

Л.В. Плакхина

Пермский государственный национальный исследовательский университет

УДК 379.85

КУЛИНАРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ «ПРИКАМСКАЯ КУХНЯ»: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье гастрономический туризм рассматривается как перспективное направление внутреннего туризма. Развитие гастрономического туризма в Пермском крае автор связывает с развитием фестиваля «Прикамская кухня». Это событие проводится более 20 лет, ценится в среде профессионалов и имеет социальное (профориентационное) значение. Развитие бренда «Прикамская кухня» в дальнейшем может быть связано с выбором традиционного блюда, которое возможно готовить, продавать, дегустировать, создавать с гостями фестиваля. Переход фестиваля к формату «street food» привлечет к нему внимание со стороны местных жителей и туристов, создаст новое туристское событие в Пермском крае.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастрономический бренд, кулинарный фестиваль, Пермский край, «Прикамская кухня».

L.V. Plakhina
Perm State University

CULINARY FESTIVAL «PRIKAMSKAYA CUISINE»: HISTORY, PROBLEMS, PROSPECTS

The article considers gastronomic tourism as a promising direction of domestic tourism. The author connects the development of gastronomic tourism in the Perm Territory with the development of the festival «Prikamskaya Cuisine». This event has been held for more than 20 years. It is valued among professionals and has a social (career guidance) value. The development of the «Prikamskaya Cuisine» brand may later be associated with the choice of a traditional dish that can be prepared, sold, tasted, created together with the guests of the festival. The transformation of the festival to the "street food" format will attract the attention of local residents and tourists and also will create a new tourist event in the Perm region.

Keywords: gastronomic tourism, gastronomic brand, food festival, Perm region, Prikamskaya Cuisine.

По сведениям Интерфакс в 2019 году Россия готова потратить на развитие туристической отрасли 100 млрд. рублей, и это не только туры для иностранцев в Санкт-Петербург или по «Золотому кольцу», но и развитие внутреннего туризма, особенно туризма событийного и гастрономического.

Может ли кулинарный фестиваль «Прикамская кухня», проходящий в г. Перми с 1998 года, привлечь как событие на территорию Пермского края туристов с ближнего и дальнего зарубежья? Конечно, если уделять внимание качес-

тву проведения действия, организовать зрелищное мероприятие, соблюдать безопасность и использовать инновационные технологии.

Гастрономический туризм — это знакомство с особенностями кухни, кулинарными традициями во время путешествия по странам и континентам, это возможность отведать уникальное блюдо или продукт [1]. Только проблема в том, что гастрономический тур, как услуга — это нечто большее, чем просто путешествие. Для того чтобы оно состоялось необходимо продумать и организовать, а затем реализовать массу мероприятий: проезд, проживание, событие и интересную программу с обязательной дегустацией традиционных местных блюд, либо отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде в мире, имеющих особый

© Плакхина Л.В., 2019

Плакхина Лариса Викторовна,
старший преподаватель кафедры туризма, Пермский
государственный национальный исследовательский университет;
permkulinar@gmail.com

вкус [4]. Гастрономические туризм любят те, кто в поездках остальным занятиям предпочитает знакомство с местной кухней, продуктами, кулинарной культурой. Собственно, отсюда следуют основные виды активностей, которые предлагают в данных турах:

- кулинарные мастер-классы, лекции, конкурсы;
- дегустации;
- знакомства с шеф-поварами;
- поездки на сыроварни, винодельни и другие производства;
- гастрошоппинг.

О событийном и гастрономическом туризме сейчас говорят много, но сделать какой-то региональный продукт узнаваемым во всем мире, который бы привлекал туристов ближнего и дальнего зарубежья — это мечта, осуществление, которой, вполне может быть реальностью. Сделать поездку в Пермский край зреющим и интересной, как Октоберфест в Мюнхене или фестиваль молодого вина «Божоле» во Франции, или парижский салон шоколада в Париже, конечно, не просто, но надо пробовать. С одной стороны, известный гастрономический фестиваль напрямую связан с традициями хозяйственной деятельности и праздничного времяпрепровождения местного населения. Если немцы с XVIII века собираются, чтобы от души попить пива и отдохнуть после сбора урожая, а французы с середины XX века позиционируют свое молодое вино (весьма сомнительного качества), то фестиваль «Прикамская кухня» в 2018 году отметил всего лишь свое 20-летие. Но в кулинарной среде России пермский фестиваль довольно известен и является единственным долгожителем.

Начинался фестиваль весьма в непростое время, он был приурочен к 275-летию города Перми и первой площадкой стал Драматический театр города. За 20 лет фестиваль проводился на площадках манежа «Спартак», дворца спорта «Орленок», выставочной площади «Пермской ярмарки», в Пермском институте (филиал) РЭУ имени Г.В. Плеханова, во дворце Молодежи города. Фестиваль проводился не только в Перми, но и в городах Чайковском, Соликамске, а в планах 2019 года фестиваль будет осваивать новое культурное пространство « завод Шпагина». Во все годы организатором выступала и выступает Пермская ассоциация кулинаров. Ассоциация, привлекает в качестве партнеров администрацию города и администрацию Пермского края, а также предприятия тесно связанные с отраслью общественного питания. Каждый год организаторы фестиваля ставят определенные цели и задачи, а именно:

- популяризация традиционных блюд народов Пермского края;

- продвижение продуктов местных товаро-производителей используемых для приготовления блюд;

- повышение уровня профессионального мастерства, работников сферы общественного питания;

- повышение сервиса, и распространение передового опыта в ресторанном бизнесе;

- поощрение инициативы юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по совершенствованию организации работы объектов общественного питания и ресторанных бизнеса.

Исторически сложилось оптимальное время для проведения фестиваля — осенний или весенний период, так как в летнее время посещаемость довольно низкая, сказывается период отпусков и дачный сезон. А при проведении фестиваля в осенне-зимний или весенний период, при интересной и насыщенной программе, его посещаемость может достигать 2–3-х тысяч человек в день, не считая участников события. Начиная с 2009 года, проведение фестиваля является ежегодным и обязательным и софинансируется из бюджета Пермского края. Благодаря чему фестиваль каждый год становится заметным всероссийским событием и площадкой, где есть возможность узнать много нового и поделиться своими наработками с коллегами. Фестиваль «Прикамская кухня» — одно из ключевых мероприятий Национальной ассоциации кулинаров; он всегда посещается независимыми экспертами, а победители фестиваля получают право участвовать в чемпионате России и защищать честь Пермского края на региональных, российских и международных чемпионатах и фестивалях кулинарного искусства.

Не секрет, что любой проект, а гастрономический не исключение, цикличен и чтобы через какое-то время «не сдуться» надо создавать бренд и развивать его.

Развить его можно путем привлечения туристических потоков и конечно, используя технологию Event маркетинга и продвижения в соцсетях. В России самые известные международные события — это Сочинская Олимпиада, Чемпионат мира по футболу, Формула 1, кинофестивали и авиасалоны, музыкальные конкурсы и фестивали. Остальные события многочисленны, но известны только узкому кругу россиян и не имеют международных откликов.

На территории России попыток организовывать и проводить кулинарные фестивали и шоу были и есть, но такого как «Прикамская кухня» не найдется. За 20 лет ежегодного проведения фестиваль перепробовал множество форматов, от демонстрации готовых достижений кулина-

ров, до соревнований по кондитерскому, поварскому искусству и сервису, где участвовали не только профессионалы, но и любители. За эти годы более пяти тысяч кулинаров Пермского края прошли через конкурсные программы и номинации фестиваля, что позволило им значительно повысить свой профессиональный уровень, что в дальнейшем отразилось на уровне работы общественного питания в Пермском крае, повысило привлекательность и сервисное обслуживание многих предприятий. Для большинства кулинаров «Прикамская кухня» — это старт и возможность участвовать в Российских и международных фестивалях, а в перспективе открыть свои предприятия общественного питания различных форматов и уровней.

На фестивале всегда проводится деловая программа, в рамках которой Пермская ассоциация кулинаров реализует благотворительные акции, адресованные детям, оставшимися без попечения родителей и просто учащимся школ (старшеклассникам). Во время акций молодые люди учатся готовить различные блюда и это позволяет им успешно социализироваться в обществе, выбрать в последствии профессию кулинара. Как отмечалось выше, фестиваль интересен для профессиональной среды, так называемой «НоИСа». А для того, чтобы сделать его более интересным для жителей Пермского края, не связанных с кулинарией, необходимо предусматривать «прицепку».

Прицепка — это мероприятие, которое привлечет население города, края и других регионов на фестиваль. К сожалению, у нас нет региональных продуктов, таких как вологодское масло или адыгейский сыр, но мы можем использовать наши кулинарные пристрастия и находки. Есть в регионе попытки кулинарных мероприятий («Фестиваль Черничного пирога» в Красновишерске, «Ай-да, рыжик» в Кудымкарском районе, «Еловская рыбка» в Елово, «Медовый Спас» в Уинском и др.), но не хватает так называемой «прицепки». Для Пермского края интересным вариантом мог бы стать фестиваль «Прикамская шаньга» или «Посиунчики» [2, 3].

Посиунчики очень сложно перевести для иностранцев не потеряв смысл данного блюда, а вот шаньги, которые есть и у финно-угорских народов и уральцев могли бы стать фишкой региона. Шаньги, шанежки готовятся

с различными начинками и из разного теста и употребляются в горячем виде с различными напитками, начиная от молока и киселя и заканчивая различными компотами. В настоящее время в Перми практически нет предприятий, предлагающих аутентичную прикамскую кухню, некоторые предприятия в меню включают отдельные блюда, но для гостей города этого недостаточно.

Самое интересное при проведении фестиваля — это ярмарка-дегустация, когда понравившийся продукт, или блюдо после дегустации можно приобрести. С предлагаемым продуктом можно творить и креативить. Фестиваль может быть оформлен как действие, где на пешеходной улице, или на площади стоят различные точки — палатки в которых предлагается попробовать шанежки и, если понравилось, то купить их, а можно сесть за столик, которые стоят по периметру мероприятия. Это можно организовать в стиле модного и набирающего силу формата «street food», который вполне может быть адаптирован под изготовление шанежки. Данный фестиваль мог бы стать брендом Пермского края и событием, на которое бы съезжались туристы, и параллельно мог бы проходить профессиональный конкурс кулинаров, можно считать килограммы съеденных шанежек. Хотя в качестве «прицепки» могут быть спортивные мероприятия, театральные и культурные фестивали и др., но в любом случае выиграл бы Пермский край, и это послужило бы развитию гостиничного сервиса и экономической привлекательности края.

Библиографический список

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма Ростов-на-Дону: Феникс, 2014, 252 с.
2. Карабаева А.З. Развитие гастрономического туризма в России и в Пермском крае // Вестник экологического образования. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii-i-v-permskom-krae> (дата обращения: 05.04.2019).
3. Пермский край: поедем-поедим! — Клуб регионов! URL: <http://club-rf.ru/59/detail/1307> (Дата обращения: 05.04.2019)/
4. Хорева Л.В., Трабская Ю.Г., Зеленская Е.М. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 6 (96). С. 50–60.