AGORA

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

Modulo 2

Esperienze Rigenerative

Sviluppato da TasteRoots

Co-funded by
the European Union

Indice

RISULTATI DI APPRENDIMENTO 3
MODULO IN SINTESI 5

Unità 2.1: Un cambio di paradigma: un percorso verso la "rigenerazione" 7
Unità 2.2: Turismo rigenerativo per stimolare il rinascimento rurale 12
Unità 2.3: Brevi commenti sui benefici dell'approccio rigenerativo sulle migliori pratiche di AGORA 23

GLOSSARIO 26
CIBO PER LA MENTE 30
FOGLI DI LAVORO 31
RISORSE EXTRA 32
RIFERIMENTI 35

Co-funded by the European Union

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

Dopo aver completato il modulo, sarai familiare con il concetto di turismo rigenerativo e più specificamente sarai in grado di distinguere tra il turismo gastronomico, l'enoturismo e l'agriturismo e di elencare le peculiarità di ciascuno dei tipi specifici di turismo. Nel modulo i discenti si familiarizzeranno con la tendenza del mercato turistico e le scelte dei turisti / potenziali turisti. I discenti comprenderanno quale è stato il punto di svolta e il cambiamento di paradigma dal turismo di massa a quello sostenibile e rigenerativo.

Conoscenza

- I discenti saranno in grado di richiamare le caratteristiche e i criteri che definiscono e qualificano un'esperienza turistica come “rigenerativa”
- I discenti saranno in grado di collegare i benefici per la comunità, l'ambiente e i turisti all'azione progettata
- I discenti saranno in grado di confrontare un'esperienza rigenerativa con una non rigenerativa, riconoscendo il potenziale beneficio delle caratteristiche rigenerative e il loro possibile ulteriore sviluppo in termini di marketing/retail dell'esperienza.
- Gli studenti saranno in grado di elencare e descrivere esperienze di turismo gastronomico, esperienze di agriturismo e turismo gastronomico.

Competenze

Co-funded by the European Union

- Gli studenti saranno in grado di analizzare esperienze e identificare i parametri che contribuiscono all'autenticità dell'esperienza/esperienza rigenerativa.
- Gli studenti saranno in grado di riflettere, valutare e progettare esperienze di turismo rigenerativo ricordando e descrivendo i parametri della rigenerazione.
- Gli studenti saranno in grado di esaminare potenziali percorsi per lo sviluppo di un contesto rurale, elaborando strategie ed esperienze rigenerative volte a potenziare la resilienza e il rinascimento rurale.

Competenze/Atteggiamenti

- Gli studenti saranno in grado di valorizzare il patrimonio e la cultura e il loro legame con il dominio turistico.

Durata: Questo modulo richiede un impegno di circa 20 ore di lavoro preparatorio, di implementazione e di follow-up, inclusi il tempo di istruzione, le attività pratiche e il lavoro di progetto.

Co-funded by the European Union

MODULO IN SINTESI

In mezzo al degrado ambientale accelerato e alle disparità socio-economiche, l'industria del turismo ha raggiunto un punto di svolta cruciale. L'industria è stata tradizionalmente criticata per il consumo di massa e lo sfruttamento delle risorse naturali e culturali, il turismo è stato associato a pratiche non sostenibili che trasformano e consumano i territori e cambiano la cultura locale, innescando processi di perdita sia della biodiversità che dell'identità culturale. Questo processo di erosione ha generato alla fine anche disparità economiche.

Gli ultimi anni e eventi come la pandemia globale hanno segnato un punto di svolta significativo da cui è iniziata una rivalutazione globale delle attività umane e del loro impatto ambientale, e sta emergendo un nuovo paradigma incentrato sulla sostenibilità e sul rispetto per il pianeta. Tra le attività umane, il turismo è stato coinvolto in questa rivalutazione e strategie e paradigmi come il cosiddetto “turismo rigenerativo” sono emersi come una risposta rivoluzionaria alla rinnovata sensibilità e alle esigenze di sostenibilità.

In questo modulo ci concentreremo sulla definizione di “turismo rigenerativo” e “esperienze rigenerative” inquadrando i bisogni e le prospettive in cambiamento dei consumatori / viaggiatori e specificando il modo in cui l'esperienza turistica dovrebbe essere strutturata per soddisfare le esigenze dei turisti così come i requisiti per essere “rigenerativa”.

Co-funded by the European Union

Inoltre, il modulo si concentrerà su esperienze/turismo rigenerativo per promuovere il rinascimento rurale preservando la produzione locale, l'identità culturale dei territori e supportando la loro resilienza contro la gentrificazione.

In questo contesto, comprendere la connessione tra scienze naturali e sociali è cruciale per l'adozione con successo del turismo rigenerativo. Questo approccio interdisciplinare aiuta a prevenire il greenwashing e garantisce la fiducia dei consumatori promuovendo pratiche genuine e di impatto. Il turismo rigenerativo si erge quindi come un faro per esperienze di viaggio più responsabili e arricchenti, aprendo la strada a un futuro in cui il turismo contribuisce alla fioritura sia delle persone che del pianeta.

Co-funded by
the European Union

2.1 Un cambiamento di paradigma: un percorso verso la “rigenerazione”

L'industria del turismo è stata nota per essere insostenibile in parte a causa del consumo e del degrado delle destinazioni, con perdita di identità locale, squilibrio nelle economie locali e effetti a catena sulle comunità che vivono intorno alle destinazioni e guadagnano solo per gli attori globali dominanti del turismo.

Si potrebbe affermare che il turismo è stato percepito come attività turistiche di massa che sfruttano risorse naturali e culturali per l'accumulo di profitto. Per cambiare questa percezione e innescare il cambiamento verso un approccio diverso, la pandemia di Covid-19 ha giocato un ruolo cruciale.

La pandemia è stata un punto di rottura per rivalutare le attività e i comportamenti umani. Infatti, ha evidenziato l'importanza delle nostre interazioni con l'ambiente. Mentre alcuni impatti sono stati immediatamente evidenti, altri effetti indiretti diventeranno evidenti solo col tempo.

L'influenza della pandemia su vari aspetti della sostenibilità, in particolare nei domini della salute e dell'ambiente, è già evidente sia a breve che a lungo termine.

La crisi vissuta dal 2020 al 2022 ha interrotto la vita normale, potenzialmente preparando il terreno per significative trasformazioni

Co-funded by the European Union

in termini di sostenibilità a causa del suo impatto esteso. Oggigiorno la società sta affrontando un enorme cambiamento in termini di coscienza sociale ed ecologica.

Inoltre, ulteriori fattori, scatenati come il collasso climatico e le sue conseguenze tangibili sull'economia, il declino globale della biodiversità, l'alterazione/distruzione degli ecosistemi, i problemi di sicurezza alimentare e idrica, l'aumento delle disuguaglianze, la crisi economica e le sfide della forza lavoro, i cambiamenti geopolitici e le questioni di democrazia, l'accesso alla salute e all'educazione hanno contribuito a un nuovo paradigma.

In particolare, questo paradigma emergente ha al suo centro una relazione più rispettosa e sostenibile tra gli esseri umani e l'ambiente, anche quando si tratta di considerare economie come quella turistica.

Infatti, abbracciare il paradigma della decrescita è cruciale per mitigare l'impatto del turismo e favorire lo sviluppo di modelli turistici su scala ridotta, più benefici, incentrati su esperienze autentiche. Questo approccio è in linea con l'importanza crescente attribuita alla progettazione di esperienze turistiche che soddisfino le esigenze e gli atteggiamenti in evoluzione dei turisti.

In questo senso, i turisti cercano esperienze turistiche che soddisfino originalità, simbolismo e autenticità. Pertanto, secondo Asif Hussain (2022), i parametri da soddisfare per un'esperienza turistica autentica potrebbero essere descritti attraverso le seguenti caratteristiche:

Tipo	Caratteristica	Descrizione

Co-funded by the European Union

Originalità	Bello	Il prodotto turistico deve essere bello e apparire attraente per il visitatore
	Natural	Il prodotto turistico dovrebbe essere puramente naturale e non deve essere contaminato o fabbricato
	Genuino	I prodotti turistici e l'esperienza devono essere genuini e dare al turista un senso del luogo
	Posizione	Un'esperienza autentica è unica e appartiene a una particolare area. Non può essere vissuta altrove.
Simbolismo	Etico	L'esperienza dovrebbe comprendere il consumo etico, la sostenibilità e i principi della comunità.
	Radicato	Un senso del luogo è radicato in una destinazione particolare e il prodotto turistico offerto si basa su di esso

Co-funded by the European Union

	Onesto	Fornire un prodotto onesto e non promettere ciò che non può essere consegnato
	Coscienza	Un'esperienza che migliora il livello di coscienza in cui il viaggiatore cerca guadagni interpersonali sotto forma di ricompense psicologiche e gode di un'esperienza positiva
Attività	Umano	L'esperienza è incentrata sulle persone e i turisti vogliono connettersi con la gente del posto
	Semplice	L'esperienza deve essere semplice e il visitatore dovrebbe essere in grado di vedere il beneficio senza complicazioni
	Coinvolgimento	Dove i turisti interagiscono e partecipano attivamente ai processi di erogazione dell'esperienza turistica, costruiscono relazioni durature e portano a visite multiple

Costruendo sui punti sopra menzionati, definiamo il turismo rigenerativo come una risposta alla necessità di nuove alternative

Co-funded by the European Union

economiche post-capitaliste che enfatizzano la creazione di valore diversificato (Cave & Dredge, 2020; Gibson-Graham, 2008).

Questo approccio promuove una visione inclusiva e olistica del turismo, enfatizzando l'importanza di un impegno a lungo termine verso pratiche che migliorano il benessere e l'autenticità (Sheldon, 2021; Coulthard et al., 2018). Essenzialmente, il turismo rigenerativo mira a garantire che i viaggi e il turismo reinvestano nelle persone, nei luoghi e nella natura, supportando il rinnovamento e la fioritura a lungo termine dei nostri sistemi socio-ecologici.

La transizione a una mentalità rigenerativa nel turismo è stata impegnativa a causa dei forti legami del settore con il pensiero scientifico e la gestione strategica.

Tuttavia, grazie agli sforzi persistenti dei leader di pensiero e dei professionisti, il concetto sta iniziando a guadagnare attenzione da parte dei ricercatori e dei governi.

Alcuni studiosi vedono il turismo rigenerativo come un'evoluzione del turismo sostenibile, con i suoi principi che formano sistemi fondamentali basati su valori condivisi, regole concordate, tradizioni e relazioni (Becken & Kaur, 2021), offrendo opportunità per una migliore gestione del turismo (Becken & Kaur, 2021).

È cruciale comprendere i fattori fondamentali che collegano le scienze naturali e sociali e l'adozione di termini come 'sostenibilità' e 'rigenerativo' dalle scienze naturali alle scienze sociali. Questa comprensione è essenziale per evitare il 'greenwashing' e garantire la fiducia dei consumatori.

Co-funded by the European Union

2.2 Il turismo rigenerativo per stimolare il rinascimento rurale

Il termine "rinascimento rurale" è un modo vivido per descrivere il processo di ripopolamento delle aree rurali, stimolando l'economia e la sua resilienza *(Kayse, 1990)*.

Il rinascimento rurale comporta significativi cambiamenti strutturali nelle aree rurali, oltre al semplice recupero demografico. Questi includono la riabilitazione delle abitazioni vacanti, lo sviluppo di paesaggi residenziali con nuove suddivisioni, la manutenzione o l'istituzione di servizi e strutture comunitarie, la formazione di nuove associazioni di residenti e cambiamenti nelle composizioni dei consigli municipali.

Inoltre, il rinascimento rurale guida il cambiamento sociale e l'ascesa di nuove funzioni produttive orientate ai servizi, spesso indicate come "economia dell'esperienza." Esso migliora anche la multifunzionalità delle aree rurali attraverso nuove pratiche agricole introdotte dai nuovi abitanti, un maggiore riconoscimento dell'importanza ecologica dei paesaggi rurali e l'adozione di pratiche ibride che combinano

Co-funded by the European Union

agricoltura sostenibile e servizi commerciali, come agriturismo, enoturismo e/o iniziative legate al turismo gastronomico.

Affinché il turismo prosperi e, più specificamente, i contesti rurali raggiungano la resilienza e il rinascimento, le destinazioni devono riconoscere i benefici genuini delle visite turistiche e impegnarsi attivamente nell'intero processo di sviluppo e consumo del prodotto. Pertanto, qualsiasi destinazione che mira a sviluppare esperienze autentiche necessita del coinvolgimento dei residenti come elemento cruciale, per fornire con successo prodotti che sfruttano le risorse e le competenze locali (Traskevich & Fontanari, 2021).

Un recupero turistico completo post-pandemia può avvenire solo promuovendo concetti turistici emergenti come il turismo rigenerativo (Cave & Dredge, 2020), dove gli individui contribuiscono al benessere della comunità (Hussain, 2021) e dove le esperienze autentiche sono veramente autentiche, non solo dichiarate tali.

Quando si tratta di turismo legato alla produzione di cibo e vino, così come al turismo gastronomico, è importante considerare i segmenti turistici specifici a cui ci riferiamo e comprendere a fondo i diversi tipi. In particolare, quando consideriamo il turismo come uno strumento per aumentare la resilienza o il rinascimento rurale, dobbiamo tenere conto dei seguenti tipi di turismo:

- Enoturismo
- Agroturismo
- Turismo gastronomico/Turismo gastronomico

Co-funded by the European Union

2.2.1 Avvicinarsi all'Enoturismo e alle sue tendenze

La definizione più citata di enoturismo proviene da Hall e Macionis (1998, p. 197): "visita a vigneti, cantine, festival del vino e fiere del vino per cui la degustazione di vino d'uva e/o l'esperienza degli attributi di una regione vinicola sono le principali motivazioni per il visitatore."

Questa definizione comprende non solo il vino e la viticoltura, ma anche le regioni vinicole e i loro attributi, spesso indicati come "paesaggio vitivinicolo" (Hall et al., 2000). Pertanto, l'enoturismo è più che semplicemente degustare e acquistare vini; è un'esperienza complessiva per i turisti (Beames, 2003), che normalmente cercano l'autenticità e l'interazione con i produttori di vino locali. Infatti, i turisti del vino cercano un'esperienza turistica complessiva, un "pacchetto di benefici" regionale (Charters & Ali-Knight, 2002, citato in Getz & Brown, 2006, p. 49), migliorata da un buon ambiente fisico e atmosfera (Alonso & Ogle, 2008, citato in Fernandes & Cruz, 2016).

Molte cantine ora offrono esperienze olistiche ai consumatori, permettendo ai turisti di interagire con i produttori di vino e altri visitatori, creando un'atmosfera unica della cantina (Alant & Bruwer, 2004). I benefici dell'enoturismo si estendono oltre le cantine, influenzando positivamente l'intera economia regionale (Carlsen, 2004).

È visto come una strategia di sviluppo da molte destinazioni grazie ai suoi benefici economici, che includono l'attrazione di nuovi investimenti e l'aumento dell'occupazione regionale (Poitras & Getz, 2006; Carlsen, 2004). Inoltre, l'enoturismo, soprattutto quando basato su principi rigenerativi, aiuta a trattenere o attrarre persone nelle aree

Co-funded by the European Union

rurali, mantenendo gli stili di vita rurali tradizionali e la produzione agricola, e conservando il paesaggio rurale (Mitchell & Hall, 2006, p. 315, citato in Scherrer, Alonso & Sheridan, 2009). Un approccio rigenerativo verso l'enoturismo, così come un approccio sostenibile all'agricoltura, può generare diversi benefici per i produttori di vino e le aree rurali.

Infatti, ciò implica e ha implicato nel tempo la raccolta di uve indigene, preservando la biodiversità e diminuendo l'erosione delle varietà, migliorando al contempo la comunicazione e il branding delle aree e la diffusione delle cantine, dei territori e delle tradizioni. Infatti, i viaggiatori e gli amanti del vino stanno seguendo le tendenze di scegliere e cercare varietà di uve indigene e vini, in grado di esprimere il specifico “terroir”, che è il complesso insieme di suolo, clima, cultura e patrimonio.

Per riassumere, le esperienze rigenerative del vino (così come quelle alimentari, come vedremo più in dettaglio in seguito) possono servire come fattore di crescita per il rinascimento rurale. Infatti, le opinioni post-pandemia mostrano che questi tipi di esperienze sono cruciali per il 71% delle persone nella scelta di una destinazione di viaggio (59% nel 2019). Se si considera il mercato italiano, il 60% dei turisti enogastronomici italiani esprime il desiderio di partecipare alla vendemmia per vivere una giornata da vignaiolo, cercando un maggiore coinvolgimento e autenticità dell'esperienza, mentre il 75% vorrebbe avere l'opportunità di fare picnic all'aperto, come nei vigneti.

L'enoturismo e le esperienze rigenerative del vino sono riconosciuti per i loro numerosi benefici e l'enoturismo continua a crescere dinamicamente su scala globale (Alonso & Liu, 2010; Nella & Christou, 2014; Scherrer et al., 2009).

Co-funded by the European Union

Gioca un ruolo cruciale nello sviluppo rurale, connettendosi profondamente con il paesaggio rurale e la ruralità, che sono elementi fondamentali dell'esperienza enoturistica (Mitchell, Charters & Albrecht, 2012; Carmichael, 2005; Getz & Brown, 2006; Mitchell, 2004).

2.2.2 Agriturismo sostenibile per la conservazione del patrimonio rurale e la promozione di pratiche agricole ecologiche

L'agricoltura affronta serie minacce come prezzi bassi, costi crescenti, pressioni ambientali, cambiamenti climatici e globalizzazione (McGehee, 2007). Questo ha spinto gli agricoltori a diversificare le loro strategie per massimizzare il "capitale di campagna" basato sulla fattoria (Garrod, Wornell, & Youell, 2006, p. 118). L'agriturismo emerge come uno strumento per la diversificazione delle aziende agricole e, quindi, per la resilienza delle imprese rurali (Flanigan, Blackstock, & Hunter, 2015; McGehee & Kim, 2004; Ollenburg & Buckley, 2007; Veeck, Che, & Veeck, 2006; Yang, 2012), offrendo una fonte di reddito alternativa e aggiuntiva (Govindasamy & Kelley, 2014; Lapan & Barbieri, 2014). Promuove l'occupazione, previene la migrazione e supporta la sostenibilità delle comunità rurali (Hall, Mitchell, & Roberts, 2003).

Sebbene il concetto sia presente nella letteratura turistica da molto tempo, sono stati fatti pochi sforzi per definire l'agriturismo in modo completo (Flanigan, Blackstock, & Hunter, 2014). L'agriturismo dovrebbe includere attività o processi agricoli autentici o messi in scena in strutture agricole operative per scopi di intrattenimento o educativi.

Co-funded by the European Union

Supporta non solo il recupero e lo sviluppo economico a lungo termine, ma esplora anche benefici non economici, come il mantenimento degli stili di vita rurali e la conservazione delle usanze e della cultura locali. L'agriturismo aiuta a mantenere le fattorie all'interno delle famiglie e consente la continuità dell'attività agricola, beneficiando il pubblico più ampio promuovendo l'educazione sul cibo e sull'agricoltura (Tew & Barbieri, 2012) e la sostenibilità (Barbieri, 2013; Hossein, Alipour & Dalir, 2014; Sonnino, 2004).

L'agriturismo supporta la conservazione del patrimonio rurale e promuove pratiche agricole ecologiche (Barbieri, 2013; Gao, Barbieri, & Valdivia, 2013).

A livello comunitario, l'agriturismo aumenta le entrate fiscali, l'occupazione locale e l'imprenditorialità (Barbieri, 2013; Veeck et al., 2006), migliorando la qualità della vita complessiva.

La combinazione di enoturismo e agriturismo è vista come vantaggiosa, migliorando la competitività dei prodotti turistici locali offrendo ai clienti e ai turisti esperienze autentiche e l'opportunità di massimizzare il loro tempo imparando dalle comunità rurali locali.
Per comprendere e definire l'agriturismo e le possibili attività che possono essere incluse nell'agriturismo, si potrebbero dividere le attività agrituristiche in 2 diversi cluster: attività principali e attività periferiche.
Nell'immagine sottostante *(Fig. 1)*, alcuni esempi sono stati raggruppati:

Co-funded by the European Union

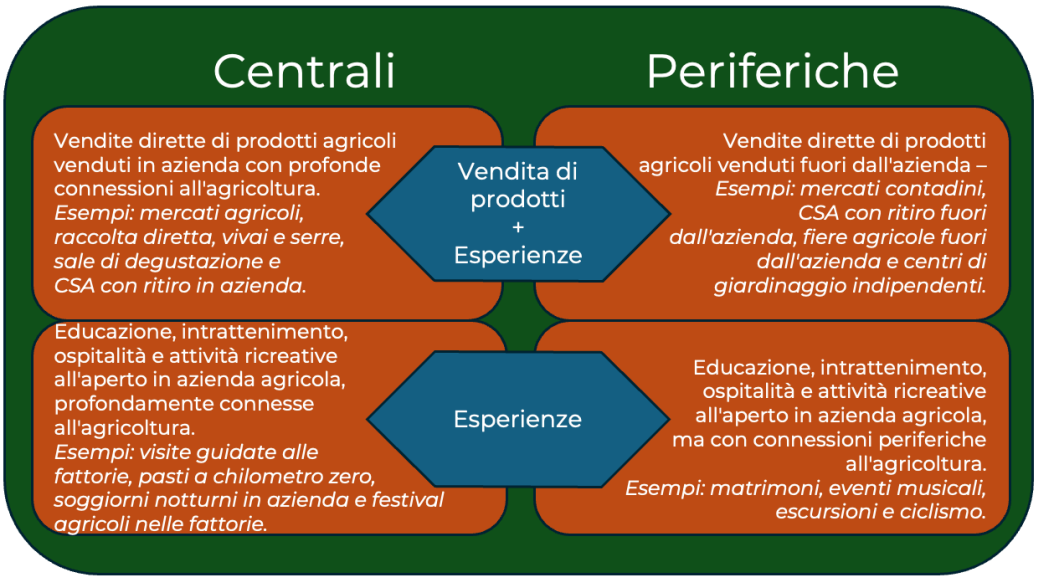


Figura 1. Livelli di Attività Principali e Periferiche che Possono Essere Considerate Agriturismo

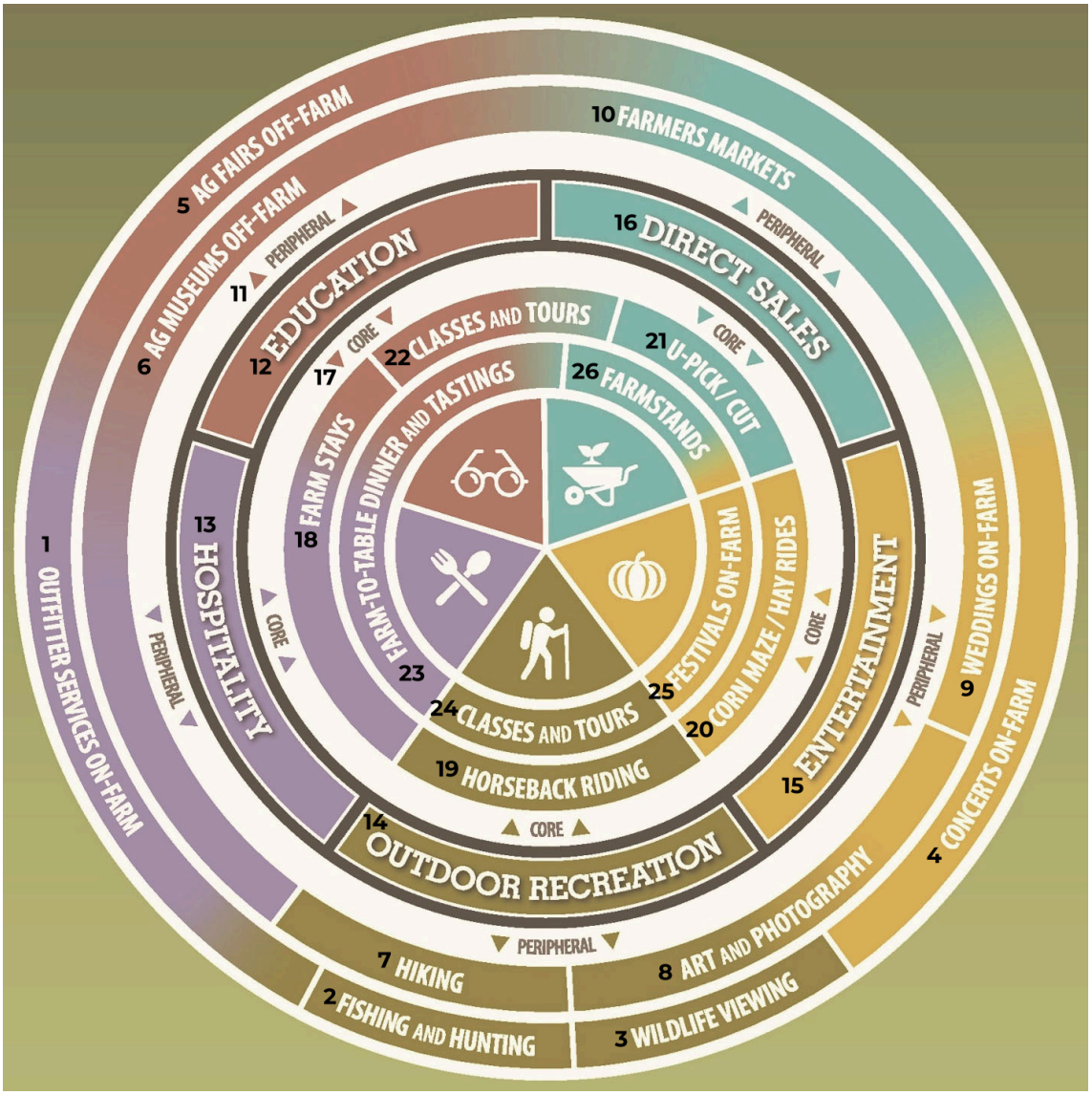
Le attività principali si svolgono in una fattoria/azienda rurale operativa e sono strettamente legate alla produzione o al marketing agricolo, come bancarelle di prodotti agricoli, raccolta fai-da-te, visite guidate alla fattoria, pasti farm-to-table, pernottamenti e festival agricoli.

Le attività periferiche, invece, o mancano di un forte legame con la produzione agricola o si svolgono fuori dalla fattoria, come matrimoni, concerti, escursionismo e ciclismo nelle fattorie, nonché mercati contadini e fiere agricole.

Sia le attività principali che quelle periferiche possono essere categorizzate in vendite dirette, educazione, ospitalità, ricreazione all'aperto e intrattenimento. Alcune attività, come le cene farm-to-table, abbracciano più categorie, tra cui vendite dirette,

Co-funded by the European Union

educazione e ospitalità e possono essere interconnesse e visualizzate nello schema seguente *(fig. 2)*:



1) SERVIZI DI OUTFITTER IN FATTORIA; 2) PESCA E CACCIA; 3) OSSERVAZIONE DELLA FAUNA SELVATICA; 4) CONCERTI IN FATTORIA; 5) FIERE AGRICOLE FUORI FATTORIA; 6) MUSEI AGRICOLI FUORI FATTORIA; 7) ESCURSIONISMO; 8) ARTE E FOTOGRAFIA; 9) MATRIMONI IN FATTORIA; 10) MERCATI AGRICOLI; 11) PERIFERICO; 12) EDUCAZIONE; 13) OSPITALITÀ; 14) RICREAZIONE ALL'APERTO; 15) INTRATTENIMENTO; 16) VENDITE DIRETTE; 17) CORE; 18) SOGGIORNI IN FATTORIA; 19) EQUITAZIONE; 20) LABIRINTO DI MAIS/GIRI IN CARRO; 21) RACCOLTA/CUT; 22) CORSI E TOUR; 23) CENA E DEGUSTAZIONI DAL PRODUTTORE AL

Co-funded by the European Union

CONSUMATORE; 24) CORSI E TOUR; 25) FESTIVAL IN FATTORIA; 26) BANCHI DI VENDITA IN FATTORIA.

Figura 2. Cinque categorie di agriturismo, tra cui Vendite Dirette, Educazione, Ospitalità, Ricreazione all'aperto e Intrattenimento, ed Esempi di Attività Core vs. Periferiche

Integrare l'enoturismo con altre attività agrituristiche può riconnetterlo con le sue radici agricole e rurali, creando esperienze co-creative e aumentando il valore dei prodotti turistici (Flanigan et al., 2014; Yuan, Cai, Morrison & Linton, 2005; Dubois et al., 2017).

Questa sinergia stimola sia lo sviluppo economico che sociale delle aree rurali, aggiungendo valore ai prodotti turistici e raggiungendo obiettivi sia personali che comunitari.

2.2.3 Il cibo può essere l'opportunità di crescita? Un'immersione nel turismo gastronomico rigenerativo e sostenibile.

"Il turismo gastronomico è l'atto di viaggiare per un assaggio del luogo al fine di ottenere un senso del luogo." *(World Food Travel Association, Gen. 2024)*. I viaggiatori di oggi cercano di vivere i luoghi attraverso il gusto e di avvicinarsi all'identità e alla cultura della comunità ospitante.

Più che mai, i viaggiatori amanti del cibo sono concentrati su esperienze iperlocali, sostenibili e interattive. Infatti, i viaggiatori sono interessati ad acquistare cibo locale, bevande e, più in generale, prodotti per cercare modi di avere un impatto più significativo sulle comunità locali che visitano. Inoltre, alcuni rimangono più a lungo e si immergono profondamente nella cultura di una nuova comunità. Altri possono cercare un modo per restituire o fare la differenza in un altro

Co-funded by the European Union

modo, come facilitare opportunità uniche per i locali o coinvolgerli nei processi decisionali.

Per supportare queste affermazioni, così come la rilevanza dell'esperienza gastronomica durante i viaggi, si potrebbe prendere come esempio i turisti italiani che cercano esperienze di turismo gastronomico nel 2022. Infatti, durante quell'anno il 65% dei turisti italiani ha fatto sforzi per evitare di sprecare cibo quando cenavano nei ristoranti o mangiavano negli hotel. Inoltre, il 54% ha adottato comportamenti più rispettosi dell'ambiente in vacanza rispetto alle loro abitudini a casa (ad esempio, il 51% ha scelto di non far lavare quotidianamente gli asciugamani nelle loro sistemazioni). Il turismo gastronomico è popolare tutto l'anno, con il 54% dei turisti italiani che preferisce viaggiare durante la bassa stagione per aiutare a mantenere un flusso costante di turismo e ridurre il sovraffollamento nelle destinazioni popolari.

I turisti mirano anche a sostenere le comunità locali, con il 68% più incline a partecipare a esperienze enogastronomiche organizzate da aziende che supportano progetti o iniziative locali.

Inoltre, il 64% è più propenso a frequentare stabilimenti che impiegano individui che affrontano sfide economiche o sociali, e il 67% esprime il desiderio di acquistare souvenir e prodotti da piccoli produttori locali.

Negli ultimi anni, il turismo gastronomico sostenibile e rigenerativo è emerso e si è affermato grazie alla sensibilizzazione e al design dell'esperienza rigenerativa portati avanti dal movimento Slow Food, originariamente nato in Italia (Bra, Piemonte) nel 1986 e diffuso in tutto il mondo.

Co-funded by the European Union

Movimenti come “Slow Food” hanno avuto un ruolo cruciale nel processo di sensibilizzazione sullo spreco alimentare, sul consumo e produzione alimentare sostenibile, sulla conservazione del patrimonio alimentare, nonché sulla sensibilizzazione riguardo al turismo sostenibile. Il modello di turismo rigenerativo proposto da Slow Food offre un viaggio ricco di interazioni e scambi con agricoltori, casari, pastori, macellai, fornai e produttori di vino.

Questi produttori, insieme agli chef che preparano i loro prodotti, diventano narratori delle loro regioni e guide speciali, conducendo i visitatori alla scoperta delle tradizioni locali in modo coinvolgente e interattivo.

Analizzeremo le reti locali che operano nell'ambito di Slow Food per lo sviluppo di esperienze di turismo rigenerativo, per familiarizzare con l'approccio e i principi che guidano la progettazione delle esperienze di turismo gastronomico rigenerativo.

Co-funded by
the European Union

2.3 Brevi commenti sui benefici dell'approccio rigenerativo sulle migliori pratiche di AGORA

Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse

Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse, situata a Laconia, nel Peloponneso, produce olio d'oliva biologico, miele, vino e altri prodotti. La fattoria agrituristica è una delle migliori pratiche selezionate dal progetto Agora e ulteriormente analizzata per supportare il materiale di formazione sul turismo rigenerativo. Questa buona pratica considera sia l'interazione con la comunità locale sia la preservazione del patrimonio locale (soprattutto quando si tratta di produzione e approvvigionamento alimentare), la produzione/raccolta sostenibile e la trasformazione del cibo e la riduzione dell'impatto delle attività di accoglienza. Un approccio educativo applicato all'offerta turistica è cruciale, coinvolgendo gli ospiti in attività come la raccolta, la spremitura e la cucina con ingredienti locali. Come parte dell'approccio rigenerativo, le attività educative sensibilizzano sulle pratiche come il compostaggio, la rotazione delle colture e il controllo naturale dei parassiti per minimizzare i rifiuti e il consumo di energia. I visitatori possono apprendere queste pratiche sostenibili e il loro impatto positivo sull'ecosistema locale.

Sicuramente, l'esperienza è rivolta specificamente a persone interessate alla sostenibilità e/o che mirano a sfuggire alla vita frenetica della città e allo stress della vita quotidiana. Il pubblico di riferimento può beneficiare dell'impegno in attività culturali e della partecipazione

Co-funded by the European Union

a pratiche volte a ridurre l'impatto ambientale. In questo caso, la rigenerazione non serve solo a minimizzare o neutralizzare l'impatto delle attività turistiche sull'ambiente, ma costituisce anche il nucleo dell'attrattiva dell'esperienza, consentendo il posizionamento nel mercato turistico per i viaggiatori che cercano attivamente esperienze rigenerative e un ambiente armonioso in cui immergersi.

Slow Food Travel Monti Lepini

Mentre in Carinzia, le valli Lesachtal, Gailtal e Gitschtal e il lago Weissensee sono diventati la prima destinazione Slow Food Travel al mondo, nel centro Italia nel 2022 è stata finanziata una comunità Slow Food per mappare e collegare attività tradizionali, produzioni alimentari sostenibili e tradizionali, luoghi e patrimonio culturale. Nel caso della Carinzia, elencata tra le migliori pratiche incluse nel progetto AGORA, la regione è stata designata destinazione Slow Food Travel da artigiani e produttori locali che hanno da tempo abbracciato la filosofia Slow Food. Allo stesso modo, l'area dei Lepini sta attraversando una transizione simile, con percorsi e attività progettati per creare un itinerario che consenta ai visitatori di scoprire la zona immergendosi nella comunità locale. Come è possibile vedere nel portale Slow Food (https://www.slowfood.it/slowfood-travel/monti-lepini/) le varie attività svolte all'interno della comunità sono collegate da mobilità sostenibile/mobilità lenta ed esperienze di trekking/escursionismo per spostarsi tra i diversi POI sulla mappa Slow Food dei Lepini.

L'autenticità di ogni attività è garantita dallo stesso processo di progettazione dell'esperienza, che implica il coinvolgimento della comunità locale, inclusa la comunità dei produttori. La

Co-funded by the European Union

co-progettazione (che sarà spiegata in dettaglio nel prossimo modulo) svolge un ruolo cruciale nella progettazione dell'esperienza rigenerativa così come il coinvolgimento attivo della comunità locale nell'implementazione dell'esperienza. I fornitori di esperienze locali/piccole imprese beneficiano della diffusione e della forza del marchio Slow Food che aumenta la loro resilienza e contribuisce al sostentamento della comunità locale, supportando al contempo la prevenzione dello spopolamento delle aree rurali.

Co-funded by
the European Union

GLOSSARIO

Agroturismo

Una forma di turismo che permette ai visitatori di vivere in prima persona la vita agricola. Le attività spesso includono soggiorni in fattoria, partecipazione ai lavori agricoli e programmi educativi sull'agricoltura e le pratiche agricole sostenibili.

Pasti dal produttore al consumatore

Pasti preparati con ingredienti locali, spesso direttamente dalla fattoria dove sono coltivati. Questa pratica sottolinea prodotti freschi e stagionali e supporta l'agricoltura locale.

Bancarelle agricole

Bancarelle lungo la strada o nei mercati dove i contadini vendono i loro prodotti direttamente ai consumatori. Questo offre ai consumatori l'opportunità di acquistare prodotti freschi e locali e ai contadini di aumentare il loro reddito.

Turismo gastronomico

Viaggiare con lo scopo principale di sperimentare il cibo e le bevande di un luogo particolare. Questo include attività come visitare ristoranti, festival gastronomici, mercati e partecipare a corsi di cucina.

Gentrificazione

Un processo in cui i quartieri urbani sperimentano un afflusso di residenti più facoltosi, portando ad un aumento dei valori immobiliari

Co-funded by the European Union

e allo spostamento delle famiglie a basso reddito e delle piccole imprese.

Greenwashing

Una pratica ingannevole in cui un'azienda promuove falsamente i suoi prodotti, servizi o politiche come ecologicamente sostenibili per attrarre consumatori eco-consapevoli.

Turismo Rigenerativo

Un modello di turismo che va oltre la sostenibilità contribuendo attivamente al ripristino e al ringiovanimento degli ecosistemi e delle comunità. Sottolinea l'impegno a lungo termine per l'equilibrio ecologico, il benessere e l'autenticità.

Resilienza

La capacità di un sistema, comunità o individuo di resistere e riprendersi da situazioni avverse, come shock economici, disastri naturali o cambiamenti sociali.

Rinascimento Rurale

La rivitalizzazione delle aree rurali attraverso varie iniziative che incoraggiano il ripopolamento, lo sviluppo economico e le pratiche sostenibili. Ciò include il miglioramento delle infrastrutture, la promozione delle imprese locali e il miglioramento della qualità della vita dei residenti.

Entrate Fiscali

Co-funded by the European Union

Reddito generato dal governo attraverso la tassazione. Queste entrate vengono utilizzate per finanziare i servizi pubblici e le infrastrutture, come l'istruzione, l'assistenza sanitaria e i trasporti.

Terroir

Le caratteristiche uniche di un luogo specifico che influenzano il gusto e la qualità dei prodotti agricoli, in particolare il vino. Il terroir comprende fattori come il suolo, il clima, la topografia e le pratiche agricole locali.

U-Pick

Una forma di vendita diretta al consumatore in cui i clienti visitano le fattorie per raccogliere i propri frutti e ortaggi. Questo permette ai consumatori di selezionare prodotti freschi mentre godono di un'esperienza in fattoria.

Enoturismo

Turismo incentrato sulle regioni vinicole e le loro offerte, tra cui tour dei vigneti, degustazioni di vini e festival. L'enoturismo promuove le cantine locali e la cultura associata alla produzione vinicola.

Paesaggio vinicolo

Il paesaggio visivo e culturale di una regione produttrice di vino, compresi i vigneti, le cantine e l'ambiente circostante. Svolge un ruolo cruciale nell'esperienza complessiva dell'enoturismo.

Co-funded by
the European Union

SPUNTI DI RIFLESSIONE

1. Quando pensi all'esperienza del vino e al modo in cui è strutturata, potresti ricordare gli aspetti che possono essere valutati e rivisti per trasformare un'esperienza vinicola in un'esperienza vinicola rigenerativa?
2. La migliore pratica Slow Food Travel è stata strutturata per mappare la produzione alimentare autentica, equa e sostenibile dell'area dei monti Lepini nel centro Italia, così come le altre esperienze Slow Food Travel in tutta Italia (ad esempio Slow Food Alpe Adria Carinzia - https://www.slowfood.travel/en). Potresti elencare gli elementi rigenerativi che generano benefici per la comunità locale e i giveaways per i visitatori? In che modo la migliore pratica supporta la resilienza della comunità locale così come la conservazione della produzione alimentare e vinicola tradizionale e sostenibile?
3. Considerando l'Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse e le attività progettate dalla sede, potresti per favore indicare quali parametri di autenticità sono soddisfatti e come? Usa la tabella menzionata nell'Unità 1 (parametri di Asif Hussain per identificare l'esperienza turistica autentica)

Co-funded by the European Union

FOGLI DI LAVORO

Scenario 1.

Rifletti sul tuo contesto e sulle tendenze di viaggio su cibo e vino. Immagina una possibile esperienza rigenerativa da impostare e redigi la descrizione e l'analisi della stessa esperienza utilizzando il modulo disponibile qui:

Scenario 2.

Scegli una delle esperienze turistiche mainstream disponibili nella tua area/regione e con il supporto della tabella per identificare i singoli parametri per analizzare l'autenticità dell'esperienza, decostruisci e rifletti su ciascuna singola caratteristica e commenta se e perché l'esperienza può essere riprogettata per soddisfare i criteri rigenerativi. Utilizza il modulo di supporto disponibile qui:

Co-funded by
the European Union

RISORSE EXTRA

- Rioja Wine Academy, corsi di enoturismo disponibili su: https://riojawineacademy.com/en/itinerary/diploma-in-rioja-wine-tourism

- "Turismo rigenerativo: andare oltre il turismo sostenibile e responsabile", CBI Ministero degli Affari Esteri (2022) recuperato da: https://www.cbi.eu/market-information/tourism/regenerative-tourism

- Corso online gratuito su "Conoscenza Generale del Vino" disponibile su: https://www.youtube.com/playlist?list=PLc_D-7JIibmT_prccey F7C6AgDNP1IjpN

- Corso online gratuito su "Servizio del Vino" disponibile su: https://www.youtube.com/playlist?list=PLc_D-7JIibmQnDenA MAi1oLEsw0AoectB

- Tuorlo Magazine: rivista di cibo e vino che si concentra su stile di vita e territori con una sezione completa sulla Sostenibilità, disponibile su: https://tuorlomagazine.it/it/

- Tapas Magazine: rivista su cibo e stile di vita utile per avere uno sguardo più ravvicinato su come la prospettiva sul cibo sia cambiata nel tempo tra le persone. La versione online

Co-funded by the European Union

gratuita della rivista è disponibile su: https://www.tapasmagazine.es

- “Costruire l’offerta enoturistica” (“Setting up Wine Tourism Experiences”), Materiale didattico fornito nel contesto del progetto “Un calice di Biodiversità in cantina” finanziato da MASAF alla Regione Lazio Governament e incentrato sulla progettazione di esperienze enoturistiche rispettando la regolamentazione del settore. Formatore: F.Zaralli, 2024. Materiale didattico disponibile su:

- “Valorizzazione di un brand nel mondo digitale” (“Enhancement of a Brand in the Digital World”) Materiale didattico fornito nel contesto del progetto “Un calice di Biodiversità in cantina” finanziato da MASAF alla Regione Lazio Governament e incentrato sulle esperienze di enoturismo rigenerativo online. Formatore: M. De Cave, 2024. Materiale di formazione disponibile su:

- “Marketing e comunicazione del vino e dell'enoturismo” (“Comunicare i vini e i territori”) Materiale di formazione fornito nell'ambito del progetto “Un calice di Biodiversità in cantina” finanziato da MASAF alla Regione Lazio e incentrato sul terroir come messaggio per attrarre turisti e promuovere le peculiarità delle uve indigene e del vino. Formatore: R. Tolfa, 2024. Materiale di formazione disponibile su:

- “Prodotti enoturistici e diritti dei consumatori” (“Il prodotto enotiuristico e la tutela del consumatore”) Materiale di formazione fornito nell'ambito del progetto “Un calice di

Co-funded by the European Union

Biodiversità in cantina" finanziato da MASAF alla Regione Lazio e incentrato sullo sviluppo di un enoturismo rigenerativo e sostenibile per soddisfare le esigenze in evoluzione dei consumatori e i diritti dei consumatori. Formatore: F. Coccia, 2024. Materiale di formazione disponibile su:

- "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"), Conferenza ARSIAL, Maggio 2024. La diapositiva sui dati e il ruolo delle uve indigene nella biodiversità della Regione Lazio e il valore aggiunto che esse rappresentano per la comunicazione turistica e per soddisfare il bisogno di autenticità dei turisti è disponibile alla pagina: https://www.arsial.it/un-calice-di-biodiversita-in-cantina-lenoturismo-per-i-vitigni-autoctoni/

- Scheda di buone pratiche di Eumelia Organic Agrotourism Farm & Guesthouse, disponibile su: https://agoraproject.eu/wp-content/uploads/Eumelia_Greece_p-consulting_Nr5.docx.pdf

- Scheda di buone pratiche del progetto Slow Food Travel, disponibile su:

- Scheda di buone pratiche dell'International Mavrud Day, disponibile su: https://agoraproject.eu/wp-content/uploads/Communities_Bu

Co-funded by the European Union

Igaria_BAWP_1.docx.pdf

RIFERIMENTI

- *Khalaf, A. T., Wei, Y., Wan, J., Abdul Kadir, S. Y., Zainol, J., Jiang, H., & Abdalla, A. N. (2023). Come ha influenzato la pandemia la nostra percezione della sostenibilità? Illuminando il grande impatto positivo sulla salute e sull'ambiente. Recuperato da: https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/892*

- *Kayse B. (1990) "La renaissance rurale. Sociologia delle campagne del mondo occidentale" recuperato da: http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/renaissance-rurale*

- Roberta Garibaldi, Rapporto sul Turismo Enogastronomico e sostenibilità: Anno 2023. (n.d.). Recuperato da: https://www.robertagaribaldi.it/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano/

- Chase, L. C., Stewart, M., Schilling, B., Smith, B., & Walk, M. (2018). "Agriturismo: Verso un quadro concettuale per l'analisi del settore. Journal of Agriculture, Food Systems, and Community

Co-funded by the European Union

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. "Progettare Esperienze Alimentari Sostenibili: Ripensare il Turismo Gastronomico Sostenibile." International Journal of Food Design, vol. 5, no. 1-2, 1 Dic. 2020, pp. 65–82, https://doi.org/10.1386/ijfd_00010_1.
- *D. Dredge, "Turismo rigenerativo: trasformare mentalità, sistemi e pratiche", 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., e JOUKES V., "Enoturismo in un contesto di agriturismo: approfondimenti sulle percezioni dei fornitori di agriturismo." Turismo & Sviluppo, vol. 27/28, 2017.
- Mathisen, Line, et al. "La reciprocità di suolo, anima e società: il cuore dello sviluppo delle attività di turismo rigenerativo." JOURNAL of TOURISM FUTURES, vol. VOL. 8, no. NO. 3, 2022.

Co-funded by the European Union