Еден вкус, илјада зборови



Автор: Николче Николовски, претседател на националниот одбор на „Слоу фуд Македонија"



Охридско ѓомлезе, фотокредит © Slow Food

Националната гастрономија е најдобар промотор на државата, а истовремено и алатка за развој на регионите и туризмот. Како да се „продаде" приказната за македонската гастрономија?

Храната е емоција, а туризмот – игра со сетилата. Сето тоа што гостинот ќе го види, помирисе и вкуси, ќе го чуе како приказна за храната, традицијата, местата и луѓето, трајно се врежува во неговите сеќавања, благодарение на емоцијата што ја понесува во себе.

Вкусовите на храната се резултат од мешањето на различни културни влијанија на нашево поднебје, кое отсекогаш било интересно како крстопат на цивилизациите. Зачинето со мирисот на моликата, езерскиот воздух, накитено со македонскиот рубин и со охридскиот бисер, можноста да се допре историјата на секој чекор преку многубројните артефакти – сето тоа е дел од туристичката понуда. Денес туристите претпочитаат повеќе специјализирани и поразвиени туристички искуства, така што гастрономскиот туризам може да се смета како една од новите туристички форми, без разлика колку и да чини.

Гостите во Македонија најчесто имаат пофални зборови за македонската кујна. Едноставно уживаат и се воодушевуваат на вкусовите што за нив се многу поразлични од оние на кои се навикнати. Сепак, нашите гости и соработници, гастрономи и новинари-истражувачи на нови гастрономски дестинации ќе забележат дека тоа што нашите мајки и баби го приготвуваат дома или се нуди како производ на зелените пазари од локалните производители е многу подобро од тоа што го нудат угостителските објекти. А, сите ја забележуваат и ја коментираат љубезноста. Да почнеме оттука со градењето на нашата гастрономска приказна.

Познавањето на културата на храната е основа во градењето на приказната на производот или рецептот. Приказните секогаш продаваат, но тие мора да се приспособат на гостинот.

Гастрономијата како туристичко доживување

Во претходните броеви на InHoreca зборувавме за иднината на гастрономијата и идентитетот на храната. Колку сме ја разбрале лекцијата, најдобро може да видиме преку нашата гастрономска понуда во туризмот. Гастрономијата игра важна улога во развојот на туризмот бидејќи храната има централно место во туристичкото доживување.

За да се понуди на најдобар и најсоодветен начин, потребни се истражувања на терен, добро разработени стратегии и едукација, не само на туристичкиот кадар, туку и развивање на свеста на сите нас за значењето на гастрономијата во туризмот.

Кој е туризмот на иднината?, прашува Карло Петрини и веднаш го дава одговорот: Сè почнува од локалните жители, од нивниот квалитет на живот, способноста да бидат среќни и да ја почитуваат земјата на која живеат. Тогаш туристите ќе го најдат патот до нив.

Значи, потребен ни е искрен и отворен пристап кон темата гастрономијата во туризмот, но и во понудата кон гостинот.

Збогатување на понудата

Сетилата се „порта" преку која може да се запознае душата на еден народ. За македонската храна се вели дека е подготвена и послужена пред гостинот од срце и затоа таа ја „храни" душата на гостинот. Презентацијата за нашата храна во угостителските објекти, курсевите за готвење, дегустациите со спарување храна и пијалаци... ја збогатуваат гастрономската понуда во туристичкото доживување.

Традиционалните и органски производи што ги имаме во изобилство може да се подготвени и презентирани како секојдневен оброк во традиционална форма во гостилница или рурален туризам или како врвни гастрономски специјалитети, послужени на модерен начин во елитни ресторани по рецепти на познати шефови, кои внесуваат креација во подготовката.

За таа цел, потребна е програма преку која ќе се едуцираат шефовите и персоналот за сериозно да може да одговорат на високите барања на гостинот.

Охридско ѓомлезе

Традиционален специјалитет што го подготвуваат локалните домаќинки во регионот на Охрид. Препознатлив по големите тави во кои се подготвува и по ромбоидната форма на парчињата. Подготвената смеса составена од брашно, сол и вода се пече под загреан „сач" во слоеви, кои се разлеваат еден врз друг. Секој испечен слој се премач-



Охридска цреша, фотокредит © Slow Food



Циронки, фотокредит © The Recipe Hunters

кува со кравја маст или масло. Пред десетина години речиси заборавениот рецепт за една традиција, денес ја доживува својата ренесанса во својата изворна форма, понуден како туристички производ пред странските туристи. Останува на имагинацијата на шефовите да ја облагородат неговата презентација.

Локалните производители како снабдувачи

Богатото поднебје и локалниот биодиверзитет се неисцрпни извори во креирањето уникатна гастрономска понуда. Секогаш е потребно да се истражуваат локалните производи, како и бројните диви или самоникнати видови.

Употребата на свежи и квалитетни состојки и производи, директно набавени од производителите, рибарите, месарите и од занаетчиите што ги запазуваат традиционалните знаења/техники и работат со почит кон животната средина/благосостојбата на животните, се неопходни за одличен финален резултат.

Охридска цреша

Познати и одгледувани како овошки меѓу локалните жители уште од времето на свети Климент, познати се неколку сорти под ова име, со различно потекло, кои во минатото биле познат извозен производ на фармерите од селата од околината на Охрид. Денес се прават обиди за ревитализација и валоризација на овој земјоделски производ и преку добивање на „Заштитена ознака за потекло“ од Министерството за земјоделство. За жал, охридската цреша сè уште не го нашла местото во менијата на охридските ресторани, барем како декорација на врвот од десертите.

Традиционалното знаење како инспирација

Знаењето на локалните производители и домаќинки за локалните рецепти, вештините на подготовка и стекнатите искуства треба да се искористат како основа и да им се даде нова форма во презентацијата.

Познавањето на културата на храната е основа во градењето на приказната на производот или рецептот. Приказните секогаш продаваат, но тие мора да се приспособат на гостинот.

Преспански циронки

Преработени солени и сушени преспански белвици, кои со генерации ги произведуваат локалните рибари од селата околу Преспанското Езеро. Со интензивниот рибји вкус и мирис, претставуваат врвно гастрономско уживање за љубителите на риба, достојна замена за инчуините во многу рецепти, но, за жал, досега не го нашле своето место во менијата на ресторaните. Најчесто се среќаваат на гостинските трпези во Преспа бидејќи отсекогаш биле „зимница“ за слави и пости.

Преспанци често велат: Рибата плива трипати: во вода, масло и во вино, и додаваат: Циронките пливаат и во сол и се сончаат.

Улогата на готвачите

Ресторaните се најдобар канал за пренесување на културата на храна и вино бидејќи во нив се остварува директниот контакт со консументите. Готвачите тука ја имаат најважната улога при креирањето на менијата и изборот на производи.

Промоцијата на локалната храна од страна на готвачите им дава видливост и достоинство на производителите за нивната работа. Тоа е и нивната општествена мисија.

Малешевски буламач

Ферментиран млечен производ, чие име потекнува од стариот турскиот збор „буламач“ што значи каша, густа смеса. Ова кремаво сирење или „млечна зимница“ се приготвува на крајот од летото од млекото добиено од последните молзења на овците, кое се вари бавно на тивок оган и во кое се додава сол. Млечно-киселата ферментација се одвива 4-5 дена, кога млекото коагулира спонтано од преостанатата микрофлора и ензими во млекото. Потоа се пакува во стаклени тегли и се чува на ладно. Се консумира во текот на зимските месеци, како храна



Буламач, фотокредит © Slow Food

со концентрирани протеини и масти. Денес се произведува уште од неколку производители, кои ја продолжуваат традицијата на негово производство благодарение на неговото вклучување во понудата и менијата во локалните угостителски објекти.

Наместо заклучок

Во иднина гледам готвачи што доаѓаат во кујна со зеленчук директно од земјата и млеко директно од кравата, водени од нивното минато и нивните сеќавања. Тие ќе ги донесат најдобрите рецепти од нашето минато кон иднината. Ние сме вистинските чувари на нашата култура, ќе рече големиот шеф и визионер Масимо Ботура, сопственик на „Остериа Франческана“ во Модена (Италија), и ќе додаде: Мора да продолжиме да бараме производи што исчезнуваат и да им ги нудиме на нашите гости, објаснувајќи им ја причината зошто е важно да ги заштитиме. Сонот е тоа што нè води, да не се заборави.

За организацијата:

„Слоу фуд“ (Slow Food) е меѓународна, непрофитна организација со членови и подржувачи насекаде во светот, кои го поврзуваат задоволството и добрата храна со обврската кон заедницата и животната средина. „Слоу фуд Македонија“ (http://slowfood.mk/) е национална организација на мрежата во земјава, чија мисија е преку едукација, кампањи и промоција, да се изгради гастрономската култура инспирирана од традицијата, разновидните земјоделски производи од локалните производители и знаењето на новите генерации за одржлив развој.

„Алијансата на готвачи“ е мрежа што обединува готвачи од целиот свет, добар пример за унапредување и промоција на локалната гастрономија. Почната како соработка меѓу готвачите и „Слоу фуд“ во Италија во 2009 година, мрежата моментално обединува околу 1.200 готвачи од повеќе земји, кои се посветени на промоцијата на производите и малите локални производители.