



AGORA

Проект No: 2022-1-FR01-KA220-ADU-000086999

Модул 2

Регенеративни преживявания

Разработен от TasteRoots



Съдържание

РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО

3	
НАКРАТКО ЗА МОДУЛА	5
2.1 Смяна на парадигмата: път към „регенерация“	
7	
2.2 Регенеративният туризъм за насърчаване на възраждането на селските райони	12
2.3 Кратки коментари относно ползата от регенеративния подход при най-добрите практики на AGORA	23
РЕЧНИК	26
ХРАНА ЗА РАЗМИСЪЛ	30
РАБОТНИ ЛИСТОВЕ	31
ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕСУРСИ	32
ИЗТОЧНИЦИ	35





РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО

След като завършите модула, ще сте запознати с концепцията за регенеративен туризъм и по-конкретно ще можете да правите разлика между кулинарен, винен и агротуризм и да изброявате особеностите на всеки един от специфичните видове туризъм. В рамките на модула обучаемите ще се запознаят с тенденциите на туристическия пазар и решенията на туристите/потенциалните туристи. Обучаемите ще разберат коя е критичната точка и промяната на парадигмата от масов към устойчив и регенеративен туризъм.

Знания

- Обучаемите ще могат да си припомнят характеристиките и критериите, определящи и квалифициращи туристическото преживяване като „регенеративно“.
- Обучаемите ще могат да свържат ползите за общността, околната среда и туристите с планираните действия.
- Обучаемите ще могат да сравняват регенериращо и нерегенериращо преживяване, като разпознават потенциалната полза от регенериращите характеристики и тяхното възможно по-нататъшно развитие по отношение на маркетинга/продажбата на преживяването.
- Обучаемите ще могат да изброяват и описват преживявания в областта на кулинарния, винения и агротуризма.





Умения

- Обучаемите ще могат да анализират преживяванията и да определят параметрите, които допринасят за автентичността на преживяването/регенеративното преживяване.
- Обучаемите ще могат да обмислят, оценяват и обрисуват регенеративни туристически преживявания, като посочват и описват параметрите на регенерирането.
- Обучаемите ще могат да изследват потенциалните пътища за развитие в контекста на селските райони, като изготвят стратегии и регенеративни преживявания, насочени към повишаване на устойчивостта и съживяването на селските райони.

Компетенции/нагласи

- Обучаемите ще могат да оценяват наследството и културата и връзката им с туристическата сфера.

Продължителност: Този модул изисква ангажимент от приблизително 20 часа за подготовка, изпълнение и последваща работа, включително време за обучение, практически дейности и работа по проект.





НАКРАТКО ЗА МОДУЛА

На фона на ускоряващото се замърсяване на околната среда и социално-икономическите различия, туристическата индустрия достигна до решаваща повратна точка. Туризмът е традиционно критикуван за масовото потребление и експлоатацията на природни и културни ресурси, свързан е с неустойчиви практики, които трансформират и консумират територии и променят местната култура, като разпалват процеси на загуба на биоразнообразие и културна идентичност. Този процес на разпад в крайна сметка е довел до генериране на икономически различия.

Последните години и събития като глобалната пандемия отбелязаха значителен поврат, от който започна глобална преоценка на човешките дейности и тяхното въздействие върху околната среда и се появи нова парадигма, насочена към устойчивост и уважение към планетата. Сред човешките дейности туризмът е включен в тази преоценка, а стратегии и парадигми като така наречения „регенеративен туризъм“ се появиха като новаторски отговор на подновената чувствителност и нуждите от устойчивост.

В този модул ще се съсредоточим върху дефинирането на „регенеративен туризъм“ и „регенеративни преживявания“, като очертаем променящите се нужди и перспективи на потребителите/пътуващите и определим начина, по който туристическите преживявания трябва да бъдат структурирани, за да отговарят на нуждите на туристите, както и на изискванията да





бъдат „регенеративни“.

В допълнение, модулът ще се съсредоточи върху регенеративните преживявания/туризъм, за да се стимулира възраждането на селските райони, като същевременно се запазят местното производство и културната идентичност на териториите и се подкрепи тяхната издръжливост спрямо джентрификацията.

В този контекст разбирането на връзката между природните и социалните науки е от решаващо значение за успешното прилагане на регенеративния туризъм. Този интердисциплинарен подход спомага за предотвратяване на „екозаблудата“ и гарантира доверието на потребителите чрез популяризиране на истински, въздействащи практики. По този начин регенеративният туризъм се превръща в маяк за по-отговорни и обогатяващи преживявания при пътуване, проправяйки пътя към бъдеще, в което туризмът допринася за процъфтяването както на хората, така и на планетата.





2.1 Смяна на парадигмата: път към „регенерация“

Туристическата индустрия е известна с това, че не е устойчива, отчасти поради потреблението и опустошаването на дестинациите, загубата на местната идентичност, дисбаланса в местните икономики и верижните ефекти върху общностите, живеещи около дестинациите, и печеленето само за доминиращите глобални участници в туризма.

Може да се твърди, че туризмът се възприема като масова туристическа дейност, експлоатираща природните и културните ресурси с цел натрупване на печалба. За да се промени това възприятие и да се премине към друг подход, пандемията от Ковида-19 изигра решаваща роля.

Пандемията беше преломен момент за преоценка на човешките дейности и поведение. Всъщност тя подчерта значението на взаимодействието ни с околната среда. Докато някои въздействия са видими веднага, други косвени последици ще станат очевидни едва с течение на времето.

Влиянието на пандемията върху различни аспекти на устойчивото развитие, особено в областта на здравеопазването и околната среда, вече се забелязва както в краткосрочен, така и в дългосрочен план.

Кризата, преживяна в периода 2020-2022 г., наруши нормалния живот, като потенциално създаде предпоставки за значителни





трансформации в областта на устойчивото развитие поради обширното си въздействие. В днешно време обществото е изправено пред огромна промяна, що се отнася до социалното и екологичното съзнание.

Нещо повече, за новата парадигма допринесоха и други фактори, като например климатичните промени и техните осезаеми последици за икономиката, намаляването на биоразнообразието в световен мащаб, промяната/разрушаването на екосистемите, проблемите със сигурността на храните и водата, нарастващото неравенство, икономическата криза и предизвикателствата пред работната сила, геополитическите промени и проблемите на демокрацията, достъпът до здравеопазване и образование.

По-конкретно, в основата на тази нова парадигма стои по-уважителна и устойчива връзка между хората и околната среда, също и когато става въпрос за туристически системи.

Всъщност възприемането на парадигмата за намаляване на растежа е от решаващо значение за смекчаване на въздействието на туризма и за насърчаване на развитието на по-малки по мащаб и по-полезни туристически модели, съсредоточени върху автентичните преживявания. Този подход е в съответствие с нарастващото значение, което се отдава на проектирането на туристически преживявания, отговарящи на развиващите се потребности и нагласи на туристите.

В този смисъл туристите се стремят към туристически преживявания, изпълняващи изискванията за оригиналност, символика и автентичност. Ето защо според Asif Hussain (2022)





параметрите, на които трябва да отговаря автентичното туристическо преживяване, могат да бъдат описани чрез следните характеристики:

Тип	Характеристика	Описание
Оригинален	Красиво	Туристическият продукт трябва да е красив и да изглежда привлекателен за посетителя.
	Естествено	Туристическият продукт трябва да бъде напълно натурален и не трябва да бъде замърсяван или произведен.
	Истинско	Туристическите продукти и преживяванията трябва да са истински и да дават на туриста усещане за място.
	Местоположение	Автентичното преживяване е уникално и принадлежи на определен район. То не може да бъде преживяно другаде.
Символика	Етично	Преживяването трябва да включва етично потребление, устойчивост и общностни принципи.
	С произход	Усещането за място се корени в конкретна дестинация и предлаганият туристически продукт разчита на него.
	Честно	Предоставяне на честен продукт и недопускане на



AGORA

Дейност		обещания, които не могат да бъдат изпълнени.
	Съзнателно	Преживяване, което подобрява осъзнатото търсене на пътуващия на междуличностни ползи под формата на психологически награди и наслада от положително преживяване.
	Човешко	Преживяването е насочено към хората и туристите искат да се свържат с местните жители.
	Просто	Преживяването трябва да е просто и посетителят да може да види ползите без никакви усложнения.
	Включващо	Когато туристите взаимодействат и се включват активно в процесите на предоставяне на туристическо преживяване, изграждат дълготрайни взаимоотношения и водят до многократни посещения.

Въз основа на горепосочените точки определяме регенеративния туризъм като отговор на необходимостта от нови посткапиталистически икономически алтернативи, които наблягат на създаването на разнообразна стойност (Cave & Dredge, 2020; Gibson-Graham, 2008).



Co-funded by
the European Union



Този подход насърчава приобщаващ и холистичен поглед към туризма, като подчертава значението на дългосрочния ангажимент към дейности, които повишават благосъстоянието и автентичността (Sheldon, 2021; Coulthard et al., 2018). По същество регенеративният туризъм има за цел да гарантира, че пътуванията и туризмът реинвестират в хората, местата и природата, като подкрепят дългосрочното обновяване и процъфтяване на нашите социално-екологични системи.

Преминаването към регенеративно мислене в туризма е предизвикателство поради силната обвързаност на областта с научното мислене и стратегическото управление.

Въпреки това, благодарение на упоритите усилия на лидери в областта на мисленето и практики, концепцията започва да привлича вниманието на изследователите и правителствата.

Някои учени разглеждат регенеративния туризъм като еволюция на устойчивия туризъм, чиито принципи формират основополагащи системи, основани на споделени ценности, договорени правила, традиции и взаимоотношения (Becken & Kaur, 2021), предоставящи възможности за по-добро управление на туризма (Becken & Kaur, 2021).

Изключително важно е да се разберат основните фактори, свързващи естествените и социалните науки, и приемането на термини като „устойчивост“ и „регенеративен“ от естествените към социалните науки. Това разбиране е от съществено значение, за да се избегне „екозаблудата“ и да се гарантира доверието на потребителите.





2.2 Регенеративният туризъм за насърчаване на възраждането на селските райони

Терминът „възраждане на селските райони“ е нагледен начин да се опише процесът на повторно заселване на селските райони, който стимулира икономиката и нейната устойчивост (Kayse, 1990).

Възраждането на селските райони води до значителни структурни промени в тях, които надхвърлят простото демографско възстановяване. Те включват рехабилитация на пустеещи жилища, развитие на жилищни ландшафти с нови квартали, поддържане или създаване на обществени услуги и съоръжения, формиране на нови обединения на жителите и промени в състава на общинските съвети.

Освен това възраждането на селските райони стимулира социалните промени и появата на нови производствени функции, ориентирани към услугите, често наричани „икономика на преживяванията“. То засилва също така многофункционалността на селските райони чрез нови земеделски практики, въведени от последните жители, по-голямо признаване на екологичното значение на селските ландшафти и възприемане на хибридни практики, съчетаващи устойчиво земеделие и търговски услуги, като например агротуризм, винен туризъм и/или инициативи, свързани с гастрономическия туризъм.





За да може туризмът да процъфтява и по-конкретно селските райони да постигнат устойчивост и възраждане, дестинациите трябва да признаят реалните ползи от туристическите посещения и да се включат активно в целия процес на разработване и потребление на продуктите. По този начин всяка дестинация, която има за цел да разработи автентични преживявания, се нуждае от участието на жителите като решаващо за успешното предоставяне на продукти, които използват местните ресурси и умения (Traskevich & Fontanari, 2021).

Цялостното възстановяване на туризма след пандемията може да се осъществи само чрез насърчаване на нововъзникващи туристически концепции като регенеративен туризъм (Cave & Dredge, 2020), при който хората допринасят за благосъстоянието на общността (Hussain, 2021) и при който автентичните преживявания са наистина автентични, а не само се претендира, че са такива.

Когато става дума за туризъм, свързан с производството на храни и вино, както и за гастрономически туризъм, е важно да се разгледат конкретните туристически сегменти, за които става дума, и да се разберат в дълбочина различните видове. По-конкретно, когато подходяме към туризма като към инструмент за повишаване на устойчивостта или възраждането на селските райони, трябва да вземем предвид следните видове туризъм:

- Винен туризъм
- Агротуризм





- Гастрономически туризъм/кулинарен туризъм

2.2.1 Поглед към винения туризъм и неговите тенденции

Най-често цитираното определение за винен туризъм идва от Hall и Macionis (1998 г., стр. 197): „посещение на лозя, винарни, винени фестивали и винени изложения, при които дегустацията на грозде и/или опознаването на качествата на даден лозаро-винарски регион са основните мотиви за посетителя“.

Това определение обхваща не само виното и лозарството, но и винените региони и техните атрибути, често наричани „винен пейзаж“ (Hall et al., 2000). Следователно виненият туризъм е нещо повече от дегустация и покупка на вина; той е цялостно „преживяване“ за туристите (Beames, 2003), които обикновено се стремят към автентичност и взаимодействие с местните винопроизводители. Всъщност винените туристи търсят цялостно туристическо преживяване, регионален „пакет от ползи“ (Charters & Ali-Knight, 2002, цитирано в Getz & Brown, 2006, стр. 49), подсилено от добра физическа среда и атмосфера (Alonso & Ogle, 2008, цитирано във Fernandes & Cruz, 2016).

Много изби вече предлагат цялостни потребителски преживявания, като позволяват на туристите да взаимодействат с винопроизводителите и други посетители, създавайки уникална атмосфера във винарната (Alant & Bruwer, 2004). Ползите от винения туризъм се простират отвъд винарните, като оказват





положително въздействие върху цялата регионална икономика (Carlsen, 2004).

Разглежда се като стратегия за развитие от много дестинации поради икономическите му ползи, които включват привличане на нови инвестиции и увеличаване на заетостта в региона (Poitras & Getz, 2006; Carlsen, 2004). Нещо повече, виненият туризъм, особено когато е изграден върху регенеративни принципи, спомага за задържането или привличането на хора в селските райони, за поддържането на традиционния селски начин на живот и селскостопанското производство и за запазването на селския пейзаж (Mitchell & Hall, 2006 г., стр. 315, цитирано в Scherrer, Alonso & Sheridan, 2009 г.). Регенеративният подход към винения туризъм, както и устойчивият подход към земеделието, могат да генерират редица ползи за винопроизводителите и селските райони.

Всъщност това предполага и с течение на времето е предполагало добив на местни сортове грозде, запазване на биоразнообразието и намаляване на ерозията на сортовете, като същевременно се подобрява комуникацията и брендирането на районите, както и интегрирането на винарските изби, териториите и традициите. Всъщност туристите и любителите на виното следват тенденциите да избират и търсят местни сортове грозде и вина, способни да изразят специфичния „тероар“, който е сложна съвкупност от почва, климат, култура и наследство.

В обобщение, регенериращите винени преживявания (както и кулинарните, както ще видим по-подробно по-нататък) могат да послужат като фактор за растеж на възраждането на селските райони. Всъщност мненията след пандемията показват, че този





вид преживявания са от решаващо значение за 71% от хората при избора на дестинация за пътуване (59% през 2019 г.). Ако разгледаме италианския пазар, 60% от италианските туристи, които се интересуват от храна и вино, изразяват желание да участват в гроздобера, за да изживеят един ден като винопроизводители, като търсят голямо участие и автентичност на преживяването, докато 75% биха искали да имат възможност за пикници на открито, например в лозя.

Виненият туризъм и регенеративните винени преживявания са признати заради многобройните си ползи и виненият туризъм продължава да се развива динамично в световен мащаб (Alonso & Liu, 2010; Nella & Christou, 2014; Scherrer et al., 2009).

Той играе решаваща роля за развитието на селските райони, като се свързва дълбоко със селския пейзаж и селското стопанство, които са основни елементи на преживяването на винения туризъм (Mitchell, Charters & Albrecht, 2012; Carmichael, 2005; Getz & Brown, 2006; Mitchell, 2004).

2.2.2 Устойчив агротуризм за опазване на селското наследство и насърчаване на природосъобразни земеделски практики

Селското стопанство е изправено пред сериозни заплахи като ниски цени, нарастващи разходи, натиск върху околната среда, изменение на климата и глобализация (McGehee, 2007). Това принуждава земеделските стопани да диверсифицират стратегиите си, за да увеличат максимално „селския капитал“ на





стопанството (Garrod, Wornell, & Youell, 2006 г., стр. 118). Аграрният туризъм се очертава като инструмент за диверсификация на стопанствата и следователно за устойчивост на селските предприятия (Flanigan, Blackstock, & Hunter, 2015; McGehee & Kim, 2004; Ollenburg & Buckley, 2007; Veeck, Che, & Veeck, 2006; Yang, 2012), предлагайки алтернативен и допълнителен източник на доходи (Govindasamy & Kelley, 2014; Lapan & Barbieri, 2014). Той насърчава заетостта, предотвратява миграцията и подкрепя устойчивостта на селските общности (Hall, Mitchell, & Roberts, 2003).

Въпреки че понятието присъства в литературата по туризъм от дълго време, малко усилия са положени за цялостно дефиниране на агротуризма (Flanigan, Blackstock, & Hunter, 2014). Агротуризмът следва да включва режисирани или автентични селскостопански дейности или процеси в работещи селскостопански обекти с развлекателна или образователна цел.

Той подпомага не само дългосрочното икономическо възстановяване и развитие, но и изследва неикономическите ползи, като например поддържане на селския начин на живот и запазване на местните обичаи и култура. Агротуризмът помага за запазване на стопанствата в семействата и позволява продължително земеделие, което е от полза за широката общественост чрез насърчаване на образованието за храната и земеделието (Tew & Barbieri, 2012) и устойчивостта (Barbieri, 2013; Hossein, Alipour & Dalir, 2014; Sonnino, 2004).

Аграрният туризъм подпомага опазването на селското наследство и насърчава природосъобразни земеделски практики (Barbieri, 2013; Gao, Barbieri, & Valdivia, 2013).





На общностно ниво агротуризмът увеличава данъчните приходи, местната заетост и предприемачеството (Barbieri, 2013; Veeck et al., 2006), като подобрява цялостното качество на живот.

Комбинацията от винен туризъм и агротуризм се счита за полезна, тъй като повишава конкурентоспособността на местните туристически продукти, като същевременно предлага на клиентите и туристите автентични преживявания и възможност за максимално оползотворяване на времето, като се учат от местните селски общности.

За да се разберат и дефинират агротуризмът и възможните дейности, които могат да бъдат включени в агротуризма, биха могли да се разделят на 2 различни групи: основни дейности и периферни дейности.

На снимката по-долу (фиг. 1) са групирани някои примери:



Фигура 1. Основни и периферни нива на дейности, които могат да се считат за агротуризм

Основните дейности се извършват в работеща ферма/селски бизнес и са тясно свързани със селскостопанското производство или маркетинг, като например фермерски щандове, събиране на

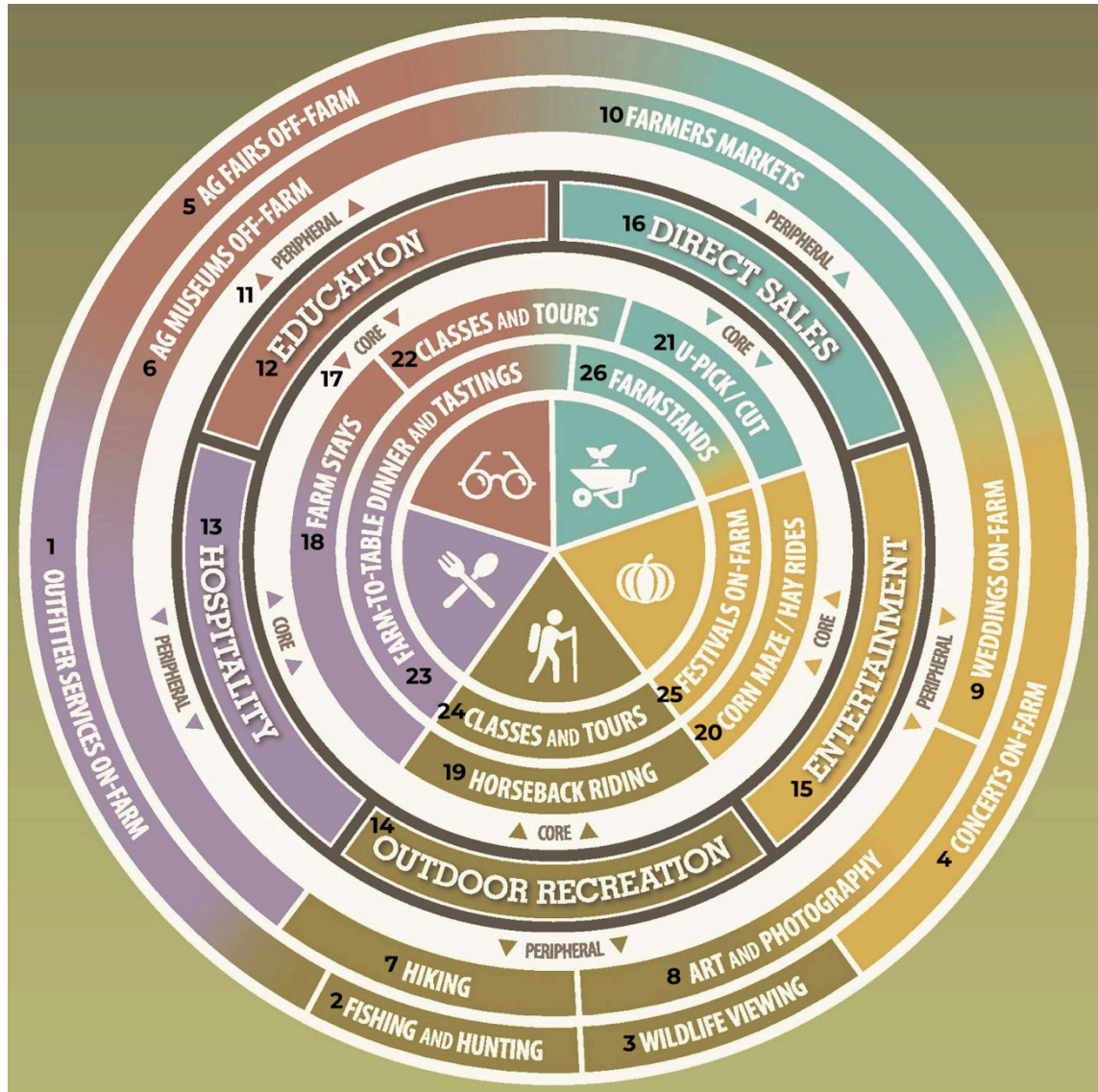


реколтата, обиколки на фермата, хранене от фермата до масата, нощувки и селскостопански фестивали.

Периферните дейности обаче или нямат силна връзка със селскостопанското производство, или се извършват извън стопанството, като например сватби, концерти, пешеходен туризъм и колоездене във фермите, както и фермерски пазари и селскостопански панаири.

Както основните, така и периферните дейности могат да бъдат разделени на директни продажби, образование, хотелиерство, отдих на открито и развлечения. Някои дейности, като например вечерите от фермата до масата, обхващат няколко категории, включително директни продажби, образование и гостоприемство, и могат да бъдат взаимосвързани и визуализирани в следната схема по-долу (фиг. 2):





Фигура 2. Пет категории агротуризм, включително директни продажби, образование, гостоприемство, отдиш на открито и развлечения, и примери за основни и периферни дейности

Легенда:

1) УСЛУГИ ЗА ОБОРУДВАНЕ В СТОПАНСТВОТО; 2) РИБОЛОВ И ЛОВ; 3) НАБЛЮДЕНИЕ НА ДИВИ ЖИВОТНИ; 4) КОНЦЕРТИ В СТОПАНСТВОТО; 5) СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПАНАИРИ ИЗВЪН СТОПАНСТВОТО; 6) СЕЛСКОСТОПАНСКИ МУЗЕИ ИЗВЪН СТОПАНСТВОТО; 7) ПЕШЕХОДЕН ТУРИЗЪМ; 8) ИЗКУСТВО И ФОТОГРАФИЯ; 9) СВАТБИ В СТОПАНСТВОТО; 10) ФЕРМЕРСКИ ПАЗАРИ; 11) ПЕРИФЕРНИ ДЕЙНОСТИ; 12) ОБРАЗОВАНИЕ; 13) ГОСТОПРИЕМСТВО; 14) ОТДИШ НА ОТКРИТО; 15) РАЗВЛЕЧЕНИЯ; 16) ДИРЕКТНИ ПРОДАЖБИ; 17) ЯДРО; 18) ПРЕСТОЙ ВЪВ ФЕРМА; 19) КОННА ЕЗДА; 20)



ЦАРЕВИЧЕН ЛАБИРИНТ/СЕНОКОС; 21) БРАНЕ/КОСЕНЕ; 22) КЛАСОВЕ И ОБИКОЛКИ; 23) ВЕЧЕРИ И ДЕГУСТАЦИИ ОТ ФЕРМАТА ДО МАСАТА; 24) КЛАСОВЕ И ОБИКОЛКИ; 25) ФЕСТИВАЛ ВЪВ ФЕРМАТА; 26) ФЕРМЕРСКИ ЩАНДОВЕ.

Интегрирането на винения туризъм с други дейности в областта на агротуризма може да го свърже отново с неговите земеделски и селски корени, като създаде съвместни преживявания и повиши стойността на туристическите продукти (Flanigan et al., 2014; Yuan, Cai, Morrison & Linton, 2005; Dubois et al., 2017).

Тази синергия стимулира както икономическото, така и социалното развитие на селските райони, добавяйки стойност към туристическите продукти и постигайки както индивидуални, така и общностни цели.

2.2.3 Може ли храната да бъде възможност за растеж? Потапяне в регенеративния и устойчив кулинарен туризъм.

„Кулинарният туризъм„ е пътуването, при което се опитваш да вкусиш от дадено място, за да го почувстваш.“ (Световна асоциация за кулинарни пътувания, януари 2024 г.). В днешно време пътуващите се стремят да опознаят местата чрез вкуса и да се доближат до идентичността и културата на приемащата общност.

Повече от всякога пътуващите, които обичат храната, се фокусират върху хиперлокални, устойчиви и интерактивни преживявания. Всъщност пътуващите се интересуват от закупуването на местни храни, напитки и изобщо продукти, за да търсят начини за





по-значимо въздействие върху местните общности, които посещават. Нещо повече, някои от тях остават по-дълго и се гмуркат дълбоко в културата на нова общност. Други може да потърсят начин да се отблагодарят или да променят нещо по друг начин, като например да улеснят уникални възможности за местните жители или да ги включат в процесите на вземане на решения.

В подкрепа на тези твърдения, както и на значението на кулинарните преживявания по време на пътуване, може да се даде пример с италианските туристи, които търсят преживявания в областта на кулинарния туризъм през 2022 г. Всъщност през тази година 65 % от италианските туристи полагат усилия да избегнат разхищението на храна, когато се хранят в ресторанти или в хотели. Освен това 54% са възприели по-екологично поведение по време на ваканцията в сравнение с навиците си у дома (например 51% са избрали да не перат ежедневно кърпите си в местата за настаняване). Гастрономическият туризъм е популярен целогодишно, като 54 % от италианските туристи предпочитат да пътуват през слабия сезон, за да спомогнат за поддържането на постоянен туристически поток и да намалят пренаселеността в популярните дестинации.

Туристите се стремят да подкрепят и местните общности, като 68% от тях са по-склонни да се включат в преживявания, свързани с храна и вино, организирани от компании, които подкрепят местни проекти или инициативи.

Освен това 64% са по-склонни да посещават заведения, в които работят хора, изправени пред икономически или социални





предизвикателства, а 67% изразяват желание да купуват сувенири и продукти от местни дребни производители.

През последните няколко години устойчивият и регенеративен кулинарен туризъм се появи и наложи благодарение на популяризирането и дизайна на регенеративните преживявания, осъществявани от движението Slow Food, първоначално създадено в Италия (Бра, Пиемонт) през 1986 г. и разпространило се по целия свят.

Движения като „Slow Food“ имаха решаваща роля в процеса на повишаване на осведомеността относно разхищението на храни, устойчивото потребление и производство на храни, опазването на хранителното наследство, както и за повишаване на осведомеността относно устойчивия туризъм. Моделът на регенеративен туризъм, предложен от Slow Food, предлага пътуване, изпълнено с взаимодействие и обмен с фермери, сиренари, овчари, месари, хлебари и винопроизводители.

Тези производители, заедно с готвачите, които приготвят техните продукти, се превръщат в разказвачи на истории за своите региони и специални гидове, които водят посетителите към местните традиции по интересен и интерактивен начин.

Ще анализираме местните мрежи, работещи в рамките на Slow Food за разработване на регенеративни туристически преживявания, за да се запознаем с подхода и принципите, ръководещи разработването на регенеративни хранителни туристически преживявания.



2.3 Кратки коментари относно ползата от регенеративния подход при най-добрите практики на AGORA

Ферма за органичен агротуризм и къща за гости Eumelia

Фермата и къщата за гости Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse, която се намира в Лакония, Пелопонес, произвежда биологичен зехтин, мед, вино и други продукти. Стопанството за агротуризм е една от най-добрите практики, избрани от проекта AGORA и допълнително анализирани в подкрепа на учебния материал за регенеративен туризъм. Тази успешна практика отчита както взаимодействието с местната общност, така и опазването на местното наследство (особено когато става въпрос за производство и снабдяване с храна), устойчивото производство/събиране и преработване на храната и намаляването на въздействието на дейностите по настаняване. Образователният подход, прилаган към туристическото предлагане, е от решаващо значение, като включва гостите в дейности като събиране на реколтата, пресоване и готвене с местни продукти. Като част от регенеративния подход, образователните занимания повишават осведомеността за дейности като компостиране, редуване на културите и естествен





контрол на вредителите, за да се сведат до минимум отпадъците и потреблението на енергия. Посетителите могат да се запознаят с тези устойчиви практики и тяхното положително въздействие върху местната екосистема.

Със сигурност преживяването е насочено към конкретни хора, които се интересуват от устойчивост и/или искат да избягат от забързания живот в града и стреса на ежедневието. Целевата аудитория може да се възползва от ангажирането с културни дейности и участието в дейности, насочени към намаляване на въздействието върху околната среда. В този случай регенерацията служи не само за свеждане до минимум или неутрализиране на въздействието на туристическите дейности върху околната среда, но също така е в основата на привлекателността на преживяването, като позволява позициониране на туристическия пазар за туристи, които активно търсят регенеративни преживявания и хармонична среда, в която да се потопят.

Slow Food Travel Монти Лепини

Докато в Каринтия долините Lesachtal, Gailtal и Gitschtal и езерото Weissensee се превръщат в първата в света дестинация на Slow Food Travel, в Централна Италия през 2022 г. е финансирана общност на Slow Food, която да картографира и свързва традиционни дейности, устойчиви и традиционни производства на храни, места и културно наследство. В случая с Каринтия, включена в списъка на най-добрите примери, включени в проекта AGORA, регионът е определен за дестинация Slow Food Travel от





местните занаятчии и производители на храни, които отдавна са приели философията на Slow Food. По подобен начин районът Лепини претърпява подобен преход, като пътеките и дейностите са проектирани така, че да създадат маршрут, който позволява на посетителите да открият района, като същевременно се потопят в местната общност. Както може да се види в портала на Slow Food (<https://www.slowfood.it/slowfood-travel/monti-lepini/>) различните дейности, осъществявани в рамките на общността, са свързани с устойчива мобилност/бавна мобилност и трекинг/походи, за да се придвижат до различни POI на картата на Lepini Slow Food.

Автентичността на всяка дейност се гарантира от същия процес на дизайн на преживяването, който предполага участието на местната общност, включително общността на производителите. Съвместното проектиране (което ще бъде разгледано в дълбочина в следващия модул) играе решаваща роля в проектирането на регенеративни преживявания, както и в активното участие на местната общност в осъществяването на преживяването. Местните доставчици на преживявания/дребните предприятия се възползват от разпространението и силата на марката Slow Food, което повишава тяхната устойчивост и допринася за поминъка на местната общност, като същевременно подпомага предотвратяването на обезлюдяването на селските райони.





РЕЧНИК

Агротуризм

Вид туризъм, който позволява на посетителите да се запознаят отблизо със земеделския живот. Дейностите често включват престой във ферма, участие в селскостопанска работа и участие в образователни програми за селското стопанство и устойчивите земеделски практики.

Хранене от фермата до масата

Ястията се приготвят с местни съставки, често директно от фермата, в която са отгледани. Тази практика набляга на пресните, сезонни продукти и подкрепя местното селско стопанство.

Фермерски щандове

Крайпътни щандове или сергии, на които фермерите продават продуктите си директно на потребителите. Това дава възможност на потребителите да купуват пресни местни продукти, а на земеделските стопани - да увеличат доходите си.

Кулинарен туризъм

Пътуване с основна цел да се опитат храните и напитките на дадено място. Това включва дейности като посещение на ресторанти, фестивали и пазари на храни и участие в курсове по готварство.

Джентрификация





Процес, при който в градските квартали се наблюдава приток на по-заможни жители, което води до повишаване на стойността на имотите и до изтласкване на семейства и малки предприятия с по-ниски доходи.

Екозаблуда / Greenwashing

Измамна практика, при която дадена компания лъжливо рекламира своите продукти, услуги или политики като екологосъобразни, за да привлече потребители с екологично съзнание.

Регенеративен туризъм

Туристически модел, който надхвърля границите на устойчивостта, като активно допринася за възстановяването и подмладяването на екосистемите и общностите. Той набляга на дългосрочния ангажимент към екологичното равновесие, благосъстоянието и автентичността.

Устойчивост

Способността на дадена система, общност или индивид да устоява и да се възстановява от неблагоприятни ситуации, като например икономически сътресения, природни бедствия или социални промени.

Възраждане на селските райони

Съживяването на селските райони чрез различни инициативи, които насърчават повторното заселване, икономическото развитие и устойчивите практики. Това включва подобряване на





инфраструктурата, насърчаване на местния бизнес и повишаване на качеството на живот на жителите.

Данъчни приходи

Приходите се генерират от правителството чрез данъчно облагане. Тези приходи се използват за финансиране на обществени услуги и инфраструктура, като образование, здравеопазване и транспорт.

Тероар

Уникалните характеристики на дадено място влияят върху вкуса и качеството на селскостопанските продукти, особено на виното. Тероарът включва фактори като почва, климат, топография и местни земеделски практики.

Бране

Форма на директни продажби на потребителите, при която клиентите посещават ферми, за да си наберат сами плодове и зеленчуци. Това позволява на потребителите да избират пресни продукти, докато се наслаждават на преживяванията във фермата.

Винен туризъм

Туризмът е съсредоточен около винените региони и техните предложения, включително обиколки на лозята, дегустации на вина и фестивали. Виненият туризъм популяризира местните винарски изби и културата, свързана с производството на вино.

Винен пейзаж





Визуалният и културният пейзаж на даден лозаро-винарски регион, включително лозя, винарни и заобикалящата ги среда. Той играе решаваща роля за цялостното преживяване от винения туризъм.

ХРАНА ЗА РАЗМИСЪЛ

1. Когато мислите за виненото преживяване и за начина, по който то е структурирано, бихте ли си спомнили кои са аспектите, които могат да бъдат оценени и преразгледани, за да се превърне виненото преживяване в регенериращо винено преживяване?
2. Добрата практика на Slow Food Travel е структурирана така, че да картографира автентичното, справедливо и устойчиво производство на храни в района на планината Лепини в Централна Италия, както и другите Slow Food Travel преживявания в Италия (например Slow food Alpe Adria Carinthia - <https://www.slowfood.travel/en>). Бихте ли изброили регенеративните елементи, генериращи ползи за местната общност, и подаръците за посетителите? По какъв начин добрите практики подпомагат устойчивостта на местната общност, както и запазването на традиционното и устойчиво производство на храни и вино?
3. Като имате предвид фермата за биологичен агротуризм и къщата за гости „Eumelia“ и дейностите, планирани на мястото на провеждане, бихте ли посочили кои от параметрите за автентичност са изпълнени и как? Използвайте таблицата, спомената в Част 1 (Asif Hussain





параметри за автентични туристически преживявания).

РАБОТНИ ЛИСТОВЕ

Сценарий 1.

Обмислете контекста и тенденциите при пътуванията, свързани с храната и виното. Представете си възможно регенериращо преживяване, което да създадете, и изгответе описание и анализ на същото преживяване, като използвате наличния модул тук:

Сценарий 2.

Изберете едно от основните туристически преживявания, които се предлагат във вашия район/регион, и с помощта на таблицата определете отделните параметри за анализ на автентичността на преживяването, деконструирайте и обмислете всяка отделна характеристика и коментирайте дали и защо преживяването може да бъде преработено, за да отговаря на критериите за регенерация. Използвайте помощния модул, който е на разположение тук:





ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕСУРСИ

- Rioja Wine Academy, курсове по винен туризъм, налични тук:
<https://riojawineacademy.com/en/itinerary/diploma-in-rioja-wine-tourism>
- “Regenerative tourism: moving beyond sustainable and responsible tourism”, CBI Ministry of Foreign Affairs (2022) retrieved:
<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/regenerative-tourism>
- Безплатен онлайн курс “General Wine Knowledge” достъпен тук:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLc_D-7JlibmT_prceyF7C6AgDNP1IjpN
- Безплатен онлайн курс “Wine Serving” достъпен тук:
https://www.youtube.com/playlist?list=PLc_D-7JlibmQnDenAMAIloLEsw0AoectB
- Tuorlo Magazine: списание за храна и вино, посветено на начина на живот и районите, с цял раздел за устойчивото развитие, достъпно тук: <https://tuorlomagazine.it/it/>
- Taras Magazine: списание за храна и лайфстайл, полезно да се разгледа отблизо как се е променила гледната точка на хората към храната с течение на времето. Безплатната





онлайн версия на списанието е достъпна на адрес:
<https://www.tapasmagazine.es>

- "Setting up Wine Tourism Experiences" ("Costruire l'offerta enoturistica"), Материали за обучение, предоставени в рамките на проекта "Un calice di Biodiversità in cantina" финансиран от MASAF to Lazio Regional Government с акцент върху дизайна на преживяванията, свързани с винения туризъм, като същевременно разглежда регулирането на сектора. Обучаващ: F.Zaralli, 2024. Материалите за обучение са достъпни на адрес:
- "Enhancement of a Brand in the Digital World" ("Valorizzazione di un brand nel mondo digitale") Материали за обучение, предоставени в рамките на проекта "Un calice di Biodiversità in cantina" funded by MASAF to Lazio Regional Government с акцент върху регенеративните преживявания във винения туризъм онлайн. Обучаващ: M. De Cave, 2024. Материалите за обучение са достъпни на адрес::
- "Marketing and communication of wine and wine tourism" ("Comunicare i vini e i territori") Материали за обучение, предоставени в рамките на проекта "Un calice di Biodiversità in cantina" funded by MASAF to Lazio Regional Government с акцент върху тероара като послание за привличане на туристи и предлагане на пазара на местни сортове грозде и вина. Обучаващ: R. Tolfa, 2024. Материалите за обучение са достъпни на адрес:





- "Wine tourism products and consumers rights" ("Il prodotto enoturistico e la tutela del consumatore") Материали за обучение, предоставени в рамките на проекта "Un calice di Biodiversità in cantina" funded by MASAF to Lazio Regional Government и с фокус върху развитието на регенеративен и устойчив винен туризъм, който да отговаря на променящите се нужди на потребителите и на техните права. Обучаващ: F. Coccia, 2024. Материалите за обучение са достъпни на адрес:
- "Un Calice di Biodiversità in Cantina – L'Enoturismo per i Vitigni Autoctoni" ("A Glass of Biodiversity in the Cellar – Wine Tourism for Native Grape Varieties"), ARSIAL Конференция, май 2024. Слайдът, посветен на данните и ролята на местните сортове грозде в биоразнообразието на регион Лацио, както и на добавената стойност, която те представляват за туристическата комуникация и за задоволяване на нуждата от автентичност на туристите, е достъпен на страницата: <https://www.arsial.it/un-calice-di-biodiversita-in-cantina-lenoturismo-per-i-vitigni-autoctoni/>
- Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse документ за добър пример и практика, достъпен на адрес: https://agoraproject.eu/wp-content/uploads/Eumelia_Greece_p-consulting_Nr5.docx.pdf
- Slow Food Travel project документ за добър пример и практика, достъпен на адрес:





- International Mavrud Day документ за добър пример и практика, достъпен на адрес: https://agoraproject.eu/wp-content/uploads/Communities_Bulgaria_BAWP_1.docx.pdf

ИЗТОЧНИЦИ

- Khalaf, A. T., Wei, Y., Wan, J., Abdul Kadir, S. Y., Zainol, J., Jiang, H., & Abdalla, A. N. (2023). *How did the pandemic affect our perception of sustainability? Enlightening the major positive impact on health and the environment*. Retrieved from: <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/892>
- Kayse B. (1990) "La renaissance rurale. Sociologie des campagnes du monde occidental" retrieved at: <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/renaissance-rurale>
- Roberta Garibaldi, *Rapporto sul Turismo Enogastronomico e sostenibilità: Anno 2023*. (n.d.). Retrieved from: <https://www.robertagaribaldi.it/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano/>
- Chase, L. C., Stewart, M., Schilling, B., Smith, B., & Walk, M. (2018). "Agritourism: Toward a conceptual framework for industry analysis. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*", 8(1), 13–19. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2018.081.016>





- “Food & Beverage Travel Annual Industry Report | World Food Travel Association.”, worldfoodtravel.org, www.worldfoodtravel.org/annual-industry-report.
- Leer, Jonatan. “Designing Sustainable Food Experiences: Rethinking Sustainable Food Tourism.” *International Journal of Food Design*, vol. 5, no. 1-2, 1 Dec. 2020, pp. 65–82, https://doi.org/10.1386/ijfd_00010_1.
- D. Dredge, “Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices”, VOL. 8 NO. 3 2022, pp. 269-281, Emerald Publishing Limited, ISSN 2055-5911 JOURNAL OF TOURISM FUTURES. Retrieved at: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-01-2022-0015/full/pdf?title=regenerative-tourism-transforming-mindsets-systems-and-practices>
- DIMITROVSKI, D., and JOUKES V., “Wine Tourism in an Agritourism Context: Insight into Agritourism Providers’ Perceptions.” *Turismo & Desenvolvimento*, vol. 27/28, 2017.
- Mathisen, Line, et al. "The Reciprocity of Soil, Soul and Society: The Heart of Developing Regenerative Tourism Activities." *JOURNAL of TOURISM FUTURES*, vol. VOL. 8, no. NO. 3, 2022.

