és egyre jobban óvjuk a szabadidőnk maradékát, ami azzal is jár, hogy egyre inkább köztudatba került a gyorsétkezdék jelensége, ami pedig számos tekintetben minőségromláshoz vezetett a hétköznapi táplálkozási szokásainkban. Ennek megfelelően úgy is fogalmazhatnánk, hogy alapvetően két irányba toródik el a gasztronómia: az egyik markánsan megfogalmazható irány a kifejezetten tudatos, egészséges, kifinomult életvitel, a másik pedig a gyorsan elkészíthető, rosszabb minőségű ételeket kínáló, leginkább franchise rendszerben üzemelő (McDonald's, Burger King) gyorskiszolgálás. Talán az sem teljesen véletlen, hogy ezekkel az étkezési egységekkel együtt a „junk food” elnevezés is széles körben elterjedt a magyar nyelvben.

A street food forradalom

A street food a hagyományos gyorsétkezdékkel ellentétben egy-egy etnikum kulináris jellegzetességeit, nem általános, egzotikus ízvilágát hordozza magában, ezért egyedibb és autentikusabb. Népszerűségüket ennek megfelelően elsősorban annak köszönhetik, hogy

viszonylag alacsonyabb árkategóriába esnek, gyorsan kiszolgálják, valamint menet közben is elfogyaszthatóak az ételeik, illetve hogy sok esetben akár evőeszközök használata nélkül is magunkhoz vehetjük azokat. Értékesítése pedig büfékocsikban, standoknál, bódékban, pultoknál, fesztiválokon, kétkerekű mozdítható kocsikban, sőt akár járművekben kialakított „mini konyhákban” is lehetséges. *„A street food (kitchen) hazai sikertörténete könnyen megrajzolható”* – mondta a Street Food Karavan társtulajdonosa. *A street food „előfutárjai” valójában a fine dining-ok voltak, ahol a honfitársaink megtanulták azt, hogy milyen, amikor igazán jól lehet enni. Ott váltak fogékonnyá és onnantól sokszor el is várják azt a minőséget, persze úgy, hogy tudják, hogy nem lehet minden nap ott enni. Egyszóval először volt a kereslet és csak azt követte óvatosan a kínálat. Természetesen jól tett a street food mozgalomnak az intenzív social media jelenlét: az, hogy végtelen számban fotózzák és osztják meg az ételekről a képeket, és az olyan úttörő szereplők, mint a Zing burger vagy a Street Food Show, amely mind ráirányítja a figyelmet arra a tényre, hogyan lehet gyorsan, olcsón és minőségi módon is étkezni.”*

Jó alapanyag nélkül nincs jó gasztronómia

Az őstermelőknél, a falusi vendéglátóknál, a falurendezvényeken, a piacokon, a gasztrofesztiválokon, de akár már a kiállításokon és a webshopokon keresztül is beszerezhető helyi termékek előnyben részesítése a külföldi beszállítókkal szemben lényegesen hozzájárul a fenntartható fejlődéshez, a környezetvédelemhez, a helyi védjegyek megőrzéséhez, a helyi gazdaság fellendítéséhez, a térségben található állat- és növénykultúra támogatásához, a népi hagyományok és ízek megőrzéséhez, népszerűsítéséhez, illetve az egészségmegőrzéshez. Példát jelent erre a kozárdi Vadvirág Étterem, amely kimondottan büszke arra, hogy – a csirkén kívül – szinte mindent 20-30 kilométeres körzetből szerez be. Ahogy interjúalanyunk elmondta, *„nálunk a sajtoktól kezdve, a húsokon át szinte minden kistermelőtől jön, akik közül talán a szurdokpüspöki bivalyrezervátumot érdemes megemlíteni, ahonnan sertés- és mangalicahús is érkezik hozzánk.”*

Nem volt vita a megkérdezettek körében abban sem, hogy az egészséges táplálkozás a környezetünkben megtalálható, helyben termelt, adott évszakra jellemző növényi és állati nyersanyagokon alapszik. Ennek egyik oka egyrészt az, hogy a helyben megtermelt alapanyagokhoz a szervezetünk évezredek alatt hozzászokott. Másrészt pedig az, hogy a távoli tájakról, esetleg más kontinensről érkező zöldségek, gyümölcsök, húsok a hosszú út és a szállítás következtében több tartósítószer, növényvédőszer, érelő anyagokat, műtrágyát, egyszóval több mesterséges adalékanyagot tartalmaznak, mint a helyi termékek. Ennek megfelelően jól látszik, hogy a haladó gondolkodású, progresszív hazai éttermek egy jó része is egyre inkább a szezonálisra fekteti a hangsúlyt: kínálatukban arra törekszenek, hogy az étlapjukon a menüsorban minimum egy adott évszakra és területre jellemző idénygyümölcs vagy zöldség szerepeljen. Ez egyrészt az egészséges táplálkozás fontosságát mutatja, másrészt pedig egyfajta marketingfogás, hiszen a vendéglátóhelyek ezáltal egy változatos, autentikus, megbízható, frissességet sugalló biztonságos kínálatot ajánlanak a vendégeknek. Azt is látjuk, hogy a hazai éttermek egyre inkább arra törekednek, hogy olyan beszállítóktól vásároljanak, akik a környéken termelték meg a termékeiket.

A jó bornak is kell cégér, azaz sokat számít a hagyományos ételek marketingje

A megkérdezett szakemberek egybehangzó véleménye szerint jelentős szerepe van a hagyományos ételek megjelenésében a témához kapcsolódó marketingnek, ideértve az újságokat (nyomtatott periodika, magazin, heti- és havilap), főzőműsoroknak, főzőcsatornáknak, főzőversenyeknek, főzőblogoknak, honlapoknak, interneten terjedő recepteknek (mindmegette.hu, Príma Konyha Magazin, Magyar Konyha, Nők Lapja Konyha, szakacs.lap.hu, diningguide.hu, buvosszakacs.blog.hu, chiliesvanilia.hu, gasztronomia.lap.hu,

Fakanál). Véleményük szerint fontos és hatékony módszer lenne, ha érdekes reklámok és minden háztartásba eljutó ingyenes újságok népszerűsíték a hagyományos recepteket. Jó példaként hangoztak el erre a különböző alapanyagok borítóján (pl. vaníliás cukor zacskója) megjelenő receptek vagy a hiper- és szupermarketek, valamint egyéb élelmiszertermékeket áruló boltok ingyenesen terjesztett újságjaiban megjelenő ételleírások, amelyek már önmagukban is hozzájárulhatnak a hagyományos ízek elterjesztéséhez és megállíthatják a hagyományos, megszokott ételek, étrendek háttérbe szorulását.

Felmerült az olyan, hagyományos receptek elkészítésére „szakosodott” műsorok támogatásának az ötlete is, amelyek egészséges nyersanyagok felhasználásával gyorsan elkészíthető ételek elkészítését mutatják be olyan főzőshow-k során, mint amilyen a „Hal a tortán” és a „Vacsoracsata” volt. *„Ezek a műsorok nagyban hozzájárultak ahhoz, hogy az emberekben felébredjen az „étvágy” az étterembe járáshoz”* – mondta a kismarosi Csi-Bi Pub munkatársa. *„De nem csak az éttermek, hanem a kávézók és cukrászdák forgalmához is hozzájárul az ilyesfajta megnövekedett érdeklődés.”*

Vannak jó példák, csak követnünk kell azokat

Egész ágazatok voltak képesek megújulásra a mögöttünk álló években, elég, ha csak a hazai borászatokra gondolunk, amelyek sok gondossággal és alázatos munkával nem csak a hazai versenyeken, de nemzetközi megmérettetések során is kiemelkedő teljesítményeket érnek ma már el.

Ahogy a hazai borospincékben képesek voltak megjeleníteni a világszínvonalú technológiák és eljárások – és ezek szinte minden esetben be is váltották a hozzájuk fűződő reményeket –, úgy ez nem elképzelhetetlen a hazai vendéglátás más területein sem. Itt érdemes megjegyeznünk, hogy bár vannak szórványos próbálkozások, azonban még mindig nem sikerült az egyes borvidékeinkhez tökéletesen illő, azokhoz maradéktalanul, organikusabban és szimbiotikusan illeszkedő „gasztronómiai élményeket és koncepciókat” párosítanunk. Ezt pedig nem csak a hazai és nemzetközi borászati szakemberek, a vonatkozó és releváns szaksajtó, de a hazai tájakat járó, magyar konyha iránt érdeklődő fogyasztók is hiányolják. Példa lehet erre az etyeki Haraszty Pincészet, ahol az étteremvezető elmondta, hogy *„bár 25 féle hazai és külföldi bor található az itallapunkon, nem rendelkezünk saját párosítással. A vendégeink az à la carte étlapról rendelhetik meg az ételeket, és ha igénylik, akkor a sommelier kollégánk segít mellé a legmegfelelőbb bort kiválasztani”*.

Ahhoz azonban, hogy technológiailag is utolérjük a világon gasztronómiában előttünk járó országokat, tőkeerős vállalkozások kellenek. Olyan vállalkozások, amelyeknek éppúgy nem okoz anyagi problémát a szakembereiket külföldre küldeni, mint a legmodernebb technológiai berendezéseket beszerezni, vagy éppen a belsőépítészeti megoldásaikkal lépést tartani a nyugati országokban lévő társaikkal. Ehhez azonban nem csak rendszeres támogatásra, de átgondolt reformokra és az ágazat stratégiai fontosságú kezelésére is szükség van.

Modern oktatás, még több és jobb szakiskola

A szakács szakma kulcsszerepet játszik a hazai étkezési kultúra ápolásában, a jó hazai alapanyagok óvásában és népszerűsítésében, a közizlés fejlesztésében. Ma már kimagasló jövedelemre lehet szert tenni ebben a szakágban, mégis „hiánycikk” a képzett szakember. Az álláshirdetésekkal kapcsolatos tapasztalatait Fülöp Gyula, a budapesti Nemes Vendéglő munkatársa foglalta össze: *„Ma már nagyon kevés a minőségi szakember. Sokan jelentkeznek az álláshirdetésekre, de nem csak hogy nagyon kevesen jönnek el egy megbeszélésre, de azok sem úgy teljesítenek, ahogy az elvárható lenne. Ehhez a problémához az is hozzájárul, hogy alacsony a szakácsiskolák követelménye. Amíg 20 évvel ezelőtt egy pályakezdő akár önállóan is tudott dolgozni, addig ez ma messze nincs így.”* A szomorú valóságra Szabó Róbert, a

VakVarjú Csónakház Étterem vezetője is felhívta a figyelmünket, aki szerint „*ma az állami közoktatás csak a „papír megszerzéséről” szól, nem pedig a piacon is jól használható, veretes és minőségi tudás elsajátításáról*”.

Ennek a tendenciának a megváltoztatásához iskolák és megújult szemléletű, modern és haladó szemléletű tankönyvek és szakkönyvek is szükségesek. Olyanok, amelyekből első kézből szerezhetnek a hallgatók használható tudást és ismereteket a világszerte egyre gyorsabban változó szakmai fortélyokról. Mindemellett olyan oktatásra is szükség van, amely egyszerre tartja szem előtt a nemzeti hagyományainkat és a világ egyre gyorsabb változásait. Új felfogású pékekre, hentesekre, cukrászokra és sajtkészítőkre van szükség, és arra, hogy minél több táplálkozási útmutató, történeti háttér, tanulmány, táplálkozástudományi anyag nyújtson segítséget az ismeretek feldolgozásához. Nem szabad megfélemlíteni továbbá arról sem, hogy több naprakész ismeretekkel rendelkező, jól felkészült, magas szakmai tudással rendelkező tanárra, szakoktatóra lenne szükség.

A hagyományos magyar konyhával kapcsolatos szakdolgozatok és disszertációk elkészítését kellene szorgalmazni a különböző egyetemeken, főiskolákon. Itt érdemes megjegyeznünk, hogy a 20. századi néprajzi vizsgálatok rávilágítottak arra, hogy a különböző adottságú tájak ételei között legalább annyi hasonlóság van, mint amennyi az egymástól eltérő vonás. Ezért fontos lenne egy-egy tájegység táplálkozási hagyományainak rendszeres feltárása egy-egy régió, mikrotérség ételeinek (recept formájában is) összegyűjtése, leírása.

Több szakmai és „laikus” esemény (gasztronómiai fesztivál)

Az utóbbi időben hazánk élen járt a fesztiválok rendezésében, kis túlzással a gasztronómiai fesztiválok „nagyhatalma” lettünk. A kulináris témájú fesztiválok nagymértékű támogatásának hazánkban vélhetően három oka van. Egyrészt viszonylag új jelenségnek mondható, „történelme” az utóbbi tizenöt évre vezethető vissza, korábban nem voltak ilyen jellegű rendezvények. A második tényező a hagyományörzés és a magyar konyha népszerűsítése belföldön és külföldön. A harmadik pedig az a tény, hogy Magyarország számos területén a termálvízzel rendelkező térségek kivételével egyedül a gasztronómia az, amely a terület turisztikai vonzerejét biztosítja.

Ugyanakkor kevés az olyan esemény és rendezvény, ahol előadásokat hallgathatnának meg az érintettek, beszélgetések és workshopok keretei között gondolkodhatnának a gasztronómia jövőjéről nem csak hazánk, de akár egész Európa kapcsán. Ezért szükség lenne számos olyan hazai és nemzetközi eseményre, ahol táplálkozástudományi kutatók egyeztetnének a gasztronómia különböző kérdéseinek kapcsán is. De nem csak a szakembereknek, hanem a hétköznapi embereknek is szükséges eljuttatni ezeket az ismereteket. Fontos, hogy még több helyi gasztronómiai ismereteket népszerűsítő eseményt szervezzenek az egész ország területén.

#### **4. Összefoglalás és következtetések**

Ahogy a művészetek, a film és az irodalom, úgy az étkezési kultúra is pontos fokmérője egy ország civilizáltságának és általános fejlettségének. Szoros kapcsolatban áll a mezőgazdasággal éppúgy, mint az építészettel, a művészetekkel, sőt, tágabb értelemben egy egész ország közízlésével és imázsával. Az, hogy mit és hogyan eszünk, szociális, gazdasági és kulturális értelemben is áthatja és meghatározza egész társadalmunk szerkezetét. Az étkezés a mindennapi életünk szerves része. Ennek megfelelően a megkérdezettek szerint meghatározó az, hogy a magyarországi szakemberek és döntéshozók is az ügy jelentőségéhez mérten kezeljék ezt a kérdést.

A hús, zömében vendéglátásban dolgozó szakemberrel készített interjú során hazánk gasztronómiájának helyzetét igyekeztünk feltárni. Az interjúk alapján is látható, hogy általában véve a magyar konyha kihívások előtt áll. Szó esett többek között arról, hogy a sokszínűséggel

és gazdag hagyományokkal rendelkező magyar gasztronómiát hogyan lehetne megújítani, a gulyás, a töltött káposzta, a zsíros ételek által kialakított imázst a mai trendeknek megfelelően átalakítani. Ebben a folyamatban megoldást jelenthet a régi technológiákhoz való visszatérés, az adagok és a fűszerezés mérséklése. Kiemelendő továbbá a kiváló minőségű nyersanyag, technológia és a válogatott szakácsművész-csapat megléte.

Az egészséges életmód, a helyi, szezonális, organikus termékek fogyasztása, mint kiemelkedő fejlesztési szempont a magyar gasztronómiát erősítő trendek között is megjelenik. A tanulmány ezen kívül kiemelte a fogyasztói igények változását, úgymint az autentikus élmények keresését az utazások alkalmával, melyek során a fogyasztók maguk is részt vesznek az előállítási folyamatban. Másrészt, ezzel párhuzamosan, hangsúlyozta a nemzetközi konyha irányába történő érdeklődés növekedését, főleg a fiatalabb korosztály körében.

A megkérdezettek elmondása alapján láthattuk, hogy a gasztronómia integrátor szerepet tölt be a nemzetgazdaság különböző ágazataiban, támogatja a helyi közösségek fejlődését (helyi élelmiszertermelés, kézműipar), csökkenti a szezonalitást és látogatókat vonz a kevésbé ismert területekre. Ezek a tendenciák ugyancsak megerősítik a gasztronómiával kapcsolatban kiemelt fenti alapelvet, a gasztronómia desztinációs alapon történő fejlesztésének a fontosságát.

A magyar gasztronómia presztízsének növelése érdekében elengedhetetlenül fontos, hogy támogassuk a helyi hagyományőrzést, kormányzati és döntéshozói szinten még szélesebb körben bemutassuk a magyar és helyi hagyományokat. Megjelenjünk és fellépjünk a környező országok ilyen jellegű rendezvényein, terjesszük a magyar hagyományos ételek receptjeit a környező országok magyar és nem magyar lakta településein, még több hagyományőrző rendezvényt szervezzünk. Az óvodákban és az iskolákban is megismertessük a fiatalokkal a helyi és a nemzeti hagyományokat. Törekedjünk arra, hogy minél több fiatal bekapcsolódjon a hagyományőrző egyesületek és szervezetek munkájába.

## Irodalomjegyzék

- ANGLER K. (2015): Kézműves borok – kérdőjelekkel. In: OROSZI, V. (szerk.) *Szőlő, bor, turizmus: tanulmányok a szőlészet, borászat és borturizmus témaköréből*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. pp. 18–34.
- CSIZMADIA L. szerk. (1993): *Gasztronómiai lexikon*. Mezőgazda, Budapest.
- FARNADI É. szerk. (2002): *Hagyományok, ízek, régiók. Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye*. Agrármarketing Centrum – Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium, Budapest.
- FEHÉR P. – FÜREDER B. – VÁRVIZI P. (2010): A magyar gasztronómia és vendéglátás helyzete napjainkban. *Turizmus Bulletin*, (14)4: 34–44.
- FILIMONAU, V. – LEMMER, C. – MARSHALL, D. (2017): Restaurant menu re-design as a facilitator of more responsible consumer choice: An exploratory and preliminary study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33 (December). pp. 73–81.
- FIORE, A. M. – NIEHM, L. – OH, H. – JEONG, M. – HAUSAFUS, C. (2007): Experience Economy Strategies: Adding Value to Small Rural Businesses. *Journal of Extension*, 45(2): 1–13.
- HOLLÓ M. – BÁLINT J. – GÁL-BEREY T. – JUHÁSZ M. (2009): Környezeti és társadalmi felelősségvállalás az agráriumban. *Gazdálkodás*, 53(1): 46–56.

- GONDA T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Tankönyv, egyetemi/főiskolai jegyzet. PTE KPVK, Pécs.
- GONDA T. – KAPOSZ Z. – RAFFAY Z. – VARGA G. (2020): *A vendéglátás jövője*. Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet, Pécs.
- GUNDEL K. (1984): *Kis magyar szakácskönyv*. MIKLÓSI, J. – GUNDEL F. – GUNDEL I. (szerk.). Corvina Kiadó, Budapest.
- KAPITÁNY Á. – KAPITÁNY G. (2011): A gasztronómiai érdeklődés szociokulturális okai, szemiotikai jelei. *Jel-Kép*, 2011(1): 55–83.
- KÁRPÁTI N. (2016): *A gasztronómia fejlődéstörténete és aktuális trendjei*. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar Marketing Intézet, Miskolc. Elérés: <http://midra.uni-miskolc.hu/document/23869/19584.pdf> (Utolsó letöltés: 2022. február 7.)
- KOSTKOVA, M. – PELLESOVA, P. (2021): *Global Aspects of the Gastronomic Trends and Innovations*. SHS Web of Conferences 92 (2021). The 20<sup>th</sup> International Scientific Conference Globalization and its Socio-Economic Consequences, 2020: 1–10. DOI: 10.1051/shsconf/20219204014
- KÖNYVES E. – VARGÁNÉ CSOBÁN K. (2015): *Gasztronómia és turizmus*. Elméleti jegyzet. Debreceni Egyetem, Debrecen.
- MAGYAR TURIZMUS RT. – M.Á.S.T. PIAC- ÉS KÖZVÉLEMÉNYKUTATÓ TÁRSASÁG (2005): A magyar lakosság étkezési és alkoholfogyasztási szokásai és Magyarország gasztronómiai imázsa 2005-ben. *Turizmus Bulletin*, 10(1): 39–50.
- OSTROM M. (2006): Everyday meanings of local food: views from home and field. *Community Development* 37: 65–78. DOI:10.1080/15575330609490155
- PAULS-WORM, K.G.J. – REN, Y. – AKKERMAN, R. (2021): *Local food systems: General characteristics and the role of logistics*. Paper presented at Vervoerslogistieke Werkdagen, Mechelen, Belgium. Elérés: <https://edepot.wur.nl/566533> (Utolsó letöltés: 2022. július 12.)
- SAFANIA, N. E. (2013): Defining local food: constructing a new taxonomy – three domains of proximity. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B. Soil & Plant Science*, 63(1): 47–55. DOI: 10.1080/09064710.2013.789123
- SZABÓ G. (2014): *A helyi termékek bevezetésének lépései a Dél-Dunántúl fürdőiben 2*. Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség, Dél-Dunántúli Gyógy- és Termálfürdők Egyesülete, Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter, Pécs.
- SZAKÁLY O. (2020): *Vendéglátás és gasztronómia jegyzet*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. Elérés: <http://unipub.lib.uni-2022>. február 3.
- SZAKÁLY O. (2018): Gasztronómiai blogok mint online kommunikációs eszközök: A blogolvasók döntéshozatalát befolyásoló jellemzők. In: CSAPÓ J. – GERDESICS V. – TÖRŐCSIK M. (szerk.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*, Pécs. pp. 197–204.
- TUSOR A. (1999): *Gasztronómia: Étel- és italismeret*. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest.

### **Egyéb források**

- BIENVENU, A. (2021): Quelles sont les tendances de la gastronomie française? *Vosges Matin*. 15 avr. 2021. Elérés: <https://www.vosgesmatin.fr/magazine-lifestyle/2021/04/15/quelles-sont-les-tendances-de-la-gastronomie-francaise> (Utolsó letöltés: 2022. július 15.)

DELOITTE (2019): *Future of food How technology and global trends are transforming the food industry.* Deloitte Touche Tohmatsu. Elérés: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/au/Documents/Economics/deloitte-au-economics-future-food-uber-eats-100719.pdf> (Utolsó letöltés: 2022. július 13.)

LES GRANDES TENDANCES FOOD DE L'ANNÉE (2022). Le Monde de L'Epicerie Fine. 28 janvier 2022. Elérés: <https://monde-epicerie-fine.fr/les-grandes-tendances-food-de-lannee-2022/> (Utolsó letöltés: 2022. július 15.)

MAGYAR TURIZMUS ZRT. (2013): *A bor és gasztronómia mint turisztikai termék.* Elérés: <https://mtu.gov.hu/documents/prod/ATT00176.pdf> (Utolsó letöltés: 2022. február 4.)

MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG (2021): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0.* Elérés: [https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030\\_Turizmus2.0-Strategia.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf) (Utolsó letöltés: 2022. február 15.)

NAGY D. (2018): *A helyi termékek szerepe a gazdaságfejlesztésben, valamint a terület- és vidékfejlesztésben: A helyi termékek fogyasztói megítélése a 4C marketing megközelítésben.* Gyeregyalog.hu Egyesület. Elérés: [https://eatgreen.hu/wp-content/uploads/2021/01/Helyi\\_termek\\_4C\\_tanulmany\\_HU.pdf](https://eatgreen.hu/wp-content/uploads/2021/01/Helyi_termek_4C_tanulmany_HU.pdf) (Utolsó letöltés: 2022. július 7.)

SZABÓ G. (é.n.): *Az ökoportától a Baranya Zöldútig. Vidéki turizmus termékmárkák és turisztikai klaszterek a Dél-Dunántúlon.* Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter. Előadás. Elérés: [http://www.termeszetvedelem.hu/\\_user/browser/File/Okoturizmus/MNPH\\_2013\\_eloadasok/SzaboGeza\\_Okoporta.pdf](http://www.termeszetvedelem.hu/_user/browser/File/Okoturizmus/MNPH_2013_eloadasok/SzaboGeza_Okoporta.pdf) (Utolsó letöltés: 2022. július 13.)

SZALÓK CS. (2016): *Gourmet ételek jelentősége, falusi turisztikai lehetőségek.* Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége és Földművelésügyi Minisztérium. Előadás. Elérés: [https://hatartalangazda.kormany.hu/download/a/03/61000/Gourmet\\_FATOSZ\\_20160418\\_SzalokCsilla.pdf](https://hatartalangazda.kormany.hu/download/a/03/61000/Gourmet_FATOSZ_20160418_SzalokCsilla.pdf) (Utolsó letöltés: 2022. július 14.)

RÜTZLER, H. (2021): *„Tendances alimentaires dans l'hôtellerie-restauration“.* Futurefoodstudio. 6. Oktober 2021. Elérés: <https://www.futurefoodstudio.at/tendances-alimentaires-dans-lhotellerie-restauration/> (Utolsó letöltés: 2022. július 15.)