

Felelős gyakorlatok az európai gasztronómiai fesztiválokon

Responsible practices at European gastronomic festivals

CSAPODY BENCE

PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, bence.csapody@uni-corvinus.hu

ÁSVÁNYI KATALIN

PhD, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, katalin.asvanyi@uni-corvinus.hu

JÁSZBERÉNYI MELINDA

PhD, habilitált egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, jaszberenyi@uni-corvinus.hu

Absztrakt

Vitathatatlan, hogy a vírusválság jelentős hatással bír a vendéglátóhelyek működésére napjainkban. Pozitív példaként említendő, hogy a lezárások alatt a tudatos vállalkozók éltek az önreflexió módszerével és megvizsgálták az új modellek felé történő nyitás lehetőségeit. De mi a tapasztalat a gasztronómiai rendezvényekkel kapcsolatban? A válság utáni kilábalás időszaka gyakran eredményezi új működési modellek térhódítását. Vizsgálódásunk fő kérdése, hogy milyen fenntartható gyakorlatokat alkalmaznak az európai gasztronómiai fesztiválok szervezői? Kutatásunk célja az európai gasztronómiai fesztiválok „jó gyakorlatainak” azonosítása. A benchmarking módszertan alkalmazása egy összetett, szisztematikus folyamat, amely egy új szempontrendszer felvázolását is magában foglalja annak érdekében, hogy ötleteket adjon a rendezvényszervezőknek megalapozva ezzel fesztiváljaik fenntarthatóbb működését.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, gasztronómiai fesztiválok, vendéglátás, COVID-19, rendezvények

Abstract

The crisis caused by COVID-19 pandemic has a major impact on the operation of hospitality establishments today. As a positive example, conscious entrepreneurs have exploited this critical situation to carry out self-revision and examined the opportunities to open towards new models during or after the multiple shutdowns. But what is the situation with gastronomic events? The period of recovery after crisis often shifts in a new direction of operation. Our main question is, what solutions do sustainability offer for the organizers of gastronomic events? The following research is primarily based on the identification of best practices from European gastronomic festivals. Using the aforementioned benchmarking methodology is a complex, systematic process that also includes the creation of new standards in order to provide ideas for event organizers to get their festivals more sustainable.

Keywords: sustainability, culinary festivals, hospitality, COVID-19, gastronomic events

1. Bevezetés

A koronavírus hatására a gazdasági élet kivétel nélkül a világ minden táján alapvetően megváltozott. Míg a házhozszállítás és az elvitelre készített ételek némi esélyt biztosítottak a túlélésre a vendéglátási ágazat néhány szereplőjének, a rendezvényszervezés területére jelentős korlátozások vonatkoztak, bizonyos időszakokban teljes és általános rendezvénytilalom lépett életbe az európai országok többségében. A koronavírus elleni vakcinák megjelenésével és a tömeges oltások megkezdésével azonban a kontinens számos részén megtették az első lépéseket a “felépülés” felé vezető úton. A cikk megírásakor még nem beszélhetünk múlt időben a vírusválságról, annak hosszú távú gazdasági hatásai még mindig kiszámíthatatlanok. Ennek ellenére arra lehet következtetni, hogy a gazdasági rendszerek jelentős változáson mennek keresztül, az ideológiai kérdés pedig az, hogy melyik úton tudunk kilépni a válságból. Ugyan szakértők szerint egyelőre nem érkezett el a globalizáció korának vége (KARABELL, 2020; ELLIOTT, 2020); egyes elemzők jelentős változásra számítanak az értékláncok rendszerében (KANTRUP ET AL, 2020), ahogyan az a 2008-ban kirobbant gazdasági válság során is történt (VAN TIL, 2020).

Vizsgálódásunk során arra a kutatási kérdésre kerestük a választ, hogy “milyen fenntartható gyakorlatokat alkalmaznak az európai gasztronómiai fesztiválok szervezői?” Tanulmányunkban megkíséreljük felvázolni a gasztronómiai események előtt álló fenntartható jövőképet a szakirodalmak és az általunk elvégzett empirikus benchmarking elemzés alapján. Először a fenntartható vendéglátás szakirodalmát tekintjük át, erre alapozva mutatjuk be a gasztronómiai rendezvények fenntartható “jó gyakorlatait” vizsgáló kutatásunk eredményeit, a kutatás során tapasztaltak által meghatározott dimenziók és vizsgálati szempontrendszer mentén. A kutatás online, a világhálón elérhető információk (rendezvények saját weboldala és közösségi oldalai, beszámolók, blogbejegyzések) feldolgozásával került megvalósításra. Kutatásunk célja, hogy az akadémiai szférán túl a rendezvényszervezéssel foglalkozó piaci szereplőknek is olyan példákat mutassunk be a teljesség igénye nélkül, amelyekkel az újrainduló fesztiválok fenntartható működést valósíthatnak meg.

2. Irodalomfeldolgozás

A válságból való kilábalás időszaka új irányok nyitásához vezethet a menedzsment területén - alapvetően érintve a vendéglátásmenedzsment gyakorlatát is. Ilyen új irány lehet a fenntartható modellek előmozdítása, és ennek részeként a helyi termelőkön alapuló alapanyag-beszerzési stratégia elterjedése a gasztronómiában. A fenntarthatóságot három pillér mentén elemezhetjük - megvizsgálva egy adott kérdés környezeti, gazdasági és társadalmi vonatkozásait. Mindazonáltal a fenntarthatóság kérdését vizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy bár az elmúlt évtizedekben számos tanulmány született turisztikai témában, az akadémiai szféra kevésbé fókuszált az éttermi vendéglátás és a felszolgált ételek fenntarthatóságának kérdésére (JACOBS - KLOSSE, 2016). Ugyanakkor fontos rávilágítanunk arra az ellentmondásra is, amely a fenntartható vendéglátást övezi. Ameddig a szektor egyre inkább arra törekszik, hogy a fenntarthatóságot mind marketingüzeneteiben, mind az ügyfélmény-menedzsmentben felhasználja, addig a másik oldalon gyakran a „feltűnő fogyasztásra” (*conspicuous consumption*) helyezik a hangsúlyt, amit a felelős fogyasztás ellentétének tekinthetünk (JONES ET AL, 2016).

Hasonló eredményre jutunk, ha a rendezvények fenntarthatóságáról szóló irodalmakat vizsgáljuk. Azt mondhatjuk, hogy hiányosságok mutatkoznak annak átfogó tanulmányozásával kapcsolatban, csupán kis számban találunk olyan írást, amelyek a fenntartható fesztiválszervezés témában íródtak és egyidejűleg a fenntarthatóság alapos és koncepcionális meghatározására is kísérletet tesznek (ZIFKOS, 2015).

A fenntartható vendéglátás elterjedésének egyik fő, kezdeti mérföldköve volt a “*slow food*” mozgalom elindulása 1986-ban, egy olasz gasztroblogger, név szerint Carlo Petrini kezdeményezésére. Három évvel később, 1989-ben, Párizsban megszületett a “*slow food*” alapdokumentuma, amely a helyi piacok fontosságát, a regionális hagyományokat és a lassan elkészített ételek élvezetét hirdette (SIMONETTI – PETRINI, 2012). A lehető legközelebbi forrásból származó összetevőkön alapuló éttermi menük - közismertebb néven nulla kilométeres ételek (*zero kilometer food*) vagy a termelőtől a fogyasztóig (*farm-to-table/farm-to-fork*) koncepciók - divatossá váltak a 2000-es évek eleje óta, különösen a nyugat-európai országokban. Először a fine dining éttermekeket érintette ez a jelenség, amely később más kategóriákban is elterjedt.

A szakirodalmakat áttekintve azt láthatjuk, hogy a helyi termékek definíciója nem egységes. A kanadai kormány élelmiszer-felügyeleti hivatala (Canadian Food Inspection Agency) szerint a „helyiként” hirdetett termékek esetében az előállítás és az értékesítés helye között legfeljebb 50 kilométeres távolság engedélyezett (HERZOG – MURRAY, 2013), míg máshol a termelői piacok szervezői akár a 200 kilométeres távolságból származó termékeket is a helyi jelzővel illetik (HALL, 2013).

KOOY (2013) öt „összetevő” mentén fogalmazta meg a fenntartható ételkészítés alapját a téma kulturális, egészségügyi, természeti, minőségi és profit szempontjainak elemzésével. RIMMINGTON és szerzőtársai (2006) azonban korábban kilenc szükséges kritériumot határoztak meg a fenntartható ételkészítéshez, kiemelve köztük a helyi alapanyagok felhasználását és a környékbeli termelők termékeinek választását. Ugyanakkor egy több mint 1200 fogyasztóval végzett kutatás azt mutatta, hogy a helyi termékek vásárlásának motivációja inkább a helyi szereplők támogatásáról szól, mintsem magáról a termék minőségbeli jellemzőiről (MEMERY et al., 2015).

Általánosságban az importált áruk teljeskörű kiszorítása nem lehet egy reális célkitűzés a vendéglátási ágazat számára. KOOY (2013) szerint a külföldről származó alapanyagok részesedésének 20 százalék körüli értéke lehet az ideális, miközben a helyi termékek felhasználásának arányát 80 százalékban határozza meg a szerző. KINNUNEN és szerzőtársai (2020) által publikált tanulmány eredményei is összhangban állnak ezzel. Ugyan az élelmiszer-ellátási láncok hossza, ezáltal az élelmiszer-rendszerek „lokálitása” kulcsfontosságú szempont a fenntarthatósághoz kapcsolódó narratívában, mégis azt láthatjuk, hogy összességében a világ népességének körülbelül 11 - 28 százaléka képes kielégíteni a szükséges termények iránti igényét 100 kilométeres körzeten belüli forrásból –a vizsgált régióktól és növényfajtáktól függően. A tanulmány arra is rávilágít, hogy mindeközben terménytől függően a lakosság 26 - 64 százaléka számára ez a távolság meghaladja az 1000 kilométert is, valamint különösen Afrikában és Ázsiában, a megfelelő és stabil élelmiszer-ellátás biztosításához továbbra is globális ellátási láncokra van szükség (KINNUNEN et al., 2020).

Tapasztalataink alapján a fogyasztók számára a fenntartható táplálkozás a pazarlásmentes és egyben egészséges táplálkozást jelenti, elsősorban hazai alapanyagok felhasználásával és a környezet megóvása mellett. A Magyar Turisztikai Ügynökség által 2020-ban, a magyar lakosság bevonásával készített, nem reprezentatív online kutatás alapján az látható, hogy a megkérdezettek 20 százaléka elkötelezett ilyen módon a fenntartható táplálkozás iránt, míg további közel 30 százalékról mondható el, hogy ugyan a környezettudatosági szempontokat előtérbe helyezik, de táplálkozásukra még ilyen aspektusból nem figyelnek oda. Ugyan a felmérés alapján fontos különbség, hogy a fenntartható vendéglátóhely minőségi előnyeit leginkább a fenntartható táplálkozás iránt elkötelezettek látják, egyetértés látható abban, hogy a fenntartható vendéglátóhely drágább, ugyanakkor már a környezettudatos szegmens jelentős része előnyben részesítené az ilyen vendéglátóhelyeket, és hajlandó lenne többet is áldozni a fenntartható étkezésre (MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG, 2020).

A helyi alapanyagok szerepét hangsúlyozva az Európai Bizottság 2020. május 20-án kiadott közleményében foglalkozik a „termelőtől a fogyasztóig” stratégia kérdésével, kitérve az európaiak által az élelmezés fenntarthatóságának tulajdonított értékekre. A szövegben a Bizottság rámutat a rövid értékláncok fogyasztók egészségére és életminőségére gyakorolt hatására, valamint megfogalmazza, hogy „a fogyasztók számára lehetővé kell tenni, hogy fenntartható élelmiszereket válasszanak, és ezért az élelmiszerlánc valamennyi szereplőjének felelősséget kell vállalnia, ugyanakkor fel kell ismerniük az ebben rejlő lehetőségeket” (EURÓPAI BIZOTTSÁG, 2020)

Mindazonáltal ezen elméletek gyakorlatba történő áthelyezéséhez az első szükséges lépés, hogy a vendéglátás területén dolgozók is felismerjék a helyi produktumokra építő gondolkodásmód szerepét – amely KOOY (2013) szerint a fenntarthatósági pillérek szerinti három dimenzió mentén elemezhető: társadalmi, pénzügyi-gazdasági és környezeti szempontok alapján. A fenntartható fesztiválszervezés tekintetében ZIFKOS (2015) hasonló megállapításokat tesz. A szerző szerint a környezettudatos eseményeknél gyakran kerül használatra a „fenntartható” előtag, amely rövidlátó és meglehetősen problematikus, hiszen a fenntarthatóság sokkal több, mint csupán környezeti probléma.

3. Módszertan

Tapasztalataink azt mutatják, hogy a fenntartható vendéglátási rendszerek az akadémiai szféra által kevésbé kutatott terület, ugyanakkor egyre nagyobb népszerűsége tesz szert. Kutatásunk során arra törekszünk, hogy fenntartható megoldási lehetőségeket és gyakorlatokat tárjunk fel a piaci szereplők számára, amelyek a COVID-19 utáni felépülési időszakban segíthetik őket.

A gasztronómiai fesztiválok elemzését kvalitatív elemzéssel végeztük, hogy konkrét információkat kapjunk a példaértékű gyakorlatokról. BHUTTA és HUQ (1999: 254) meghatározása szerint „*a benchmarking lényege a termékek, szolgáltatások vagy folyamatok legmagasabb szintű kiválósági normáinak azonosítása, majd az említett szabványok eléréséhez szükséges fejlesztések végrehajtása - amelyeket általában „legjobb gyakorlatoknak” neveznek*”. A szakirodalmak alapján számos különböző benchmarking modell fejlődött ki az évek során. DEROS és szerzőtársai (2006) is vizsgálták e módszertan irányzatait, amelyeket különböző modellekbe soroltak. Jelen kutatásunk a „*tanácsadó- vagy szakértő-alapú modellek*” egyik altípusának tekinthető, amelyek lényege, hogy személyes véleményen és tapasztalaton alapulnak, célja pedig, hogy tanácsot nyújtson a szervezeteknek. Ez az irányzat kifejezetten gyakorlatorientáltnak tekinthető (DEROS et al., 2006).

Kutatásunk célja, hogy a gasztronómiai fesztiválok fenntarthatósági gyakorlatait azonosítsuk és bemutassuk. Ezért a benchmarking kutatásba magas minőséget képviselő európai rendezvényeket vontunk be, amelyek tematikájában a helyi alapanyagok kiemelt szereppel bírnak. A példák gyűjtése egyrészt saját tapasztalatokon, másrészt pedig online elérhető forrásokon (pl. gyűjtőoldalak, blogok) keresztül valósult meg.

A vizsgálat eredményeként összesen 14 fesztivál kapcsán (1. táblázat) azonosítottuk a példaértékű gyakorlatokat, amelyek az alábbi dimenziók mentén kerültek elemzésre:

- alapanyagok és felszolgált ételek,
- szervezés,
- kommunikáció és programok,
- helyi közösségek és kultúra.

A koronavírus okozta világjárvány kihívást jelentett a kutatás szempontjából is, hiszen a korlátozások miatt a rendezvények többsége nem kerülhetett a 2020-as évben megrendezésre. Az adatgyűjtés során így a korábbi évek (2018, 2019) eseményeiről írt beszámolókat, blogbejegyzéseket, valamint a fesztiválok saját weboldalát és közösségi felületeit (Facebook és Instagram) elemeztük.

1. táblázat

Az elemzett gasztronómiai fesztiválok

| Rendezvény neve | Helyszín |
|---|-------------------------------|
| Blenheim Palace Food Festival | Woodstock, Egyesült Királyság |
| The Milan Coffee Festival | Milánó, Olaszország |
| Gourmet Festival Düsseldorf | Düsseldorf, Németország |
| International Oyster and Seafood Festival | Galway, Írország |
| Taste of Amsterdam | Amszterdam, Hollandia |
| Oktoberfest | München, Németország |
| Taste Florence Food Festival | Firenze, Olaszország |
| Bristol Food Connections | Bristol, Egyesült Királyság |
| Beer Passion Weekend | Antwerpen, Belgium |
| Edinburgh Food Festival | Edinburgh, Egyesült Királyság |
| Seafood Festival of Marisco | O Grove, Spanyolország |
| London Craft Beer Festival | London, Egyesült Királyság |
| Bordeaux Wine Festival | Bordeaux, Franciaország |
| Copenhagen Cooking and Food Festival | Koppenhága, Dánia |

Forrás: saját szerkesztés

4. Eredmények

A gasztronómiai eseményeket összehasonlító elemzésünkben kiderült, hogy míg a környezettudatos szervezési gyakorlatokat gyakran használják a fesztiválokon, a gazdasági és társadalmi szempontokat kevésbé veszik figyelembe az ilyen rendezvények esetében. Ugyanakkor az elemzés dimenzióinak kidolgozása során megpróbáltunk egyformán koncentrálni a fenntarthatóság mindhárom pillérére, amelynek eredményeként meghatározásra került a következőkben felvázolt elemzési szempontrendszer.

4.1. Alapanyagok és felszolgált ételek, alapanyagok

A legtöbb esetben az alapanyagok, valamint a kínált ételek és italok tekintetében jelenik meg a fenntarthatósági kritérium. Ahogyan azt a szakirodalmak is bizonyították, a helyi alapanyagok definiálása nem egyszerű, így elemzésünk során az egyes rendezvények szervezői által „helyiként” jelzett termékeket vesszük figyelembe, legyen szó meghatározott átmérőjű körből vagy egy adott földrajzi egységen belülről származó termékekről. A Bordeaux Wine Festival esetében kifejezetten nagy hangsúlyt fektetnek a helyi termékekre, a borok és a használt alapanyagok főként a bordeaux-i borvidékről származnak. A Taste of Amsterdam rendezvény tematikája szintén érinti a fenntarthatóság több pillérét, hiszen hazai éttermek és termelők vesznek részt, akik jellegzetes hazai ízeket kínálnak, hasonlóan a Taste Florence Food Festival tematikájához. A firenzei rendezvény szintén a regionális kulináris szokásokra és alapanyagokra épít a minőségi alapanyagokat előállító helyi termelők és éttermek részvételével. A fesztivál koncepciójában a slow food mozgalom is jelentős szereppel bír.

A helyi alapanyagokon túl a szezonális gondolkodásmódra kiváló példa a galway-i (Írország) International Oyster and Seafood Festival, amely kifejezetten az osztrigaszezonra épít, szeptember hónapban kerül megrendezésre, ami az osztrigaidőszak kezdetének tekinthető. Ehhez hasonló szervezési koncepcióval találkozhatunk az Edinburgh Food Festivalon is, ahol a helyi fenntartható halkitermelés, mézkészítés, növénytermesztés, állati eredetű anyagok feldolgozása említhető meg.

Mindezen felül a Copenhagen Cooking and Food Festival esetében figyelhetünk meg kiemelten fenntartható gyakorlatokat. Az előzőekben bemutatottakon túl, olyan programokat is megrendeznek, amelyek az önálló alapanyagtermelésre fókuszálnak. Ezekről a „kommunikáció és programok” pontban bővebben is írunk.

Szintén fontos megemlíteni a különböző intoleranciákban szenvedő látogatókra való fókuszálást. Ilyen kezdeményezés például a The Milan Coffee Festival esetében figyelhető meg, lehetővé téve növényi tejek fogyasztását is. A vegán termékek térhódítása ugyanakkor a hosszú hagyományokkal rendelkező eseményeket sem kerülte el. A müncheni Oktoberfest kínálatában egyre gyakrabban megtalálhatók a vegán sörök, valamint a tradicionális bajor ételek vegán és vegetáriánus változatai is.

Mindazonáltal a helyi alapanyagok használata önmagában nem elégíti ki a fenntarthatóság kritériumait, hiszen több esetben a helyi termelés egyet jelent a túlzott kitermeléssel. Erre mutató jó gyakorlatnak tekinthető a Bristol Food Connections, ahol a nem veszélyeztetett halak feldolgozása kap kiemelt figyelmet az organikus helyi termékek előnyben részesítésével párhuzamban.

4.2. Szervezés

A szervezés tekintetében általában a termelt hulladék mennyiségének minimalizálása áll a középpontban a környezettudatos lépések mögött. Többek között ennek köszönhető az egyre gyakoribb a papírmentes jegyvásárlási lehetőség (pl. The Milan Coffee Festival) és az úgynevezett „re-poharak” elterjedése az egyes rendezvényeken, amely mára nem számít újdonságnak, az általunk vizsgált fesztiválok között is számos esetben előfordult (pl. Beer Passion Weekend). Az Edinburgh Food Festival is arra törekszik, hogy a keletkező hulladékot minimalizálja és újrahasznosítsa. Valamennyi helyszínt többféle, szelektív hulladékgyűjtőkkel látnak el, továbbá a standoknál használt összes műanyag teljes mértékben újrahasznosítható. A #TheLastStraw kampány részeként pedig az összes műanyag szívószálat betiltották a rendezvényen. Azt láthatjuk, hogy általánosságban a hulladékgazdálkodás egy, a fenntartható fesztiválszervezőket foglalkoztató kérdés, ezen belül viszont az étel- és ital-hulladék mennyiségének csökkentésére is találunk jó példát. A Blenheim Palace Food Festival kifejezetten támogatja többek között a Too Good To Go nevezetű, étel- és ital-pazarlás ellen küzdő applikációt. Ugyanakkor számos esetben (pl. Bristol Food Connections) konkrét intézkedési javaslatok nem kerülnek megfogalmazásra. Ezzel szemben az Oktoberfesten saját hulladékgazdálkodási rendszert fejlesztettek ki: betiltották az egyszer használatos tányérokat, edényeket és evőeszközöket, poharakat és a szemetet szigorúan szelektíven gyűjtik.

A müncheni sörfesztivál a hulladékgazdálkodáson felül az energiaforrások tekintetében is példamutatónak tekinthető. A fesztivál szervezőinek állítása szerint évi ezer tonna szén-dioxid kibocsátását előzik meg azzal, hogy környezetbarát, megújuló energiaforrásokat (ún. „M-Ökostrom” és „M-Ökogas”) használnak a rendezvényen. Ezen kívül a szórakoztató elemek (pl. a hullámvasút és a körhinta) csak biológiailag lebomló hidraulikaolajjal működnek. Számos helyen használnak napelemeket, a sátrak és egyéb attrakciók megvilágítása pedig LED izzókkal történik. A szennyvíz újrahasznosítására is példamutató kezdeményezést találhatunk, több sátorban a mosogatóvizet a mellékhelyiségekben újra felhasználják.

A Gourmet Festival Düsseldorf példája pedig azt mutatja, hogy nem csak saját hatáskörben tehetnek a fesztiválszervezők a környezetileg fenntartható működésért, de a kiállítói szerződésben meg is köthetik, hogy a kiállítók kötelesek környezettudatosan viselkedni. Szervezési oldalról szintén fontos, hogy ne csak elvárások és tiltások kerüljenek megfogalmazásra (mint például a PET-palackok kitiltása adott rendezvényről), hanem a fenntarthatósági lépésekben a látogatókat támogassák, ahogyan ezt a Taste of Amsterdam, illetve a Bristol Food Connection által biztosított ingyenes ivóvíz példája is mutatja.

A részletekbe menő akciótervekre pedig a Copenhagen Cooking and Food Festival egy kiemelkedő példa, ahol a szakácskabátoktól az abroszokig minden szövet újrahasznosított és újrafelhasználható anyagokból készül.

Egy fenntartható rendezvény nem csak az adott helyszínen zajló folyamatok körültekintő megszervezésével válik fenntarthatóvá, de számos egyéb kapcsolódó kérdés átgondolása is

szükséges. Ide sorolhatjuk a helyszín megközelítését, a közlekedés kérdését. Ahogyan a Taste of Amsterdam, úgy a Blenheim Palace Food Festival szervezőinek hangoztatott céljai közé tartozik a zöld közlekedés támogatása. A Blenheim Palace Food Festival célja egy zöldebb jövő kialakítása, a szén-dioxid-semleges állapot elérése 2025-re. Ennek keretében tűzték ki azt a célt, hogy a látogatók 50 százaléka szén-dioxid-barát módon érkezzon, melyet a kerékpáros és gyalogos útvonal kiépítésével is támogatnak. A látogatókat egy, a jegy árából levont 30 százalékos kedvezménnyel kívánják rávenni, hogy zöld módon (vonattal, busszal, biciklivel vagy gyalog) érkezzenek.

4.3. Kommunikáció és programok

A rendezvényszervezők kommunikációjának elemzését szintén kiemelten fontosnak tartottuk a fenntartható működés vizsgálatához. Ezt segítve például a Taste of Amsterdam weboldalán található egy „fenntarthatóság” menüpontot, ami önmagában utal a fesztivál tudatos szervezésére. Ezen keresztül nem csak a szervezők által megtett zöld lépések kerülnek bemutatásra, de felsorolják azt is, hogy a látogatók mit tehetnek a környezetért. Ezen felül a megközelíthetőséggel kapcsolatban kihangsúlyozzák a kerékpár előnyeit és több link is megtalálható a tömegközlekedés használatáról.

Az Oktoberfest kommunikációjában is kiemelt szerepet kap a környezettudatosság, a fesztivál „zöld oldalán” kommunikált környezettudatos lépésekkel vonzzák a látogatókat. A Bristol Food Connections közösségi oldalain pedig aktívan foglalkoznak fenntarthatósági kérdésekkel, többek között Instagramon képek és alattuk felirat említi meg a helyi lakosoktól való fogyasztás fontosságát. A rendezvény egyik legjelentősebb része a BBC Food and Farming Awards, melynek nem titkolt célja azokat ünnepelni, akik nap mint nap keményen dolgoznak azért, hogy az emberek egészségesebben étkezhessenek.

De a Bordeaux Wine Festival szervezői is külön felhívják a figyelmet a környezetvédelem iránti felelősségvállalásra. A helyi termelők támogatása, a környezettudatosság iránti tisztelet és felelősség kiemelése, és ebben a témában elkötelezett partnerekkel való kooperáció fontossága alapvető a fesztivál számára.

A Copenhagen Cooking and Food Festival Facebook oldalukon rendszeresen ajánlanak helyi éttermeket, kávézókat, ökofarmot, míg az Instagramon helyi piacot népszerűsítenek.

A rendezvényen való részvételen túlmutatóan a mindennapi életben hasznosítható praktikák bemutatása a látogatók számára, vagyis az edukáció is fontos része a fenntarthatóságnak. Az Edinburgh Food Festival filmvetítéssel kívánja erősíteni a látogatókban a fenntarthatóság fontosságát. A legutóbb megrendezett fesztiválon Zev Robison fenntartható halászatról szóló dokumentumfilmjeit vetítették a látogatóknak.

Szintén kiemelendő a Copenhagen Cooking and Food Festival, ahol nem csak a „világ legfenntarthatóbb vacsorája” kerül megrendezésre, de a látogatókat különböző programok keretében arra is megtanítják, hogy hogyan termeljék meg maguknak a zöldségeket.

A milánói Coffee Festival tematikájához illeszkedve került 2018-ban megszervezésre a Lavazza Talk a fenntartható kávé termesztéséről, valamint az ICO fenntarthatóságról szóló workshopján vehettek részt a látogatók.

A Bristol Food Connections tematikájába illően pedig a slow food, valamint a vegán életmód és a plant-based diet témájában kerültek a programok megrendezésre.

4.4. Helyi közösségek és kultúra

A fesztiválok kiemelt szerepet játszanak a helyi közösségek kulturális identitásában (HALL, 2001), valamint képesek kulturális jólétet teremteni (GETZ, 1997), ezek alól pedig a gasztronómiai rendezvények sem képeznek kivételt. A helyi társadalom és ezáltal a helyi gazdaság fenntarthatósági zászlóshajójának mondható az Edinburgh Food Festival. A fesztivál nagyrészt hazai, családi vállalkozásoknak nyújt teret, hogy standot alakítsanak és bemutassák

magukat a látogatók számára. Mivel csak helyi gasztronómiai érdekeltségű standok kerülnek kiállításra, így a rendezvény bevételei is a helyi termelőket, gyártókat, forgalmazókat erősítik. Ugyancsak a helyi szereplők és munkavállalók támogatásának jó példája az International Oyster and Seafood Festival, ahol minden évben számos étterem vesz részt a rendezvényen, valamint a városi rendezvénytermekkel is kapcsolatban áll a fesztivál. A helyi turizmust élénkítendő, az elérhető szálláshelyek a rendezvény honlapján is elérhetők.

Ebbe a sorba illik a Seafood Festival of Marisco is, amely nem valósulhatna meg a helyi halászok munkája nélkül. A rendezvény fontos üzenete a látogatók számára a fenntartható halászat bemutatása, a helyi gasztronómiai kultúra továbbadása, valamint a helyi piaci szereplők és a látogatók közötti kapcsolat megteremtése. Szintén ebben a szellemiségben kerül megrendezésre a Taste Florence Food Festival, melynek célja a firenzeiek saját kultúrájának ünneplése és szélesebb körben történő megismertetése.

2. táblázat

A fenntartható gasztronómiai rendezvények szempontrendszere

| Dimenzió | Szempont | Példa |
|--|---|---|
| Alapanyagok és felszolgált ételek | helyi termékek és alapanyagok felhasználása | a helyi termékek, a borok és a használt alapanyagok (Bordeaux Wine Festival) |
| | veszélyeztetett fajok védelme, túlzott kitermelés elleni küzdelem | a veszélyeztetett fajok és a túlzott kitermelés elleni gasztronómiai gyakorlatok (Bristol Food Connections) |
| | szezonális alapanyagok használata | rendezvény az osztrigaszazon kezdetén (International Oyster and Seafood Festival) |
| | organikus termékek | organikus helyi termékek népszerűsítése (Bristol Food Connections) |
| | különböző intoleranciák és/vagy étrendek szerint táplálkozók kezelése | vegán sörök és tradicionális ételek vegán és vegetáriánus változatai (Oktoberfest) |
| Szervezés | hulladékmennyiség minimalizálása | egyszer használatos tányérok, evőeszközök, poharak és szívószálak betiltása (Beer Passion Weekend, Oktoberfest, Edinburgh Food Festival) |
| | élelmiszerpazarlás elleni tevékenységek | Too Good To Go élelmiszerpazarlás ellen küzdő applikáció népszerűsítése (Blenheim Palace Food Festival) |
| | szelektív hulladékgyűjtés és újrahasznosítás | szigorú hulladékszelektálási szabályok (Edinburgh Food Festival, Oktoberfest) |
| | fenntartható energiagazdálkodás | környezetbarát, megújuló energiaforrások (Oktoberfest) |
| | környezettudatos vízgazdálkodás | szűrkevíz felhasználása (Oktoberfest) |
| | környezetbarát és fenntartható eszközök használata | szakácskabátoktól az abroszokig minden szövet újrahasznosított és újrafelhasználható anyagokból készül (Copenhagen Cooking and Food Festival) |
| | környezettudatos kiállítói magatartás elvárása | környezettudatos viselkedés megkövetelése a kiállítói szerződésben (Gourmet Festival Düsseldorf) |
| | fenntartható közlekedés | „zöld” közlekedési eszközök esetén kedvezményes belépőjegy (Blenheim Palace Food Festival) |
| Kommunikáció és programok | fenntartható gyakorlatok tudatos kommunikációja | „Fenntarthatóság” menüpont a weboldalon (Taste of Amsterdam) |
| | fenntartható példák díjazása | BBC Food and Farming Awards (Bristol Food Connections) |
| | helyi piaci szereplők népszerűsítése, együttműködés | helyi szolgáltatók promóciója a saját online felületeken (Copenhagen Cooking and Food) |
| | látogatók edukációja fenntarthatósági kérdésekről | dokumentumfilmek vetítése a fesztiválon (Edinburgh Food Festival) |
| | fenntartható gyakorlatok bemutatása | bemutatók szervezése az otthoni zöldségtermesztésről (Copenhagen Cooking and Food Festival) |
| Helyi közösségek és kultúra | együttműködés helyi vállalkozásokkal (termelőkkel, szolgáltatókkal) | hazai, családi vállalkozások megjelenítése kiállítóként (Edinburgh Food Festival, International Oyster and Seafood Festival) |
| | helyi ízek, kulináris hagyományok | halakra épülő, helyi gasztronómiai kultúra továbbadása (Seafood Festival of Marisco) |
| | kapcsolatteremtés a helyi piaci szereplők és a látogatók között | a helyi halászok és a lakosság közötti kommunikáció erősítése (Seafood Festival of Marisco) |

Forrás: saját szerkesztés

5. Következtetések

A feldolgozott irodalmakra alapozva számos népszerű gasztronómiai trend került megvilágításra. Ilyen többek között a Carlo Petrini által indított „slow food” mozgalom, a nulla kilométeres ételek (*zero kilometer food*) és a termelőtől a fogyasztóig (*farm-to-table/farm-to-fork*) koncepciók. Az általunk elvégzett elemzés is azt mutatta, hogy a fenntarthatóságra odafigyelő fesztiválok ezen koncepciókat figyelembe véve kerülnek megrendezésre és egyre nagyobb teret nyernek a helyi termékek. A szakirodalmak szinte kivétel nélkül elengedhetetlen szempontjaként azonosítják a fenntartható vendéglátási modelleknek a helyi termékeket (pl. RIMMINGTON et al., 2006 és KOOY, 2013). Ugyanakkor azt is láthatjuk, hogy a globalizált világunkban az importált áruk teljeskörű kiszorítása egy irreális célkitűzés lenne a vendéglátási ágazat számára, de itt is a 80-20 szabály alkalmazása kerülhet szóba a helyi termékek javára (KOOY, 2013). Az is látszik, hogy a fogyasztók számára a fenntartható táplálkozás a pazarlásmentes és egyben egészséges táplálkozást jelenti, elsősorban hazai alapanyagok felhasználásával és a környezet megóvása mellett. A helyi alapanyagok szerepét hangsúlyozva az Európai Bizottság 2020. május 20-án kiadott közleményében foglalkozik a „termelőtől a fogyasztóig” stratégia kérdésével, rámutatva a rövid értékláncok fogyasztók egészségére és életminőségére gyakorolt hatására.

Mindezzel összhangban áll a benchmarking kutatásunk eredményeként felállított szempontrendszer is. Az eredményeket 4 dimenzió belül (alapanyagok és felszolgált ételek; szervezés; kommunikáció és programok; helyi közösségek és kultúra) helyeztük el, dimenzióként meghatározott szempontokhoz rendelve az egyes gyakorlatokat (2. táblázat). Az eredmények alapján kijelenthetjük, hogy a „helyben gondolkozás” a dimenziókon átnyúlóan megjelenik a jó gyakorlatokban, érintve az alapanyagoktól kezdve a fesztivált megrendező települések kultúrájáig egyaránt. Ugyanakkor a termékeknél szintén fontos szereppel bír az organikus, a szezonális és az új étrendekhez alkalmazkodó gondolkodásmód.

A szervezés tekintetében az elemzésből kiderült, hogy a jó gyakorlatok többsége a víz-, a hulladék-, és az energiagazdálkodás témájához kapcsolódik, bár néhány esetben olyan példákra is sikerült rávilágítanunk, amelyek a mainstream példákon túlmutatnak mint például a fenntartható textíliák használata. Példamutató lehet szintén a környezettudatos viselkedés megkövetelése a kiállítói szerződésben, de nem elhanyagolható a környezetbarát közlekedési eszközök előnyben részesítése sem, amelyre jó ösztönzőket is láthattunk.

A rendezvényszervezési gyakorlaton túl a kommunikációs tevékenységek és a megrendezett programok is kiemelt szereppel bírhatnak. A fenntartható gyakorlatok kommunikációján túl a példamutató kezdeményezések díjazása is fontos. A jó gyakorlatok pedig azt mutatják, hogy a programok a rendezvényre látogatókat edukálhatják, így beépítve a gyakorlataikat a mindennapi életükbe.

A fenntarthatóság társadalmi pilléréhez kapcsolódóan pedig a helyi, családi vállalkozások népszerűsítésén túl az is kiemelt szerepet kell, hogy kapjon, hogy a helyi kultúra (jelen esetben a helyi gasztronómiai kultúra) átadásra és megőrzésre kerüljön a megrendezett fesztiválok által.

6. Összefoglalás

Irodalmak bizonyítják, hogy a válságok utáni időszakokban gyakran új működési modellek hódítanak teret. Jelen tanulmányunk arra a kutatási kérdésre épül, hogy milyen fenntartható gyakorlatokat alkalmaznak az európai gasztronómiai fesztiválok szervezői? Célunk volt, hogy a példamutató gyakorlatok feltérképezésével ötleteket adjunk a rendezvényszervezőknek megalapozva ezzel fesztiváljaik fenntarthatóbb működését.

Tanulmányunkban „benchmarking” módszertant alkalmaztunk, amelynek során számos európai gasztronómiai fesztivál működését megvizsgáltuk online elérhető források alapján.

ennek eredményeként 14 rendezvény esetében sikerült példás gyakorlatokat azonosítanunk, amelyeket végül négy dimenzió belül rendszereztünk különböző szempontok szerint.

A kutatás korlátjának tekinthető, hogy a vírusválság miatt a 2020-as évben a rendezvények a legtöbb országban teljes korlátozások alá estek, így főként a korábbi, 2018-as és 2019-es eseményeket elemeztük. Továbbá, mivel a módszertan online elérhető információforrásra épül, korlátozott elérhetőségük miatt, a vizsgálódás mélységének növelése érdekében további kvalitatív kutatásokat tervezünk.

Mindebből kifolyóan a jövőben egy átfogó vizsgálatot kívánunk folytatni a megrendezésre kerülő gasztronómiai fesztiválok gyakorlatát illetően, továbbá a jelen tanulmányban ismertetett gyakorlatokkal egy komparatív elemzés megvalósítását is javasoltnak tartjuk. Ezen kívül tanulmányunkat fesztiválszervezőkkel folytatott interjúkkal és a hazai gasztronómiai rendezvények gyakorlatainak elemzésével tervezzük bővíteni.

7. Irodalomjegyzék

- Anand, G. – Kodali, R. (2008): Benchmarking the benchmarking models. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 15 No. 3, pp. 257-291. doi: 10.1108/14635770810876593
- Bhutta, M. – Huq, F. (1999): Benchmarking – Best Practices: An Integrated Approach. *Benchmarking: An International Journal*. 6. 254-268. 10.1108/14635779910289261.
- European Commission (2020): Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions - A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system. COM/2020/381. Brussels. 20.5.2020
- Deros, B.M. – Yusof, S.M. – Salleh, A.M. (2006): A benchmarking implementation framework for automotive manufacturing SMEs. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 13 No. 4. pp. 396-430.
- Elliott, L. (2020): Will coronavirus shock the global economy into long-term thinking?. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/apr/15/will-coronavirus-shock-the-global-economy-into-long-term-thinking-> (letöltve: 2021. 04. 19.)
- Getz, D. (1997): *Event management and event tourism*, Cognizant Communications Corporation, New York, NY
- Hall, C. M. (2013): The local in farmers’ markets in New Zealand, In: Hall, C. M. – Gössling, S. (2013, ed): *Sustainable Culinary Systems – Local foods, innovation, tourism and hospitality*, Routledge
- Hall, D. P. (2001): Culture, tourism and cultural tourism: boundaries and performance of Balinese music and dance, *Journal of Intercultural Studies*, Vol. 22, No. 2., pp. 173-187.
- Herzog, C. – Murray, I. P. (2013): Is „local” just a hot menu trend?, In: Hall, C. M. – Gössling, S. (2013, ed): *Sustainable Culinary Systems – Local foods, innovation, tourism and hospitality*, Routledge
- Jacobs, G. – Klosse, P. (2016): Sustainable restaurants: A research agenda. *Research in Hospitality Management*. 2016, 6 (1): 33-36. doi: 10.2989/RHM.2016.6.1.4.1292
- Jones, P. – Hillier, D. - Comfort, D. (2016): Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 28 No. 1, pp. 36-67. doi: 10.1108/IJCHM-11-2014-0572
- Kantrup, A. – Sprich, C. – Kessels, N. – Mildner, S. (2020): COVID-19 and Trade: Not the End of Globalization but Changes in Value Chains to be Expected. URL: <https://www.aicgs.org/2020/05/covid-19-and-trade-not-the-end-of-globalization-but-changes-in-value-chains-to-be-expected/> (letöltve: 2021. 04. 19.)

- Karabell, Z. (2020): Will the Coronavirus Bring the End of Globalization? Don't Count on It. URL: <https://www.wsj.com/articles/will-the-coronavirus-bring-the-end-of-globalization-dont-count-on-it-11584716305> (letöltve: 2021. 04. 18.)
- Kooy, A. (2013): 5 ingredienten voor beter, verser, gezonder en eerlijker eten, Tuther, Netherlands
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2020): CSR (Corporate Social Responsibility) tevékenységek a hazai vendéglátásban (Nem nyilvános beszámoló). Budapest
- Memery, J. – Angell, R. – Megicks, P. – Lindgreen, A. (2015): Unpicking motives to purchase locally-produced food: analysis of direct and moderation effects. *European Journal of Marketing*. Vol. 49 No. 7/8. pp. 1207-1233. doi: 10.1108/EJM-02-2014-0075
- Rimmington, M. – Carlton Smith, J. – Hawkins, R. (2006): Corporate social responsibility and sustainable food procurement. *British Food Journal*. 108: 824-837. doi: 10.1108/00070700610702082
- Simonetti, L. – Petrini, C. (2012): The ideology of Slow Food. *Journal of European Studies*. 42. 168-189. doi: 10.1177/0047244112436908.
- Van Til, F. (2020): Three scenarios for globalisation in a post-covid-19 world. URL: <https://spectator.clingendael.org/en/publication/three-scenarios-globalisation-post-covid-19-world> (letöltve: 2021. 02. 10.)
- Zifkos, G. (2015): Sustainability Everywhere: Problematising the “Sustainable Festival” Phenomenon, *Tourism Planning & Development*, 12:1, 6-19, doi: 10.1080/21568316.2014.960600