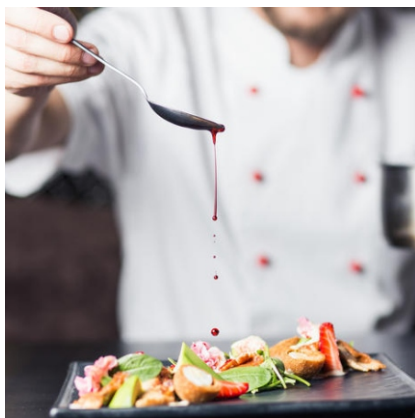




Manual 3

10 pași pentru digitalizarea
patrimoniului cultural gastronomic



FLAVOURS of EUROPE

Digitalizarea patrimoniului
cultural gastronomic rural
în Europa



Co-funded by
the European Union

FLAVOURS of EUROPE

**RP2 Curs de formare: Digitalizarea patrimoniului cultural gastronomic rural în
Europa**

Manual Nr. 3

10 pași pentru digitalizarea patrimoniului cultural gastronomic

Proiect Nr. 2021-1-RO01-KA220-ADU-000029562

Cuprins

1. CUM SĂ DIGITALIZĂM ȘI SĂ PROMOVĂM IDENTITATEA PATRIMONIULUI CULTURAL GASTRONOMIC RURAL	7
2. DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR DE MARKETING DIGITAL ÎN RÂNDUL PĂRȚILOR INTERESATE.....	12
3. COMUNICAREA PATRIMONIULUI PRIN POVESTIRI DIGITALE ȘI EXPERIENȚIALE	14
4. TRANZIȚIA DE LA PATRIMONIUL CULTURAL LA PATRIMONIUL DIGITAL.....	16
5. IDENTIFICAREA ȘI DIGITALIZAREA ETNODIVERSITĂȚII ȘI BIODIVERSITĂȚII ÎN ZONELE RURALE	21
6. ROLUL PLATFORMELOR DIGITALE.....	23
7. CUM SE CREEAZĂ BAZA DE DATE A INVENTARULUI DE REȚETE NAȚIONALE ȘI EUROPENE.	28
8. CUM SĂ DIGITALIZĂM O AFACERE GASTRONOMICĂ RURALĂ	38
9. DIGITAL ÎN 10 PAȘI.....	41
Concluzii.....	42
Studii de caz	43
1. Hoinari Coolinari - Blog și hub gastronomic.....	43
2. LaLena – Rețete Culinare – Aplicație mobilă.....	45
3. Jamilla Cuisine – Vlogger culinar	47
4. Roade și Merinde – Hub Alimetar	49
5. Aprozarul Virtual - Băcănie online - Platforma de comerț electronic.....	52
6. Gift Spelt (Dar Limetz) - Agricultură comunitară și o școală a naturii.....	55
7. Balkan Bites - descoperiți gustul Bulgariei.....	58

8. Farmhopping - piața globală pentru ferme durabile	62
9. Chilli Hills - Sos picant de la semințe la sticlă	66
10. Hot Farm – o afacere de familie	70
11. Ferma Quinta da Lage, Portugalia	73
12. Atelier Pastel de nata în Malveira, Portugalia	76
13. Nü Coworking Criativo, Portugalia	78
14. Parcul balnear și natural Pedras Salgadas.....	80
15. Hotel Paradinha Village, Arouca Portugalia	83
16. Gătutul în Piemonte	85
17. Bucătăria lui Jul Povești și rețete din Toscana	89
18. Borgo I Vicelli Relais Florence - Borgo I Vicelli Relais Firenze.....	92
19. Cooking Class Amalfi Coast - Clasa de gătit Coasta Amalfi.....	96
20. Bucătăria lui Marco	99
21. Programul Comunități gastronomice.....	102
22. Descoperiți cursul de bucătărie mediteraneană	105
23. Atelier de gătit grecesc	108
24. O călătorie culinară de 12 zile prin Grecia (Atena - Naxos - Santorini - Creta - Atena) .	111
25. Lecții de gătit și mic dejun, Narlis Farm (Sifnos, Grecia)	113
26. Cob Village: Mini sat prietenos cu mediul înconjurător unic în România	115
27. Muzeul Militar - Parcul Arsenal.....	120
28. Tren hotel- Carpatia Express	124

29. Ferma Dacilor: Cazare și experiențe culinare unice într-un loc istoric.....	127
30. Eco-Brunch - destinație ecoturistică Țara Dornelor	130
31. GEOABEJAS – Companie tradițională de miere	133
32. NATURVIE –Ulei de măsline natural	135
33. Agricultură BALAM- Inovare în agricultură	138
34. El ajero – Societate specializată în usturoi.....	140
35. Picota del Jerte – Producător de cireșe din "El valle del Jerte"	142
36. Alimente digitale - sau nu. Întâlnire cu bucătarii locali	145
37. Piața de alimente Roditor	146
38. Amintiri gustoase – Cronicari Digitali	148
39. Bucate de prin sate.....	150
40. Localm	153
41. Travlocals.....	156
<i>Bibliografie</i>	<i>159</i>

Introducere

Turismul gastronomic este, conform OMT (2010), "un tip de activitate turistică caracterizat de experiența vizitatorilor legată de mâncare și de produsele și activitățile conexe în timpul călătoriei, inclusiv experiența culinară autentică, tradițională și/sau inovatoare".

Acest tip de turism se bazează pe moștenirea gastronomică și, în mod surprinzător, nu a fost recunoscut pe deplin până în 2010, când UNESCO a inclus pe lista patrimoniului cultural imaterial bucătăria tradițională din Mexic, mesele gastronomice în limba franceză și un meșteșug de turtă dulce din nordul Croației.

Patrimoniul cultural imaterial include tradiții și expresii vii moștenite de la strămoșii noștri și transmise urmașilor noștri, cum ar fi tradițiile orale, artele spectacolului, practicile sociale, ritualurile, evenimentele festive, cunoștințele și practicile legate de natură și de univers sau abilitățile necesare pentru a produce meșteșuguri tradiționale.

Gastronomia este elementul care leagă identitatea unui loc, caracteristicile istorice și patrimoniul. Este punctul de legătură între tradiție și modernitate, între specific și universal.

Fiind parte a istoriei, culturii, identității, economiei și vieții sociale, patrimoniul gastronomic, împreună cu turismul, poate fi un punct cheie pentru revitalizarea economiei unei regiuni.

Bucătăria tradițională este un element cultural care marchează în mare măsură identitatea și unicitatea destinațiilor turistice. Organizațiile de marketing și de gestionare a destinației sunt din ce în ce mai interesate să evidențieze influența turismului gastronomic ca factor principal în dezvoltarea turismului. Și aici intervine factorul digital, ca adjuvant în promovarea acestui patrimoniu într-un mod cât mai original.

Digitalizarea este un concept-cheie din ce în ce mai răspândit în orice domeniu.

Digitalizarea înseamnă, în esență, transformarea informațiilor și proceselor analogice într-o formă digitală.

Dacă ne referim la produsele alimentare în sens larg, de-a lungul timpului, transformarea digitală a avut un impact puternic asupra procesării alimentelor în sensul creșterii productivității, diversificării, siguranței și duratei de depozitare.

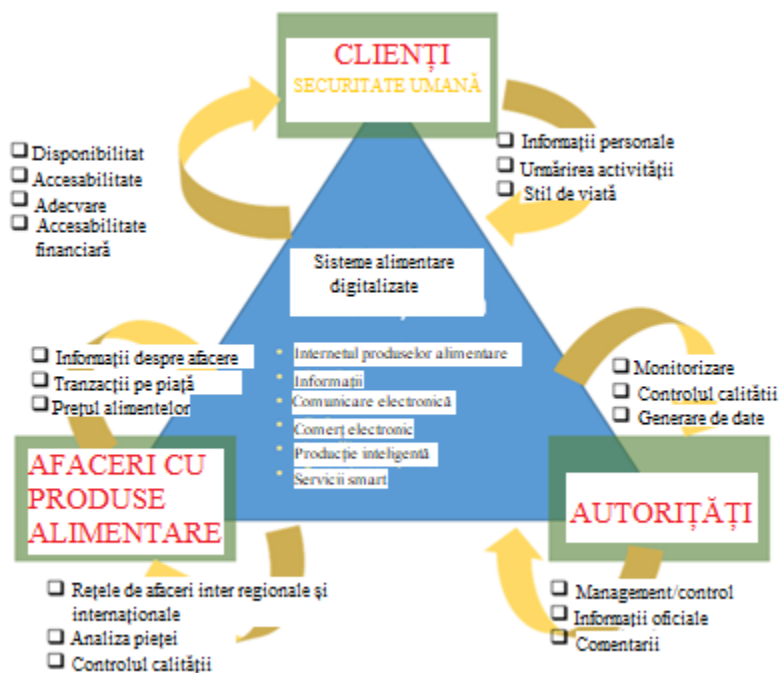


Figura 1 O relație de suprapunere în cadrul unui sistem alimentar digitalizat (Raheem, 2019)

Recent, acest lucru a început să aibă implicații mai mari în gastronomie și turism, ceea ce ajută la dezvoltarea unor servicii mai rapide și mai transparente, la care se pot adăuga modalități tradiționale de aprovizionare cu alimente.

Perioada digitală în care trăim generează din ce în ce mai multe oportunități pentru mediul antreprenorial, prin soluții digitale care pot activa resurse care înainte nu erau direct legate de alimentație și turism.

Pentru a realiza modul în care digitalizarea poate fi utilizată în transformarea turismului gastronomic, atenția principală trebuie să fie îndreptată spre înțelegerea proprietăților digitalizării din perspectiva datelor utilizate, a infrastructurii, a canalelor de comunicare și a produselor digitale. Acest lucru permite înțelegerea corectă a schimbărilor pe care digitalizarea le aduce în turism și în furnizarea de servicii și experiențe turistice.

Principalele îndoieli cu privire la influența tehnologiei în turismul gastronomic sunt modul în care se realizează, momentul în care este implementată și modul în care modifică relația dintre afacere și consum.

Din 2015, UNESCO consideră că formele digitalizate de documente reprezintă un "mijloc primar de cunoaștere" cu un impact enorm asupra umanității, ca o înregistrare a gândurilor, evenimentelor, limbilor, culturilor și înțelegerii lumii într-un timp și loc precis. Această recomandare întărește faptul că patrimoniul documentar este crucial în dezvoltarea științifică și tehnologică. În acest context, accesul ar trebui să fie implementat în mod convenabil și încurajat pentru instituțiile membrilor statului care selectează, colectează și păstrează aceste amintiri. În 2016, UNESCO a lucrat la elaborarea unor linii directoare privind managementul digital pentru instituțiile de patrimoniu, în special biblioteci, arhive și muzee, instituții care sunt principalele responsabile pentru conservarea culturală și a patrimoniului în mod digital. Aceasta reprezintă o bază reală pentru punerea în aplicare a unei conservări digitale durabile pe termen lung. Aceste orientări deschid o nouă eră în conservarea digitală și în utilizarea unor practici durabile și sustenabile.

1. CUM SĂ DIGITALIZĂM ȘI SĂ PROMOVĂM IDENTITATEA PATRIMONIULUI CULTURAL GASTRONOMIC RURAL

Incluzând: rețete, feluri de mâncare, ingrediente, materii prime locale și producători locali, facilități vechi de bucătărie (cuptoare, unelte, șeminee), legende, cântece și îmbrăcăminte legate de mâncare, tradiții.

Patrimonializarea alimentelor "se referă la transformarea [alimentelor], a locurilor și a practicilor în patrimoniu cultural pe măsură ce li se atașează valori, descriind în esență patrimoniul ca proces" (Sjöholm J, 2016)

Crearea, în 2010, a listei Patrimoniului Cultural Intangibil al UNESCO au dat startul concentrării asupra alimentelor și culturilor culinare ca markeri de identitate și asupra modului în care gastronomia poate favoriza împuternicirea economică, politică și socială a comunităților locale (Zocchi, Corvo, 2021).

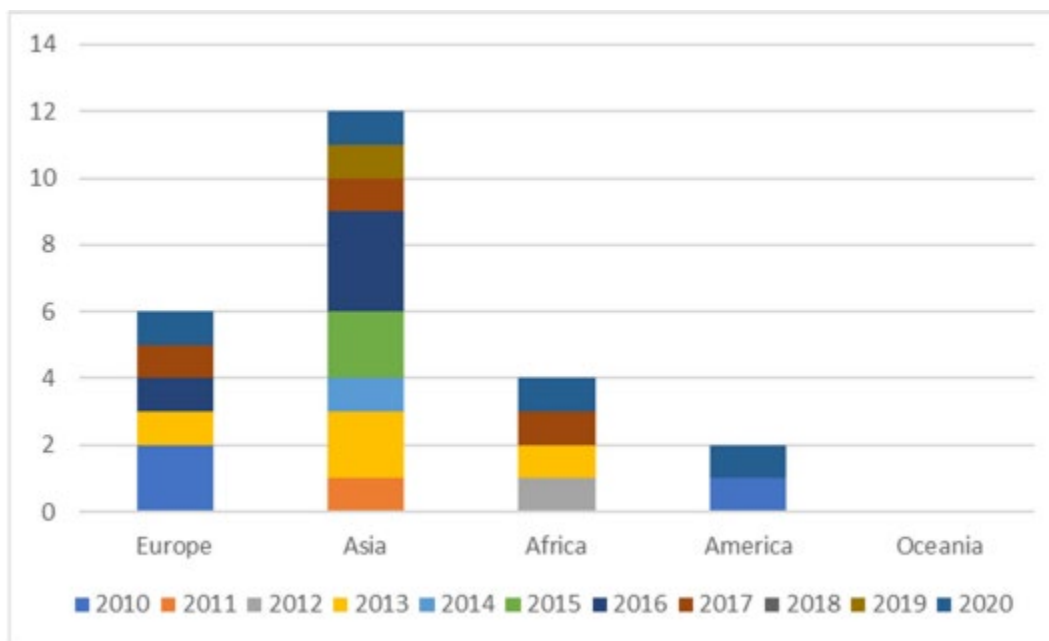


Figura 2 PCI gastronomic recunoscut de UNESCO (Lin, Marine-Roig, Llonch – Molin, 2021)

Acest fenomen este numit de unii experți "virajul patrimoniului", acest termen definind legătura dintre criza de identitate și modul în care mâncarea umple un gol de patrimoniu prin promovarea resurselor agricole locale și a turismului alimentar.

Atunci când vorbim despre durabilitate, sistemul alimentar este unul dintre aspectele cheie care trebuie luat în considerare. Discuția actuală explorează din ce în ce mai mult modul în care

patrimoniul sporește sustenabilitatea sistemului alimentar și cum contribuie comunitățile locale la protejarea resurselor alimentare tradiționale și de ce instrumente au nevoie pentru a păstra acest tip de patrimoniu.

În domeniul patrimoniului cultural alimentar, fiecare comunitate se poate distinge prin cunoștințele sale dobândite de-a lungul timpului. Aceste cunoștințe rezultă din interacțiunea cu mediul și condițiile de viață, multe dintre ele având o bază științifică dovedită (Bergflødt et al. 2012). Ea se transmite din generație în generație și reprezintă rezultatul unui proces istoric care se referă la utilizarea resurselor. În acest fel, redescoperirea acestor resurse include ideea de progres (Cannarella et al. 2011, Handayani et al. 2009).

Dezvoltarea turismului alimentar, cu accent pe gastronomia autentică, este importantă pentru a asigura durabilitatea pe termen lung a turismului, în special în zonele rurale. Succesul în dezvoltarea acestui tip de turism depinde în mare măsură de angajamentul puternic al părților interesate.

Legătura dintre gastronomie și experiențele turiștilor este importantă pentru destinații, deoarece aceste experiențe memorabile sunt asociate cu un cuvânt pozitiv din gură în gură și o satisfacție mai mare. . Acest lucru este deosebit de important în contextul destinațiilor rurale, unde mâncarea este considerată o trăsătură caracteristică a zonelor rurale, reprezentând un anumit patrimoniu și tradiții și contribuind la dezvoltarea acestora. Atunci când se dezvoltă turismul gastronomic în zonele rurale, este extrem de important să se ia în considerare natura autentică a alimentelor oferite.

În ultimii ani, transformarea digitală a schimbat în general cererea și oferta, oferind o interacțiune tot mai mare, iar internetul a devenit un instrument de marketing esențial.

Digitalizarea a schimbat modul în care oamenii interacționează unii cu alții, dar, în același timp, este un proces care a adăugat valoare provocărilor legate de inovațiile în domeniul serviciilor.

Proprietățile digitale care includ elemente utile pentru punerea în valoare a patrimoniului gastronomic sunt următoarele:

- *Caracterul programabil și autoreferențial al datelor*, care oferă un potențial sporit de automatizare;
- *Conectivitatea digitală* (tehnologii fără fir, cu fir, prin satelit), infrastructura care este motorul comunicării și al mobilității;
- *Omniprezența*, astfel încât, prin intermediul tehnologiei, putem fi prezenți în mai multe locuri în același timp, iar serviciile pot fi accesate din orice loc, de pe orice dispozitiv, aproape în orice moment;
- *Modularitatea digitală*, care permite reconfigurarea elementelor de-a lungul industriilor și a lanțului valoric, astfel încât să conducă la noi modele de afaceri cât mai durabile;
- *Vizibilitatea digitală*, în special prin intermediul mediilor sociale, care transformă comunicarea, socializarea și puterea de distribuire a informațiilor;
- *Personalizarea*, astfel încât experimentatorul să aibă posibilitatea de a-și personaliza produsele și serviciile în funcție de propriile preferințe și valori prin intermediul funcțiilor digitale.

Digitizarea turismului gastronomic are ca scop promovarea patrimoniului gastronomic prin oferirea de experiențe autentice vizitatorilor, folosind noile tehnologii. Așadar, înainte de a aplica elemente digitale, este important să cunoaștem motivația vizitatorilor/turistilor față de experiențele culinare.

Pentru a explica comportamentul turiștilor de a gusta alimente și băuturi locale, Kim și Eves (2012) au dezvoltat o scală motivațională compusă din cinci dimensiuni motivaționale, generate de 26 de itemi. Cele cinci dimensiuni motivaționale au fost experiența culturală, emoția, relația interpersonală, atracția senzorială și preocuparea pentru sănătate.



Figura 3 Cei cinci factori motivaționali din scala motivațională a lui Kim și Eves (Kim, 2012)

În special, *experiența culturală* este asociată cu dorința turiștilor de a experimenta culturi diferite, deoarece experimentarea unor alimente și mâncăruri noi înseamnă, de asemenea, experimentarea unor culturi noi.

Dimensiunea *entuziasm* este legată de nevoia de a practica experiențe interesante în timpul vacanței, asociată și cu nevoia de a evada din rutină.

Cea de-a treia dimensiune identificată a fost *relația interpersonală*, care este văzută ca o dorință de a cunoaște oameni noi, de a petrece timp cu prietenii și familia și de a scăpa de relația de rutină.

Turismul culinar este văzut, de asemenea, ca o *experiență senzorială*. Atracția senzorială este, de fapt, cea de-a patra dimensiune și este legată de caracteristicile senzoriale ale alimentelor care pot juca un rol important în alegerile turiștilor culinari.

Preocupările legate de sănătate reprezintă cea de-a cincea dimensiune motivațională care afectează consumul de alimente și băuturi locale în destinațiile turistice.

2. DEZVOLTAREA COMPETENȚELOR DE MARKETING DIGITAL ÎN RÂNDUL PĂRȚILOR INTERESATE

Ocuparea forței de muncă este cel mai important factor de subzistență și cel mai important sprijin pentru dezvoltarea economică. Lărgirea canalelor de ocupare a forței de muncă rurale este o modalitate importantă de creștere a surselor de venit și de îmbunătățire a nivelului de trai. Cu toate acestea, în multe țări cu venituri mici și medii, retenția forței de muncă în zonele rurale este proeminentă, iar șomajul fricțional și conflictele structurale au crescut. Problema ocupării forței de muncă a șomerilor și a persoanelor slab calificate din zonele rurale a devenit treptat proeminentă din cauza lipsei lor de competențe profesionale.

Odată cu îmbunătățirea infrastructurii digitale și popularizarea dispozitivelor inteligente, competențele digitale joacă un rol din ce în ce mai important în ceea ce privește accesul lucrătorilor la informații. Îmbunătățirea infrastructurii digitale a schimbat foarte mult stilul de viață și comportamentul de comunicare al locuitorilor din mediul rural și are un anumit impact asupra opțiunilor individuale de angajare ale acestora.

Dobândirea de competențe digitale poate consolida comunicarea în rețeaua socială a muncitorilor din mediul rural, poate lărgi sfera și profunzimea relațiilor sociale și poate contribui la acumularea de capital social. Acest capital social poate ajuta lucrătorii din mediul rural să obțină informații privind ocuparea forței de muncă și poate oferi oportunități și resurse de angajare, îmbunătățind astfel calitatea și probabilitatea de angajare a acestora.

Odată cu dezvoltarea rapidă a tehnologiei digitale, rețelele digitale au devenit o nouă platformă de învățare care depășește limitările de timp și de resurse de învățare geografice și oferă condiții mai convenabile pentru realizarea schimbului de resurse de învățare și a comunicării online. Stăpânirea competențelor digitale poate permite muncitorilor din mediul rural să acceseze resurse de învățare, cum ar fi formarea competențelor profesionale, la un cost mai mic, fără a părăsi domiciliul, îmbunătățindu-și astfel competențele și abilitățile cognitive.

Formarea competențelor profesionale poate îmbunătăți nivelul capitalului uman al lucrătorilor din mediul rural, iar faptul de a avea un nivel mai ridicat de capital uman va crește nivelul de calificare și productivitatea muncii lor, facilitând astfel găsirea de oportunități de angajare. În plus, nivelul de capital uman susținut de competențele digitale joacă un rol important în deciziile de angajare a forței de muncă din mediul rural.

Sunt necesare competențe și investiții în marketing pentru a pune în valoare produsele de patrimoniu. Producătorii de produse de patrimoniu, în special dacă sunt de dimensiuni mici, întâmpină dificultăți în adoptarea unor strategii de marketing care să țină seama de patrimoniu.

Provocările tipice sunt următoarele:

- Lipsa competențelor digitale;
- Fonduri insuficiente alocate investițiilor de piață;
- Probleme legate de decalajul digital care împiedică accesul la oportunitățile digitale;
- Percepția că tehnologiile digitale sunt utile pentru întreprinderile mari, dar nu și pentru micii producători sau pentru produsele alimentare artizanale;
- Precluziuni ideologice în ceea ce privește adoptarea marketingului înțeles ca o filozofie de management "capitalistă" și un set de tehnici care vizează stimularea supraconsumului.

Prin urmare, producătorii de patrimoniu și organizațiile colective ale acestora ar trebui:

- Să investească pentru a-și dezvolta competențele digitale. Acest lucru se poate întâmpla prin intermediul formării formale, al oportunităților oferite de instituțiile de învățământ sau de alți operatori relevanți;
- Să își dezvolte prezența online. Mijloacele de comunicare socială au foarte puține bariere de intrare și pot fi înființate practic fără niciun cost. Un alt avantaj este faptul că acestea pot genera adesea conținut generat de utilizatori și cuvânt cu cuvânt, în special dacă consumatorii sunt stimulați să facă acest lucru. Prezența online constituie o investiție

valoroasă de marketing individual pe care producătorii o pot folosi pentru povestirea patrimoniului lor;

- Adopți *strategii de marcă a ingredientelor*, o abordare promoțională prin care producătorii de materii prime sau de produse intermediare fac publicitate direct către consumatori, astfel încât aceștia să perceapă produsele finale care încorporează aceste ingrediente ca fiind de înaltă calitate.

3. COMUNICAREA PATRIMONIULUI PRIN POVESTIRI DIGITALE ȘI EXPERIENȚIALE

Practicile alimentare au evoluat prin intermediul structurilor sociale și istorice și al evenimentelor specifice unei regiuni (Foley, 2005). Sistemul alimentar tradițional este definit ca fiind "toate speciile de alimente care sunt disponibile pentru o anumită cultură din resursele naturale locale și modelele acceptate pentru utilizarea lor în cadrul culturii respective" (Kuhnlein & Chan, 2000, p. 596). Această definiție se face ecoul semnificației socioculturale a alimentelor, punând accentul pe modul în care acestea sunt fabricate, conservate și promovate pentru a oferi valoare nutritivă unui grup de oameni, grup etnic sau trib. Alimentul în sine este la fel de important ca și procesul de obținere, prelucrare, tratament, compoziția chimică și modul în care fiecare aliment este utilizat în funcție de sex, vârstă și structură socială. Mai mult, este important și faptul că mediile sociale sunt platforme de comunicare globală capabile să optimizeze sustenabilitatea culturală prin intermediul principiilor dezvoltării bazate pe documentare. Nu doar ca mijloc de conservare, documentarea dezvoltării culturii locale - inclusiv a celei culinare tipice - are, de asemenea, potențialul economic care oferă beneficii sub forma dezvoltării prosperității pentru persoanele care locuiesc într-o anumită zonă cu potențialul localității proprietare. Prin optimizarea mediilor sociale ca mijloace de documentare, culinarul tradițional poate fi prezentat pe scenele globale ca comori ale culturii locale având valori de înțelepciune locală internalizate ca identitate și unicitate. să înțeleagă consecințele nutriționale ale alimentelor asupra sănătății. Documentarea în social media

are un rol important în crearea și are funcția un instrument de răspândire pe scară largă a valorilor și cunoștințelor tradiționale. În plus, social media poate funcționa ca o sursă de informații în atragerea turiștilor pentru a se bucura de mâncarea tradițională.

Povestirile sunt un instrument de promovare eficient pentru a intra în contact cu consumatorii. În special, povestirea digitală este o modalitate rentabilă de a interacționa cu publicul și adepții online și permite să se implice cu generațiile tinere de *nativi digitali*. De asemenea, oferă posibilitatea de a utiliza poveștile și conținutul generat de consumatori în scopuri promoționale.

Provocările și dificultățile tipice în zonele de povestire mediate sunt:

- Povestirea digitală necesită producerea de conținut mediatic de înaltă calitate, iar actorii locali nu dispun adesea de timpul și competențele necesare pentru a produce un conținut de înaltă calitate cu o logică de povestire;
- Profesioniștii din afara zonelor pot avea o cunoaștere limitată a patrimoniului alimentar al unei zone;
- Adesea, producătorii locali nu creează site-uri web și canale de socializare sau nu au competențele și timpul necesar pentru a le anima cu continuitate pe acestea din urmă sau pentru a reacționa rapid la interacțiunile online ale consumatorilor.

Prin urmare, producătorii locali ar trebui să:

- Să adopte o abordare narativă a etichetării;
- Să își îmbunătățească abilitățile și investițiile în promovarea digitală și în povestirea de povești. Ei ar trebui să își stabilească o prezență în social media pentru a împărtăși în mod favorabil conversația online despre produsele lor. Atunci când au de-a face cu un expert non-local în aceste domenii, ar trebui să îi alimenteze cu suficiente informații despre cultura și tradițiile locale și să se asigure că mesajele difuzate către turiști și clienți non-locali rămân autentice și cu rezonanță culturală pentru localnici;
- Proiectați cu atenție oportunitățile de creare de conținut generat de utilizatori. Producătorii locali ar putea evalua toate *punctele de contact* existente cu consumatorii în ceea ce privește

oportunitatea vizuală pentru momentele lor "Instagrammable" sau ar putea crea altele noi în această logică. Pentru a beneficia de conținutul generat de utilizatori, producătorii de patrimoniu ar trebui, de asemenea, să comunice mediile lor sociale oficiale și hashtag-urile preferate.

4. TRANZIȚIA DE LA PATRIMONIUL CULTURAL LA PATRIMONIUL DIGITAL

Transformarea patrimoniului cultural în patrimoniu digital, conservarea și durabilitatea acestuia, prin transmiterea lui către generațiile viitoare, sunt de mare importanță pentru dezvoltarea economică.

În acest sens, ar trebui dezvoltată mai întâi infrastructura tehnologică pentru a preveni posibilele deficiențe în ceea ce privește tehnologia, internetul și managementul în momentul transferului elementelor culturale în mediul digital.

Patrimoniul digital este compus din materiale computerizate cu o valoare durabilă care ar trebui să fie conservate pentru generațiile viitoare. De fapt, în timp ce digitizarea patrimoniului cultural asigură conservarea documentelor și materialelor originale, permite accesul egal al tuturor la acest patrimoniu. Digitalizarea previne abraziunea și pierderea operelor scrise, a fotografiilor, a înregistrărilor video-audio și a documentelor deosebit de rare și aduce, de asemenea, o contribuție importantă la turismul cultural, permițând vizitatorilor să aibă acces la aceste materiale în orice moment și în orice loc.

În plus, digitalizarea facilitează accesul potențialilor oaspeți la informații în alegerea destinației și a produsului.

Acest lucru se datorează faptului că turiștii contemporani doresc, de asemenea, să experimenteze patrimoniul în contextul turismului creativ. Turismul creativ menționat aici "este acel tip de turism care oferă vizitatorilor posibilitatea de a-și dezvolta potențialul creativ prin participarea activă la cursuri și experiențe de învățare care sunt caracteristice destinației de vacanță pe care o vizitează".

Experimentarea patrimoniului cultural imaterial al țării, cum ar fi bucătăria, muzica, viața socială etc., care sunt digitalizate și pot fi văzute pe internet pentru a asigura conservarea și durabilitatea turismului cultural, reprezintă o preferință pentru mulți turiști.

Ținând cont de piețele actuale, competitive și în schimbare rapidă, companiile se bazează foarte mult pe dezvoltarea și introducerea cu succes pe piață a unor noi produse și/sau servicii. Inovarea este un concept vast și multidimensional, care poate fi definit ca fiind capacitatea de a dezvolta noi produse, noi procese, noi forme de organizare sau chiar noi piețe (Horvat et al., 2019; Kalluri & Kodali, 2014; Kühne et al., 2010).

Există un interes sporit pentru alimentele care sunt legate de tradiție, iar acestea reprezintă un segment în creștere pe piața alimentară din Europa. Pentru a menține sau chiar a crește cota de piață și profitabilitatea profitând de oportunitățile de marketing, companiile din sectorul alimentar tradițional sunt, de asemenea, impulsionate să inoveze, chiar dacă inovațiile sunt controversate în acest context particular (Kühne et al., 2010; Vanhonacker et al., 2013).

Consumatorii asociază de obicei produsele alimentare tradiționale cu calitatea și le asociază cu tradiția. Cu toate acestea, și în același timp, ei cer și produse mai sănătoase, mai hrănitoare și mai convenabile. Prin urmare, inovarea devine esențială pentru a răspunde cerințelor consumatorilor, iar dacă produsele alimentare tradiționale doresc să țină pasul, au nevoie de inovare la fel de mult ca și alte produse alimentare. Consumatorii se simt divizați în ceea ce privește inovația în produsele tradiționale, din cauza conceptelor contradictorii care stau la baza acestora: inovație versus tradiție. Pe de altă parte, aceasta este o fereastră de oportunitate deosebită, deoarece aduce inovația într-un produs care are o poziție specială tocmai pentru că se vrea a fi tradițional (Bigliardi, 2019; Gere et al., 2019).

Pentru a-și menține sau extinde cota de piață și profitabilitatea, sectorul alimentar tradițional ar trebui, de asemenea, să fie forțat să facă inovații. Inovațiile includ îmbunătățirea produsului, a procesului și a distribuției produselor alimentare tradiționale în mod similar cu produsele alimentare netradiționale, cu excepția păstrării identității naturale a produselor alimentare tradiționale, cum ar fi: obișnuit, familiar, autentic, tipic și moștenit. Gradul de familiaritate cu

alimentele afectează reacțiile consumatorilor, dorința de a cumpăra și, în cele din urmă, potențialul de succes. Înțelegerea preferințelor consumatorilor în materie de alimente tradiționale este importantă și pentru comercializarea produsului în întreaga țară, chiar și pe piața mondială. O nouă dimensiune a produsului tradițional ar putea fi adăugarea unui nou concept asociat cu îmbunătățirea proprietăților de percepție ale produsului, cum ar fi consolidarea caracterului tradițional, reducerea conținutului de grăsimi, eliminarea gustului neplăcut, ambalarea și prezentarea acestora într-un mod mai natural la diferite dimensiuni și vânzarea lor în automate.

Mai ales odată cu dezvoltarea tehnologiei, legătura dintre culturi care dezvoltă relații mai strânse între ele și motivația de a călători în scopul de a experimenta mâncarea este

consolidându-se. Cu alte cuvinte, globalizarea apare ca o forță motrice pentru a reconstrui sau reinventa tradițiile și caracteristicile alimentare locale. În viața noastră de zi cu zi, utilizarea de către toată lumea a rețelelor de socializare este un semn al culturii alimentelor și băuturilor și asigură comunicarea între indivizi. Restaurantele și mâncarea împărtășite la aplicații precum TripAdvisor, Foursquare, Facebook și Instagram stârnesc curiozitatea oamenilor și îi stimulează. În acest context, oamenii își părăsesc în mod constant locurile de reședință și se deplasează temporar în destinațiile care îi interesează și experimentează acele restaurante și mâncăruri. Ca urmare, apare o nouă structură culturală, care se numește cultura bucătăriei digitale.

Mâncarea devine din ce în ce mai centrală în experiența destinațiilor turistice. Odată cu creșterea economiei experienței, mâncarea devine unul dintre elementele centrale pe care destinațiile ar putea să le ia ca bază pentru a crea un brand, pentru a modela imaginea destinației și pentru a promova turismul. Social media devine din ce în ce mai importantă ca sursă de informații pentru turiști.

Cultura bucătăriei digitale este un concept cuprinzător care este influențat de fapte de cultură, creativitate culturală, cultură turistică, tehnologie, mâncare și cultură alimentară. Mâncărurile care se dezvoltă în legătură cu comunitățile locale reprezintă cultura alimentară a regiunii respective. În vremuri în care tehnologia nu exista, culturile alimentare s-au dezvoltat, schimbat și remodelat,

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 18 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



influențate de evenimente precum imigrația, războaiele sau activitățile turistice. Acest ciclu în cultura alimentară nu s-a încheiat niciodată. Cu toate acestea, odată cu dezvoltarea tehnologiei, cultura alimentară este transportată într-o altă dimensiune și își continuă schimbarea de aici. Mâncărurile ascunse și culturile alimentare sunt expuse prin intermediul diferitelor aplicații de socializare. Mâncarea expusă este mai cunoscută, a devenit familiară și a început să fie produsă și vândută într-o zonă mai mare, ieșind dintr-o regiune mică.

Înainte de era digitală, culturile culinare se bazau pe caracteristicile regiunii lor parțial închise, cu date despre ananas etc. În timp ce se conturează, această situație s-a schimbat complet în era digitală. Dezvoltarea transportului, evoluțiile pozitive în lanțul de aprovizionare cu alimente, adică faptul că substanțele nutritive pot fi transportate oriunde, creșterea utilizării social media ca urmare a progresului tehnologiei, face ca felurile de mâncare să nu fie specifice anumitor regiuni. Accesul facil la nutrienți face ca mâncărurile care sunt specifice anumitor regiuni să fie produse în locul dorit, fără a fi obstrucționate de timp și spațiu. Ca urmare a utilizării aplicațiilor social media dezvoltate în conformitate cu tehnologia, crește gradul de conștientizare și cererea de mâncăruri din anumite regiuni. În cele din urmă, ca urmare a utilizării social media, face posibilă solicitarea și furnizarea de mâncăruri specifice anumitor regiuni peste tot. Această situație dezvoltă schimbări radicale în cultura alimentară. În special în mega orașe, s-a trecut de la cultura culinară tradițională la cultura culinară digitală. De exemplu, un mega oraș Istanbul-Turcia și are o structură cosmopolită. Datorită structurii sale cosmopolite, oameni cu multe culturi culinare diferite trăiesc împreună. Cu toate acestea, turiștii care au vizitat Istanbulul, nu numai în cultura culinară din Istanbul, sunt susceptibile de a fi dispuși să trăiască experiența cu cultura culinară din Turcia. În acest sens, se deschid restaurante cu concepte diferite pentru a experimenta feluri de mâncare din diverse culturi culinare învățate din social media. Ca urmare a continuării acestui ciclu, apare o cultură culinară digitală.

Utilizarea rețelelor sociale, care se dezvoltă în legătură cu tehnologia, schimbă în mod constant comportamentul turiștilor și structura produselor turistice pe care aceștia doresc să le experimenteze. S-a produs o schimbare culturală, în special atunci când turiștii care călătoresc

pentru a experimenta diferite culturi culinare au dorit să experimenteze bucătăria sau culturile culinare pe care le-au văzut în social media. Această schimbare culturală, o dorință de a experimenta mâncărurile din diferite culturi culinare care apar cu creativitate culturală și sunt împărtășite pe social media, creează o nouă structură a pieței. Această structură de piață afectează cultura turistică și, prin urmare, cultura culinară.

În special, modul în care oamenii relaționează și comunică cu organizațiile atunci când încearcă să își satisfacă cerințele materiale și economice este influențat în mod semnificativ de apariția și utilizarea pe scară largă a unor platforme digitale noi și mai inventive.

Societatea actuală utilizează deja platformele digitale, motoarele de căutare, site-urile web, rețelele de socializare, aplicațiile mobile și serviciile de e-mail pentru a comunica între ele, pentru a se informa cu privire la evenimentele locale și globale, pentru a cumpăra și a vinde bunuri și servicii, pentru a-și gestiona finanțele și, din ce în ce mai mult, pentru a-și îndeplini sarcinile profesionale.

Impactul pe care contextul descris anterior l-a avut asupra marketingului ca domeniu de activitate a fost una dintre cele mai interesante schimbări pe care le-a adus, deoarece fuziunea acestuia cu noile instrumente TIC și digitale tinde să aibă ca rezultat inițiative mai reușite, este mai ușor de controlat și, cel mai important, oferă un randament mai ușor de măsurat al investițiilor.

Din punct de vedere conceptual, percepția inițială și larg răspândită conform căreia "marketingul digital" se referă la comercializarea produselor și serviciilor prin intermediul canalelor digitale a evoluat până la punctul în care este acum caracterizat ca un proces social prin care persoanele și organizațiile folosesc tehnologiile digitale pentru a atrage noi clienți, a spori cunoștințele clienților actuali (astfel încât să le poată satisface mai bine nevoile), a promova mărcile, a consolida alianțele și a stimula vânzările.

Marketingul digital, este mult mai mult decât simpla utilizare a unui site web. Este, în opinia lor, o simbioză între platformele online și practicile de marketing digital, integrarea conținutului în portaluri tematice și site-uri web instituționale.

Din punct de vedere tehnic, principalele instrumente care susțin în prezent majoritatea inițiativelor de marketing digital sunt social media marketing (SMM), marketingul mobil, optimizarea motoarelor de căutare (SEO), analiza web, marketingul pentru motoarele de căutare (SEM), marketingul interactiv, marketingul afiliat, marketingul prin e-mail și crearea de conținut digital.

5. IDENTIFICAREA ȘI DIGITALIZAREA ETNODIVERSITĂȚII ȘI BIODIVERSITĂȚII ÎN ZONELE RURALE

În cercurile politice internaționale se recunoaște din ce în ce mai mult faptul că conservarea diversității biologice este legată în mod integral de conservarea diversității culturale și că comunitățile locale dețin cunoștințe ecologice tradiționale de mare valoare potențială și importanță în eforturile globale de a atinge obiectivele de dezvoltare durabilă și că, astfel, tehnologiile digitale au un rol semnificativ în facilitarea conservării acestei diversități culturale.

Tehnologia digitală este utilizată pe scară largă în scopul conservării biodiversității și sunt în curs de desfășurare multe inițiative ale statului și ale ONG-urilor pentru a dezvolta medii de stocare și comunicare electronică.

Pe măsură ce comunitățile rurale se confruntă cu o scădere a populației, cei care rămân se confruntă cu o serie de probleme sociale și economice. Dar, prin creșterea accesului lor la tehnologie, unele dintre aceste probleme pot fi atenuate și comunitățile vulnerabile pot fi protejate.

Digitalizarea rurală presupune utilizarea tehnologiilor digitale avansate pentru a consolida țesutul economic și social al populațiilor rurale, oferindu-le, în cele din urmă, mai multe oportunități de a duce o viață conectată. Aceste tehnologii îmbracă mai multe forme - de la inovații agricole la sisteme de iluminat alimentate cu energie solară - dar toate acestea vizează același rezultat final: Oamenii nu ar trebui să se mute din mediul rural din necesitate. Multe familii au legături culturale și istorice cu localitățile lor rurale, iar digitalizarea le asigură că pot rămâne acolo fără a-și compromite calitatea vieții.

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 21 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.

În UE, punerea în aplicare a celui mai mare program de cercetare și inovare din lume - Orizont 2020 - a avut ca rezultat numeroase proiecte care vizează asigurarea competitivității europene la nivel mondial. De exemplu, DESIRA s-a concentrat în mod special pe evaluarea impactului digitalizării, stabilind șapte principii directe pentru a ajuta Europa să realizeze digitalizarea rurală până în 2040. Printre aceste principii se numără punerea în aplicare a politicilor de promovare a incluziunii digitale. În procesul de digitalizare rurală, unele zone rurale ar putea fi lăsate pe dinafară, ceea ce ar putea duce la o creștere a decalajului digital și la o dezvoltare inegală. Pentru a preveni acest lucru, DESIRA afirmă că guvernele europene sunt responsabile pentru a se asigura că oamenii nu sunt dezavantajați în funcție de locația lor, lucru pe care guvernele ar trebui să îl adopte în mod universal atunci când vine vorba de digitalizarea rurală.

Pe lângă îmbunătățirea infrastructurii rurale, utilizarea resurselor de energie regenerabilă și încorporarea tehnologiei de comunicare în industriile agricole, digitalizarea oferă în special oportunități mai bune pentru tinerele fete. Îmbunătățirea oportunităților educaționale ale femeilor prin digitalizarea școlilor este poate una dintre cele mai bune metode de responsabilizare a fetelor, deoarece le oferă perspective noi și revigorante asupra lumii în care trăiesc.

Biodiversitatea se deteriorează rapid în Europa și în întreaga lume. Cu toate acestea, există un potențial enorm neexploatat în ceea ce privește utilizarea datelor și a soluțiilor digitale pentru a ne proteja resursele naturale.

De fapt, soluțiile digitale s-au dovedit deja extrem de utile în monitorizarea biodiversității la nivel mondial de zeci de ani. În viitor, tehnologii precum inteligența artificială (AI) și internetul lucrurilor pot îmbunătăți și mai mult gestionarea datelor necesare pentru monitorizare, luarea deciziilor și aplicarea legii. De asemenea, acestea pot contribui la ecologizarea activităților umane, la creșterea gradului de conștientizare cu privire la provocările legate de biodiversitate și la încurajarea cetățenilor să sprijine măsurile necesare.

6. ROLUL PLATFORMELOR DIGITALE

Pentru a crea o bază de date de rețete, cadrul utilizat ar trebui să fie similar cu o platformă digitală inteligentă.

Platformele digitale sunt un facilitator între consumatorii care doresc o experiență personalizată și inițiativele locale prin schimbul de informații, oferind vizibilitate, promovarea resurselor gastronomice, schimbul de date, generând beneficii economice pentru antreprenorii locali, integrând tehnologiile digitale în contextul organizațional. Aceste inițiative permit actualizarea în timp real a bazelor de date și valorificarea factorului de creație.

Platformele digitale inteligente sunt capabile să:

- Să articuleze factorii de inovare;
- Să furnizeze informații specializate;
- Să sporească vizibilitatea resurselor gastronomice;
- Să absoarbă și să proiecteze experiențe;
- Să articuleze participanții din comunitățile rurale.

Aspecte inovative	Utilizare și funcții
Comunitatea	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidarea mediului rural 2. Comercializarea serviciilor gastronomice 3. Gestionarea formării de întreprinderi 4. Comunicarea directă cu vizitatorii
Utilizarea pentru vizitatori	<ol style="list-style-type: none"> 1. Centralizează informațiile 2. Comunicare directă cu comunitatea rurală 3. Experiența inițială prin intermediul platformei 4. Vizibilitate asupra resurselor și serviciilor gastronomice

Figura 4 Utilizabilitatea și principalele funcții ale unei platforme digitale inteligente

Domenii cheie ale unei platforme digitale de informații:

a. *Propunerea de valoare:* Acesta este modul în care o zonă geografică își pune în valoare identitatea culturală și gastronomică. Propunerea de valoare se bazează pe oferirea de servicii complete, prin grija față de mediu și respectarea diversității culturale.

b. *Parteneri-cheie:* crearea unei rețele de parteneri de încredere și eficienți. În procesul de alegere a partenerilor strategici trebuie să se țină seama de o listă extinsă de elemente, cum ar fi legătura cu propunerea de valoare, criteriile de selecție și dezvoltarea unei relații avantajoase pentru ambele părți.

c. *Resurse-cheie:* în primul rând instrumentele pentru a pune în practică activitățile-cheie, cum ar fi accesul la internet, utilizarea aplicațiilor mobile sau a planificatoarelor de călătorie.

Informațiile ar fi stocate într-o bază de date, astfel încât analiza datelor să poată fi efectuată ulterior pentru planificarea strategică

d. *Relația cu vizitatorii*: se stabilește o comunitate în jurul produselor și serviciilor sale, iar acest lucru ajută la furnizarea de experiențe personalizate prin intermediul platformei și al rețelelor sociale.

e. *Canale*: elemente care definesc modul în care patrimoniul promovat va ajunge la vizitatori și va transmite propunerile de valoare pe scară largă și eficientă.

f. *Segmente de vizitatori*: segmentul de vizitatori țintă este determinat pe baza informațiilor obținute din studii, pe baza parametrilor demografici, activităților, clasei sociale, stilului de viață etc. Platforma va fi integrată de către actorii locali în care sunt identificați potențialii vizitatori.

Parteneri cheie	Activități cheie	Resurse cheie
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antreprenori locali (meșteșugari, fermieri, proprietari de unități de cazare, bucătari etc.) ▪ Companii externe (agenții de turism, consilii de turism, companii de marketing etc.) ▪ Companii de transport ▪ Administratori comunitari ▪ Influencerii digitali 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dezvoltare și management web; ▪ Servicii de promovare pe platformă; ▪ Promovarea pe rețelele de socializare; ▪ Marketing cultural și de patrimoniu; ▪ Formarea părților interesate la nivel local în utilizarea digitală; ▪ Achiziționarea de agenți de publicitate. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acces la internet; ▪ Aplicații mobile; ▪ Cooperarea actorilor direcți și indirecti.

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Furnizori de servicii ▪ Administrații / autorități locale ▪ Instituții culturale / ONG-uri ▪ Cercetători 		
Relații cu vizitatorii	Canale	Segmentele de vizitatori
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Online prin intermediul platformei ▪ Online prin intermediul rețelelor sociale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rețele social media ▪ Organizații culturale și turistice convenționale ▪ Marketing digital 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vizitatorii interesați de turismul gastronomic, ecoturismul, turismul cultural, agroturismul, turismul durabil și turismul experimental; ▪ Agenții de turism; ▪ Birouri de turism; ▪ ONG-uri.

Figura 5 Exemple de domenii cheie ale unui PDI

Una dintre prioritățile în consolidarea spațiului informațional este digitalizarea cererii și a ofertei pentru patrimoniul gastronomic, care contribuie la integrarea fermelor mici și a fermelor de semi-subzistență în activitatea economică, ceea ce, la rândul său, promovează vitalitatea și viabilitatea spațiului rural.

Una dintre cele mai simple modalități este înființarea unei instituții speciale care să fie responsabilă pentru a aduce laolaltă cererea și oferta. Producătorii individuali informează instituția cu privire la

bunurile/ produsele lor, la modul în care pot fi contactați (adresele lor) și la opțiunea de comunicare directă.

Instituția creează un site web, reunește informațiile și plasează comenzile. PlatFerma din România ar putea fi menționat ca exemplu. PlatFerma este o platformă online prin intermediul căreia oamenii pot afla cine și unde sunt fermierii români, ce produse naturale oferă, cum își îngrijesc gospodăriile, ce îi inspiră și îi motivează. În cadrul acestei platforme, fiecare fermă are un corespondent "Portret de fermier", care conține informații despre alimentele sănătoase și sursa lor. Platforma include "Harta fermelor" - o hartă care îndrumă cumpărătorii către fermele din apropierea marilor orașe, ce și de unde pot cumpăra. Harta identifică locurile din țară, unde fermele sunt împărțite pe județe și pe categorii de produse. Există nouă categorii care includ elemente ale unei diete diversificate, delicioase și locale (PlatFerma..., 2018).

O opțiune importantă pentru a uni cererea și oferta este, de asemenea, autoorganizarea asociațiilor de afaceri sau a cooperativelor și înființarea de puncte de vânzare/magazine proprii.

În cele din urmă, se extinde și marketingul direct. Un producător de bunuri/produse își creează un site web personal în rețeaua digitală și oferă bunurile/produsele, tipurile de ambalaje, prețul și timpul posibil de livrare, în timp ce producătorul însuși livrează bunurile/produsele în anumite locuri. În ceea ce privește marketingul direct, deseori cooperează mai degrabă cumpărătorii decât furnizorii. Apar așa-numitele grupuri de marketing direct. Grupurile de marketing direct sunt atribuite unei oportunități create de cumpărători - entuziaști - de a cumpăra în mod regulat, în fiecare săptămână, alimente ecologice locale proaspete direct de la fermierii ecologici, investind propriul timp.

Marketingul direct contrastează cu cumpărăturile obișnuite de la piață sau de la un supermarket. Cumpărătorii trebuie să își planifice nevoile de produse pentru săptămâna următoare. În plus, uneori trebuie să dea dovadă de creativitate pentru a găti mese din ceea ce este disponibil în acea perioadă sau sezon.

7. CUM SE CREEAZĂ BAZA DE DATE A INVENTARULUI DE REȚETE NAȚIONALE ȘI EUROPENE

Conservarea diversității etnice și culturale în general devine în zilele noastre o mare provocare similară cu sarcina de a conserva diversitatea biologică a planetei noastre. Printre factorii de risc se numără chiar și răspândirea mijloacelor de comunicare digitale, care este puțin probabil să țină cont de tradițiile locale.

Numeroasele combinații de gusturi, arome, tehnici, precum și aluziile istorice, religioase și culturale formează treptat patrimoniul cu referințe în literatură, folclor, muzică - tot ceea ce face ca bucătăriile naționale să fie unice și interconectate cu alte domenii ale activităților umane.

Fabio Parasecoli (2005) aplică pe bună dreptate un concept de "*rețele semnificante*" bucătăriilor naționale: "Fiecare element dintr-o tradiție culinară face astfel parte, de asemenea, din mai multe rețele interconectate de semnificații, practici, concepte și idealuri; întreaga amploare a semnificației și valorii sale nu poate fi înțeleasă fără a analiza interacțiunea sa cu alte domenii aparent fără legătură între ele. Putem defini aceste rețele ca fiind "semnificante", deoarece ne ajută să dăm sens realității, permițându-ne să înțelegem mediul nostru cultural și să acționăm în cadrul regulilor și limitelor acestuia." (Parasecoli, 2005).

Pe măsură ce lumea devine mai mică din punct de vedere al călătoriilor și al comunicării, avem o mulțime de oportunități de a descoperi noi dimensiuni culturale pentru noi înșine. Se pot afla destul de multe despre un grup național doar prin simpla degustare a mâncărurilor sale celebre. Vizitatorii străini sunt adesea destul de dornici să încerce bucătăria locală, dar ar putea considera că este riscant dacă nu li se oferă suficiente informații explicative. Împărtășirea rețetelor culinare nu cuprinde doar o listă de ingrediente simple și instrucțiuni de gătit, ci și mediul în care cresc produsele alimentare. Bucătăriile naționale implică un număr mare de factori care fac ca preparatele să fie speciale, inclusiv moduri specifice de prelucrare a alimentelor întregi, utilizarea ustensilelor, aplicarea tehnicilor de gătit etc. Astfel, cazul de utilizare a digitalizării bucătăriei este foarte instructiv pentru înțelegerea principiilor schimbului de cunoștințe interculturale din zilele noastre. Marea provocare de astăzi este codificarea acestor informații într-o formă digitală

adecvată, astfel încât schimbul de date să poată deschide porțile turiștilor străini, să stimuleze legăturile economice și să aducă comunicarea interculturală la un nivel mult mai înalt. Multe proiecte de digitalizare sunt construite în jurul ideii de a folosi un fel de ontologie fundamentală care poate fi extinsă de inginerii cunoașterii într-un anumit domeniu de expertiză specific. Vom lua în considerare cazul de utilizare a aplicării acestor instrumente la digitalizarea bucătăriilor naționale.

Tehnologiile existente de reprezentare formalizată a cunoștințelor se împart în mai multe grupuri de cadre.

Printre acestea se numără abordarea Web-ului semantic în forma sa originală de OWL și RDF. Colecțiile online de seturi de date interconectate care utilizează instrumentele Web-ului semantic sunt cunoscute sub denumirea de Linked Data. Multe proiecte de digitizare sunt construite în jurul ideii de a utiliza un anumit tip de ontologie fundamentală care poate fi extinsă de inginerii cunoașterii într-un anumit domeniu specific de expertiză.

Raționamentul dominant al **RDF** este acela că "Web-ul trece de la informații care pot fi citite de oameni la o rețea mondială de procese care cooperează.

RDF oferă o lingua franca la nivel mondial pentru aceste procese". După cum sugerează și numele său, RDF este un cadru de exprimare a informațiilor despre resurse - în principal documente web și diverse entități. Formalismul său se bazează pe o idee de clase și proprietăți statice. În mod firesc, se pune întrebarea în ce măsură este rezonabil să să tratăm o rețetă ca pe o entitate, mai degrabă decât ca pe un proces complex cu argumente, timpi, complexitate imbricată etc.

Schema.org este o activitate comunitară colaborativă cu misiunea de a crea, menține și promova schemele pentru datele structurate pe internet. Această inițiativă are ca scop furnizarea unui vocabular standardizat pentru metadatele comune ale resurselor web publicate.

Resursele web legate de gătit pot utiliza câmpurile de metadate ale clasei "Recipe", menținute aici:

<http://schema.org/Recipe>.

```
<script type="application/ld+json">
{
"@context": "http://schema.org/",
"@type": "Recipe",
"name": "Strawberry-Mango Mesclun Recipe",
"image": [
"https://example.com/photos/1x1/photo.jpg"
],
"author": {
"@type": "Person",
"name": "scoopnana"
},
"datePublished": "2008-03-03",
"description": "Mango, strawberries, and
sweetened dried cranberries are a vibrant
addition to mixed greens tossed with an oil
and balsamic vinegar dressing.",
"aggregateRating": {
"@type": "AggregateRating",
"ratingValue": "5",
"reviewCount": "52"
},
"prepTime": "PT15M",
"totalTime": "PT14M",
"recipeYield": "12 servings",
"nutrition": {
```

```
"@type": "NutritionInformation",  
"servingSize": "1 bowl",  
"calories": "319 cal",  
"fatContent": "20.2 g"  
},  
"recipeIngredient": [  
"1/2 cup sugar",  
"3/4 cup canola oil",  
"1 teaspoon salt",  
"1/4 cup balsamic vinegar",  
"8 cups mixed salad greens",  
"2 cups sweetened dried cranberries",  
"1/2 pound fresh strawberries, quartered",  
"1 mango - peeled, seeded, and cubed",  
"1/2 cup chopped onion",  
"1 cup slivered almonds"  
], "recipeInstructions": "\n1. Place the  
sugar, oil, salt, and vinegar in a jar with  
a lid. Seal jar, and shake vigorously to  
mix.\n2. In a large bowl, mix salad greens,  
sweetened dried cranberries, strawberries,  
mango, and onion. To serve, toss with  
dressing and sprinkle with almonds."  
}
```

</script>

Linked Data Recipe representation using JSON format and Schema.org's vocabulary (Dmitriev, 2018)

ocabularul și formatul adoptate de Schema.org sunt orientate în primul rând către reprezentarea metadatelor de nivel înalt ale documentelor web. În opinia noastră, un graf semantic normalizat corespunzător necesită o reprezentare mult mai explicită a conceptelor. Majoritatea valorilor de tip șir de caractere din câmpurile Schema.org sunt texte naturale care necesită o interpretare cognitivă umană. Un astfel de text nu poate fi citit direct de sistemele digitale fără instrumente NLP speciale care, în cea mai mare parte, sunt destul de predispuse la erori.

Modul tradițional de a da instrucțiuni pentru o rețetă este de a începe cu lucrurile și operațiunile care trebuie executate mai întâi. Această ordine și acest stil de descriere este cunoscut sub numele de imperativ sau procedural. Stilul declarativ sau funcțional de descriere a logicii unui proces începe, de obicei, din vârful piramidei de execuție, adică rezultatul util așteptat pe care dorim să îl obținem.

Provocarea cognitivă a acestei sarcini pare dificilă încă de la început, chiar și atunci când încercăm să definim ce este "rețeta". "Termenul "rețetă" are mai multe semnificații contextuale.

Acesta poate fi definit în sens general ca o metodă de obținere a unui scop dorit. Atunci când este utilizat în contextul gătitului, este considerat în general ca fiind un set de instrucțiuni privind prepararea unui preparat culinar. Ca atare, ar putea fi privită ca un obiect cu proprietăți precum ingredientele și timpul necesar. Alternativ, ar putea fi privit ca un proces, care primește anumite date de intrare, are o serie de etape de executat și produce anumite rezultate.

Timpul necesar pentru executarea etapelor și ustensilele necesare contribuie, de asemenea, la descrierea rețetei.

Odată ce ne confruntăm cu sarcina de a explica în mod explicit concepte care ne sunt cunoscute, în mare parte, din experiența noastră de zi cu zi, noi, ca ființe umane, avem tendința de a veni cu diferite segmentări semantice ale realității comune. Pentru unii oameni, răspunsul la această problemă constă în impunerea a cât mai multor standarde globale. Cu toate acestea, din punctul

nostru de vedere, este inutil să încercăm să impunem orice omogenitate în modelarea noastră cognitivă a ontologiilor fundamentale. Din punctul nostru de vedere, posibila modalitate de integrare semantică interculturală constă în promovarea utilizării ontologiilor care sunt strâns legate de procesarea limbajului natural.

În mod ideal, se dorește să se ofere comunității de lingviști, antropologi, ingineri de cunoștințe și tuturor celorlalte părți interesate un set de metodologii, formate digitale și instrumente software care să ajute la stabilirea unei platforme de colaborare pentru schimbul de cunoștințe. Este complicat să ne gândim că astfel de formalisme complexe ar putea fi utilizate direct de comunitățile locale care doresc să își împărtășească patrimoniul cultural cu restul lumii. Dar, pornind de la acestea, putem crea o bază tehnologică pe care acestea să o folosească.

Utilizarea pe scară mai largă a procesării limbajului natural poate ajuta la convertirea textului liber furnizat de un utilizator, de exemplu, instrucțiunile de gătit din limba originală, într-un set de propoziții semantice interconectate care pot fi generate din mers și prezentate într-o interfață grafică ușor de utilizat.

Propozițiile pot fi reformulate într-o altă limbă naturală sau în aceeași limbă originală, dar într-un mod mai generic. În cazul în care una dintre propozițiile analizate automat pare incorectă sau, în cele din urmă, greșită, se poate încerca fie reformularea instrucțiunii originale, fie redirectionarea acestei probleme către o echipă de asistență.

În prezent, subiectele culinare prezintă un interes deosebit în rețelele sociale și în aplicațiile mobile. Formalismul nostru bazat pe GSL a fost testat în diverse proiecte comerciale și nonprofit.

Un exemplu de proiect de succes este RecipeBD1 , care este o compilație structurată de rețete, ingrediente și profiluri nutriționale interconectate cu profiluri de arome și asociații de sănătate. Repertoriul cuprinde integrarea meticuloasă a 118 171 de rețete din bucătării de pe tot globul (6 continente, 26 de regiuni geoculturale și 74 de țări), gătite prin 268 de procese (încălzire, gătire, fierbere, fierbere la foc mic, coacere la cuptor etc.), prin amestecarea a peste 20 262 de ingrediente

diverse, care sunt în continuare legate de moleculele lor de aromă (FlavorDB), profiluri nutriționale (US Department of Agriculture) și înregistrări empirice ale asociațiilor de boli obținute din MEDLINE (DietRx). Această resursă este menită să faciliteze explorările științifice ale spațiului culinar (rețete, ingrediente, procese/tehnici de gătit, stiluri de alimentație etc.) legate de atributele de gust (profilul de aromă) și de sănătate (asociații nutriționale și de boală) în căutarea unor aplicații divergente.¹

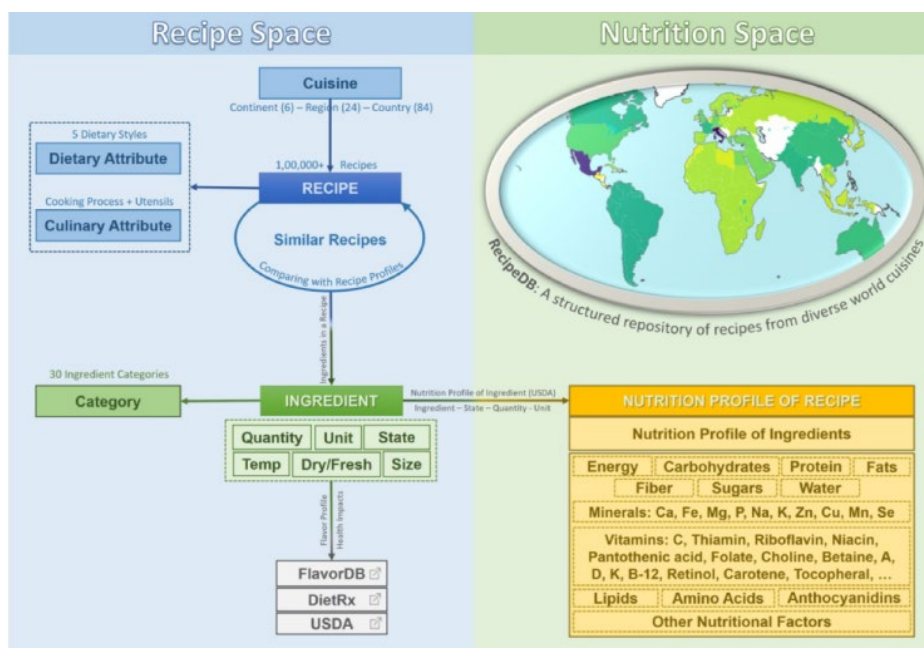


Figura 6 Structura bazei de date RecipeDB

Pași pentru a crea o bază de date ca resursă pentru explorarea rețetelor

1. Prezentare generală a bazei de date

Etapele includ clasificarea rețetelor în bucătării în funcție de regiunile geoculturale, cartografierea și etichetarea cu diferite caracteristici (stiluri alimentare, procese de gătit etc.). Este esențial să se ofere o interfață ușor de utilizat pentru interogarea și consultarea

¹ <https://cosylab.iiitd.edu.in/recipepdb>

rețetelor. Se pot oferi vizualizări interactive ale datelor și opțiuni de căutare interconectate pentru a prelua informații relevante.

2. Compilarea datelor

Este indicată examinarea unui număr mare de depozite de rețete ca sursă potențială de date, pe baza uniformității structurii și a disponibilității hărților geoculturale și a numărului. Aceste informații pot fi apoi împărțite în mai multe părți (date privind ingredientele, date privind instrucțiunile de gătit, date privind cartografierea geoculturală etc.)

În timp ce se construiește setul de date, informațiile ar trebui să fie solicitate într-un format structurat prin construirea setului de date, etichetarea fiecărui cuvânt din fiecare frază în funcție de țintă, utilizarea vectorilor de reprezentare și gruparea, ceea ce înseamnă, practic, identificarea vectorilor de reprezentare unici pentru a crește diversitatea bazei de date.

În urma acestui pas, putem crea, de asemenea, modele pentru a "antrena" baza de date pentru a obține interferențe pentru toate rețetele din baza de date.

Fiecare rețetă poate fi cartografiată cu corelația sa geoculturală la diferite niveluri ierarhice (de exemplu: țară, macroregiune, regiune, subregiune etc.), iar acest nivel de cartografiere poate fi realizat pe baza similitudinilor culinare/culturale.

3. Arhitectura bazei de date și interfața web

Baza de date ar trebui să faciliteze înțelegerea și navigarea cu ușurință a interrelațiilor complexe dintre bucătării, ingrediente, metode de prelucrare, informații culturale și de patrimoniu și categoriile acestora.

Vizualizarea interactivă a datelor și o mare varietate de căutări ușor de utilizat asigură accesul rapid la informațiile dorite.

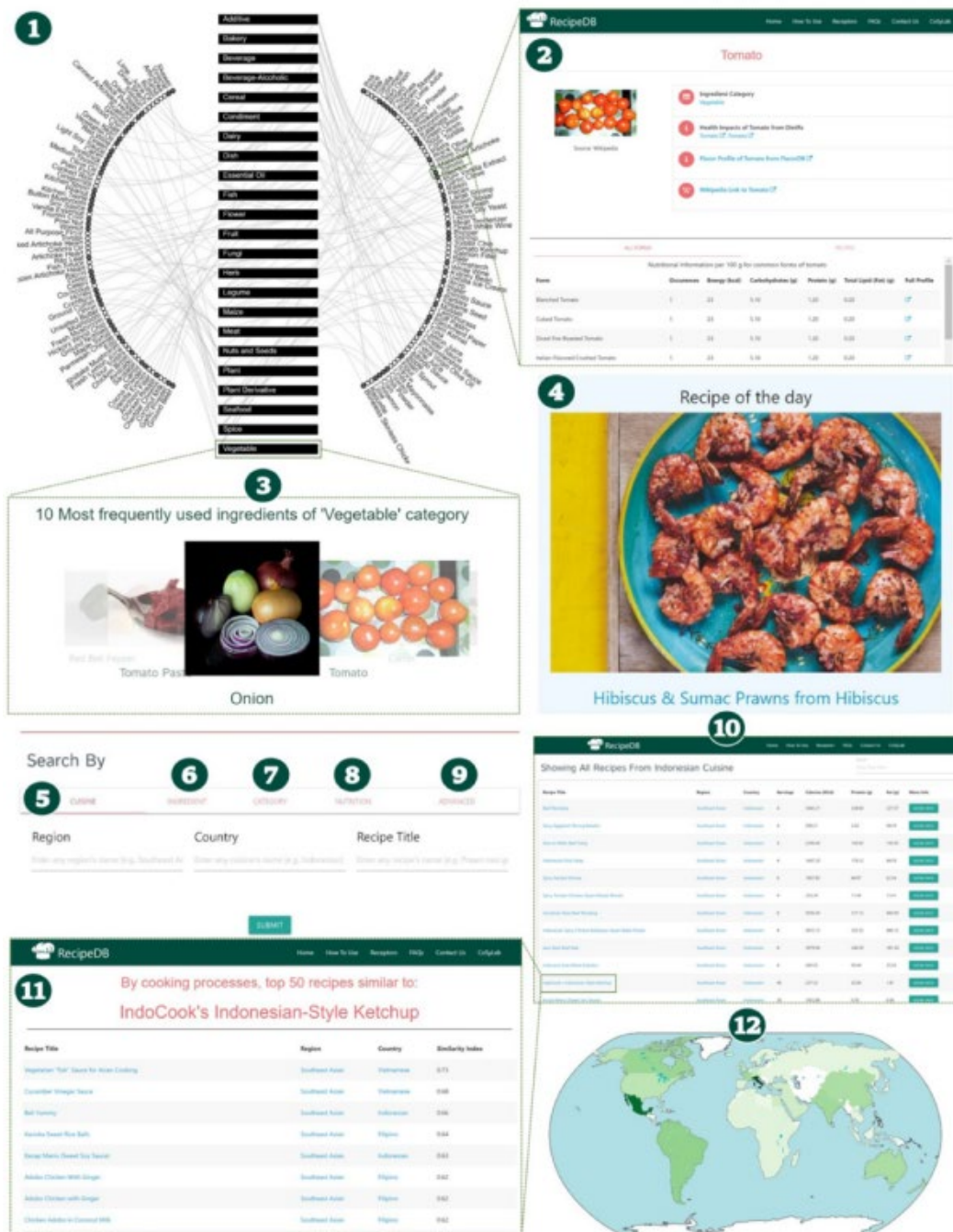


Figura 7 Schema interfeței utilizatorului RecipeDB care evidențiază caracteristicile de căutare și navigare a datelor

4. Utilizarea cazurilor

Această etapă este mai empirică și ilustrează utilitatea unei baze de date de rețete pentru diverse aplicații.

Utilizatorii au posibilitatea de a căuta rețete în funcție de preparate culinare la nivelul regiunilor unei țări. Fiecare câmp poate fi alimentat cu o autosugestie cu o singură literă pentru a permite unui utilizator neinițiat. Dacă se face clic pe numele unei rețete, se poate deschide o pagină cu detalii structurale ale rețetei, iar "mai multe informații" sau alte pagini pop-up pot oferi diferite informații sau fapte intersectoriale din spatele rețetei.

Prin crearea unei baze de date de rețete există posibilitatea de a dezvolta interogări complexe cu căutare avansată. Căutarea avansată permite crearea de interogări nuanțate folosind elemente individuale de interogare (bucătărie, titlul rețetei, ingredient utilizat/neutilizat, procese de gătit și ustensile utilizate și macronutrienți).

Mâncarea este un subiect complex, care se împletește cu practicile culinare tradiționale (rețete), gustul, nutriția și sănătatea. O bază de date cu inventarul rețetelor naționale și europene poate reprezenta o perspectivă bazată pe date a puzzle-ului alimentar.

Acest tip de bază de date are puterea de a oferi un repertoriu structurat de rețete diverse pentru a integra aspectele culturale, culinare și nutriționale. Prin crearea unei baze de cunoștințe culinare curatoriale și structurate, o bază de date permite explorări deschise.

În afară de îmbunătățirea cantității de date, există multe alte posibilități de îmbunătățire a calității datelor privind rețetele. Compilarea rețetelor tradiționale generice este una dintre direcțiile viitoare cheie.

Datele adunate reprezintă o sursă puternică pentru analiza "identității" bucătăriei în parametri măsurabili, a similarității dintre bucătării, a modelelor chintesențiale ale bucătăriilor, printre altele, pe lângă faptul că reprezintă o resursă excelentă pentru formularea de întrebări. Astfel, baza de date oferă o resursă cuantificată a patrimoniului culinar prin intermediul unui depozit structurat de rețete.

8. CUM SĂ DIGITALIZĂM O AFACERE GASTRONOMICĂ RURALĂ

În lumea contemporană a afacerilor sunt necesare noi abordări pentru a spori inovarea și inventivitatea în cadrul întreprinderilor rurale, iar pentru a realiza acest lucru ar trebui să se definească în mod corespunzător o cunoaștere și o înțelegere largă a tehnologiei digitale, a modului în care poate fi utilizată, a momentului în care poate fi utilizată, a locului în care poate fi utilizată și a motivelor pentru care este utilizată de către antreprenorii din mediul rural. Strategiile de marketing promoțional care utilizează tehnologia digitală ar trebui să fie o problemă centrală, iar beneficiile acestora ar trebui să fie mai bine înțelese de către proprietarii și managerii de afaceri din întreaga lume. Accesul la piețele globale, distribuția eficientă a produselor și o mai mare conștientizare a mărcii pot, de asemenea, să ofere un avantaj competitiv și să asigure o comunicare eficientă în afaceri.

Conceptele primare ale practicii antreprenoriale implică independența, inovarea, luarea deciziilor, previziunile, implementarea și obținerea succesului. Cu toate acestea, antreprenoriatul rural trebuie să fie mai bine dezvoltat pentru a îmbunătăți participarea sa economică mai largă. O transformare a modului în care este practicat antreprenoriatul rural ar putea atrage un succes mai mare al afacerilor, dar activitățile economice eficiente pot fi realizate doar prin digitalizarea antreprenoriatului rural. Conceptul de digitalizare poate fi descris în termeni de procese infrastructurale asociate tehnologiilor digitale, în care informațiile analogice sunt transcrise în formă digitală și aplicate în contexte sociale și instituționale mai largi.

Importanța digitalizării nu se limitează la produse, servicii și procese de producție, ci include un spectru larg de competențe, inclusiv marketingul, rețelele de afaceri, mixul promoțional, distribuția produselor, gestionarea lanțului de aprovizionare, accesul la piețele internaționale și gestionarea creșterii pentru a obține un avantaj competitiv. Digitalizarea tuturor proceselor de afaceri este posibilă, iar externalizarea anumitor servicii sau deficitul de capital uman de care dispun întreprinderile din mediul rural pot fi astfel ușor depășite, deoarece digitalizarea poate fi utilizată pentru a permite în mod pozitiv noilor întreprinderi nou înființate și potențialilor tineri antreprenori care doresc să opereze în mediul rural în acest mod.

Au fost efectuate puține investigații cu privire la modul în care digitalizarea ar putea îmbunătăți supraviețuirea și dezvoltarea întreprinderilor rurale, ceea ce a dus la o lipsă de cunoștințe și de înțelegere a relației sale cu îmbunătățirea succesului industriilor rurale. Cunoștințele referitoare la beneficiile digitalizării întreprinderilor rurale și la modul în care aceasta poate îmbunătăți capacitățile de funcționare a întreprinderilor rămân în mare parte presupuse în rândul profesioniștilor și al factorilor de decizie politică.

Cu toate acestea, există multe dovezi dintr-o perspectivă internațională care indică faptul că întreprinderile mici, care se găsesc în general în zonele rurale, joacă un rol crucial în crearea unei varietăți de diferite economii.

Factorii determinanți ai digitalizării antreprenoriatului rural

1. Dezvoltarea tehnologică

Pentru a obține oportunități de dezvoltare comunitară, îmbunătățiri academice, sociale și de schimbări sociale și creștere politică și antreprenorială, guvernele ar trebui să acorde prioritate instalării tehnologiilor de fibră optică, făcând astfel accesibilă conectivitatea în bandă largă pentru comunitățile rurale. Asigurarea conectivității prin fibră optică la toate reședințele din zonele rurale nu ar asigura doar comunicarea în gospodării, ci ar permite și digitalizarea inițiativelor de afaceri rurale. Se consideră că, prin intermediul unor alianțe strategice de parteneriat cu sectorul privat, sectorul public și guvernele din țările dezvoltate și din cele în curs de dezvoltare permit crearea unor infrastructuri digitale care vor asigura digitalizarea tuturor zonelor rurale.

2. Factori socio-economici

Factorii socio-economici sunt aspecte esențiale care influențează comportamentul antreprenorial și funcționarea întreprinderilor. Creșterea economică este o funcție atât a creșterii resurselor, cât și a ratei de schimbare tehnologică, terenul, munca, capitalul și spiritul antreprenorial fiind resurse în cadrul factorilor de producție. Economiiștii, care au studiat efectele acestor resurse sau factori de producție în identificarea cauzelor creșterii economice, recunosc creșterea antreprenoriatului ca sursă principală a acestora. O

contribuție primară la creșterea economică a tuturor națiunilor este cea a factorului antreprenorial, deoarece antreprenorii sunt cei care contribuie cu metode pentru atingerea unor obiective specifice, printre care se numără acele inovații responsabile de progresul tehnologic. Prin urmare, nu creșterea cantitativă a celorlalte factori de producție este cea care favorizează dezvoltarea economică, ci mai degrabă eforturile întreprinzătorilor, care își asumă riscurile pentru inovare, organizează și coordonează toți factorii de producție ai întreprinderilor.

3. Bariere în calea digitalizării antreprenoriatului rural

Antreprenoriatul rural se confruntă cu provocările legate de lipsa de resurse financiare, deficiențe de rețea, electricitate, echipamente, marketing, piețe mici și îndepărtate, sisteme de transport deficitare și, de asemenea, corupție. În multe țări, infrastructurile reduse, accesul slab la tehnologie, lipsa conexiunii în bandă largă și a drumurilor funcționale reprezintă provocări majore în materie de dezvoltare.

4. Resurse antreprenoriale rurale

În unele cazuri, proprietarii/administratorii de IMM-uri nu au competențele și capacitățile necesare pentru demararea și funcționarea unei afaceri, iar întreprinderile rurale se caracterizează prin multe dificultăți.

factori dificili, cum ar fi resursele limitate, dimensiunile lor mici și locațiile dispersate și îndepărtate. De asemenea, costurile de tranzacție pentru activitățile rurale sunt ridicate, ceea ce este în mare parte rezultatul timpului necesar pentru a asigura respectarea standardelor de afaceri. Întreprinderile rurale se confruntă cu riscuri care variază de la gestionarea dezechilibrelor de putere, pe care le experimentează în comparație cu întreprinderile mai mari, până la cumpărătorii care pot influența termenii, condițiile și cerințele standard pentru realizarea vânzărilor. În acest sens, întreprinderile rurale au un acces limitat la informațiile actuale de pe piață, în principal din cauza infrastructurii slabe de transport și de comunicare, în special în mediul rural, ceea ce face extrem de dificilă participarea acestor întreprinderi pe piețele de mare valoare.

5. Provocări instituționale la adresa antreprenoriatului rural

Eliberarea spiritului antreprenorial necesită un mediu care să le permită antreprenorilor să creeze, să opereze, să gestioneze și, dacă este necesar, să închidă întreprinderi, într-un context în care este garantată respectarea statului de drept în ceea ce privește procedurile de divulgare, de acordare a licențelor și de înregistrare, precum și protecția proprietății fizice și intelectuale. Mediul de reglementare existent ar trebui să încurajeze oamenii să își lanseze propriile afaceri, să încerce noi idei de afaceri și să își asume riscuri calculate, menținând în același timp sarcinile administrative la minimum necesar pentru a sprijini obiectivele de politică publică și de dezvoltare durabilă.

9. DIGITAL ÎN 10 PAȘI

1. Promovarea valorii alimentelor ca mijloc de menținere a bucătăriei și culturii tradiționale și de conectare a oamenilor
2. Impulsionați procesele de inovare deschisă care implică utilizatorul de la început, precum și abordările multidisciplinare care răspund nevoilor generațiilor actuale și viitoare
3. Utilizați tehnologia pentru a încuraja și instrui părțile interesate locale implicate în sectorul alimentar și turistic
4. Faceți din vizitatori/consumatori centrul strategiei
5. Să se bazeze pe părțile interesate
6. Creați o rețea pentru un comerț durabil
7. Utilizarea datelor
8. Utilizați cele mai recente tehnologii
9. Concepea unui model de afaceri digital și sustenabil prin practici transparente și corecte și prin echilibrarea instrumentelor tehnologice cu experiențe încântătoare pentru clienți
10. Rămâi deschis la lucruri noi

CONCLUZII

Digitalizarea economiei aduce cu sine dezvoltarea de noi modele de afaceri și noi forme de organizare socială și de afaceri. Companiile și locuitorii din zonele rurale trebuie să fie pregătiți pentru a putea profita de oportunitățile oferite de digitalizare, pentru a permite o dezvoltare incluzivă și o îmbunătățire a calității vieții locuitorilor.

Implementarea tehnologiei în sfera patrimoniului cultural poate consolida experiențele vizitatorilor, îmbunătățind atât amintirile, cât și sentimentul de apartenență. Amintirea îmbunătățită a vizitei pe care o face o persoană la patrimoniu poate contribui la o mai mare conștientizare a trecutului și se poate traduce prin dorința de a interacționa cu patrimoniul în moduri durabile. Astfel, este esențial să se ia în considerare rolul tot mai mare pe care îl joacă tehnologia în sectorul cultural, mai ales că tehnologia este recunoscută ca fiind una dintre componentele esențiale ale experienței culturale.

În ultimii ani, au apărut aplicații tehnologice inovatoare și fascinante în cadrul sectorului patrimoniului cultural. Acest fenomen a determinat o schimbare rapidă și substanțială a practicilor de utilizare, furnizare și conservare a patrimoniului cultural prezintă o dublă clasificare a macro-categoriilor de tehnologie care pot fi observate în cadrul sectorului cultural: tehnologii online care se concentrează pe utilizarea site-urilor web și a aplicațiilor mobile și tehnologii la fața locului, cum ar fi tururile ghidate și dispozitivele care îmbunătățesc vizita (de exemplu, ghiduri audio, localizatoare GPS și aplicații mobile). Multe dintre aceste tehnologii au îmbogățit experiența și au făcut ca informațiile să fie mai accesibile pentru diferite segmente de vizitatori. Prin intermediul noilor tehnologii de comunicare, informații suplimentare pot fi împărtășite cu vizitatorii, devenind astfel un punct central de valoare adăugată la experiența patrimonială.

STUDII DE CAZ

1. Hoinari Coolinari - Blog și hub gastronomic

Hoinari Coolinari este un proiect, lansat în 2019, cu scopul de a crea o comunitate puternică în jurul mâncării locale și a dorinței de a împărtăși experiențe gastronomice personale gurmanzilor pasionați de acest tip de mâncare, prin intermediul unei platforme online.

Proiectul a fost lansat de un cuplu tânăr, pasionat de gastronomia locală. Cei doi călătoresc și descoperă noi comunități, testează produse și rețete locale, pe care apoi le promovează prin intermediul platformei online pe care o administrează.

Ei creează povești în jurul fiecărei experiențe culinare, scriu despre tot ceea ce îi inspiră și împărtășesc cu următorii lor experiențele cu care se identifică!

Grupul țintă al platformei sunt toți cei care apreciază ceea ce este local, autentic, proaspăt, sănătos, aromat și plin de povești delicioase.

Platforma online nu este doar un blog culinar prin intermediul căruia se creează conținut și povești gastronomice, ci și un centru de promovare a producătorilor. Platforma are o gamă largă de parteneri pe care îi promovează și îi ajută cu publicitate online, creând astfel o adevărată comunitate în jurul gastronomiei.

<https://culinarativ.ro/>

<https://www.facebook.com/Culinarativ>



Hoinari Coolinari



2. LaLena – Rețete Culinare – Aplicație mobilă

LaLena - Retete Culinare (EN: LaLena - Rețete culinare) este o aplicație mobilă care oferă peste 1000 de rețete culinare. Aplicația este lansată de un blogger culinar din România.

Elena Butuc (LaLena) este o bloggeriță culinară din România, care postează diverse rețete pregătite de ea și le prezintă pas cu pas atât prin intermediul canalelor de socializare, cât și prin intermediul site-ului personal. Până în prezent, ea are peste 300.000 de urmăritori.

O inovație pe care LaLena a abordat-o recent este lansarea unei aplicații mobile cu rețete culinare.

Aplicația oferă acces la peste 1000 de rețete culinare din toate categoriile și pentru toate gusturile, rețete cu carne, rețete raw vegane, rețete de prăjituri, precum și supe. Rețetele sunt grupate în funcție de cele mai populare ingrediente: pui, porc, pește, ciuperci, etc. Rețetele sunt la un nivel mediu și pot fi gătite în bucătărie folosind doar ustensile și ingrediente de bază.

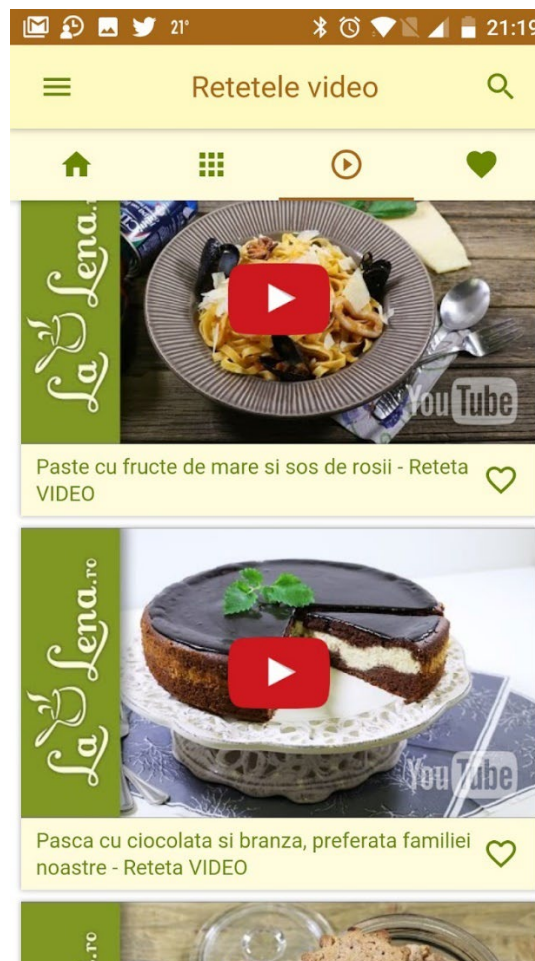
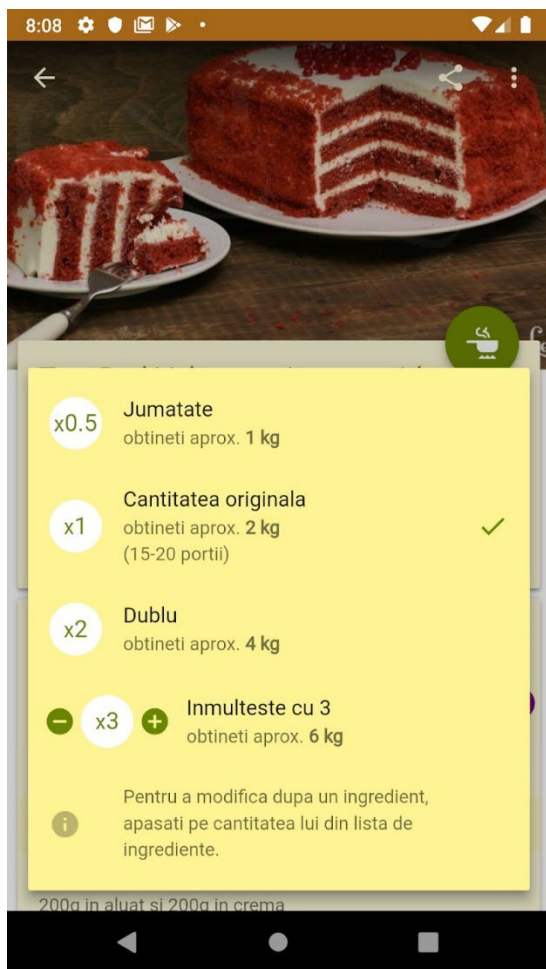
Toate rețetele au descrieri detaliate pas cu pas, cu imagini, iar multe dintre ele au și videoclipuri.

Caracteristicile pe care le oferă aplicația LaLena sunt: navigați cu ușurință prin categorii, găsiți rețete după cuvinte cheie și ingrediente, salvați o listă de rețete favorite. De asemenea, atunci când apăsați "Începe să gătești", aplicația va ghida utilizatorul, pas cu pas, prin întreaga rețetă.

Toate rețetele sunt disponibile și pe site-ul lalena.ro.

<https://www.lalena.ro/>

<https://www.facebook.com/lalena.ro/>



3. Jamilla Cuisine – Vlogger culinar

Jamila Cuisine este o emisiune culinară online fondată în 2012. În prezent este cea mai vizionată emisiune din categoria culinară, iar pe YouTube JamilaCuisine este urmărită de peste 1,5 milioane de abonați.

JamilaCuisine este cel mai mare și mai iubit canal culinar din România. Inițiatorii Geanina Staicu Avram și soțul ei au fost pionierii rețetelor video în România. Au reușit să producă conținut video într-o perioadă în care nimeni nu făcea rețete în acest mod.

Chiar dacă totul a început ca o joacă, astăzi Jamila se bucură de un job adevărat și, în același timp, de o pasiune de care pare să nu se plictisească niciodată. La început s-a gândit că va face videoclipurile pentru a le împărtăși cu prietenii și rudele, dar, pe măsură ce a postat videoclipurile online, tot mai mulți oameni au urmărit-o, întrebând-o de rețete noi.

Așa a ajuns Jamila să fie cunoscută și urmărită de milioane de români de pretutindeni pentru celebrele ei rețete. Ea are peste 1,5 milioane de abonați pe canalul său de YouTube. Pe lângă acest canal, bloggerița culinară are și un site unde își postează rețetele tot sub formă de video, pentru ca următorii să înțeleagă mai bine ingredientele din rețete și modul de preparare.

Pe lângă acest lucru, Jamila a scris și un set de două cărți de bucate numite "Jamila Cuisine. Cele mai bune rețete". Primul volum a apărut în 2016, iar cel de-al doilea în 2017. Ambele cărți de bucate conțin peste 50 de rețete culinare, explicate pas cu pas și ilustrate cu ajutorul fotografiilor, pentru persoanele care își doresc un strop de inspirație sau care sunt pur și simplu pasionate de bucătărie.

<https://jamilacuisine.ro/>

<https://www.facebook.com/JamilaCuisine>



4. Roade și Merinde – Hub Alimetar

"Roade și Merinde" este un hub alimentar care distribuie produse locale țărănești cu ingrediente naturale și reale, provenite de la mici ferme țărănești din județul Iași și din județele învecinate - susținând un sistem sănătos și vibrant de consum de mese locale. Misiunea este de a stimula comunitatea din jurul orașului Iași și a regiunii Nord-Est și de a construi un sistem alimentar regional durabil și echitabil.

"Roade și Merinde" reunește peste 50 de producători de alimente din județele Iași, Botoșani, Neamț, Bacău, Suceava și Vaslui, cu scopul de a susține producătorii din regiunea Moldovei și de a încuraja consumatorii să aleagă produse românești în locul celor de import.

Povestea acestei inițiative a început în urmă cu 5 ani, când proprietarul și-a propus să le ofere copiilor săi o alimentație cât mai sănătoasă. În prima fază, el s-a orientat către culturile produse în gospodăria socrilor săi. Deoarece cantitățile recoltate erau mult mai mari decât nevoile zilnice ale familiei, a găsit o modalitate inovatoare de a le utiliza. A început să distribuie produsele prietenilor și rudelor; astfel s-a născut o nouă idee antreprenorială de succes.

Pe lângă obiectivul principal de a oferi produse care să asigure o alimentație sănătoasă, "Roade și Merinde" oferă, de asemenea: vizite la fermele producătorilor care livrează alimentele și îi consiliază pe producători pentru a reuși să își promoveze și să își autorizeze produsele. Produsele sunt disponibile online și pot fi cumpărate prin intermediul magazinului lor online.

Capacitatea antreprenorului de a crea o rețea de fermieri locali pentru a promova produsele locale reprezintă o adevărată lecție: succesul nu se obține individual, ci este rezultatul muncii în echipă, prin implicarea și susținerea altor actori cu aceeași viziune.

În scurt timp, rețeaua de cumpărători a ajuns la câteva sute de familii, iar pentru a răspunde solicitărilor acestora, antreprenorul a început colaborări cu alți furnizori locali pentru a-și dezvolta rețeaua de producători.

<https://roadesimerinde.ro/>

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 50 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.

5. Aprozarul Virtual - Băcănie online - Platforma de comerț electronic

Aprozarul Virtual este o platformă online care își propune să promoveze oferta producătorilor locali și a produselor lor, curate, proaspete și 100% românești. Ideea a pornit de la Ciugud, comuna din România care a inițiat conceptul de "Smart Village", și s-a extins la nivel național pentru a sprijini producătorii români.

"Credem că, în aceste vremuri dificile, trebuie să ne gândim, mai mult ca oricând, și la micul producător de la sat, care își asigură traiul de zi cu zi din produsele obținute cu sudoare și multă muncă. Acești oameni demni și harnici nu strigă după ajutor, nu se plâng, ci continuă să muncească, cu fețele arse de soare și mâinile încremenite, sperând că noi, consumatorii, vom alege să le punem produsele pe masă, fiecare produs românesc cumpărat înseamnă o picătură de speranță pentru fermierul sau producătorul de la țară, înseamnă o șansă pentru agricultura românească autentică și înseamnă un viitor pentru satul românesc." spune inițiatorul platformei.

Platforma online a fost creată pentru a facilita interacțiunea dintre client și micul producător român și pentru a promova produsele românești. Micii producători sunt cei care apreciază cu adevărat bogăția pe care o oferă munca câmpului și care merită o platformă de comerț electronic.

Magazinul virtual s-a născut din prețuire pentru ei, oamenii minunați ai satului românesc,

"Aprozarul Virtual" este pus gratuit la dispoziția producătorilor pentru a-și vinde produsele. Producătorii pot plasa oferte și actualiza stocurile, iar cumpărătorii își pot alege produsele dorite.

Fiecare producător, din orice colț al țării, se poate înregistra gratuit în platforma online și poate avea propriul magazin virtual unde va putea adăuga fotografiile ale produselor, completa oferte sau actualiza permanent stocul de marfă.

De asemenea, fiecare comunitate sau administrație locală din România poate avea propria piață virtuală, unde micii producători își pot promova produsele și interacționa cu clienții.

La rândul lor, cumpărătorii au multiple posibilități de a alege produsele pe care le doresc, dar și posibilitatea de a găsi producătorii cei mai apropiați de zona în care locuiesc. De asemenea, cumpărătorul poate lăsa mesaje cu aprecieri referitoare la produsele achiziționate și poate recomanda aceste produse prietenilor sau cunoscuților săi.

<https://www.aprozarulvirtual.ro/despre-aprozarul-virtual>

<https://www.facebook.com/aprozarulvirtual.ro/>



Aprozarul Virtual

PRODUSE PROASPETE ȘI
100% ROMÂNEȘTI



COMANDA REPEDE
ȘI SIMPLU PE
www.aprozarulvirtual.ro






0258 841 205

↑ Ne găsiți și pe Facebook



Descoperă Ciugud Primăria Consiliul Local Primăria Online Informații de interes public Investește în Ciugud Monitorul Oficial Local Contact 

Aprozarul virtual

 <p>Legume</p> <p>Detalii ></p>	 <p>Fructe</p> <p>Detalii ></p>	 <p>Lactate și brânzeturi</p> <p>Detalii ></p>
---	---	--

6. Gift Spelt (Dar Limetz) - Agricultură comunitară și o școală a naturii

Numele inițiativei este inspirat de maestrul Petru Dunov, care învață că grâul/spelta nu trebuie cumpărat și vândut, fiind o hrană sacră.

Prin această inițiativă, fondatorii încearcă să dea un exemplu despre cum pâinea și grâul pot fi împărtășite în mod liber și, astfel, să fie mult mai prețioase pentru toată lumea. Gift Spelt este o idee pe care fondatorii se străduiesc să o pună în aplicare și să o împărtășească cu inspirație și mare bucurie. Ei cred că cunoașterea și diseminarea sa pe scară largă vor aduce beneficii mult mai valoroase pentru toată lumea. Spelta este unul dintre cele mai pure, vindecătoare și sacre alimente. Este important ca mai mulți oameni să își permită să mănânce sau să cultive spelta pentru a avea o sănătate bună, potrivit fondatorilor inițiativei. De aceea au început în 2012 să cultive acest tip străvechi de spelta și să o doneze.

Primăvara, mulți bulgari țin post, mâncând timp de 10 zile doar spelta, mere, miere și nuci. Atunci, Gift Spelt trimite mii de oameni pungi gratuite de spelta pentru a-și vindeca și reînnoi organismul. Celălalt moment de împărțire mai masivă a Gift Spelt este cel al semănatului din toamnă, când donează semințele pentru ca tot mai mulți oameni să poată cultiva grâul și să se întoarcă la viață. Grâul spelta pe care îl cultivă nu este de vânzare. Este cusut manual la un ideal înalt în diferite regiuni din Rila, Rodopi, Pirin, Muntele Vechi, Vitosha etc. O parte din el este recoltat clasă cu clasă, cu mâinile goale ale voluntarilor, iar proprietățile sale sunt foarte medicinale. Ei o însămânțează cu cântece, rugăciuni, gânduri și intenții luminoase - fiecare bob devine prețios. Primul grâu spelta este cultivat pentru ca un număr cât mai mare de oameni să primească măcar puțin cu care să se purifice și să se vindece, sau să primească semințe pe care să le cultive, pentru ca grâul străvechi să se răspândească și lucrarea bună să se înmulțească.

Cum se înmulțește Gift Spelt?

În primul rând, echipa caută un teren mare (zeci, sute sau mii de acri) într-o locație convenabilă din țară, care poate fi pus la dispoziția lor într-un mod cât mai profitabil. Oricine dorește să cultive propria spelta este apoi binevenit să se alăture aceluși câmp, iar fiecare persoană suportă costurile de cultivare a terenului pe care dorește să-l semene. Fondatorii donează semințele, ideea fiind ca

persoana să doneze apoi cel puțin 50% din recolta sa, astfel încât să poată continua munca bună, iar alte persoane să primească gratuit semințe și să înceapă să cultive propria spelta.

În acest fel, nu numai că se economisesc costurile de cultivare a terenului și a spelta, dar nici nu trebuie să se facă o investiție inițială mare pentru achiziționarea semințelor. De asemenea, în cazul în care nu se are experiență în cultivarea de spelta, aceasta este o modalitate bună de a dobândi experiență prin colaborarea cu colegii de muncă.

Un exemplu de cultivare colectivă este marele câmp de 800 de acri de lângă Plovdiv (satul Tsaratsovo) pe care Gift Spelt l-a însămânțat în 2013. Aproximativ 200 de persoane s-au reunit pentru a cultiva spelta.

Inițiativa nu a fost susținută de niciun proiect, grant sau organizație europeană. Tot ceea ce s-a investit până acum a provenit din fonduri personale și din sprijinul voluntarilor și al donatorilor.

Spelta pe care o produc nu a fost niciodată cumpărată și vândută, iar aceasta este baza inițiativei și fondatorii speră că așa va rămâne mereu.

Gift Spelt face parte dintr-un proiect mai amplu, numit Școala de natură "Recunoștință", situat în muntele Vitosha, la 1130 m altitudine. Acesta a fost creat cu inspirație și este încă în construcție, la care toată lumea poate participa urmărind evenimentele de voluntariat de pe profilul lor.

Visul lor este ca Școala de natură "Recunoștință" să fie un centru cultural gratuit pentru copii și adulți, care să găzduiască o varietate de activități, cum ar fi moduri de lucru și de viață naturale și bazate pe natură - construcții alternative, agricultură ecologică, lucrul cu lut, curățarea locurilor naturale de deșeuri, cursuri de tâmplărie etc. De asemenea, ei cred că Școala de Natură "Recunoștință" va găzdui numeroase evenimente comunitare, cum ar fi conferințe, ateliere, concerte, producții de teatru, practici și terapii spirituale, prepararea hranei sănătoase, diverse activități de grup, cursuri și tabere cu copii.

<https://darlimec.com/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 57 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





7. Balkan Bites - descoperiți gustul Bulgariei

Balkan Bites este o încercare de a oferi călătorilor care ajung la Sofia primul tur zilnic gratuit de mâncare din Europa și poate din lume. Ideea este de a face un tur al unora dintre cele mai interesante și mai la modă restaurante de familie pe care Sofia le are de oferit și de a savura preparate din bucătăria tradițională bulgară, ascultând în același timp despre istoria și obiceiurile care au ajutat ca acestea să devină alimente de bază în Bulgaria, de către ghizi calificați.

Turul în sine este un tur pietonal care începe la ora 14.00 în fiecare zi a săptămânii, la Park Crystal, în fața statuii cu cap mare a lui Stefan Stambolov. Deși nu este nevoie de rezervări în weekend, acestea îi garantează turistului un loc în tur. În timpul săptămânii, echipa organizează tururile doar cu rezervare! Durata este de aproximativ 2 ore, iar mâncarea care le este prezentată participanților este gratuită.

Sunteți interesat de bucătăria bulgară, dar nu aveți posibilitatea de a participa la turul nostru zilnic gratuit? Balkan Bites oferă tururi culinare private, astfel încât se poate afla de ce bulgarii sunt atât de pasionați de mâncarea lor. În timpul acestui tur culinar de aprox. 3h veți afla cum a evoluat

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 58 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.

mâncarea din Balcani pentru a deveni ceea ce este în prezent. Ghidul conduce turistul între restaurante prin unele dintre străzile mai puțin turistice din centrul Sofiei, unde se va afla despre cele mai multe dintre punctele de atracție ale orașului, de la arta stradală, trecând prin poezii, până la un sfânt viu al vremurilor moderne.

Balkan Bites oferă, de asemenea: Turul de degustare a vinului, turul comunistului Trabi, turul de graffiti din Sofia, turul trandafirilor bulgari și turul pieței. Iată o descriere a turului lor de piață:

Cufundă-te în scena pieței

"Sperăm să împărtășim o altă latură a orașului, care până acum a primit prea puțină atenție în ceea ce privește importanța sa în Sofia. Traseul nostru pornește din Grădina de Cristal(parc) din fața statuii lui Ștefan Stambolov, de unde vom începe să ne plimbăm prin trei piețe diferite, învățând despre istoria și atractivitatea actuală, oprindu-ne pe parcurs în locații atent alese pentru a degusta mâncăruri care reprezintă cultura noastră! Veți avea plăcerea de a încerca feluri de mâncare care au făcut bucătăria noastră atât de delicioasă și veți simți atmosfera autentică a Sofiei vechi și moderne. Cufundați-vă în acest tur gastronomic unic al Pieței Istorice din Sofia și trăiți experiența de a învăța în timp ce mâncați! Când? Oricând vă convine

Unde? Ghidul poate veni să vă ia de la cazare (în centrul orașului)

Durata: aproximativ 3 ore

Inclus: Ghid personal vorbitor de limba engleză, toate mesele (servește ca înlocuitor pentru prânz/cină)

Balkan Bites este un exemplu excelent de colaborare între restaurante, magazine de vinuri și ghizi turistici. În plus, varietatea mare de tururi și posibilitatea de a rezerva unul privat atrag atenția turiștilor.

<https://balkanbitesfoodtours.com/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





8. Farmhopping - piața globală pentru ferme durabile

Farmhopping este un proiect de început al trei prieteni care doresc să sprijine agricultura durabilă la nivel global. În schimbul sprijinului pe care îl primesc fermierii, aceștia oferă înapoi bunătăți proaspete și sănătoase de la fermele lor.

Farmhopping sprijină fermele locale din întreaga lume, iar clienții primesc în schimb bunătăți proaspete de la fermă.

Misiunea Farmhopping este de a contribui la dezvoltarea agriculturii durabile și, în același timp, de a oferi oamenilor din mediul urban un stil de viață mai natural și mai durabil.

Farmhopping este o companie cu scop lucrativ fondată în Sofia, Bulgaria, și tocmai și-a pus rădăcinile în Londra, Regatul Unit. Pe lângă faptul că se ocupă de toate comenzile pe care compania le îndeplinește, echipa își petrece timpul îmbunătățind funcționalitățile site-ului și adăugând noi caracteristici.

Pe platforma lor, fermierii au propria piață, unde stabilesc ei înșiși prețurile și decid asupra ofertelor de produse.

Cine poate participa?

Farmhopping este o platformă online și o resursă pentru fermierii și producătorii sustenabili. Ei nu sunt implicați în dezvoltarea produselor sau a fermelor în sine. Oricine își poate lansa un profil pe Farmhopping, atâta timp cât metodele de producție și produsele sale respectă liniile directoare ale platformei.

Fiecare profil este creat și administrat în mod independent de către ferme. Fermele pe care le vedeți pe Farmhopping au control total asupra profilurilor lor și sunt pe deplin responsabile pentru conținutul acestora. Fermierii se ocupă de toate detaliile de achiziție de la început până la sfârșit, inclusiv de pachetele pe care le oferă și de prețurile pe care le stabilesc.

Crearea unui profil pe Farmhopping este gratuită atât pentru fermieri, cât și pentru utilizatori. În cazul în care un produs este vândut cu succes, platforma percepe un comision de 15% pentru fiecare tranzacție.

Cumpărarea directă de la un fermier este diferită de cumpărarea de produse de la supermarket sau de la magazinul local. Producția anumitor produse durează mai mult decât se preconiza, ceea ce înseamnă, în multe cazuri, mai mult decât se anticipa. Culturile sunt dependente de vreme și de capriciile mediului înconjurător. Și, uneori, gustul produsului diferă de la o achiziție la alta, deoarece toate articolele sunt realizate manual. Aceasta este viața la o fermă - plină de incertitudini și întârzieri - adevărată și naturală.

Fondatorii au dorit să creeze o platformă în care fermierii sustenabili, iubitorii de natură, pasionații de alimente organice și cetățenii eco-conștienți din întreaga lume să lucreze împreună, împărtășind idei, proiecte, abilități și fonduri pentru a promova și a împuternici o cultură agricolă prietenoasă cu natura și un consum colaborativ.

Rossi, Mihail și Ruslan s-au cunoscut acum 8 ani. Ceea ce i-a adus împreună a fost pasiunea lor pentru alpinism, călătorii, schi și munți.

În timpul unei excursii în munții bulgari, Mihail a găsit o fermă captivantă numită Perun. Proprietarul, Todor, era pasionat de conservarea animalelor care odinioară erau tradiționale pentru aceste zone, dar care erau amenințate de dispariție, și creștea și creștea rase precum oaia nativă Karakachan.

Mijlocul său de trai, care implica în principal creșterea acestor animale pe cale de dispariție, se confrunța însă cu o problemă. Cu o concurență serioasă din partea marilor ferme care foloseau metode nesustenabile, Ferma Perun se străduia să facă față.

Mihail a decis că cel puțin atât putea face era să sponsorizeze 2 oi de la fermă cu o plată lunară care să le asigure întreținerea. În dorința sa de a găsi o soluție mai sustenabilă și mai generală la această problemă, a contactat-o pe Rossi, care tocmai absolvise Managementul investițiilor și al riscurilor la Londra și se pregătea să își înceapă cariera în domeniul investițiilor bancare.

Rossi a fost de acord să ajute imediat, iar această decizie a marcat sfârșitul planurilor sale de carieră corporatistă - o decizie pe care nu a regretat-o niciodată.

Rossi și Misho au încercat să creeze o schemă de lucru, cu ajutorul căreia să ajute tot mai mulți fermieri să își rezolve problemele comune. Ruslan a adăugat echipei talentele sale artistice.

Farmhopping este un exemplu despre cum să susții fermierii, oferind în același timp și un sprijin:

- Experiența sustenabilității;
- Obțineți produse unicate realizate manual;
- Găsiți alimente proaspete fără aditivi și pesticide;
- Vizitați ferma și scufundați-vă în lumea agriculturii tradiționale;
- Oferiți o agricultură durabilă cu viitor;

Devenind parte a platformei noastre unul susține mijloacele de trai ale fermierilor sustenabili din întreaga lume

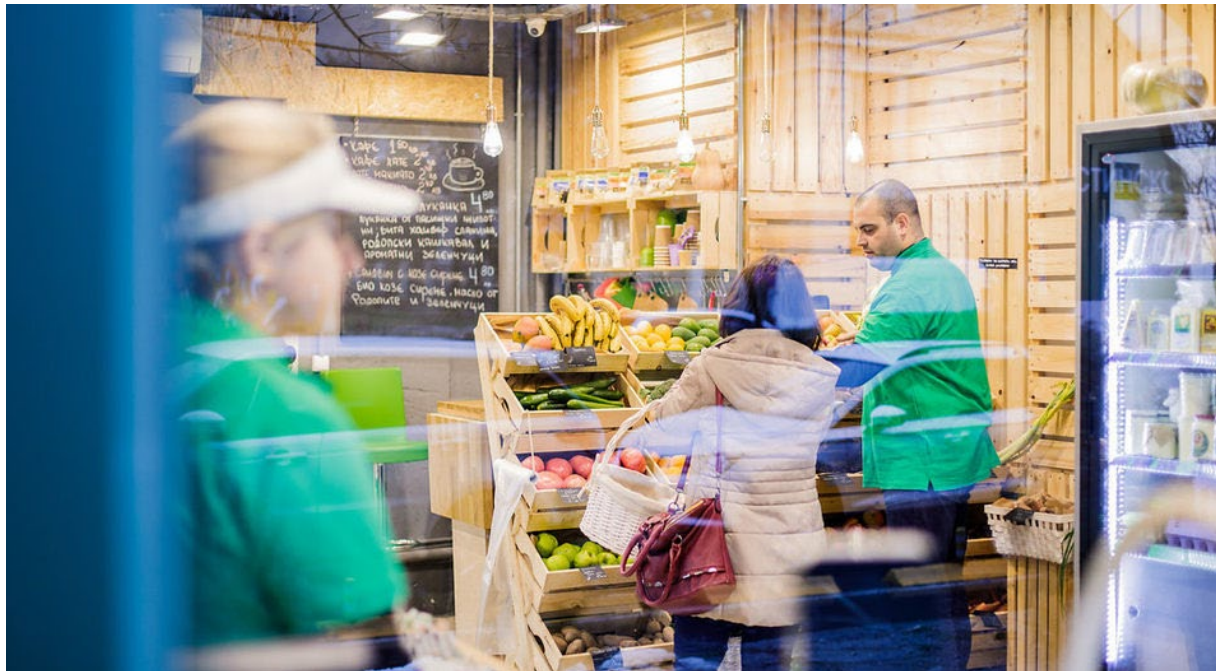
Atunci când cineva cumpără alimente prin Farmhopping, susține direct agricultura durabilă și ajută fermele mici să existe în lume.

Farmhopping oferă produse reale de înaltă calitate de la peste 200 de ferme mici și producători locali. Clienții pot selecta o oră convenabilă pentru a-și primi comanda la adresa de acasă sau de la birou, precum și pentru a primi comanda și a se bucura de alimente locale proaspete fără probleme.

Nu în ultimul rând, echipa răspunde la întrebările utilizatorilor și ale fermierilor, caută noi ferme și grupuri de cumpărători și oferă sprijin suplimentar prin intermediul rețelei lor de mentori.

<https://farmhopping.com/en>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



9. Chilli Hills - Sos picant de la semințe la sticlă

Chilli Hills a fost lansat ca brand la începutul anului 2014 și de atunci funcționează ca o fermă de tip boutique care cultivă ardei iuți rari din întreaga lume. La câteva ore de la cules, aceștia sunt prelucrați și conservați sub formă de sosuri picante, paste, marinate și multe alte produse diverse. Principalul obiectiv al Chilli Hills este de a contribui la dezvoltarea culturii condimentelor în Bulgaria și, în același timp, de a plasa cultura bulgărească a ardeiului iute pe harta mondială. Misiunea lor este de a repopulariza ardeiul iute "Morcovul bulgăresc", un ardei iute intern uitat! Gama "Balkan Hot Sauce" reprezintă primul sos picant artizanal din Bulgaria și include ceea ce este oficial cel mai picant produs din țară.

Fondatorii sunt Alex și Boryana și, după mulți ani petrecuți călătorind în întreaga lume, familia a decis să se întoarcă în Bulgaria și să trăiască în natură. Și-au găsit casa de vis în satul Kokalyane, la poalele muntelui Vitosha și acolo a început povestea lor de dragoste cu agricultura și viața în aer liber. Alex și Boryana au început să cultive fructe, legume și cea mai mare dragoste a lor - ardeii iuți!

Principalul obiectiv al Chilli Hills este de a contribui la dezvoltarea culturii ardeiului în Bulgaria și de a oferi un produs de calitate pe piața mondială de ardei iute de producție locală.

În prezent, Chilli Hills are patru magazine de sine stătătoare în Sofia, Varna, Burgas și Plovdiv, este disponibil în 500 de supermarketuri, restaurante și magazine de delicatese din Bulgaria și este exportat în 13 țări diferite.

Acordând o atenție deosebită calității produselor și stabilindu-și propriul stil de boutique, Chilli Hills a devenit un simbol al calității și este lider pe piața produselor picante din Bulgaria.

Chilli Hills a câștigat numeroase medalii de aur și premii la expozițiile internaționale de produse alimentare și băuturi. În 2019, compania s-a asociat în primul lor punct de vânzare internațional în Vilnius, Lituania.

Chilli Hills este prima fermă oficială de ardei iute din Bulgaria.

Fabrica lor de îmbuteliere este situată la periferia Sofiei. Aceasta este autorizată în totalitate pentru procesarea și conservarea fructelor și legumelor. Aici se întâmplă magia!

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Datorită cererii tot mai mari pentru produsele lor, în vara anului 2017, ferma de familie și-a extins activitățile și a început să cultive ardei iute pe un al doilea amplasament din câmpiile fertile din centrul Bulgariei. 70 de tipuri de ardei din întreaga lume sunt cultivate pe 20 de acri de suprafață în aer liber și 10 acri de sere.

Laboratorul lor este situat în cadrul fermei și funcționează ca bază pentru dezvoltarea și testarea produselor. Sistemul lor de ultimă generație de cultivare în cutii de cultură le permite să pornească plantele devreme, cu un control perfect al temperaturii, luminii și umidității.

Toate produsele mărcii sunt 100% naturale, fără conservanți, coloranți sau agenți de îngroșare.

"De la sămânță la sticlă" este mantra brandului, ceea ce înseamnă că ei controlează întregul ciclu de producție, de la plantarea a peste 50 de tipuri de ardei iute, până la cultivare, procesare, ambalare și comercializare. În prezent, au peste 40 de linii de produse și colaborări cu alți producători de alimente artisanale, cum ar fi berea artizanală de ardei iute, coniacul picant, sarea gastronomică picantă, uleiul de măsline picant și multe altele, inclusiv, bineînțeles, cei mai iuți ardei din lume. În plus, aceștia oferă un atelier de producție - acesta este situat la periferia Sofiei. Complet echipat și licențiat pentru prelucrarea fructelor și legumelor. Aici este locul unde se întâmplă magia!

Gama lor "Balkan Hot Sauce" a devenit primul sos de ardei iute artizanal bulgăresc și include cel mai iute produs din țară.

Astfel, Chilli Hills are un conținut foarte bogat pe pagina lor web și în social media - videoclipuri atractive, informații interesante despre ardei, precum și rețete. Au fost prezentați în multe emisiuni tv și reviste populare din Bulgaria.

Nu în ultimul rând, Chilli Hills oferă "start your own brand opportunity": acest serviciu include dezvoltarea completă a unui produs picant în funcție de solicitările clientului.

<https://chilli-hills.com/en/home-en/>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



10. Hot Farm – o afacere de familie

Ferma Hot cultivă aproximativ 150 de soiuri de ardei iute. Ei închid întregul ciclu de producție - de la plantare, la culesul fructelor și până la produsul finit, și totul manual. Ei cred că este nevoie de dragoste și dedicare pentru a cultiva fiecare plantă în parte, la fel ca și ardeii iuți. Compania continuă să evolueze, creând noi produse inovatoare și sănătoase. Ei insistă pe creativitate, gust, originalitate și calitate absolută și fără precedent.

Logo-ul lor arată un ardei stors, ceea ce denotă simbolic cea mai distinctivă caracteristică a produselor lor - toate conțin ardei iute proaspăt natural, direct de la fermă, fără condimente, legume sau coloranți. Ei folosesc doar ardei de cea mai bună calitate pentru producția lor, iar controlul calității produselor este în întregime manual, începând de la selectarea semințelor, prin selectarea celor mai sănătoși și mai copti ardei și până la stabilirea prețului fiecărei picături de sos. În plus, Hot Farm separă piețele, zambilele și semințele. Prelucrarea fiecărui ardei face ca produsul finit să fie ușor tolerat de stomac și potrivit chiar și pentru persoanele cu gastrită, ulcer și alte probleme de stomac. Hot Farm a creat produse în care a înlocuit zahărul cu suc de mere. Acest lucru le permite să afirme că ardeii iute este sănătos!

Fondatorii sunt familia Rodinov - Hristo, Darina, Elena, Slavena și Stoyan. Ferma lor este situată la 15 km de capitala maritimă a Bulgariei - Varna, în satul Strashimirovo, la câteva minute de remarcabilul Pobiti Kamani. Acolo, clima și solul sunt splendide, ceea ce este de mare importanță pentru cultivarea plantelor. Familia dispune de 10 acri de teren și de sere unde îngrijește și cultivă plantele exotice, precum și de o instalație proprie realizată conform tuturor standardelor și tehnologiilor pentru cea mai bună calitate și trasabilitate.

Hot Farm este unică deoarece:

- Doar acolo se poate face o incursiune în lumea ardeiului iute, cu o vizită la fermă. Pentru a face din vizită o adevărată experiență în 2021, Hot Farm a creat o cameră de degustare Hot Tasting Room, care completează perfect Turul Picant.

- Aceștia creează produse cu o picanterie naturală, fără adaos de capsaicină artificială. Hot Farm folosește numai ardei naturali și proaspeți, direct din grădinile lor.
- Calitate 100% a produselor - fără OMG-uri, coloranți sau potențiatori artificiali.
- Doar în portofoliul lor se pot găsi ardei iuți fără adaos de zahăr, care sunt potriviți pentru diabetici.
- Prudență în fiecare picătură - produsele lor permit persoanelor cu stomacul sensibil să consume în liniște produse picante. Hot Farm folosește o tehnologie inovatoare pentru a îndepărta fiecare sămânță și coajă și pentru a proteja organismul.
- Fără deșeuri - producția în circuit închis le permite să nu aibă deșeuri. Tot ceea ce rămâne din producția produselor este folosit pentru turbă.

Pe pagina lor de internet se poate găsi un manual gratuit despre cultivarea ardeiului iute exotic.

Nu în ultimul rând, ei găzduiesc online un "Spicy show", în care invitații lor sunt puși în fața provocării de a mânca 10 aripioare, fiecare aripă succesivă fiind semnificativ mai picantă decât cea precedentă, în timp ce discută despre subiecte interesante în timp ce gustă.

<https://hotfarm.eu/>





11. Ferma Quinta da Lage, Portugalia

A Quinta da Lage este o fermă ecologică regenerativă situată în parcul natural de coastă din sud-vestul Alentejo, Portugalia. Proiectul constă în refacerea terenului folosind diferite metode de agricultură regenerativă și permacultură, cum ar fi captarea apei și proiectarea liniei cheie, pășunatul holistic planificat cu animale, agrosilvicultura, refacerea solului și grădinăritul fără semănat.

A Quinta da Lage este un proiect inovator, deoarece își propune să creeze speranță pentru generațiile viitoare, să arate ce posibilități practice există în ceea ce privește inversarea eroziunii solului și punerea în aplicare a restaurării terenurilor, a construcțiilor ecologice, a învățării bazate pe pasiune, a securității alimentare locale și multe altele.

<https://www.aquinta.org/>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 75 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



12. Atelier Pastel de nata în Malveira, Portugalia

Pastelaria Batalha a adaptat atelierelor sale populare de tarte cu cremă la vremurile actuale.

Acolo puteți face tarte cu cremă cu bucatarul unei afaceri de familie premiate este sugestia Pastelaria Batalha, pentru a vă bucura de timpul petrecut acasă. După ce a găzduit ateliere pentru turiști în magazinul său din Chiado, patiseria își dezvăluie acum secretele portughezilor, în cadrul unor cursuri online, ghidate de Chef João Batalha.

În cadrul cursului, susținut prin intermediul aplicației Zoom, participanții învață cum se prepară dulceața în întregime, cu ingrediente simple, inclusiv foitajul. "Idea este să privești, să înveți și să interacționezi, precum și să pui întrebări. La finalul cursului online, elevii vor primi rețeta detaliată prin e-mail și vor avea, de asemenea, suport prin e-mail pentru a răspunde la întrebări", se arată într-un comunicat.

Pastelaria Batalha este inovatoare, deoarece, spre deosebire de alte cursuri de Pastel de Nata din oraș, vă arată cum să faceți produse de patiserie ca profesioniștii. Apoi veți face crema de la zero și veți coace totul într-un cuptor profesional. Toți participanții fac cel puțin 3 produse de patiserie manual - întinderea aluatului cu o tehnică specifică Pastel de Nata, umplerea cremei, etc.

<https://pastelariabatalha.com/>





13. Nü Coworking Criativo, Portugalia

La Nü, vă puteți crea propriul suvenir din Porto, puteți învăța olăritul și vă puteți bucura de o dimineață sau de o după-amiază foarte creativă și relaxantă. Puteți realiza o piesă din lut modelat și pictat manual, pe care o puteți lua acasă patru zile mai târziu (deoarece trebuie să fie coaptă) sau o puteți expedia acasă. Puteți alege tipul de lut, tehnica, obiectul, formele și culorile.

Ideea a avut atât de mult succes încât, pe lângă cursuri, s-a format o rețea de oameni creativi în care ceea ce contează este dorința de a crea și de a face schimb de experiențe. Astăzi, la NÜ, sunt oferite diverse ateliere și cursuri individuale. Dacă doriți să faceți o pauză de la rutina zilnică aglomerată sau chiar să descoperiți abilități ascunse, NÜ este locul potrivit!

<https://nu-coworking-criativo.business.site/>

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 78 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





14. Parcul balnear și natural Pedras Salgadas

Parcul balnear și natural Pedras Salgadas este o stațiune turistică de 4 stele situată în nordul Portugaliei, la o altitudine de 580 de metri, în inima Parcului Pedras Salgadas, care aparține municipalității Vila Pouca de Aguiar, între Vila Real și Chaves.

La o oră și zece minute cu mașina de orașul Porto, Parcul Pedras Salgadas se mândrește cu o suprafață de 20 de hectare, cu opt kilometri de poteci care duc la descoperirea complexității sale. Aici toată energia emanată de natură rămâne intactă.

De fapt, Pedras Salgadas a fost o destinație de vacanță pentru familia regală. Astăzi, acest oraș balnear încântător a devenit o destinație la modă. Puterea apei și frumusețea naturală a parcului se combină pentru a atrage turiștii, care vin din toate colțurile lumii.

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 80 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.

Situate în inima parcului, integrându-se în mediul natural, se află Casele Eco, opțiunea ideală pentru sejurul dumneavoastră. Lucrarea arhitectului Luís Rebelo Andrade este modernă atât în ceea ce privește compoziția, cât și decorarea interioară. În interiorul Casei Eco se găsesc tehnologie de ultimă generație și o chicinetă complet echipată, iar la exterior, o terasă spațioasă.

<https://www.pedrassalgadapark.com/en/>





15. Hotel Paradinha Village, Arouca Portugalia

În satul Paradinha există 11 case, complet implicate în natura satului Paradinha. Toate au o vedere privată și exclusivă la râul Paiva.

În fiecare casă veți găsi simplitate și rafinament. Simplitate în minimalismul arhitecturii și al mediului interior. Sofisticare în design și confort, prezent în echipamentul și decorarea spațiilor noastre care 100% mărci portugheze de mare calitate pentru o experiență completă cu SYNTONY. Conceptul acestei dezvoltări este diferit de cel al unui hotel, cu camere individuale. Avem case modulare care ajung să ofere mai multă intimitate, ceva ce a fost căutat încă de la pandemie. Ne-am asumat această provocare în mijlocul naturii, un proiect care a fost făcut mai mult din pasiune decât din rațiune", dezvăluie el.

<https://www.syntonyhotels.com/>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 84 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



16. Gătitul în Piemonte

În casa de la țară în care locuiește proprietara, în mijlocul verdeții și a dragostei animalelor sale, ușile sunt mereu deschise pentru cei care decid să ia un curs de gătit, experimentând mâinile în aluaturi, încercând să fie bucătar pentru o zi. O experiență plină de arome, culori, emoții și multă bucurie. Pentru că a găti înseamnă a frământa, a decoji, a tăia, a amesteca, a găti, a tăia, dar și a râde, a glumi, a se relaxa și a împărtăși. Câte lucruri se pot face într-o bucătărie! Dacă apoi, printre răsete, le speli pe toate cu un vin piemontez bun, atunci devine cu adevărat un moment de neuitat...

Acesta este spiritul din spatele cursurilor de gătit: momente unice petrecute învățând cu bucurie.

O întoarcere la lucrurile simple, în care nu contează dacă știi deja să gătești sau dacă nu ai prăjit niciodată un ou în tigaie. Acesta nu este Masterchef sau chiar Cordon Bleu. Este un fel de casă deschisă pentru oricine dorește să învețe despre tradițiile bucătăriei piemonteze și să aibă o experiență adevărată și autentică pentru o zi.

Dacă vrei să înveți cum să pregătești o masă conform tradiției bucătăriei piemonteze, să cunoașterii micile, dar foarte importante secrete pe care bunica și mama le-au dat Raffaella (proprietara), să știi ce vinuri trebuie să însoțească mâncărurile, cursurile ei de gătit piemonteze sunt ceea ce cauți.

Fiecare curs este structurat ca o întâlnire între prieteni, în care fiecare contribuie la pregătirea diferitelor feluri de mâncare, experimentând toate etapele de pregătire. Și, ca toate întâlnirile între prieteni, întâlnirea se încheie savurând preparatele care vor fi fost pregătite, în mijlocul unor discuții plăcute, discuții, povești și, aproape întotdeauna, răsete.

Locația școlii de gătit este chiar casa sa. O fermă veche renovată, înconjurată de verdețuri la poalele dealurilor Langhe, unde trăiesc fericite 4 câini, 1 cal, 1 ponei, 3 pisici, 2 găini, broaștele din iaz și orice altă ființă mică aflată în nevoie care se prezintă la ușă.

Fiecare curs de gătit are loc în bucătăria mare și luminoasă a fermei sale, un pic în stil rustic, un pic modern. Insula centrală mare oferă până la maximum 10 posturi de lucru, completate cu toate echipamentele necesare pentru a pregăti mâncărurile.

În timpul cursurilor de gătit de la Cooking Piedmont, atmosfera este decisiv relaxată, oamenii comentează diferitele etape, gustă ingredientele, glumesc și, mai presus de toate, se distrează.

Un curs durează în medie 3 ore, incluzând o pauză de cafea și degustarea tuturor preparatelor cu degustare de vinuri.

Pentru grupuri, este posibil să luați prânzul sau cina la sfârșitul cursului, degustând mâncărurile pregătite în jurul unei mese prietenoase și un vin bun ales din lista noastră de vinuri, toate strict piemonteze.

www.cookingpiemonte.com







17. Bucătăria lui Jul Povești și rețete din Toscana

Giulia și Tommaso, proprietarii, au o bucătărie în zona rurală din Toscana, cu vedere la o curte, cu o grădină de legume, câțiva pomi fructiferi și ghivece pline de plante aromatice. Aici își gătesc mâncărurile inspirate din bucătăria toscană și italiană, cu ingrediente proaspete de sezon. Aceste rețete, gătite, testate, fotografiate și scrise cu grijă, converg aici, pe blog, împreună cu povești de viață cotidiană, povești despre ingrediente și producători și itinerarii turistice pentru a descoperi cărările mai puțin cunoscute ale Toscanei.

Juls' Kitchen s-a născut în 2009 pentru a vă inspira să gătiți mâncăruri simple în care strălucesc calitatea și prospețimea ingredientelor. Ei vor să vă arate cum mâncarea bună, onestă și de sezon este accesibilă tuturor. Fiecare rețetă este ca o formulă magică; te va ajuta să recreezi în bucătăria ta o atmosferă toscană autentică, făcută de ierburi aromatice, de sfârâitul unui soffritto în ulei de măsline sau de mirosul de pâine proastească.

Ingredientele din rețete sunt simple și de sezon. Giulia și Tommaso fac cumpărăturile la piață, cumpărând fructe și legume proaspete, de la măcelarul de pe stradă, de la producătorii locali și de la supermarketul din sat. La fel ca tine, sunt oameni normali, care încearcă să optimizeze timpul și angajamentele.

Nimic nu le dă mai multă satisfacție decât să știe că v-a plăcut una dintre rețetele lor, că a devenit parte din rutina familiei dumneavoastră. La urma urmei, mâncarea toscană este cea mai bună atunci când este împărtășită. De când Giulia și Tommaso lucrează și locuiesc împreună aici, în mediul rural, au decis să restaureze un loc vechi care a văzut atâta viață și istorie trecând de-a lungul anilor pentru a crea Juls' Kitchen Studio, un spațiu multifățetat în care lucrează zilnic la Juls' Kitchen: aici gătesc, scriu, fac fotografii, filmează rețete video.

Aici găzduiesc ateliere de gătit toscan, cursuri de scurtă durată de scriere culinară și fotografie culinară și, de două ori pe an, Three Acres Creative Gathering. Studioul Juls' Kitchen este un loc de întâlnire în care virtualul se amestecă cu realul, iar totul se întâmplă în jurul unei mese aranjate.

În fiecare an, ei organizează petrecerea Fettunta în curtea din spate, printre măslini. Este o modalitate excelentă de a vă întâlni cu prietenii și iubitorii de mâncare și de a petrece împreună.

Dacă doriți să aveți parte de o experiență unică, concepută special pentru a se potrivi gusturilor și nevoilor dumneavoastră, puteți alege unul dintre cursurile de gătit toscan la cerere. Veți putea crea împreună cu ei un meniu complet, de la aperitiv la desert. Dacă alegeți experiența cu o vizită la piață, veți avea, de asemenea, ocazia de a face cumpărături împreună.

Cursul are loc în studioul lor, situat într-o casă de țară tradițională pe dealurile toscane, între Siena și Florența.

Momentan, cursurile de gătit se țin doar în limba engleză, astfel încât să poată satisface (aproape) toate solicitările.

O vizită la piață este o scurtătură pentru a descoperi cultura și tradițiile alimentare ale unei țări.

Dis-de-dimineață, participanții cu Giulia și Tommaso se vor întâlni pentru un mic dejun italian la o cafenea locală: ne vom cunoaște mai bine discutând la o selecție de produse de patiserie și savurând un cappuccino, espresso sau macchiato.

Apoi, veți avea ocazia să faceți cumpărături împreună la piața locală de fructe și legume și să vizitați măcelarul local. În acest fel, participanții pot concepe împreună meniul, alegând cele mai proaspete ingrediente locale. Ei vor învăța cum să aleagă și să folosească cele mai bune produse de sezon.

După piață, se vor îndrepta spre atelierul de gătit de la țară, unde vor putea găti împreună un festin toscan de sezon, lucrând la un meniu tradițional, de la aperitive la deserturi. Cursul se va încheia cu un prânz, care va avea loc în grădina de măslini sau în studio, în funcție de vreme.

<https://it.julskitchen.com/>



18. Borgo I Vicelli Relais Florence - Borgo I Vicelli Relais Firenze

Borgo I Vicelli Relais Florence este o stațiune din Toscana, unde visele prind contur, iar oamenii redescoperă un contact revigorant cu natura autentică.

La ieșirea din Florența, oaspetele ocolește dealurile cu plantații de măslini până la Bagno a Ripoli și intră într-un cadru tipic toscan și descoperă o locație country chic, unde Chianti și-a pus pecetea originală. Astfel se ajunge la priveliștea acestui încântător borgo diffuso, un agroturism și relais fermecător compus dintr-o vilă din secolul al XIX-lea, o veche moară de ulei, un hambar și câteva cabane. O stațiune de wellness cu piscină și spa, locul perfect pentru a sărbători o nuntă, pentru a celebra o aniversare și pentru ca oamenii.

În jurul clădirilor din piatră se întinde un parc cu gazon și copaci maiestuoși, care oferă un fundal teatral pentru terasa belvedere. Pe iarba verde și luxuriantă se are ocazia de a practica cursuri de yoga și tai-chi, dedicate celor care caută o pauză de meditație și echilibru. La marginea grădinii se află domeniul resortului Relais, cu nu mai puțin de 2.500 de măslini, datorită cărora proprietarii produc în fiecare an un ulei de măsline extravirgin organic de calitate (printre vedetele meniului de la restaurantul Evo).

Mergând și mai departe, puteți găsi pădurea de stejari, unde vă puteți plimba cufundat în tăcere și liniște relaxantă, dar și căuta trufe împreună cu expertul din Borgo (și câinele său dresat!).

Borgo I Vicelli Relais Florence nu a fost întotdeauna un relais pe dealurile toscane; a fost inițial un mic sat format dintr-un hambar, o fermă și o presă de măsline. De secole, vocația sa a fost aceea de fermă distinctă toscană, menținută de-a lungul timpului și reînnoită în fiecare an în timpul sezonului de măsline.

Cu un număr de 2.500 de măslini din soiurile Moraiolo, Leccino și Frantoiano, relaisul produce un ulei de măsline extravirgin organic de cea mai bună calitate, care este, de asemenea, vedeta meniurilor de la restaurantul Evo Al 588.

Activitatea de morărit a fost prezentă până în anii 1980 (cu o instalație ultramodernă la acea vreme).

Măslinile sunt culese manual între sfârșitul lunii octombrie și sfârșitul lunii noiembrie, iar presarea la rece are loc în termen de 24 de ore de la recoltare, pentru a asigura un produs proaspăt, fără nicio alterare, un suc de măslin organic pur, care este vândut tuturor oaspeților care îl solicită.

Grădina de legume și livada, completată de livada de citrice, asigură, de asemenea, o continuitate solidă cu trecutul secular: produsele care sunt oferite în rețete și preparate sunt exclusiv kilometrul zero și adesea provin direct de pe câmpurile lor.

Borgo I Vicelli Relais Florence este mult mai mult decât un agroturism în Toscana, în apropiere de Florența, este un relais "all inclusive" capabil să ofere experiențe exclusive, cum ar fi o degustare de vinuri însoțită de Amedeo, somelierul restaurantului Evo.

Aici, latura cea mai apropiată de dimensiunea agroturistică pe care o arată resortul este cultivată zilnic, pentru a garanta oaspeților un adevărat mariaj între cercetarea inovatoare și punerea în valoare a tradițiilor toscane. Nunta perfectă între frumos și bun, trecut și prezent, într-o locație strategică pentru a explora întreaga regiune (Pisa, Lucca, Siena, Montalcino, Arezzo, chiar și marea și pădurile din Casentino și Maremma, toată Toscana și Florența, bineînțeles), o oază de wellness și pace unde, pe lângă mâncarea și degustarea produselor de kilometru zero, puse în valoare de rețete milenare, modificate prin atingeri de creativitate tânără, vă puteți dedica regenerării frumuseții corpului și relaxării minții.

Proprietarii oferă masaje profesionale și tratamente de înfrumusețare, cursuri de tai-chi și aerobic în apă, sesiuni de yoga pe gazon, plimbări pe aleile înconjurată de verdețură și chiar un antrenor personal pentru a vă menține în formă.

Pentru a aduce simțurile în al șaptelea cer, ei oferă și o degustare de ulei organic, vin sau miere, o modalitate de a vă bucura de o excursie fermecătoare în liniște absolută.

Proprietarii oferă, de asemenea, un serviciu de ghidaj prietenos: sugestii despre cum să vizitați toate cetățile medievale din Chianti. planificați un tur de shopping (în centrul Florenței sau la The

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 93 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Mall Outlet din apropiere) sau recomandați trasee de trekking sau ciclism montan, și chiar echitație, golf și tenis.

www.borgoivicelli.com



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 94 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 95 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



19. Cooking Class Amalfi Coast - Clasa de gătit Coasta Amalfi

Bucătarul-șef, Vito Piccolo, se poate lăuda cu o experiență de peste un deceniu în domeniul restaurantelor. Pasiunea sa pentru gătit a început în familie, datorită mamei și unchiului său, Tobia, care i-au arătat calea pentru a deveni bucătar.

După ce a lucrat în mai multe restaurante din Europa și Italia, dintre care câteva cu stele Michelin, acum este Patron Chef la restaurantul Melchiò, în frumosul peisaj al Coastei Amalfi, în Furore.

Aici a decis să înceapă un alt proiect, cel al cursurilor de gătit cu bucătari italieni.

Un loc în care pasionații și turiștii pot încerca arta culinară, punându-se la încercare cu mâncăruri tradiționale italiene și mediteraneene, făcând acest lucru - însă - pornind de la produs, de la autenticitatea și sezonalitatea lui.

De aceea, de patru ani încoace, a luat avânt aventura cursurilor de gătit, împărțite pe pachete, care merg în întâmpinarea dorinței celor care participă la ele.

Bucătarul nostru îi ghidează pe oaspeți prin preparate din pește, mâncăruri tipice napolitane și mediteraneene, pizza și deserturi tradiționale, un mod de a se simți aproape de oamenii și de tradiția culinară a țării noastre.

O misiune, pe scurt, aptă să dea valoarea și importanța cuvenită fructelor unui pământ fertil și atât de generos cu locuitorii săi: Coasta Amalfi.

Descoperiți secretele bucătăriei italiene: încercați cursul de gătit pe Coasta Amalfi, între Furore și Positano!

În fiecare zi, cu excepția zilei de luni, din martie până în octombrie, puteți lua parte la una dintre experiențele oferite de pachetele noastre și vă puteți alătura bucătarului nostru, Vito Piccolo, pentru a descoperi ce se ascunde în spatele bucătăriei tipice italiene și de pe Coasta Amalfi și pentru a pregăti mâncărurile gustoase din meniu într-o bucătărie minunată cu vedere la mare!

Nu toată lumea are ocazia să încerce să se priceapă la bucătăria și produsele italiene. De aceea, personalul de la Melchiò s-a gândit să ofere această oportunitate și, asistat de bucătarul-șef, veți putea înțelege trucerile și dinamica preparării mâncărilor tradiționale din Campania, transmise de ani de zile, revizuindu-le poate cu o notă de imaginație.

Clasa va avea loc în aer liber, într-un cadru poetic cu vedere la mare. După o vizită în grădina organică și un prosecco de bun venit, Chef Vito se va alătura participanților la pregătirea preparatelor din pește, care vor putea fi savurate în timp ce sunt legănate de briza mării și savurează un vin bun.

www.cookingclassesamalficoast.com







20. Bucătăria lui Marco

Bucătăria lui Marco este situată în nordul Italiei, în districtul lacustru de pe Lacul Maggiore, foarte aproape de Milano și de Aeroportul Malpensa.

Serviciile de bucătar la domiciliu, cursurile de gătit și formarea de echipe de bucătari sunt disponibile în întreaga regiune, în Milano și pe Lacul Como. Pasionat de gătit, după ce a gătit ca amator timp de 35 de ani pentru familie, prieteni și colegi, din 2017 Marco a început ca profesionist, activitățile sale includ cursuri de gătit, team building, home chef și restaurant la domiciliu.

Marco crede cu credință că, prin intermediul mâncării, călătorii pot avea conexiuni mai semnificative cu oamenii și cultura locală.

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 99 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Bucătărie italiană tradițională, din nordul și sudul Italiei, felurile de mâncare sunt foarte diferite, dar gustul este întotdeauna excepțional!

Folosește numai produse proaspete de sezon, organice, de la producători locali, ori de câte ori este posibil.

Marco's Kitchen creează experiențe culinare intime.

Un număr maxim de 8 cursanți permite intimitatea și vă veți simți ca acasă. Cursurile de gătit care sunt oferite sunt diverse: variază de la cursuri de gătit tradiționale și cursuri de paste la cursuri de gătit fără gluten și vegane.

De asemenea, sunt oferite cursuri de gătit online, pentru a oferi posibilitatea oricui din Italia și nu numai, de a putea aprofunda tehnicile și secretele bucătăriilor din zona locală.

O altă ofertă interesantă este aceea de a oferi participanților posibilitatea de a găti cu prietenii lor împreună cu un expert precum Marco.

Participanții vor găti într-un cadru înconjurat de natură:

în camera de zi încălzită de șemineu iarna, răcoroasă în pădure vara, folosind ingrediente organice de la producătorii locali. Împreună cu Marco, participanții pot conveni asupra meniului, iar el va cumpăra personal ingredientele necesare, acolo unde este posibil vor fi ingrediente organice de la producătorii de la Km. 0.

După aceea Marco se va ocupa de servirea mesei, pentru a-i lăsa pe participanți liberi să împartă cu prietenii preparatele pe care le-a pregătit pentru ei.

<https://marcoskitchen.it/>





21. Programul Comunități gastronomice

Este un proiect gestionat de site-ul web al Ghidului gastronomic grecesc și se referă la descentralizarea gastronomiei naționale. În acest fel, gusturile și rețetele locale, împreună cu soiurile de vinuri, pot fi identificate în mod individual, pentru ca economia locală să fie potențată. Pe lângă apariția identității gastronomice a fiecărui loc, toți profesioniștii din fiecare regiune pot colabora pentru a evidenția parametrii semnificativi care au nevoie de un impuls sau pentru a sprijini conexiunile reciproce între diverse regiuni. În acest fel, destinațiile gastronomice și viticole sunt promovate în întreaga țară și în afara granițelor sale, creând în același timp o rețea puternică și un ecosistem concret de părți interesate relevante.

Inițial, programul s-a bazat pe cartea "Comunități gastronomice - destinații gastronomice" scrisă de jurnalistul George Pittas și a fost distinsă cu Premiul de Aur în cadrul Premiilor

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁰² (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Turismului 2019. Întreaga idee a fost stabilită într-un Manifest și își propune să aducă extroversiune, să creeze portofolii gastronomice, să dezvolte programe de formare, să respecte valorile (Localitate, Calitate, Colaborare, Angajament propriu) și materiile prime din fiecare regiune și să invite oameni din întreaga lume "să se întâlnească la aceeași masă" și să se bucure de delicatesele grecești.

Proiectul dorește să schimbe mentalitatea restauratorilor, hotelierilor și a persoanelor care se ocupă de turiști în general, să sprijine sinergiile locale și naționale, să redefinească leadershipul și să lucreze la sprijinirea educației și formării profesionale. Ideea generală este de a crea o experiență globală pentru fiecare destinație și o sinapsă între cultură, gastronomie și un loc (care este considerat a fi o tendință și un branding al gastronomiei grecești).

Stabilirea unei rețele locale care reușește să fie interconectată în același timp.

Promovarea gusturilor și a produselor locale puternic legate de fiecare destinație turistică, pentru a se bucura de gastronomia locală fără a pierde timp.

Legătura dintre gastronomie și formare profesională, în vederea introducerii culturii locale și a gastronomiei în programele de învățământ profesional existente.

<https://www.greekgastronomyguide.gr/en/gastronomikes-koinotites/>

Educational programme



From the national to the local and from the local to the national



Discover **Descoperiți** cursul de bucătărie mediteraneene

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁰⁴ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



22. Descoperiți cursul de bucătărie mediteraneeană

Acest curs este organizat de Institutul Culinar al Mediteranei și are ca scop familiarizarea participanților cu multe mâncăruri tradiționale populare și chiar crearea lor. În special, aceștia pot gusta ingrediente mediteraneene și pot lua lecții de gătit pentru a învăța cum se prepară cele mai populare mâncăruri. Echipa este formată din bucătari foarte pricepuți, care îi vor ghida pe cursanți, iar programul organizează, de asemenea, vizite la producători locali, astfel încât participanții să vadă cum se produc rețetele.

Persoanele interesate de acest program se vor familiariza cu bucătăria mediteraneeană. Bucătarii de înaltă calificare le vor oferi un ghid eficient și vor învăța cum să pregătească singuri cele mai reprezentative mâncăruri. În plus, vor vizita producători locali și vor vedea de aproape cum se prepară aceste feluri de mâncare, ceea ce îi va ajuta să aibă o experiență aprofundată cu bucătăria mediteraneeană.

<https://www.mediterraneanculinary.com/mediterranean-cuisine/>







23. Atelier de gătit grecesc

Atelierul de gătit grecesc este organizat de Katerina's Kouzina, care se află în Insula Poros. Aici, cursanții vor cunoaște bucătăria mediteraneană, precum și trucurile și secretele sale culinare. Katerina, conducătoarea acestui atelier, îi va îndruma pe participanți la realizarea rețetelor tradiționale. Cursanții vor vizita, de asemenea, piața locală din Poros și ferma de măsline a Katerinei pentru a recolta și colecta ingredientele necesare. După toate acestea, participanții vor avea ocazia să deguste ceea ce au făcut.

Participanților li se oferă posibilitatea de a învăța cum să gătească mâncăruri mediteraneene și să pregătească rețete tradiționale. De asemenea, ei vor putea participa activ la recoltare și la colectarea ingredientelor de care vor avea nevoie. Nu în ultimul rând, vor vizita piața locală din Poros și se vor familiariza cu modul de viață tradițional.

<https://katerinaskouzina.com/greek-cooking-workshop/>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁰⁹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 110 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



24. O călătorie culinară de 12 zile prin Grecia (Atena - Naxos - Santorini - Creta - Atena)

Aceasta este o aventură culinară de 12 zile, în care participanții au șansa de a explora gastronomia Greciei și de a dobândi noi cunoștințe. Tururile sunt axate pe mâncare, în timp ce participanții pot, de asemenea, să învețe cum să pregătească mâncăruri locale și să viziteze câteva crame locale sau muzee. Destinațiile călătoriei sunt Atena, Naxos, Santorini și Creta, locuri care au o lungă istorie culinară.

Acesta este un ghid turistic gastronomic, ceea ce înseamnă că participanții au ocazia de a intra în contact cu gastronomia grecească și chiar de a învăța cum să pregătească mese locale. De asemenea, vor învăța istoria bucătăriei grecești vizitând muzee sau alte locuri, cum ar fi vinăriile locale.

<https://unforgettablegreece.com/culinary-journey-greece>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 111 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹¹² (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



25. Lecții de gătit și mic dejun, Narlis Farm (Sifnos, Grecia)

La Ferma Narlis, vizitatorii vor participa la pregătirea unui mic dejun autentic din insula Sifnos, care include miere locală, marmeladă de casă, brânză și ouă produse de fermă. Vizitatorii vor participa, de asemenea, la colectarea produselor pentru mesele zilei și vor pregăti prânzul. La finalul zilei, vor avea ocazia să își aleagă vinul și desertul preferat.

Participanții vor face cunoștință cu bucătăria locală din insula Sifnos și vor experimenta la fața locului procedura de cultivare. Vor învăța beneficiile gastronomiei grecești și vor produce mese sănătoase pe tot parcursul zilei. În general, vizitatorii se vor simți ca și cum ar fi localnici.

<https://gastronomytours.com/tour/cooking-lessons-and-breakfast-narlis-farm/>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹¹⁴ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



26. Cob Village: Mini sat prietenos cu mediul înconjurător unic în România

Situat pe Valea Buzăului, la aproximativ 20 km de orașul Buzău, Cob Village este un mini-sat de lut format din 5 case și un restaurant, care se dorește a fi unic atât în țară, cât și în afara ei, prin însăși metoda de construcție. Casele sunt construite din cob, acel amestec de pământ argilos, nisip, paie și apă, care, modelat cu grijă de mâna omului, poate transforma o construcție obișnuită într-un loc de vis care îți va aminti cu plăcere de casa bunicilor sau se va transpune într-o lume de poveste, amintindu-ți de lumea minunată a copilăriei. Casele sunt orientate concentric pentru a te menține în această lume, pentru a te rupe de realitatea înconjurătoare, care te retranspune în viața de zi cu zi. Obiectivul Cob Village este de a arăta tuturor că se poate adapta o construcție eco-friendly la confortul cotidian, ducând toate simțurile la un nivel superior, atât prin arhitectura caselor, cât și prin mâncarea sănătoasă pe care dorim să o oferim și activitățile recreative în mijlocul naturii. Deși casele arată la fel, ele sunt unice pentru că mâna omului nu poate crea copii fidele. Nișele, sticlele, borcanele, parbrizele, pietrele și chiar salcâmi folosiți ca stâlpi de rezistență în construcția clădirilor conferă unicitate fiecărei încăperi în parte. Cob Village oferă cazare în Berca cu Wi-Fi gratuit și vedere la curtea satului de lut, cu căsuțe orientate concentric pentru a oferi o pauză de lumea reală. Oaspeții au la dispoziție un bar, un restaurant, un foișor și o vedere minunată la Valea Buzăului. Oferind parcare privată gratuită, acest mini-sat ecologic este situat în viitorul Geoparc "Ținutul Buzăului", regiunea Buzău plină de fenomene naturale unice în Europa: Vulcanii noroioși, așezările rupestre Colți-Aluniș-Nucu, Ținutul Luanei. Deși locația dispune de 20 de camere, în prezent doar 16 dintre ele sunt disponibile pentru cazare. Fiecare cameră are baie proprie, cu o suprafață de 18 metri pătrați, încălzire prin pardoseală, mobilier din lemn construit de artizani locali. Pentru un confort sporit al clientului, camerele au fost dotate ulterior cu televizor, frigider și conexiune la internet, deși proiectul nu prevedea tehnologie în camere. Cob Village este un restaurant cu specific tradițional local care încearcă să readucă aromele și spiritul autentic românesc prin preparatele proprii. Decorul eco-friendly, mâncărurile gustoase pregătite în bucătăria proprie conferă localului un plus de experiență și autenticitate. Satul eco-friendly este locul ideal pentru desfășurarea de activități extracurriculare și ateliere de lucru cu cei mici.

Bucurându-se de natură și de aer curat, aceștia nu numai că au parte de mese sănătoase, dar pot participa la activități precum ateliere de gătit (preparare de produse din grădină, briose, turtă dulce), ateliere de pictură pe lemn și piatră, ateliere de modelaj în lut, ateliere de grădinărit.

Acest proiect de pionierat este deosebit de important, deoarece zona suferă de o lipsă de infrastructură, de promovare turistică și de un brand culinar. Prof. Nicoleta Marin, administratorul Cob Village, consideră că cererea în turismul rural este mai mare decât oferta din zona Buzău, care în ultima vreme a fost asaltată de turiștii care vor să încerce cazarea sustenabilă, mâncarea mai sănătoasă și să evite aglomerația urbană sau pe cei din hoteluri, cu multe spații comune. "Sunt foarte multe resurse pe care locuitorii din mediul rural le pot oferi, dar nu știu să le valorifice, să le exploateze și să le vândă mai departe."

Cob Village a fost construit de o tânără profesoară din Buzău, Nicoleta Marin. Ea își dorea de mult timp să investească în eco-tehnologii. Inițial, ea avea în minte un alt proiect, dar a ajuns la ideea unei pensiuni în speranța de a reînvia Berca, un loc frumos din Buzău. Iar pensiunea ei atrage foarte mulți oameni interesați de casele naturale. Aici au avut și au loc o mulțime de ateliere de lucru, unde voluntarii și curioșii pot învăța mai multe despre tehnicile de construcție cu materiale tradiționale sau despre sisteme inovatoare, cum ar fi acoperișurile verzi. Nicoleta consideră Cob Village Berca un adevărat centru cultural, unde se organizează evenimente, de la târguri la ateliere, de la spectacole la tabere, pentru toți cei interesați de un stil de viață sănătos.

Acest mini-sat este construit pe principii ecologice, iar casele sunt realizate din materiale de construcție naturale. În pereții exteriori au fost amplasate sticle de diferite culori, precum și parbrize de mașină prin care intră lumina de afară. A fost o muncă titanică, care a necesitat multe resurse financiare și fizice. Tencuiala exterioară este formată dintr-un amestec de nisip, păr de capră, balegă de vacă și puțină apă.

Tabla de pe casă, cu fumuri specifice Văii Buzăului, este cartea de vizită a pensiunii Cob Village. Cârnații de Pleșcoi, babilicul de Buzău, afumăturile sunt indispensabile în mozaicul de delicatose tradiționale din zonă.

Facebook: <https://www.facebook.com/CobVillageBerca>

Website: <https://cobvillage.ro/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 117 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 118 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





(Sursa: <https://cobvillage.ro/>)

27. Muzeul Militar - Parcul Arsenal

În 1936, Regele Carol al II-lea a ordonat amenajarea unui spațiu experimental pentru armată, la intrarea în Orăștie. În timpul regimului comunist, pe acest teren a funcționat o fabrică de muniții.

În 2003, în locul ei s-a născut o idee: O oază de vacanță. În 2009, Arsenal Park și-a deschis porțile și a devenit unul dintre obiectivele strategice în turismul românesc. Aleile complexului sunt păzite de 150 de exponate militare: Tunuri, taburi, transportoare cu șenile, dispozitive antirachetă, mitraliere și tunuri antiaeriene, lansatoare de rachete, camioane militare, o ambulanță militară, o locomotivă, un avion AN IAR 93, un elicopter Kamov Ka 26.

Oaspeții pot explora o suprafață de 88 de hectare și 12 kilometri de alei în mijlocul unei păduri de foioase și o mulțime de activități pentru a-i menține antrenati. Adrenalina și relaxarea sunt cele mai fericite modalități de a completa la Arsenal Park. Activitățile captivante alternează cu sesiuni de odihnă pentru corp și minte.

Pe cât de disciplinați sunt ospătarii, pe atât de indisciplinat este meniul. Fasolea casonă din cazan este acum depășită numeric de diverse feluri de mâncare. Pe stilul de vânatoare: Barbeque cu cartofi copti sau în stil transilvănean, celebrul Brad sau Salasu virsli, balmoș sau frământat de brânză, plăcinte tradiționale umplute cu varză, ceapă, carne sau prune. Turul de forță în bucătăria locală nu se poate încheia fără un strop de afinata sau coniac (acum permis în unitate).

Elementul de noutate este transformarea unui fost spațiu de armament și muniție într-un parc turistic dedicat activităților de recreere și în aer liber. Arsenal Park este un concept unic, un complex turistic cu tematică militară în România și în Europa de Sud-Est. Este cel mai mare muzeu militar în aer liber. Din România. Arsenal Park este singurul complex turistic cu tematică militară din România și Europa de Sud-Est. Complexul are 3 stele pe epoleți și o capacitate de cazare de 230 de locuri în tabere, camere cu baie, camere de soldat, camere de ofițer sau luxoasele apartamente de colonel și vile de general.

Website: <https://arsenalpark.ro/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹²¹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹²² (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



(Sursa: <https://www.gohunedoara.com/en/list/cazare/cazare-cu-piscina/orastie/arsenal-park/>)

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹²³ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



28. Tren hotel- Carpatia Express

Trenul-hotel este o modalitate de transformare a pieselor vechi în obiecte turistice cu efecte benefice pentru comunitatea locală și recuperarea unor deșeuri.

Pe lângă farmecul autentic al vagoanelor de dormit, "Carpatia Express" oferă 20 de compartimente de dormit, dotate cu tot ce este necesar pentru confortul dumneavoastră. Un compartiment oferă două locuri de dormit. În cazuri excepționale, pentru o familie cu un copil mic, se poate folosi un al treilea pat. doar 50 de metri îi despart pe oaspeți dimineața de locul de plecare din Mocănița spre Valea Vaserului.

Vagonul restaurant din "Carpatia Express" este deschis și pentru persoanele care nu stau în tren.

În fruntea trenului se află o locomotivă cu aburi istorică, construită la uzinele din Reșița, după un model german. Această "piesă" valoroasă a fost complet restaurată și renovată la Vișeu de Sus. Trenul se află pe terenul stației CFF Vișeu de Sus Hotel Oaspeții hotelului își pot parca mașinile în zona închisă și păzită a gării.

O unitate de cazare în interiorul gării este o idee veche a managerilor CFF Vișeu de Sus, care a apărut de câțiva ani.

Acest tren hotel reprezintă o noutate absolută în industria hotelieră, o ofertă unică de cazare în România.

O modalitate originală de cazare pentru cei care iubesc căile ferate sau pentru cei care doresc să trăiască o experiență deosebită. Garnitura este formată dintr-o locomotivă cu aburi, un vagon restaurant și două vagoane de dormit.

Website: <https://primariaviseudesus.ro/trenul-hotel-carpatia-express/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹²⁵ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





(Sursa: <https://www.eco-romania.ro/alte-zone/trenul-hotel-carpatia-express/>)

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹²⁶ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



29. Ferma Dacilor: Cazare și experiențe culinare unice într-un loc istoric

Această stațiune rustică, presărată cu case în copaci și bungalouri dacice, este situată în satul Tohani, județul Prahova. Drumul de aici se numește Drumul Vinului. De o parte și de alta, podgoriile se întind la înălțime, lăsând loc pentru boabele coapte și pofta de un pahar de vin autentic românesc. Drumul Vinului este un proiect de dezvoltare a zonei turistice din Prahova. Acesta reconstruiește un segment vechi al unui drum al vinului folosit de romani pentru a traversa Europa.

Drumul are o lungime de 60 de kilometri, traversând treisprezece localități din Prahova. Dintre acestea, cele mai recunoscute pentru podgorii și crame sunt Urlați, Ceptura, Valea Călugăreasca și Tohani.

Atracțiile pentru antrenamentul de agrement sunt: Parapantă, tiroliană, tiroliană, enduro, echitație, incursiune în lumea animalelor și hrănirea lor, vizite ghidate la cramele din zonă, șah, remy, table, darts, tir cu arcul. Turiștii au privilegiul de a tăvăli niște coaste de fier în bere în dulceață de ardei iute, direct pe blatul de masă sculptat în piatră cu inserții de cozonac, extrase de pe fundul Mării Sarmatice - uscat acum câteva milioane de ani Primesc, de asemenea, statutul oficial de daci de seamă și dreptul de a se cuibări în somn adânc în colibe dacice construite cu metode și materiale tradiționale de odinioară.

Elementul de noutate este reprezentat de bungalourile dacice. Drumeții care vor să experimenteze modul de viață al dacilor se pot caza în case din piatră și lemn. Acoperișurile și întreaga construcție sunt deosebite. Nu te poți abține să nu le vezi frumusețea de la distanță. Situată pe un deal, cheamă călătorii cu un strigăt de luptă. Este lupta dintre prezent și trecut. Omul se luptă să lase trecutul deoparte, fără să știe că tocmai acesta îi dă pace. Ferma Dacilor a devenit în timp un loc de poveste, unde trecutul ajunge din urmă prezentul doar pentru a ne reaminti, din când în când, că valorile străvechi trebuie păstrate cu grijă și transmise cu mândrie mai departe.

Website: <https://www.fermadacilor.ro/ro/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 128 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





(Sursa: <https://www.wildventure.ro/ferma-dacilor-tohani-contact/>)

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹²⁹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



30. Eco-Brunch - destinație ecoturistică Țara Dornelor

Turistul are ocazia de a observa cum meșteșugurile din trecut prind viață și cum se desfășoară poveștile locale. Oaspeții de pretutindeni vor avea ocazia să petreacă câteva ore liniștite în mijlocul naturii, să deguste o varietate de mâncăruri pregătite de gazdele locale, să exploreze zona pe jos în compania ghizilor și să pătrundă în tainele meșteșugurilor și obiceiurilor locale (demonstrație de dogărit, cu expunere practică a modului în care se folosește rana pentru a prelucra și transforma laptele în caș și urs, susținută de localnicii pricepuți, Atelier de sculptură în lemn, prelucrarea oaselor și a cornului. Câteva exemple: Ciorbă de păstrăv, saramură de păstrăv, costiță cu smântână, căpșuni cu smântână și polenta servită ca desert autentic bucovinean, friptură cu brânză de vaci (cornulețe), carne cu ciuperci și legume, balmoș și țuică, plăcinte cu varză, brânză murată și preparate din carne de porc cu produse locale.

Acestea vor fi udate cu băuturi răcoritoare precum hidromel, limonadă cu siropuri naturale din fructe de pădure și cireșe.

Toate acestea, într-un univers dominat de animale și de cai regali. Prin intermediul expoziției cu vânzare, participanții vor putea achiziționa obiecte personalizate cu imaginea eco-destinației Țara Dornelor și a principalelor atracții naturale din satul Șaru Dornei, realizate de Studioul Chiriluș Vatra Dornei, produse apicole, marca "Bun din Bucovina", siropuri/margarete și brânzeturi de la producători locali.

Acest târg reprezintă un eveniment de cultură gastronomică, de socializare, de promovare a produselor locale. Elementul de noutate este reprezentat de modalitatea de promovare și vânzare a produselor tradiționale de către micii întreprinzători, respectiv identificarea și înregistrarea caselor valoroase pe o hartă interactivă și prezentate în albumul Case tradiționale din Bucovina. Organizatorii vor realiza un ghid de intervenții și mici reparații cu tehnici adaptate pentru protejarea construcțiilor tradiționale, în ghiduri de antreprenariat turistic și în albume cu proiecte de arhitectură care propun soluții de transformare și modernizare a caselor vechi, pentru integrarea armonioasă în peisajul existent.

Website: <https://taradornelor.ro/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹³¹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





(Sursa: <https://taradornelor.ro/pe-cai-eco-brunch-de-vara-in-tara-dornelor/>)

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹³² (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



31. GEOABEJAS – Companie tradițională de miere

Geoabejas este rodul tradiției apicole a unei familii dedicate albinelor și mierii, reprezentând a cincea generație dedicată acestei profesii pe care o tratăm ca pe o artă.

Am colectat atâta miere cât și experiență de-a lungul anilor, ceea ce ne avizează ca firmă apicolă specializată în miere, în a face cunoscut acest produs în lume și în a demonstra că mierea Geoabejas este un produs unic, original și diferit.

1. Crearea unui site web accesibil tuturor audiențelor.
2. Promovarea activităților din cadrul fermei apicole propriu-zise.
3. Aproximarea cumpărătorului de procesul de creare a mierii prin intermediul fotografiilor și/sau a filmelor video.
4. Posibilitatea de a adopta un stup.
5. Opțiunea "Apicultor pentru o zi", în cadrul căreia se desfășoară activitățile fermierului.
6. Ateliere de extracție a mierii.
7. Blog pe internet cu rețete care utilizează produsul lor.
8. Ușurința de cumpărare și gateway de plată pe site-ul web.
9. Design accesibil și adaptabil la dispozitivele mobile.
10. Campanie de promovare pe rețelele de socializare și muncă de poziționare pe web.

Contact: <https://geoabejas.com/> - <https://www.facebook.com/Geoabejas/>





32. NATURVIE –Ulei de măsline natural

Naturvie produce un ulei de măsline extravirgin unic și exclusivist, moșia lor "El Hoyo" este situată în comuna Oliva de Mérida, Badajoz, la poalele Sierra del Conde, și se întinde pe mai mult de 500 de hectare, unde coexistă peste 15 soiuri de măslini. Cu aceste diferite varietăți de măslini, Naturvie creează monovarietalele sale Arbequina, Cornezuelo, Frantoio și noile venite, Manzanilla Cacereña și Koroneiki. Acesta din urmă de origine grecească, care ne încântă cu proprietățile sale, atât de rar întâlnite pe piața națională și pe care, totuși, Naturvie a avut ocazia să le aducă în ferma sa de peste 20 de ani.

1. Crearea unui site web accesibil tuturor audiențelor.
2. Tururi ghidate ale domeniului.
3. Personalizarea cutiei gastronomice.

4. Inovare și creare de arome în uleiul de măsline, în special cu note de portocală, respectiv de lămâie.
5. Carnet de rețete cu utilizarea produsului propriu.
6. Design modern al ambalajului.
7. Nu își limitează producția doar la uleiul de măsline, ci creează și alte produse, cum ar fi pateuri, gemuri, oțeturi...
8. Ușurința de cumpărare și gateway de plată pe web.
9. Design accesibil și adaptabil la dispozitivele mobile.
10. Campanie de promovare pe rețelele de socializare și muncă de poziționare.

<https://www.naturvie.com/> - <https://www.facebook.com/Naturviegourmet>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 137 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



33. Agricultura BALAM- Inovare în agricultură

Aceștia modelează agricultura de mâine, o agricultură care combină productivitatea și dezvoltarea durabilă printr-un nou model de afaceri. Și vă oferă instrumentele de care aveți nevoie pentru a vă face culturile mai productive, mai profitabile și mai durabile.

1. Consultanță tehnică agricolă.
2. Analiza problemei.
3. Elaborarea planului de tratament.
4. Soluții de protecție a culturilor.
5. Executarea și controlul planului de tratament.
6. Agricultura cu carbon.
7. Proiecte de sustenabilitate integrală.
8. Infrastructuri pentru biodiversitate.
9. Calcularea amprentei de carbon în agricultură.
10. Protocolul privind agricultura sferică.

Contact: <https://balam.es/>- <https://www.facebook.com/balam.agriculture/>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹³⁸ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹³⁹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.

34. El ajero – Societate specializată în usturoi

A fost înființată în 2003, cu entuziasmul și sacrificiul unui grup de fermieri, care aplică cunoștințele și tradițiile dobândite generație după generație. Astăzi, este una dintre cele mai consolidate companii de pe piața națională, formată dintr-o echipă de oameni extraordinari, al cărei scop este de a oferi un produs și un serviciu care să o diferențieze de restul.

Compania este calificată din punct de vedere tehnologic și specializată în producția și prelucrarea usturoiului și se angajează din punct de vedere comercial să crească numărul de exporturi în sezoanele următoare.

1. Inovare în canalul de vânzare a produselor.
2. Crearea de variante de produse cu o durată de valabilitate mai mare.
3. Usturoi proaspăt în stare naturală, fără utilizarea de conservanți sau substanțe chimice.
4. Producție durabilă.
5. Catalog digital.
6. Broșură de rețete cu produse proprii.
7. Blog de știri actualizat în permanență.
8. Design accesibil și adaptabil la dispozitivele mobile.
9. Campanie de promovare pe rețelele de socializare și muncă de poziționare web.
10. Crearea de conținut multimedia pentru youtube.

<https://www.coajosaceuchal.es/es/> - <https://www.facebook.com/coajosaceuchal>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁴⁰ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁴¹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



35. Picota del Jerte – Producător de cireșe din "El valle del Jerte"

Companie dedicată vânzării și promovării cireșelor din Valea Jerte. Picota del Jerte este o cireșă originară din Valea Jerte, în nordul regiunii Extremadura, unde este cultivată în mod tradițional încă din secolul al XVII-lea.

Cireșele Picota del Jerte sunt cultivate între munți de peste 2.000 de metri înălțime, în zone fertile.

1. Promovarea produsului în mediile digitale.
2. Promovarea turismului în zonă pentru a face cunoscut produsul.
3. Păstrarea culturii tradiționale.
4. Secțiunea privind beneficiile pozitive ale cireșelor pentru sănătate.
5. Carte de rețete online cu produsul în sine.
6. Carte de colorat despre cireșe pentru copii, care poate fi descărcată gratuit.
7. Crearea de pichetări.
8. Secțiune cu informații despre canalele de vânzare.
9. Crearea unei comunități de fani, cunoscută sub numele de picofani.
10. Program de activități numit "Cerecera" în care toate au legătură directă sau indirectă cu cireșul.

<https://cerezadeljerte.org/> - <https://www.facebook.com/PICOTADELJERTE>





Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁴⁴ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



36. Alimente digitale - sau nu. Întâlnire cu bucătarii locali

Eatwith poate fi considerat ca fiind "Airbnb al turismului gastronomic".

Platforma mobilizează competențele și resursele de gătit ale cetățenilor și capacitățile de luat masa în casele lor private. Pasionații de gătit alimentează platforma cu ofertele lor culinare, dar și, într-o măsură foarte mare, cu capacitățile lor de punere în scenă a experiențelor culinare.

În program sunt incluse cursuri de gătit, inclusiv vizite în piețele locale și recoltarea legumelor din grădină

Eatwith oferă gazdelor care oferă hrană posibilitatea de a obține un venit suplimentar, ceea ce este esențial, de exemplu, în regiunile subdezvoltate sau în rândul categoriilor de persoane care se confruntă cu subocuparea forței de muncă.

Pentru turiști, Eatwith este în mare măsură promovat și recunoscut ca o modalitate de a învăța despre patrimoniul alimentar și de a experimenta viața socială și autenticitatea în medii care nu sunt accesibile altfel.

Eatwith este foarte "instagramabil", iar efectul promoțional al împărtășirii experiențelor este un efect digital cel mai vizibil.

Un exemplu de facilitare a accesului vizitatorilor din întreaga lume la experiențe gastronomice locale;

Accentul pus pe posibilitatea de personalizare fezabilă a serviciilor care prezintă folosind abordarea digitală;

Apariția utilizării datelor împreună cu mediatizarea, care ar putea, în cele din urmă, să schimbe relațiile și/sau raporturile de putere în sectorul alimentar către consumatori prin utilizarea unei platforme;

<https://www.eatwith.com/>

37. Piața de alimente Roditor

După o experiență de organizare a evenimentului Mezanin Market prin construirea unei comunități de aproximativ 100 de antreprenori locali, a fost gândit RoditorFoodMarket.ro. Platforma și-a concentrat eforturile în susținerea antreprenorilor locali și a produselor locale.

RoditorFoodMarket.ro își dorește să devină un program național de promovare a noului val de producători români și a agriculturii contemporane, care să valideze eforturile antreprenorilor, dar, și mai important, să dea curaj și altora să meargă pe acest drum cu o misiune pentru economie și comunitățile locale.

RoditorFoodMarket.ro este conceput în mai multe secțiuni, iar producătorii/antreprenorii se pot înscrie gratuit în mai multe categorii: fructe și legume, băuturi (vin, bere artizanală, sucuri), produse de băcănie (conserve, carne și mezeluri, miere și produse din miere), lactate și brânzeturi, dulciuri și panificație, accesorii și decorațiuni (accesorii de masă, plante și flori), toate cu design local.

De asemenea, băcăuanii și alte întreprinderi mici care reprezintă producători se pot înscrie pe platformă, listarea nu este exclusivă și reprezintă un punct de vânzare și de promovare suplimentar pentru acest sector.

RoditorFoodMarket.ro se lansează ca o platformă de prezentare și loc de întâlnire online pentru noul val de producători din sectorul agroalimentar.

<https://roditorfoodmarket.ro/>

<https://www.facebook.com/roditorfoodmarket>

<https://www.instagram.com/roditorfoodmarket/>



Source: <https://www.facebook.com/roditorfoodmarket>

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁴⁷ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



38. Amintiri gustoase – Cronicari Digitali

Cronicari Digitali este un proiect de promovare a patrimoniului cultural.

În iulie 2021, Cronicari Digitali a lansat o campanie specială, dedicată rețetelor de memorie din copilăria generației Millennials, "Amintiri savuroase". Primul obiectiv a fost acela de a identifica alimentele de care încă le este dor și la care tânjesc. Cele mai bune dintre ele au fost selectate pentru a fi gătite în cadrul unui eveniment LIVE cooking workshop, pentru ca apoi cele mai bune să se regăsească într-o carte de rețete "colecționate" 100% de pe Instagram.

În cadrul atelierului de gătit, peste 40 de creatori de conținut au gătit, sub bagheta juriului, un meniu cu gustul copilăriei din rețetele câștigătoare: tocăniță de roșii cu chipsuri de polenta, supă de pui cu tăiței de casă, bulz cu gălbenuș de ou confit și tuciuri de brânză maturată, iar la desert găluște de prune și sos de vanilie cu semințe de mac. Totul a fost însoțit de un storytelling vizual în postări, Instastories și materiale de blog.

Inovația adusă de acest proiect este utilizarea rețetelor pentru promovarea conținutului gastronomic, cu următoarele rezultate:

- În 620 de postări și povestiri, creatorii de conținut au digitalizat rețete din caietele mamelor și bunicii;
- Apropierea organică generată de acest conținut a depășit jumătate de milion pe Instagram, în doar 8 zile;
- 100 dintre preparatele preferate au reușit să intre în faza de jurizare, iar 4 dintre cele mai gustoase au fost gătite LIVE de influenceri, bucătari și bucătari pricepuți în cadrul unui atelier de gătit;
- "Amintiri savuroase", o carte de bucate print și online cu peste 45 de rețete transmise de mame și bunici.

<https://www.instagram.com/amintirigustoase/>



Sursa: <https://www.instagram.com/amintirigustoase/>

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁴⁹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



39. Bucate de prin sate

Bucatedeprinsate.ro este o platformă de gastronomie care se concentrează pe documentarea și promovarea folclorului gastronomic local și regional și pe sprijinirea micilor producători din zonă care încă mai practică o agricultură durabilă și o producție la scară foarte mică - două elemente care sunt aproape unice în Europa în prezent. Unul dintre aspectele esențiale ale proiectului este acela de a susține că gastronomia, înțeleasă ca rețete, ingrediente și obiceiuri alimentare, poate fi un diferențiator puternic pentru Transilvania, ca regiune, și pentru România, ca țară, în actualul peisaj european și global.

"Bucate de prin sate" își propune să transforme mâncarea tradițională într-o experiență completă și se concentrează pe cinci componente: gustul local, rețete tradiționale, patrimoniul gastronomic, poveștile satului și evenimentele gastronomice rurale.

Platforma online abordează următoarele subiecte:

Patrimoniul gastronomic - documentează gastronomia locală ca parte a patrimoniului cultural imaterial.

Rețete transilvănene - reunește povești, gusturi și obiceiuri uitate și este un mod de a arăta că mâncarea nu este doar hrană, ci și ritual, că gătitul trebuie să fie întotdeauna precedat de buna intenție de a folosi ingredientele și promovează restaurantele și bucătarii responsabili care respectă principiile Slow Food: sănătos, curat, corect.

Gustul local- descoperă bucuria de a mânca și respectul pentru fiecare îmbucătură dat de echilibrul datorat naturii și de atenția acordată redescoperirii ingredientelor simple, locale.

Sustenabilitatea este o rubrică care oferă informații despre calitatea alimentelor, echilibrul în alimentație și modul în care devenim conștienți de ceea ce mâncăm.

Povești din sate descoperă, susține, documentează viața la țară și schimbul orașului cu satul ca mod de viață permanent.

Plimbarea prin sate promovează evenimente gastronomice locale, rețete și produse locale, evenimente culturale în mediul rural, producători locali.

<https://bucatedeprinsate.ro/>

<https://www.instagram.com/bucate.de.prin.sate>

<https://www.facebook.com/Bucatedeprinsate>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁵¹ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Sursa: <https://www.facebook.com/Bucatedeprinsate>

Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație 152 (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.



40. Localm

Localm este o platformă care reunește locuri liniștite, mâncăruri tradiționale și meșteșugari care știu de pe moșiile lor cum se lucrează lemnul, când e momentul potrivit pentru culesul mărunii sau cum se întoarce fânul. Platforma își propune să le facă viața mai ușoară celor care i-au primit în casele, curțile și livezile lor. Și au vrut să pună astfel de descoperiri la dispoziția celorlalți. Așa că au pornit această platformă ca o punte de legătură între localnici și vizitatori: cei care vor să-și amintească de copilăria petrecută cu bunicii în sat și să le ofere copiilor lor zile de poveste. Cei care vin de departe pentru că vor să descopere locuri de popas, bucătăria și obiceiurile românești. Cei care vor să cunoască o altă Românie.

Noutatea este că platforma reunește unități de cazare, restaurante sau puncte gastronomice locale și o secțiune specială dedicată obiceiurilor și meșteșugurilor.

Vizitatorii pot face rezervări pe platformă, dar se pot înscrie și localnicii care vor să devină gazde.

Chiar dacă este o platformă digitală, Localm combină o prezență activă în social media pentru a promova gazdele cu vizite, pe cât posibil, în locații. După vizită, acestea vor afișa eticheta "Vizitat de Localm" pe fișa proprietății vizitate. În acest fel, ei ajung lunar la 400.000 de potențiali călători prin intermediul rețelelor sociale, dar le oferă și certitudinea unor gazde de încredere pe care cei din echipa Localm le-au cunoscut personal.

<https://localm.ro/>

<https://www.facebook.com/localmRomania>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁵⁴ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Sursa: <https://www.facebook.com/localmRomania>

41. Travlocals

Travlocals.com este un proiect care susține dezvoltarea durabilă și inovarea socială, participând prin toate mijloacele posibile la restaurarea și punerea în valoare a patrimoniului format din clădiri vechi cu potențial turistic.

În acest fel, platforma poate contribui la dezvoltarea responsabilă a numeroase zone, dezafectate sau nu, făcând din turismul local o activitate esențială pentru sustenabilitatea economică.

Scopul principal al Travlocals.com este de a crea o comunitate interesată de turismul rural / cultural și de a facilita interacțiunea între membrii săi. Pe de o parte, sunt furnizorii de servicii turistice, iar pe de altă parte, consumatorii acestora.

Travlocals.com a fost conceput încă de la început pentru a fi un tip diferit de platformă. Practic, platforma este singura platformă turistică de pe piață axată pe calitate, nu pe volum.

Partenerii sunt selectați în urma unei analize atente a serviciilor oferite și a recenziilor primite în mediul online. Pe lângă criteriile de calitate, sunt luate în considerare și alte cerințe, una dintre cele mai importante fiind autenticitatea serviciilor oferite.

În acest fel, platforma dorește să scoată la lumină cele mai frumoase experiențe pe care un turist le poate trăi în România.

<https://www.travlocals.com/>

<https://www.facebook.com/travlocals>



Acest program a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Autorul este singurul responsabil pentru această publicație¹⁵⁷ (comunicare), iar Comisia nu își asumă responsabilitatea pentru orice utilizare care poate fi făcută a informațiilor conținute în aceasta.





Sursa: <https://www.facebook.com/travlocals>

BIBLIOGRAFIE

1. Batra D., Diwan N., Upadhyay U., 2020 - RecipeDB: a resource for exploring recipes;
2. Bolborici A., Lupu M., Sorea D., Atudorei I., 2022 - Gastronomic Heritage of Făgăras, Land: A Worthwhile Sustainable Resource;
3. Coombe R., J., 2000 - Preserving Cultural Diversity through the Preservation of Biological Diversity: Indigenous Peoples, Local Communities, and the Role of Digital Technologies
4. Di Pietro L., Mugion R., Renzi M., 2017 - Heritage and identity: technology, values and visitor experiences
5. Dmitriev D., 2019 – Digitizing National Cuisines: Cooking Recipes as Conceptual Graphs;
6. Espinosa D., Parra I., Segura S., Avalos D., 2022 – Sustainable Management in Gastronomic Heritage Tourist Routes ;
7. Gladys M., Da Costa B., Mendoza O., Salinas A., Haddad A., 2022 -Intelligent Digital Platform for Community-Based Rural Tourism—A Novel Concept Development in Peru;
8. Hjalager A., 2022 - Digital Food and the Innovation of Gastronomic Tourism;
9. Istanti L., 2021 - Rural Tourism Perspectives on Digital Innovation: Small Enterprises in Indonesia;
10. Lekhanya L., 2018 – The Digitalisation of Rural Entrepreneurship;
11. Min-Pei L., Estela M., Nayra L., 2021 - Gastronomy as a Sign of the Identity and Cultural Heritage of Tourist Destinations: A Bibliometric Analysis 2001–2020;
12. Nadoleanu Gh., Staiculescu A., Bran E., 2022 - The Multifaceted Challenges of the Digital Transformation: Creating a Sustainable Society.
13. Petrovic N., Gagnidze I., Khokhobaia M., 2021 - Role of a digital transformation in development of a rural tourism destinations;
14. Popescu D., Pop I., Coros M., Bolog C., 2022 - Pactul Verde – Dinamizator al digitalizării în turism: cazul oraşului inteligent Cluj-Napoca;
15. Raheem D., Shishaev M., Dikovitsky V., 2019 – Food Sytem Digitalization as a Means to Promote Food and Nutrition Security in Barents Region;

16. Rinallo D., 2021 – Guidance Paper on the Successful Valorisation of the Alpine Food Heritage;
17. Scarpa, G., Berrang-Ford, L., Bawajeeh, A. O., Twesigomwe, S., Kakwangire, P., Peters, R., Beer, S., Williams, G., Zavaleta-Cortijo, C., Namanya, D. B., Lwasa, S., Nowembabazi, E., Kesande, C., Rippin, H., & Cade, J. E., 2021 - Developing an online food composition database for an Indigenous population in south-western Uganda;
18. Suci S., Tri K., Dyah W., and Sudarmadji, 2021 - Culinary Consumption in Digital Era: Tourists’ Typology and their Characteristic;
19. Typology and their Characteristic;
20. Yenasir M., Gokbulut B., 2022 - Effectiveness of Usage of Digital Heritage in the Sustainability of Cultural Tourism on Islands: The Case of Northern Cyprus
21. Zocchi D., Fontefrancesco M., Corvo P., Pieroni A., 2021 - Recognising, Safeguarding, and Promoting Food Heritage: Challenges and Prospects for the Future of Sustainable Food Systems



Co-funded by
the European Union

PROJECT TEAM

www.flavoursofeurope.eu



North-East Regional Development Agency
(Romania) Lead Partner
www.adrnordest.ro



"Budakov Films" EOOD (Bulgaria)
www.bfstudio.eu



Inova+ Innovation Services, SA (Portugal)
www.inova.business



Eurocrea Merchant SRL (Italy)
www.eurocreamerchant.it



Aintek Symvouloi Epicheiriseon Efarmoges
Ypsilis Technologias Ekpaidefsi Anonymi Etaireia
(Greece)
www.idec.gr



Universitatea Ștefan cel Mare Din Suceava
(Romania)
www.usv.ro



Fundación para el Desarrollo Directivo
(FUNDES) (Spain)
www.ebs.es



Asociația Incoming Romania (Romania)
www.incomingromania.org