

# Poznat svět znamená poznat i jeho chuť

*Jednou ze základních funkcí cestovního ruchu z hlediska jeho účastníků, je i funkce poznávací, vzdělávací. Pokud chceme co nejlépe poznat navštívený region a jeho specifika, která nás mohou obohatit či nám napomoci s relaxací, měli bychom do procesu poznání zapojit všechny své smysly. Nejen pozorovat, naslouchat, dotýkat se a cítit, ale též ochutnat. Nepřístupovat k pokrmům pouze jako k prostředku uspokojení základních fyziologických potřeb, ale také jako k objektům místní kultury, dědictví, kreativity a inspirace. Ne nadarmo jsou vybrané kuchyně zařazeny na seznam nehmotného kulturního dědictví UNESCO.*

## Jídlo patří k cestování

Stravovací služby jsou, vedle ubytovacích a dopravních služeb, jedním ze základních realizačních předpokladů cestovního ruchu (CR). Návštěvníci a turisté se musí stravovat a záleží jen na nich, zda si svou stravu na cestách připravují sami ze surovin dovezených ze své domoviny, buď z důvodu naprosté absence místních zdrojů (např. vysokohorské expedice), finanční nedostupnosti, případně i ze strachu z neznámého (obavy ze zdravotních rizik), či naopak využívají suroviny místní. Další možností je konzumace stravy upravené v místních rodinách nebo ve stravovacích zařízeních. Na charakteristikách turisty záleží (Fialová, 2012), čemu při konzumaci dá přednost, zda unifikovaným pokrmům, které odpovídají složením i kvalitou tomu, co zná z domova, nebo naopak vyzkouší místní kuchyni založenou na tamních zdrojích a tradicích (obr. 1). Zda bude stravování považovat za nutné zdržení a využije rychlého občerstvení – tzv. fastfoodů, nebo naopak přistoupí ke konzumaci jídla jako k novému zážitku, kdy bude moci sledovat jeho přípravu či atmosféru prostor, ve kterých je jídlo podáváno – tzv. slow food (obr. 2). Zázitek může být spojený jak s luxusní restaurací, kde strážníka obsluhuje mnohačetný vyškolený personál a k dispozici jsou sady vybraného porcelánu i stříbrných příborů, tak s tržištěm, kde může sle-

doovat přípravu pokrmu na otevřeném ohni ze surovin a ingrediencí, které jste v životě neviděli a které se pod rukama místního prodejce mění v pochutinu servírovanou třeba na palmovém listu.

## Kde se vzala a co značí michelinská hvězda

Cestovní ruch (i v češtině je možno používat kratší jednoslovné synonymum turismus) v dnešním pojetí lze chápat zhruba od druhé poloviny 19. století. Již roku 1888 vydávají bratři Michelinové, zakladatelé světoznámé značky pneumatik, svého prvního průvodce po Francii pro řidiče. Informovali v něm mimo jiné právě o možnostech stravování. Na vysloveně kvalitní stravovací zařízení bylo poprvé upozorněno v roce 1926 „hvězdou“. Dnes je toto označení (1 až 3 hvězdy), které se na základě anonymních inspekčních cest uděluje či odebírá v nepravidelných intervalech, považováno za nejvyšší možné gastronomické ocenění. Pro hosty je to signál, že restaurace stojí za návštěvu, dokonce se může stát významnou turistickou atraktivitou. Nemusí se vždy jednat o restauraci nejvyšší cenové skupiny, např. roku 2016 získalo hvězdu i pouliční bistro v Singapuru (Hvězda pro stánek, 2017). Restaurací s nejvyšším oceněním je na světě v tuto chvíli 120 ve 24 státech, nejvíce ve Francii a v Japonsku

(Michelinské restaurace, 2017). To není nijak překvapující, neboť japonská a francouzská gastronomie byly zapsány do seznamu nehmotného kulturního dědictví UNESCO. Obdobné ocenění, dokládající kulturní význam tradiční kuchyně, získala i kuchyně mexická a středomořská, chorvatské perníkárství, belgické pivovarnictví a turecká káva (UNESCO, 2017). A jak známo, značka UNESCO působí na turisty jako magnet (Fialová a Nekolný, 2015).

V souvislosti s podpořením tradiční české gastronomie vznikl projekt Czech Specials (obr. 3). Snahou bylo zviditelnit stravovací zařízení a nasměrovat turisty tam, kde nabízejí jak tradiční českou kuchyni, kam se řadí např. bramborová polévka, svičková s knedlíkem, buchty (Vašák, 2016), tak regionální speciality, např. mrkvance na Vysočině (kynuté buchty plněné ochucenou mrkvovou náplní). Dovednostem šéfkuchaře je samozřejmě dán prostor, ovšem důraz je kladen na využití místních surovin (Czech Specials, 2017).

## Gastronomický či kulinařský cestovní ruch

Výše již bylo naznačeno, že jídlo může být samo o sobě turistickým cílem. Souvisí to i se současnými trendy ve společnosti a tím i v turismu, kdy účastníci preferují stále více autentické zážitky. K nim právě gastronomie může patřit, pokud odráží jedinečnost místní kultury a tradice (Arva a Deli-Grey, 2011). Jak tedy nazvat tuto stále oblíbenější formu cestovního ruchu, kde je základní motivací účastníka gastronomický zážitek?

Terminologie není v českém prostředí ustálená, proto termín „gastronomický CR/turismus“ lze nahradit synonymy, jako jsou „gurmánský CR“, „kulinařský CR“ anebo „potravinářský CR“. V zahraničí jsou užívány především termíny: „culinarytourism“, „gastronomictourism“, „gourmandtourism“ a „food tourism“. Termín „culinarytourism“ poprvé použila Lucy Long v roce 1998 a považovala jídlo a pití za nedílnou součást tradic, kultury a kulturního dědictví.

WFTA (World Food Travel Association) je nezisková organizace, která dává přednost širšímu označení „food tourism“. Zatímco pojem „culinarytourism“ zahrnuje vše, co se týká pouze jídla a pití, „food tourism“ je komplexnějším termínem a obsahuje vše od potravinových stánků s pouličními prodáváči po vinné sklípky, pivni-



Obr. 1: Salonek připravený pro snídani v typickém japonském ubytovacím zařízení tzv. ryokanu. Pro Evropana je exotický nejen samotný pokrm, ale i způsob stolování. Foto: D. Fialová



Obr. 2: Slow Food je neziskové ekogastronomické sdružení založené v Itálii v 90. letech na protest proti globalizovanému stravování ve stylu fast food, průmyslové velkovýrobě potravin, zrychlujícímu se životnímu tempu a zániku místních gastronomických tradic.

Zdroj: <http://fim2.uhk.cz>

ce, hospůdky, různé typy restaurací apod. WFTA charakterizuje „food tourism“ jako hledání jedinečných a nezapomenutelných zážitků, které jsou spojené s jídlem a pitím, a to na globální úrovni (WFTA, 2017). V Česku je gastronomický turismus definován jako „forma CR, jejíž účastníci jsou motivováni požitkem z konzumace, kultury stolování (atmosféra, vybavení a výzdoba stravovacího zařízení), testování a seznamování se s vybranými pokrmy a nápoji“ (Pásková a Zelenka 2012, s. 100). Je řazen mezi turismus kulturní.

Co vše si můžeme představit pod gastroturismem? Zahrnuje navštěvování primárních a sekundárních výrobců potravin, gurmánských festivalů – např. jen v době vzniku tohoto článku se v Praze konaly tři akce tohoto typu: Vepřobraní, Food Truck Show, Polívkování (Gastronomické akce, 2017) a restaurací či jiných specifických gastronomických míst, např. farmářské trhy, gastronomická muzea, ale i kurzy vaření. Ochutnávky jídel (nápojů), tj. gastronomické zážitky, jsou hlavními motivy pro přitažlivost daného místa (Hall a Mitchell, 2005; Kotíková, 2013).

**Learning About the World Means Learning about its Flavors.** This article examines one of the most sophisticated forms of tourism – gastronomic tourism. Authentic experiences resulting from a visit to site where food is manufactured or a gastronomic facility, complete with tasting traditional or innovative foods or drinks, stand at the forefront of this form of leisure. In this way food takes on greater meaning for tourists than simply satisfying basic physiological needs. It becomes a representative of cultural traditions and a veritable tourist attraction.

#### LITERATURA A ZDROJE DAT:

ARVA, L., DELI-GRAY, Z. (2011): New Types of Tourism and Tourism Marketing in the Post-industrial World. Dostupné z: [http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/104663/2/4\\_Arva\\_New%20Types\\_Apstract.pdf](http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/104663/2/4_Arva_New%20Types_Apstract.pdf) (8. 3. 2017)  
Atlas piv (2017), Dostupné z: <http://www.atlaspiv.cz/> (8. 3. 2017)  
Czech Specials (2017). Dostupné z: <http://www.czechspecials.cz/about-us/> (8. 3. 2017)  
FIALOVÁ, D. (2012): Cestovní ruch: přínosy versus ztráty. Výukový a metodický text. P3K, 59 s. (Dostupné z: [https://web.natur.cuni.cz/ksgsrsek/geovoc/files/cestovnuruch\\_blok.pdf](https://web.natur.cuni.cz/ksgsrsek/geovoc/files/cestovnuruch_blok.pdf))  
FIALOVÁ, D., NEKOLNÝ, L. (2015): Rub a líc turistické přitažlivosti. Geografické rozhledy, 24, č. 4, s. 8–9.  
Gastronomické akce (2017). Dostupné z: <http://www.kalendarakci.atlasceska.cz/gastronomicke-akce/kalendarden-2017-3-1/> (8. 3. 2017)  
HALL, C. M., MITCHELL, R. (2005): Gastronomic Tourism, Comparing Food and Winetourism Experiences. In: Novelli M. (ed.): Niche Tourism. Contemporary Issues, Trends and Cases. Oxford: Elsevier.  
Hvězda pro stánek (2016). Dostupné z: <https://refresher.cz/35384-Obycejny-poulicni-stanek-obdrzel-prestizni-michelinskou-hvezdu-Malajsi-jec-je-ze-svetoveho-oceneni-porad-v-soku> (8. 3. 2017)

#### Kam za vínem, pivem i sýry

Dnes již existují specializované cestovní kanceláře, které klientům nabídnou či připraví na míru cestu za gastronomickými zážitky všeho typu do daleké exotiky či jen do sousedního kraje. Jako příklad budou uvedeny tři tradiční gastronomické produkty, za kterými je možné vyrazit do světa, ale i zůstat v Česku.

S vínem se pojí slunná Kalifornie, italské Toskánsko či některá z mnoha vinařských oblastí Francie. V Česku je to pak především jižní Morava, která dokázala tohoto potenciálu využít a propojit ho i s oblíbenou cykloturistikou. Moravské vinařské stezky představují 1200 km značených tras od Znojma po Uherské Hradiště, kde na turistu čeká nejen specifická krajina vinohradů, ale zejména ochutnávka zdejších vín a dalších pochutin či účast na tradičním vinobraní (Stezky, 2017). CR spojený s vínem se nazývá „enoturismus“.

Dalším nápojem, který neoddelitelně patří k Česku, je pivo. Ač kolébkou pivního turismu je Německo, s nejstarším festivalem pořádaným v Mnichově na přelomu září a října nazvaným Oktoberfest. Letos se bude konat již 184. ročník (Oktoberfest, 2017). Belgie získala zápis své pivní kultury v loňském roce na seznam UNESCO. I Česko má v tomto ohledu rozhodně co nabídnout. Vedle tradičních pivovarů je mezi milovníky piva velký zájem o minipivovary, kterých přibývá každým dnem. Jaká situace byla k roku 2014 zachycuje Český pivní atlas (Materna a Hasman, 2014). Aktuality, kam za pivem, objevíte v Atlasu piv (2017).

Oblíbenou pochutinou s významnými regionálními specifiky jsou také sýry. Holandské, švýcarské, francouzské, ale i české stojí za ochutnání. Na rozdíl od předchozích produktů se sýry hodí pro všechny genera-



Obr. 3: Czech Specials je partnerským projektem agentury CzechTourism, Asociace hotelů a restaurací a Asociace kuchařů a cukrářů ČR. Jeho cílem je zvýšit povědomí o regionální gastronomii Česka a snahou je podpořit restaurace, které nabízejí tradiční české pokrmy. Prezentuje českou kuchyni jako rozmanitou v rámci jednotlivých regionů. Czech Specials je zároveň certifikační značkou, která má zajistit, že právě v takto označené restauraci mohou turisté počítat s kvalitními službami a dostanou tradiční české pokrmy v odpovídající kvalitě.

Zdroj: <http://www.czechspecials.cz>

ce. Mezi nejznámější patří Olomoucké tvarůžky z hanáckých Loštic, Blaťácké zlato z jižních Čech, případně kozí či ovčí sýr, sýr s bylinkami z Krušných hor tzv. Aberský sýr. Pro turisty vyhledávající sýry je typická nejen jejich konzumace, ale především pobyt na farmě a ideálně i možnost zapojit se do samotné přípravy sýrů.

#### Závěr

Gastronomické zážitky – návštěva výroby, sledování přípravy jídla, konzumace v autentickém prostředí – nám rozšiřují znalosti o zemi, regionu či lokalitě, a to jak z hlediska toho, jaké produkty se zde pěstují a zpracovávají, ale i jaké techniky při přípravě pokrmů jsou voleny a jaký je způsob stolování. Máme tak možnost poznat typické kulturní zvyky a navíc uspokojit a rozvíjet i svůj pátý smysl – chuť.

Dana Fialová, PŘF UK  
[dana.fialova@natur.cuni.cz](mailto:dana.fialova@natur.cuni.cz)