



AGORA

Project. No: 2022-1-FR01-KA220-ADU-000086999

Moduuli 2

Uudistavat Kokemukset

Kehittänyt TasteRoots



Co-funded by
the European Union



Sisällysluettelo

OPPIMISTAVOITTEET

3

MODUULI PÄHKINÄNKUORESSA

4

Luku 2.1: Paradigman muutos: tie kohti "uudistamista"

7

Luku 2.2: Uudistava matkailu maaseudun elvyttämisen vauhdittamiseksi 12

Luku 2.3: Lyhyet kommentit uudistavan lähestymistavan hyödyistä AGORA:n parhaisiin käytänteisiin 23

SANASTO 26

MIELENRUOKAA 29

HARJOITUKSET 30

LISÄAINEISTO 31

LÄHDELUETTELO

34





OPPIMISTAVOITTEET

Kun olet suorittanut moduulin, tunnet uudistavan matkailun käsitteen ja osaat erityisesti erottaa toisistaan ruokamatkailun, viinimatkailun ja maatilamatkailun ja luetella kunkin matkailun erityispiirteet. Moduulissa oppijat perehtyvät matkailumarkkinoiden suuntauksiin ja matkailijoiden / potentiaalisten matkailijoiden valintoihin. Oppijat ymmärtävät, mikä on ollut käännekohta ja paradigman muutos massaturismista kestävään ja uudistavaan matkailuun.

.

Tieto

- Oppilaat osaavat palauttaa mieleen ne piirteet ja kriteerit, jotka määrittelevät ja luokittelevat matkailukokemuksen "uudistavaksi".
- Oppilaat pystyvät liittämään yhteisön, ympäristön ja matkailijoiden saamat hyödyt suunniteltuun toimeen.
- Oppilaat pystyvät vertailemaan uudistavaa kokemusta ei-uudistavaan kokemukseen ja tunnistamaan uudistavien ominaisuuksien potentiaalisen hyödyn ja niiden mahdollisen jatkokehityksen kokemuksen markkinoinnissa/jälleenmyynnissä.
- Oppilaat osaavat luetella ja kuvata ruokamatkailuelämyksiä, maatilamatkailukokemuksia ja ruokamatkailua..

Taidot

- Oppilaat pystyvät analysoimaan elämyksiä ja





määrittämään parametrit, jotka vaikuttavat elämyksen / elvyttävän kokemuksen aitouteen.

- Oppilaat pystyvät pohtimaan, arvostamaan ja hahmottelemaan uudistavan matkailun kokemuksia, muistamaan ja kuvailemaan uudistamisen parametreja.
- Oppijat pystyvät tarkastelemaan maaseudun mahdollisia kehityspolkuja, laatimaan strategioita ja uudistavia kokemuksia, joilla pyritään lisäämään maaseudun resilienssiä ja elvyttämistä..

Osaaminen/Asenteet

- Oppilaat osaavat arvostaa kulttuuriperintöä ja kulttuuria sekä niiden yhteyttä matkailualaan.

Kesto: Tämä moduuli edellyttää noin 20 tunnin sitoutumista valmistelu-, toteutus- ja seurantatyöhön, mukaan lukien opetusaika, käytännön toimet ja projektityö.





MODUULI PÄHKINÄNKUORESSA

Matkailuala on saavuttanut ratkaisevan käännekohdan kiihtyvän ympäristön heikkenemisen ja sosioekonomisten eriarvoisuuksien keskellä. Matkailualaa on perinteisesti kritisoitu massakulutuksesta sekä luonnon- ja kulttuurivarojen hyväksikäytöstä. Matkailuun on liitetty kestäättömiä käytäntöjä, jotka muuttavat ja kuluttavat alueita ja muuttavat paikallista kulttuuria, mikä on johtanut sekä biologisen monimuotoisuuden että kulttuuri-identiteetin häviämiseen. Tämä eroosioprosessi on viime kädessä synnyttänyt myös taloudellisia eriarvoisuuksia.

Viime vuodet ja maailmanlaajuisen pandemian kaltaiset tapahtumat ovat merkinneet merkittävää käännekohtaa, josta on alkanut ihmisen toiminnan ja sen ympäristövaikutusten maailmanlaajuinen uudelleenarviointi, ja on syntymässä uusi paradigma, jossa keskitytään kestävyteen ja maapallon kunnioittamiseen. Matkailu on ollut mukana tässä uudelleenarvioinnissa, ja niin sanotun ”uudistavan matkailun” kaltaiset strategiat ja paradigmat ovat nousseet esiin urauurtavina vastauksina uudistuneeseen herkkyyteen ja kestävyden tarpeisiin.



Tässä moduulissa keskitymme määrittelemään "Uudistavan matkailun" ja "Uudistavat elämykset", määrittelemään kuluttajien/matkustajien muuttuvat tarpeet ja näkökulmat sekä määrittelemään, miten matkailuelämykset olisi rakennettava, jotta ne vastaisivat matkailijoiden tarpeita ja vaatimuksia, jotka koskevat "uudistamista"

Lisäksi moduulissa keskitytään uudistaviin elämyksiin ja matkailuun, joilla edistetään maaseudun elpymistä samalla kun säilytetään paikallinen tuotanto ja alueiden kulttuuri-identiteetti ja tuetaan niiden kestävyyttä gentrifikaatiota vastaan.

Luonnontieteiden ja yhteiskuntatieteiden välisen yhteyden ymmärtäminen on tässä yhteydessä ratkaisevan tärkeää uudistavan matkailun onnistuneen käyttöönoton kannalta. Tämä monitieteinen lähestymistapa auttaa estämään viherpesua ja varmistaa kuluttajien luottamuksen edistämällä aitoja ja vaikuttavia käytäntöjä. Uudistava matkailu on näin merkkipaalu vastuullisemmille ja rikastuttavammille matkakokemuksille ja tasoittaa tietä tulevaisuuteen, jossa matkailu edistää sekä ihmisten että maapallon hyvinvointia.

.



2.1 Paradigman muutos: tie kohti "uudistamista".

Matkailualan tiedetään olevan kestävä, mikä johtuu osittain matkailukohteiden kulutuksesta ja rappeutumisesta, paikallisen identiteetin katoamisesta, paikallistalouden epätasapainosta ja kolhiintuvista vaikutuksista kohteiden ympärillä eläviin yhteisöihin sekä siitä, että matkailualan hallitsevat globaalit toimijat ansaitsevat vain voittoa.

Matkailu on nähty massaturismina, jossa hyödynnetään luonnon- ja kulttuuriresursseja voiton kerryttämiseksi. Covid-19-pandemia on ollut ratkaisevassa asemassa tämän käsityksen muuttamisessa ja siirtymisessä kohti toisenlaista lähestymistapaa.

Pandemia on ollut taitekohta, joka on antanut aihetta arvioida uudelleen ihmisen toimintaa ja käyttäytymistä. Se on itse asiassa korostanut vuorovaikutuksemme merkitystä ympäristön kanssa. Jotkin vaikutukset ovat olleet välittömästi havaittavissa, mutta muut epäsuorat vaikutukset tulevat esiin vasta ajan myötä.

Pandemian vaikutus kestäväyyden eri osa-alueisiin, erityisesti terveyteen ja ympäristöön, on jo havaittavissa sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä.

Vuosina 2020-2022 koettu kriisi häiritsi normaalia elämää, ja sen laaja-alainen vaikutus voisi se saattaa luoda pohjan merkittäville kestävä kehityksen muutoksille.





Yhteiskunta on nykyään valtavan muutoksen edessä sosiaalisen ja ekologisen tietoisuuden osalta.

Lisäksi uudet tekijät, kuten ilmastonmuutos ja sen konkreettiset seuraukset taloudelle, biologisen monimuotoisuuden maailmanlaajuinen heikentyminen, ekosysteemien muuttuminen/tuhoaminen, ruoka- ja vesiturvakysymykset, kasvava eriarvoisuus, talouskriisi ja työvoiman haasteet, geopoliittiset muutokset ja demokratiakysymykset sekä terveydenhuollon ja koulutuksen saatavuus, ovat vaikuttaneet uudenlaiseen ajattelutapaan.

Tämän uuden paradigman ytimessä on erityisesti ihmisten ja ympäristön kunnioittava ja kestävä suhde, myös matkailutalouden kaltaisten talouksien osalta.

Itse asiassa kasvun vähentämisen ajattelutavan omaksuminen on ratkaisevan tärkeää matkailun vaikutusten lieventämiseksi ja sellaisten pienimuotoisempien ja hyödyllisempien matkailumallien kehittämisen edistämiseksi, jotka perustuvat autenttisiin kokemuksiin. . Tämä lähestymistapa vastaa sitä, että yhä tärkeämpää on suunnitella matkailuelämyksiä, jotka vastaavat matkailijoiden muuttuvia tarpeita ja asenteita.

Tässä mielessä matkailijat pyrkivät omaperäisyyttä, symboliikkaa ja aitoutta täyttäviin matkailuelämyksiin. Asif Hussainin (2022) mukaan autenttisen matkailukokemuksen täytettäviä parametreja voidaan kuvata seuraavien ominaisuuksien avulla:



Tyyppi	Ominaisuus	Kuvaus
Omaperäisyy s	Kaunis	Matkailutuotteen on oltava kaunis ja näytettävä houkuttelevalta kävijän silmissä
	Luonnollinen	Matkailutuotteen on oltava puhtaasti luonnollinen eikä se saa olla pilaantunut tai keinotekoinen.
	Aito	Matkailutuotteiden ja -kokemusten on oltava aitoja ja annettava matkailijalle tunne paikasta
	Sijainti	Autenttinen elämys on ainutlaatuinen ja kuuluu tietylle alueelle. Sitä ei voi kokea muualla
Symboliikka	Eettinen	Kokemuksen tulisi kattaa eettinen kulutus, kestävä kehitys ja yhteisön periaattee
	Juurrutettu	Paikan tuntu on juurtunut tiettyyn matkakohteeseen, ja





AGORA

		tarjottava matkailutuote nojaa siihen
	Rehellinen	Toimittaa rehellinen tuote, eikä lupaa sellaista, mitä ei voida toimittaa
	Tietoisuus	Elämys, joka parantaa tietoisuuden tasoa, jossa matkustaja hakee ihmissuhteiden välisiä hyötyjä psykologisten palkkioiden muodossa ja nauttii positiivisesta kokemuksesta
Toiminta	Humaani	Elämys on ihmiskeskeinen, ja matkailijat haluavat luoda yhteyden paikallisiin ihmisiin
	Yksinkertainen	Elämyksen on oltava yksinkertainen, ja kävijän on voitava nähdä hyödyt ilman vaikeuksia
	Osallistuminen	Matkailijat ovat vuorovaikutuksessa ja osallistuvat aktiivisesti matkailuelämysten tuottamisprosesseihin, rakentavat pitkäaikaisia





		suhteita ja tulevat käymään useaan otteeseen
--	--	--

Edellä mainittujen seikkojen pohjalta määrittelemme uudistavan matkailun vastaukseksi tarpeeseen löytää uusia postkapitalistisia taloudellisia vaihtoehtoja, joissa korostetaan monipuolista arvonluontia (Cave & Dredge, 2020; Gibson-Graham, 2008).

Tämä lähestymistapa edistää osallistavaa ja kokonaisvaltaista näkemystä matkailusta ja korostaa pitkäjänteistä sitoutumista hyvinvointia ja aitoutta lisääviin käytäntöihin (Sheldon, 2021; Coulthard et al., 2018). Pohjimmiltaan uudistavalla matkailulla pyritään varmistamaan, että matkailu ja matkailu investoivat uudelleen ihmisiin, paikkoihin ja luontoon ja tukevat näin sosiaalis-ekologisten järjestelmiemme pitkän aikavälin uudistumista ja kukoistusta.

Matkailun siirtyminen uudistavaan ajattelutapaan on ollut haastavaa, koska ala on vahvasti sidoksissa tieteelliseen ajatteluun ja strategiseen johtamiseen.

Ajatusjohtajien ja käytännön toimijoiden sinnikkäiden ponnistelujen ansiosta käsite on kuitenkin alkanut saada huomiota tutkijoilta ja hallituksilta.

Jotkut tutkijat pitävät uudistavaa matkailua kestävän matkailun evoluutiona, jonka periaatteet muodostavat yhteisiin arvoihin, sovittuihin sääntöihin, perinteisiin ja suhteisiin perustuvia perusjärjestelmiä (Becken & Kaur,





2021), jotka tarjoavat mahdollisuuksia parempaan matkailun johtamiseen (Becken & Kaur, 2021).

On ratkaisevan tärkeää ymmärtää luonnon- ja yhteiskuntatieteet yhdistäviä perustekijöitä ja sellaisten termien kuin "kestävä kehitys" ja "uudistava" omaksumista luonnontieteistä yhteiskuntatieteisiin. Tämä ymmärrys on olennaisen tärkeää, jotta voidaan välttää "viherpesu" ja varmistaa kuluttajien luottamus.

2.2 Uudistava matkailu maaseudun elpymisen vauhdittamiseksi

Termi "maaseudun renessanssi" on elävä tapa kuvata maaseutualueiden asuttamisprosessia, joka edistää taloutta ja sen elinvoimaisuutta (Kayse, 1990).

Maaseudun renessanssi saa maaseutualueilla aikaan merkittäviä rakenteellisia muutoksia, jotka eivät rajoitu pelkästään väestörakenteen elpymiseen. Niitä ovat esimerkiksi tyhjiillään olevien asuntojen kunnostaminen, asuinalueiden kehittäminen uusilla aluerajauksilla, yhdyskuntapalvelujen ja -palvelujen ylläpitäminen tai perustaminen, uusien asukas-yhdistysten perustaminen ja muutokset kunnanvaltuustojen kokoonpanoissa.

Lisäksi maaseudun renessanssi edistää sosiaalista muutosta ja uusien palvelupainotteisten tuotantotoimintojen, joita kutsutaan usein "elämystaloudeksi", syntymistä. Se lisää myös maaseutualueiden monitoiminnallisuutta uusilla maatalouskäytännöillä, joita uudet asukkaat ovat ottaneet





käyttöön, maaseutumaisemien ekologisen merkityksen paremmalla tiedostamisella ja selllaisten hybridikäytäntöjen omaksumisella, joissa yhdistyvät kestävä maatalous ja kaupalliset palvelut, kuten maatilamatkailu, viinimatkailu ja/tai gastronomiseen matkailuun liittyvät aloitteet.

Jotta matkailu kukoistaisi ja erityisesti maaseutualueet voisivat saavuttaa kestävyys ja uuden tulemisen, matkakohdeiden on tunnistettava matkailijoiden vierailujen todelliset hyödyt ja osallistuttava aktiivisesti koko tuotekehitys- ja kulutusprosessiin. Näin ollen kaikki kohteet, jotka pyrkivät kehittämään aitoja elämyksiä, tarvitsevat asukkaiden osallistumista ratkaisevan tärkeänä, jotta paikallisia resursseja ja taitoja hyödyntäviä tuotteita voidaan tuottaa menestyksekkäästi (Traskevich & Fontanari, 2021).

Matkailun kokonaisvaltainen elpyminen pandemian jälkeen voi tapahtua vain edistämällä uusia matkailukonsepteja, kuten uudistavaa matkailua (Cave & Dredge, 2020), jossa yksilöt osallistuvat yhteisön hyvinvointiin (Hussain, 2021) ja jossa autenttiset kokemukset ovat toden teolla aitoja, eivätkä vain väitetysti.

Kun on kyse ruoan ja viinin tuotantoon liittyvästä matkailusta sekä gastronomisesta matkailusta, on tärkeää pohtia erityisiä matkailusegmenttejä, joihin viittaamme, ja ymmärtää eri tyyppisiä perusteellisesti. Kun lähestymme matkailua välineenä, jolla edistetään maaseudun resilienssiä tai elpymistä, meidän on erityisesti otettava huomioon seuraavat matkailutyypit:

- Viinimatkailu





- Maaseutumatkailu
- Gastronominen matkailu/Ruokamatkailu

2.2.1 Viinimatkailu ja sen Suuntaukset

Useimmin mainittu viinimatkailun määritelmä on peräisin Hallilta ja Macionisilta (1998, s. 197): "Vierailu viinitarhoilla, viinitiloilla, viinifestivaaleilla ja viininäytöksissä, joissa rypäleiden maistelu ja/tai rypäle- ja viinialueen ominaisuuksien kokeminen ovat kävijän ensisijaisia motiiveja."

Tämä määritelmä kattaa viinin ja viininviljelyn lisäksi myös viinialueet ja niiden ominaispiirteet, joihin usein viitataan "viinimaisemana" (Hall et al., 2000). Viinimatkailu on siis muutakin kuin viinien maistelua ja ostamista; se on matkailijoille kokonaisvaltainen "kokemus" (Beames, 2003), jonka autenttisuutta ja vuorovaikutusta paikallisten viinintuottajien kanssa yleensä haetaan. Itse asiassa viinimatkailijat etsivät kokonaisvaltaista matkailukokemusta, alueellista "hyötyjen nippua" (Charters & Ali-Knight, 2002, viitattu Getz & Brown, 2006, s. 49), jota hyvä fyysinen ympäristö ja ilmapiiri vahvistavat (Alonso & Ogle, 2008, viitattu Fernandes & Cruz, 2016).

Monet viinitilat tarjoavat nykyään kokonaisvaltaisia kuluttajakokemuksia, jolloin matkailijat voivat olla vuorovaikutuksessa viininviljelijöiden ja muiden





vierailijoiden kanssa, mikä luo ainutlaatuisen viinitilan tunnelman (Alant & Bruwer, 2004). Viinimatkailun hyödyt ulottuvat viinitilojen ulkopuolelle ja vaikuttavat myönteisesti koko aluetalouteen (Carlsen, 2004).

Monet matkakohteet pitävät sitä kehitysstrategiana sen taloudellisten hyötyjen vuoksi, joihin kuuluu uusien investointien houkuttelemisen ja alueellisen työllisyyden lisääminen (Poitras & Getz, 2006; Carlsen, 2004). Lisäksi viinimatkailu, erityisesti kun se perustuu uudistaviin periaatteisiin, auttaa pitämään ihmiset maaseutualueilla tai houkuttelemaan heitä sinne, ylläpitämään perinteisiä maaseutuelämäntapoja ja maataloustuotantoa sekä säilyttämään maaseutumaisemaa (Mitchell & Hall, 2006, s. 315, viitattu Scherrer, Alonso & Sheridan, 2009). Uudistava lähestymistapa matkailuun sekä kestävä lähestymistapa maatalouteen voivat tuottaa useita etuja viininviljelijöille ja maaseutualueille.

Itse asiassa tämä merkitsee ja on ajan mittaan merkinnyt kotoperäisten rypäleiden keräämistä, biologisen monimuotoisuuden säilyttämistä ja lajikkeiden häviämisen vähentämistä, samalla kun parannetaan alueiden viestintää ja brändäystä sekä viinitilojen, alueiden ja perinteiden sisällyttämistä yleiseen tietoisuuteen. Matkailijat ja viininystävät seuraavat suuntauksia, joiden mukaan he valitsevat ja etsivät paikallisia rypälelajikkeita ja viinejä, jotka pystyvät ilmaisemaan erityistä "terroiria", joka on maaperän, ilmaston, kulttuurin ja kulttuuriperinnön monimutkainen kokonaisuus.





Yhteenvedetä voidaan todeta, että uudistavat viinikokemukset (samoin kuin ruokaelämykset, kuten jäljempänä tarkemmin esitellään) voivat toimia maaseudun elpymisen kasvutekijänä. Itse asiassa pandemian jälkeiset mielipiteet osoittavat, että tämältyypiset kokemukset ovat ratkaisevia 71 prosentille ihmisistä matkakohdetta valitessaan (59 prosenttia vuonna 2019). Jos tarkastellaan Italian markkinoita, 60 prosenttia italialaisista ruoka- ja viinimatkailijoista ilmaisee halunsa osallistua rypäleiden sadonkorjuuseen ja kokea päivä viinintekijänä, koska he suurta osallisuutta ja kokemuksen autenttisuutta. 75 prosenttia puolestaan haluaisi tilaisuuden käydä piknikillä ulkona, esimerkiksi viinitarhoilla.

Viinimatkailu ja uudistavat viinielämykset ovat tunnettuja niiden lukuisista eduista, ja viinimatkailu kasvaa edelleen dynaamisesti maailmanlaajuisesti (Alonso & Liu, 2010; Nella & Christou, 2014; Scherrer et al., 2009).

Viinimatkailulla on ratkaiseva rooli maaseudun kehittämisessä, sillä se luo syvän yhteyden maaseutumaisemaan ja maaseutumaisuuteen, jotka ovat viinimatkailukokemuksen keskeisiä elementtejä (Mitchell, Charters & Albrecht, 2012; Carmichael, 2005; Getz & Brown, 2006; Mitchell, 2004).

2.2.2 Kestävä maaseutumatkailu maaseutuperinnön säilyttämiseksi ja ympäristöystävällisten maatalouskäytäntöjen edistämiseksi.





Maatalouteen kohdistuu vakavia uhkia, kuten heikot hinnat, kustannusten nousu, ympäristöpaineet, ilmastonmuutos ja globalisaatio (McGehee, 2007). Tämä on ajanut viljelijöitä monipuolistamaan strategioitaan maksimoidakseen maatilakohtaisen "maaseutupääoman" (Garrod, Wornell, & Youell, 2006, s. 118). Maatilamatkailu on noussut esiin välineenä maatilojen monipuolistamisessa ja siten maaseutuyritysten resilienssissä (Flanigan, Blackstock & Hunter, 2015; McGehee & Kim, 2004; Ollenburg & Buckley, 2007; Veeck, Che, & Veeck, 2006; Yang, 2012), joka tarjoaa vaihtoehtoisen ja lisätulonlähteen (Govindasamy & Kelley, 2014; Lapan & Barbieri, 2014). Se edistää työllisyyttä, ehkäisee muuttoliikettä ja tukee maaseutuyhteisöjen kestävyyttä (Hall, Mitchell, & Roberts, 2003).

Vaikka käsite on ollut esillä matkailukirjallisuudessa jo pitkään, vain harva on pyrkinyt määrittelemään maatilamatkailua kattavasti (Flanigan, Blackstock, & Hunter, 2014). Agriturismiin tulisi sisältyä lavastettuja tai aitoja maataloustoimintoja tai -prosesseja toimivissa maatalouslaitoksissa viihde- tai opetustarkoituksessa.

Se tukee pitkän aikavälin taloudellista elpymistä ja kehitystä, mutta siinä tutkitaan myös muita kuin taloudellisia hyötyjä, kuten maaseudun elämäntapojen säilyttämistä ja paikallisten tapojen ja kulttuurin säilyttämistä. Maatilamatkailu auttaa pitämään maatilat perheissä ja mahdollistaa jatkuvan viljelyn, mikä hyödyttää laajempaa yleisöä edistämällä ruokaa ja maataloutta (Tew & Barbieri, 2012) ja kestävyyttä koskevaa koulutusta (Barbieri, 2013; Hossein, Alipour & Dalir, 2014; Sonnino, 2004).





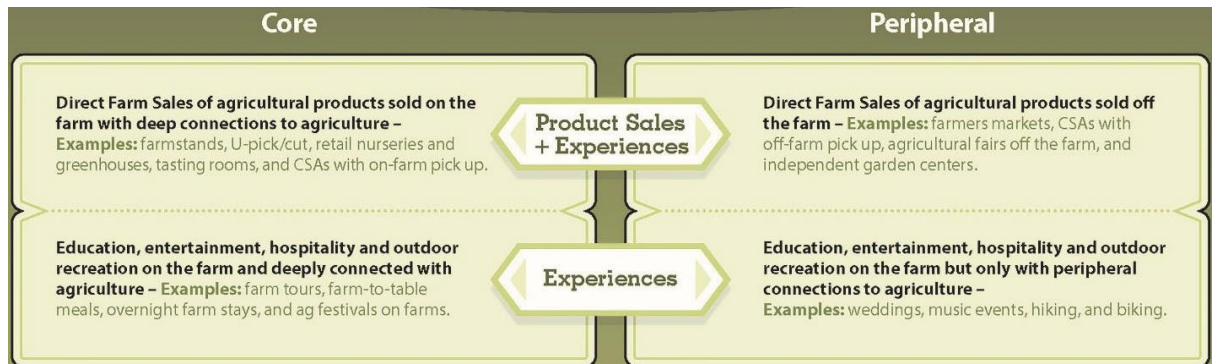
Maatilamatkailu tukee maaseutuperinnön säilyttämistä ja edistää ympäristöystävällisiä viljelykäytäntöjä (Barbieri, 2013; Gao, Barbieri, & Valdivia, 2013).

Yhteisötasolla maatilamatkailu lisää verotuloja, paikallista työllisyyttä ja yrittäjyyttä (Barbieri, 2013; Veeck et al., 2006), mikä parantaa yleistä elämänlaatua.

Viinimatkailun ja maatilamatkailun yhdistelmää pidetään hyödyllisenä, sillä se parantaa paikallisten matkailutuotteiden kilpailukykyä ja tarjoaa samalla asiakkaille ja matkailijoille aitoja kokemuksia ja mahdollisuuden maksimoida aikansa oppimalla paikallisilta maaseutuyhteisöiltä.

Maatilamatkailun ymmärtämiseksi ja määrittelymiseksi sekä maatilamatkailuun mahdollisesti sisältyvien toimintojen määrittelymiseksi voidaan maatilamatkailutoiminnot jakaa kahteen eri ryhmään: ydintoimintoihin ja oheistoimintoihin.

Alla olevassa kuvassa (kuva 1) on ryhmitelty joitakin esimerkkejä:



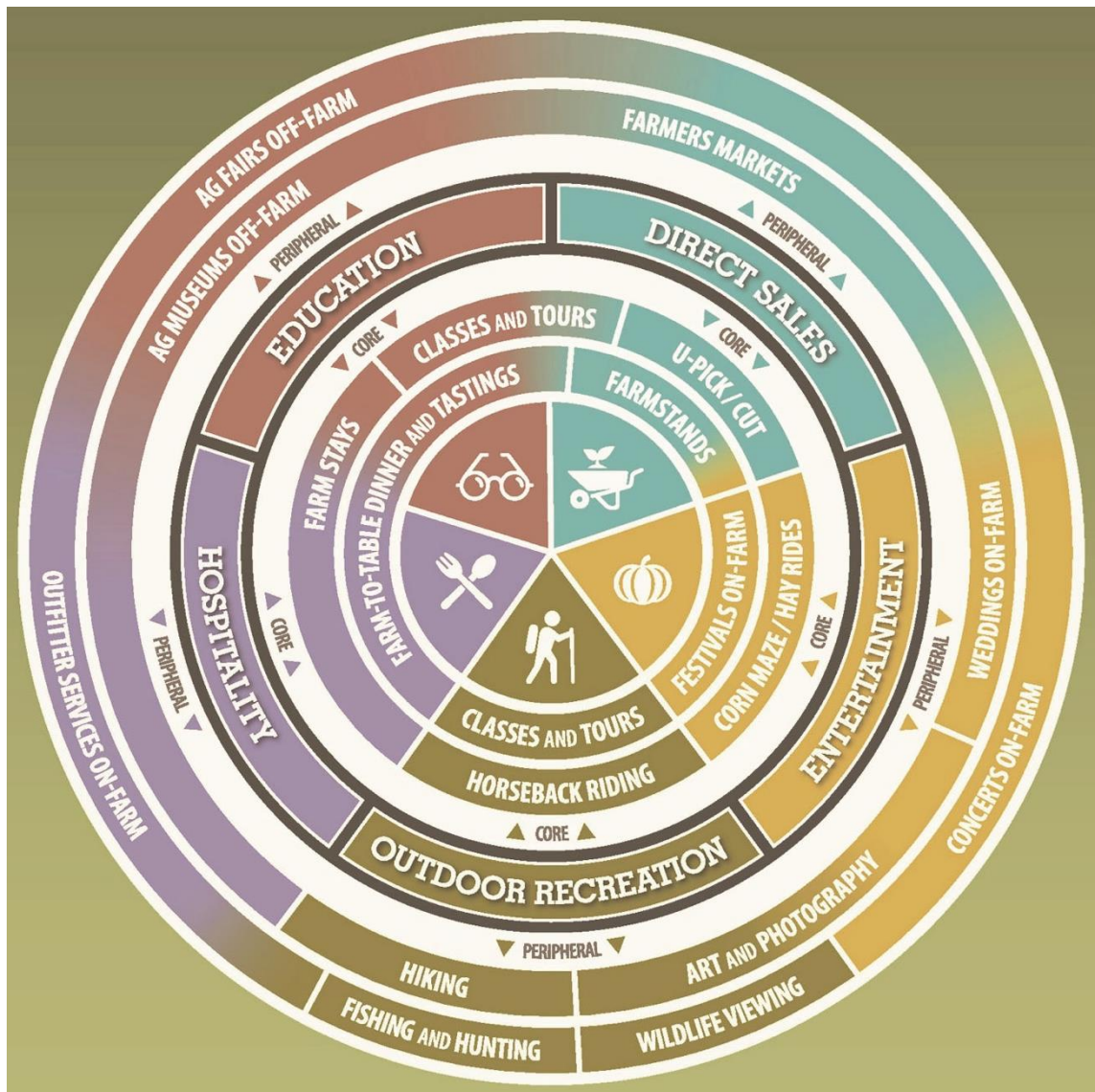
Kuva 1. Maaseutumatkailuksi katsottavien toimintojen ydin- ja sivutoimintatasot.

Ydintoiminnot tapahtuvat toimivalla maatilalla/maaseutuyrityksessä ja liittyvät läheisesti maataloustuotantoon tai -markkinointiin, kuten maatilamyymälät, Itsekeräys, maatilakierrokset, maatilalta pöytään -ateriat, yöpymiset ja maatalousfestivaalit.

Reuna-alueiden toiminnoilla sen sijaan ei ole vahvaa yhteyttä maataloustuotantoon tai ne tapahtuvat maatilalla ulkopuolella, kuten häät, konsertit, vaellus ja pyöräily maatiloilla sekä maanviljelijöiden markkinat ja maatalousmessut.

Sekä ydin- että liitännäistoiminnot voidaan luokitella suoramyyntiin, koulutukseen, vieraanvaraisuuteen, ulkoiluun ja viihteeseen. Jotkin toiminnot, kuten maatilalta pöytään -illalliset, kattavat useita luokkia, kuten suoramyynti, koulutus ja majoitus, ja ne voidaan liittää toisiinsa ja havainnollistaa alla olevan mukaisesti (kuva 2):





Kuva 2. Maatilamatkailun viisi luokkaa, mukaan lukien suoramyynä, koulutus, majoitus- ja ravintola-ala, ulkoilu ja viihde, sekä esimerkkejä ydintoiminnoista ja oheistoiminnoista.

Viinimatkailun integroiminen muihin maatilamatkailutoimintoihin voi yhdistää viinimatkailun uudelleen sen maatalous- ja maaseutujuuriin, luoda yhteisesti luotuja elämyksiä ja lisätä matkailutuotteiden arvoa (Flanigan et al., 2014; Yuan, Cai, Morrison & Linton, 2005; Dubois et al., 2017).



Tämä synergia edistää sekä taloudellista että sosiaalista maaseudun kehitystä, lisää matkailutuotteiden arvoa ja saavuttaa sekä henkilökohtaisia että yhteisön tavoitteita.

2.2.3 Voiko ruoka olla kasvun mahdollisuus? Sukellus uudistavaan ja kestävään ruokamatkailuun

”Ruokamatkailu on matkustamista maistamaan paikan makua saadakseen paikan tuntua.” (*World Food Travel Association, tammikuu 2024*). Matkailijat pyrkivät nykyään kokemaan paikkoja makujen kautta ja pääsemään lähemmäs isäntäyhteisön identiteettiä ja kulttuuria.

Ruokaa rakastavat matkailijat keskittyvät enemmän kuin koskaan hyperpaikallisiin, kestäviin ja vuorovaikutteisiin elämyksiin. Itse asiassa matkailijat ovat kiinnostuneita ostamaan paikallisia elintarvikkeita, juomia sekä yleisemmin tuotteita etsimään tapoja, joilla he voivat vaikuttaa merkittävämmiin paikallisyhteisöihin, joissa he vierailevat. Lisäksi jotkut viipyvät pidempään ja sukeltavat syvälle kulttuuriin uudessa yhteisössä. Toisetsaattavat etsiä tapaa antaa takaisin tai vaikuttaa muulla tavoin, kuten helpottamalla inutlaatuisten mahdollisuuksien tarjoamista paikallisille ottamalla heidät mukaan päätöksentekoprosesseihin.

Näiden väitteiden ja ruokakokemusten merkityksen tukemiseksi matkoilla voidaan ottaa esimerkkinä italialaiset matkailijat, jotka ruokamatkailukokemuksia vuonna 2022. Kyseisenä vuonna 65 prosenttia italialaisista matkailijoista pyrki välttämään ruoan tuhlaamista ravintoloissa tai





hotelleissa ruokailtaessa. Lisäksi 54 prosenttia otti lomalla käyttöön ympäristöystävällisempiä toimintatapoja kuin kotona (esimerkiksi 51 prosenttia jätti pyyhkeet pesemättä päivittäin majoituspaikassaan). Ravintolamatkailu on suosittua ympäri vuoden, ja 54 prosenttia italialaisista matkailijoista matkustaa mieluummin matalasesongin aikana, jotta matkailuvirrat pysyisivät tasaisina ja jotta suosittujen matkakohteiden ruuhkautuminen vähenisi.

Matkailijat pyrkivät myös tukemaan paikallisia yhteisöjä, ja 68 prosenttia heistä on halukkaampia osallistumaan sellaisten yritysten järjestämiin ruoka- ja viinielämyksiin, jotka tukevat paikallisia hankkeita tai aloitteita.

Lisäksi 64 prosenttia matkailijoista suosii todennäköisemmin yrityksiä, jotka työllistävät henkilöitä, joilla on taloudellisia tai sosiaalisia haasteita, ja 67 prosenttia haluaa ostaa matkamuistoja ja tuotteita paikallisilta pientuottajilta.

Viime vuosina kestävä ja uudistava ruokamatkailu on noussut esiin ja valtavirtaistunut Slow Food -liikkeen, joka perustettiin alun perin Italiassa (Bra, Piemonte) vuonna 1986 ja joka levisi maailmaa, harjoittaman edunvalvonnan ja uudistavien elämysten suunnittelun ansiosta.

Slow Foodin kaltaisilla liikkeillä on ollut ratkaiseva rooli tietoisuuden lisäämisessä ruokahävikistä, kestävästä ruoankulutuksesta ja -tuotannosta, ruokaperinnön säilyttämisestä sekä tietoisuuden lisäämisessä kestävästä matkailusta. Slow Foodin ehdottama uudistava matkailumalli tarjoaa matkan, joka on täynnä vuorovaikutusta ja vaihtoa





maanviljelijöiden, juustontekijöiden, paimenten, lihakauppiaiden, leipureiden ja viinintekijöiden kanssa.

Näistä tuottajista ja heidän tuotteitaan valmistavista kokeista tulee alueensa tarinankertojia ja erityisiä oppaita, jotka johdattavat vierailijat tutustumaan paikallisiin perinteisiin kiinnostavalla ja vuorovaikutteisella tavalla.

Analysoimme paikallisia verkostoja, jotka työskentelevät Slow Food -järjestön puitteissa uudistavien matkailuelämysten kehittämiseksi, ja perehdymme lähestymistapaan ja periaatteisiin, jotka ohjaavat uudistavien ruokamatkailuelämysten suunnittelua.





2.3 Lyhyet kommentit uudistavan lähestymistavan hyödyistä AGORA:n parhaille käytännöille

Eumelia Orgaaninen Maatila ja Majatalo

Eumelia Orgaaninen Maatila ja Majatalo, joka sijaitsee Laconiassa, Peloponnesoksella, tuottaa orgaanista oliiviöljyä, hunajaa, viiniä ja muita tuotteita. Agroturistinen maatilamajoitus on yksi Agora-hankkeen valitsemista parhaista käytännöistä, joita analysoitiin tarkemmin uudistavaa matkailua koskevan koulutusmateriaalin tueksi. Tässä parhaassa käytännössä otetaan huomioon sekä vuorovaikutus paikallisyhteisön kanssa että paikallisen perinnön säilyttäminen (erityisesti ruoan tuotannon ja hankinnan osalta), ruoan kestävä tuotanto/korjuu ja jalostus sekä majoitustoiminnan vaikutusten vähentäminen. Matkailutarjontaan sovellettu opettavainen lähestymistapa on ratkaisevan tärkeä, ja vieraat otetaan mukaan toimintaan, kuten sadonkorjuuseen, puristamiseen ja ruoanlaittoon paikallisista raaka-aineista. Osana uudistavaa lähestymistapaa koulutustoimet lisäävät tietoisuutta sellaisista käytännöistä kuin kompostointi, viljelykierto ja luonnollinen tuholaistorjunta jätteen ja energiankulutuksen minimoimiseksi. Vierailijat voivat oppia näistä kestävästä käytännöistä ja niiden myönteisistä vaikutuksista paikalliseen ekosysteemiin.

Kokemus ehdottomasti niille ihmisille, jotka ovat kiinnostuneita kestävästä kehityksestä ja/tai paeta hektistä





kaupunkielämää ja arjen stressiä. Kohderyhmä voi hyötyä kulttuuritoiminnasta ja osallistumisesta käytäntöihin, joilla pyritään vähentämään ympäristövaikutuksia. Tässä tapauksessa uudistaminen ei ainoastaan vähennä tai neutralisoi matkailutoiminnan ympäristövaikutuksia, vaan se on myös elämyksen vetovoiman ydin, joka mahdollistaa sen, että matkailijat, jotka etsivät aktiivisesti uudistavia elämyksiä ja harmonista ympäristöä, johon he voivat uppoutua, voivat löytää paikkansa matkailumarkkinoilla.

Slow Food Matkailu Monti Lepini

Kärntenissä Lesachtalin, Gailtalin ja Gitschtalin laaksoista sekä Weissensee-järvestä on tullut maailman ensimmäinen Slow Food Travel -matkailukohde, ja Keski-Italiassa vuonna 2022 on rahoitettu Slow Food -yhteisö kartoittamaan ja yhdistämään perinteisiä toimintoja, kestäviä ja perinteisiä ruokatuotantoja, paikkoja ja kulttuuriperintöä. Kärntenin tapauksessa, joka on mainittu AGORA-hankkeeseen sisältyvien parhaiden käytäntöjen joukossa, paikalliset ruokamammatilaiset ja -tuottajat, jotka ovat jo pitkään omaksuneet Slow Food -filosofian, ovat nimenneet alueen Slow Food Travel -kohteeksi. Myös Lepinin alueella on meneillään samanlainen muutos, ja sen polut ja aktiviteetit on suunniteltu luomaan reitti, jonka avulla kävijät voivat tutustua alueeseen ja uppoutua samalla paikalliseen yhteisöön. Kuten Slow Food -portaalista (<https://www.slowfood.it/slowfood-travel/monti-lepini/>) voi nähdä, yhteisön sisällä tarjottavat erilaiset aktiviteetit on yhdistetty kestäväällä liikenteellä/hitaalla





liikenteellä ja vaelluksella/retkeilykokemuksilla, jotta voidaan siirtyä Lepini Slow Food -kartan eri kohteisiin.

Kunkin aktiviteetin autenttisuus taataan samalla elämysten suunnitteluprosessilla, johon osallistuu paikallinen yhteisö, tuottajayhteisö mukaan luettuna. Yhteissuunnittelulla (jota selvitetään perusteellisesti seuraavassa) on ratkaiseva rooli uudistavassa elämyssuunnittelussa ja paikallisyhteisön aktiivisessa osallistumisessa elämyksen toteuttamiseen. Paikalliset elämysten tarjoajat/pienyrietykset hyötyvät Slow Food -brändin levittämisestä ja vahvuudesta, mikä lisää niiden kestokykyä ja edistää paikallisen yhteisön toimeentuloa tukee samalla maaseutualueiden väestökadon estämistä.





SANASTO

Maatilamatkailu

Matkailun muoto, jossa vierailijat voivat kokea maatalouselämän omakohtaisesti. Aktiviteetteihin kuuluu usein maatilalla asuminen, osallistuminen maatalan töihin ja maataloutta ja kestäviä viljelykäytäntöjä koskeviin koulutusohjelmiin.

Maatilalta pöytään -ruokailu

Ateriat valmistetaan paikallisista raaka-aineista, usein suoraan maatilalta, jossa ne on kasvatettu. Tämä käytäntö korostaa tuoreita, kausiluonteisia tuotteita ja tukee paikallista maataloutta.

Maatilamyymälät

Tienvarsikojuja tai torikojuja, joissa viljelijät myyvät tuotteitaan suoraan kuluttajille. Tämä tarjoaa kuluttajille mahdollisuuden ostaa tuoreita, paikallisia tuotteita ja viljelijöille mahdollisuuden lisätä tulojaan..

Ruokamatkailu

Matkustaminen, jonka ensisijaisena tarkoituksena on tutustua tietyn paikan ruokiin ja juomiin. Tähän kuuluu esimerkiksi ravintoloissa, ruokafestivaaleilla ja -vierailu osallistuminen ruoanlaittokursseille.

Gentrifikaatio





Prosessi, jossa kaupunkien lähiöihin muuttaa varakkaampia asukkaita, mikä johtaa kiinteistöjen arvon nousuun ja pienituloisempien perheiden ja pienyritysten syrjäytymiseen.

Viherpesu

Harhaanjohtava käytäntö, jossa yritys mainostaa tuotteitaan, palvelujaan tai toimintatapojaan valheellisesti ympäristöystävällisinä houkutellakseen ympäristötietoisia kuluttajia..

Uudistava Matkailu

Matkailumalli, joka menee kestävyyttä pidemmälle edistämällä aktiivisesti ekosysteemien ja yhteisöjen virk ja elvyttämistä. Siinä korostetaan pitkäaikaista sitoutumista ekologiseen tasapainoon, hyvinvointiin ja autenttiseen matkailuun.

Resilienssi

Järjestelmän, yhteisön tai yksilön kyky kestää ja toipua epäsuotuisista tilanteista, kuten taloudellisista häiriöistä, luonnonkatastrofeista tai yhteiskunnallisista muutoksista.

Maaseudun Renessanssi

Maaseutualueiden elvyttäminen erilaisilla aloitteilla, joilla edistetään uudelleen-asutusta, taloudellista kehitystä ja kestäviä käytäntöjä. Tähän sisältyy infrastruktuurin parantaminen, paikallisten yritysten edistäminen ja asukkaiden elämänlaadun parantaminen..





Verotulot

Hallitus tuottaa tuloja verotuksen kautta. Näitä tuloja käytetään julkisten palvelujen ja infrastruktuurin, kuten koulutuksen, terveydenhuollon ja liikenteen, rahoittamiseen.

Maaperä

Tietyn paikan ainutlaatuiset ominaispiirteet vaikuttavat maataloustuotteiden, erityisesti viinin, makuun ja laatuun. Terroir käsittää sellaiset tekijät kuin maaperä, ilmasto, pinnanmuodostus ja paikalliset viljelykäytännöt.

Itsekeräys

Suoramyyntin muoto, jossa asiakkaat käyvät maatiloilla poimimassa omat hedelmät ja vihannekset. Näin kuluttajat voivat valita tuoretuotteita ja nauttia samalla maatilakokemuksesta.

Viinimatkailu

Matkailu keskittyy viinialueisiin ja niiden tarjontaan, kuten viinitilakierrokseen, viininmaisteluihin ja festivaaleihin. Viinimatkailu edistää paikallisia viinitiloja ja viinintuotantoon liittyvää kulttuuria.

Viinimaisema

Viininviljelyalueen visuaalinen ja kulttuurinen maisema, mukaan lukien viinitarhat, viinitilat ja ympäröivä





ympäristö. Sillä on ratkaiseva merkitys viinimatkailun kokonaisvaltaisessa kokemuksessa.



Co-funded by
the European Union



MIELENRUOKAA

1. Kun ajattelet viinielämystä ja tapaa, jolla viinielämys rakennetaan, voisitko palauttaa mieleesi näkökohdat, joita voidaan arvioida ja tarkistaa, jotta viinielämyksestä tulisi uudistava viinielämys?
2. Parhaat käytännöt Slow Food Travel on rakennettu kartoittamaan autenttista, reilua ja kestävä ruoantuotantoa Lepini-vuoriston alueella Keski-Italiassa sekä muita Slow Food Travel -elämyksiä eri puolilla Italiaa (esim. Slow food Alpe Adria Carinthia - <https://www.slowfood.travel/en>).
Voisitteko luetella paikallisyhteisölle hyötyjä tuottavat uudistavat elementit ja kävijöille annettavat edut? Millä tavoin parhaat käytännöt tukevat paikallisyhteisön resilienssiä sekä perinteisen ja kestävän ruoka- ja ylläpitoa?
3. Kun otetaan huomioon Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse ja paikan suunnittelemaat aktiviteetit, voisitteko kertoa, mitkä autenttisuusparametrit täyttyvät ja miten? Käytä 1 (Asif Hussain) mainittua taulukkoa autenttisen matkailukokemuksen tunnistamiseen.





HARJOITUKSET

Skenaario 1.

Pohdi ruokaan ja viiniin liittyviä yhteyksiäsi ja matkasuuntauksia. Kuvittele mahdollinen uudistava elämys ja laadi kuvaus ja analyysi samasta kokemuksesta käyttämällä täältä löytyvää moduulia:

Skenaario 2.

Valitse yksi alueellasi/alueellasi saatavilla matkailuelämyksistä ja määrittele taulukon avulla yksittäiset parametrit, joiden avulla analysoida kokemuksen autenttisuutta, purkaa ja pohdi kutakin yksittäistä ominaisuutta ja kommentoi, voidaanko kokemus suunnitella uudelleen niin, että se täyttää uudistamiskriteerit, ja jos voidaan, niin miksi. Käytä täältä löytyvää tukimoduulia:



LISÄÄINEISTO

- Rioja Wine Academy, courses on wine tourism available at:
<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>
- Free online course on "General Wine Knowledge" available at:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLcD-7JIibmTprcceyF7C6AgDNP1IjpN>
- Free online course on "Wine Serving" available at:
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLcD-7JIibmQnDenAMailoLEsw0AoectB>
- Tuorlo Magazine: food and wine magazine focusing on lifestyle and territories with a full section on Sustainability, available at:
<https://tuorlomagazine.it/it/>
- Tapas Magazine: magazine on food and lifestyle useful to get a closer look at how the perspective on food has changed over time among people. The free online version of the magazine is available at:
<https://www.tapasmagazine.es>





- "Setting up Wine Tourism Experiences" ("Costruire l'offerta enoturistica"), Training material delivered in the context of the project "Un calice di Biodiversità in cantina" funded by MASAF to Lazio Regional Government and focusing on the design of wine tourism experiences while dealing with sector regulation. Trainer: F.Zaralli, 2024. Training material available at:
- "Enhancement of a Brand in the Digital World" ("Valorizzazione di un brand nel mondo digitale") Training material delivered in the context of the project "Un calice di Biodiversità in cantina" funded by MASAF to Lazio Regional Government and focusing on regenerative wine tourism experiences online. Trainer: M. De Cave, 2024. Training material available at:
- "Marketing and communication of wine and wine tourism" ("Comunicare i vini e i territori") Training material delivered in the context of the project "Un calice di Biodiversità in cantina" funded by MASAF to Lazio Regional Government and focusing on the terroir as a message to attract tourists and market Indigenous grapes and wine peculiarities. Trainer: R. Tolfa, 2024. Training material available at:
- "Wine tourism products and consumers rights" ("Il prodotto enoturistico e la tutela del consumatore") Training material delivered in the context of the project "Un calice di Biodiversità in cantina" funded





by MASAF to Lazio Regional Government and focusing on the development of regenerative and sustainable wine tourism to meet consumers vichanging needs and the consumer's rights. Trainer: F. Coccia, 2024. Training material available at:

- "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 Conference, May 2024. The slide on data and role of Indigenous grapes in the biodiversity of the Lazio Region and the added value they are for touristic communication and to meet the need for the authenticity of tourists are available on the page: <https://www.arsial.it/un-calice-di-biodiversita-in-cantina-lenoturismo-per-i-vitigni-autoctoni/>
- Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse best practice sheet, available at: <https://agoraproject.eu/wp-content/uploads/Eumelia Greece p-consulting Nr5.docx.pdf>
- Slow Food Travel project best practice sheet, available at:
- International Mavrud Day best practice sheet, available at: <https://agoraproject.eu/wp-content/uploads/Communities Bulgaria BAWP 1.docx.pdf>





LÄHDELUETTELO

- 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.



