
ВКУСОВЕТЕ НА ЕВРОПА

Проектен Резултат 2

Обучителен курс: Дигитализация на селското гастрономическо културно наследство в Европа

Наръчник No3

10 стъпки за дигитализация на гастрономическото културно наследство

Проект № 2021-1-RO01-KA220-ADU-000029562

Съдържание

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на селската гастрономия на културното наследство	8
2. Развитието на умения за дигитален маркетинг сред заинтересованите страни	13
3. Предаване на наследството чрез цифрови и експериментални разкази.....	13
4. Преход от културно наследство към цифрово наследство	18
5. Идентифициране и дигитализация на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони	23
6. Ролята на цифровите платформи	25
7. Как да създадете база данни от национален и европейски списък с рецепти	30
8. Как да дигитализираме селски гастрономически бизнес.....	41
9. Дигитално в 10 стъпки.....	45
Изводи.....	33
Казуси от практиката.....	34
1. Noinari Coolinari – Гастрономически блог и център.....	34
2. LaLena – Кулинарни рецепти – Мобилно приложение	37
3. „Кухнята на Джамила“ (Jamila Cuisine) – Кулинарен влогър	39
4. Плодове и меринде - хранителен център	41
5. Виртуалният асистент – Онлайн магазин за хранителни стоки – Платформа за електронна търговия	44

6.	Подарък спелта (Dar Limetz) - Обществено земеделие и училище за природата ..	47
7.	Балкански хапки - усетете вкуса на България	50
8.	Farmhopping - глобален пазар за устойчиви ферми	54
9.	Чили Хилс Семена за бутилиране на горещ сос	58
10.	Гореща ферма - семеен бизнес.....	63
11.	Ферма „Quinta da Lage“, Португалия.....	66
12.	Работилница Pastel de nata в Малвейра, Португалия	68
13.	Nü съвместна, творческа работа (Creative Coworking), Португалия	87
14.	Спа и природен парк Pedras Salgadas.....	72
15.	Paradinha Village Hotels, Arouca Португалия	74
16.	Готвене Пиемонт	76
17.	Кухнята на Джули - истории и рецепти от Тоскана	81
18.	Borgo I Vicelli Relais Флоренция - Borgo I Vicelli Relais Флоренция	84
19.	Уроци по готварство Амалфийско крайбрежие - Курс по готварство на крайбрежието на Амалфи	88
20.	Кухнята на Марко.....	91
21.	Програма „Гастрономически общности“	94
22.	Открийте курса по средиземноморска кухня	97
23.	Семинар по гръцка кухня.....	100
24.	12-дневно кулинарно пътешествие из Гърция (Атина - Наксос - Санторини - Крит - Атина)	103

25.	Уроци по готварство и закуска, ферма Нарлис (Сифнос, Гърция)	105
26.	Село Коб: Мини екологично село, уникално в Румъния	107
27.	Военен музей – парк Арсенал	112
28.	Влаков хотел - Carpatia Express	116
29.	Ферма Dacilor: Настаняване и уникални кулинарни преживявания на историческо място.....	143
30.	Еко-брънч – екотуристическа дестинация Тара Дорнелор	122
31.	ГЕОАБЕЯС (GEOABEJAS) – Традиционна компания за мед	125
32.	НАТУРВИЕ (NATURVIE) – Натурален зехтин	127
33.	БАЛАМ Земеделие – иновации в селското стопанство	130
34.	Чесънът (El ajero) – Компания, специализирана в чесън	132
35.	Пикота дел Йерте (Picota del Jerte)– Компания за череша от „Долината Йерте	134
	162
	163
36.	Дигитална храна - или не. Среща с местните домашни готвачи	136
37.	Плодотворен хранителен пазар	137
38.	Вкусни спомени – Дигитални хроники.....	139
39.	Селски ястия	141
40.	Местни.....	144
41.	Туристически услуги (Travlocals)	147
	Библиография.....	150

Въведение

Според Световната организация по туризъм (UNWTO) (2010) гастрономическият туризъм е "вид туристическа дейност, характеризираща се с преживяванията на посетителите, свързани с храната и свързаните с нея продукти и дейности по време на пътуването, включително автентично, традиционно и/или иновативно кулинарно преживяване".

Този вид туризъм се основава на гастрономическото наследство и изненадващо не е напълно признат до 2010 г., когато ЮНЕСКО включва в списъка на нематериалното културно наследство традиционната кухня на Мексико, гастрономическото хранене на френски език и занаята с меденки от Северна Хърватия.

Нематериалното културно наследство включва традициите живи изрази, наследени от нашите предци и предадени на нашите потомци, като например устни традиции, сценични изкуства, социални практики, ритуали, празнични събития, знания и практики, свързани с природата и вселената, или умения, необходими за производството на традиционни занаяти.

Гастрономията е елементът, който свързва идентичността на дадено място, историческите характеристики и наследството. Тя е свързващото звено между традицията и модерността, между специфичното и универсалното.

Като част от историята, културата, идентичността, икономиката и социалния живот, гастрономическото наследство, заедно с туризма, може да бъде ключов фактор за съживяване на икономиката на даден регион.

Традиционната кухня е културен елемент, който до голяма степен бележи идентичността и уникалността на туристическите дестинации. Маркетинговите и управленските организации на дестинацията все повече се интересуват от подчертаване на влиянието на гастрономическия туризъм като основен фактор за развитието на туризма. И точно тук се появява дигиталният фактор, като помощно средство за популяризиране на това наследство по възможно най-оригинален начин.

Цифровизацията е все по-широко разпространено ключово понятие във всяка област.

Цифровизацията по същество означава преобразуване на аналогова информация и процеси в цифрова форма.

Ако се отнасяме до храните в широк смисъл, с течение на времето цифровата трансформация оказва силно въздействие върху преработката на храни в смисъл на повишаване на производителността, диверсификацията, безопасността и срока на годност.



Фигура 1 Припокриващи се взаимоотношения в рамките на дигитализираната хранителна система (Raheem, 2019)

Фигурата представлява схема на дигитализираната хранителна система.

Напоследък това започна да оказва по-голямо влияние върху гастрономията и туризма, което спомага за развитието на по-бързи и по-прозрачни услуги и чрез което могат да се добавят традиционните начини за доставка на храна.

Цифровият период, в който живеем, генерира все повече възможности за предприемаческата среда чрез цифрови решения, които могат да активират ресурси, които преди не са били пряко свързани с храните и туризма.

За да се осъзнае как дигитализацията може да се използва в трансформацията на гастрономическия туризъм, основното внимание трябва да се насочи към разбирането на

свойствата на дигитализацията в перспективата на използваните данни, инфраструктурата, комуникационните канали и цифровите продукти. Това позволява правилното разбиране на промените, които дигитализацията внася в туризма и предоставянето на туристически услуги и преживявания.

Основните съмнения по отношение на влиянието на технологиите в гастрономическия туризъм са как се извършва, кога се прилага и как променя връзката между бизнеса и потреблението.

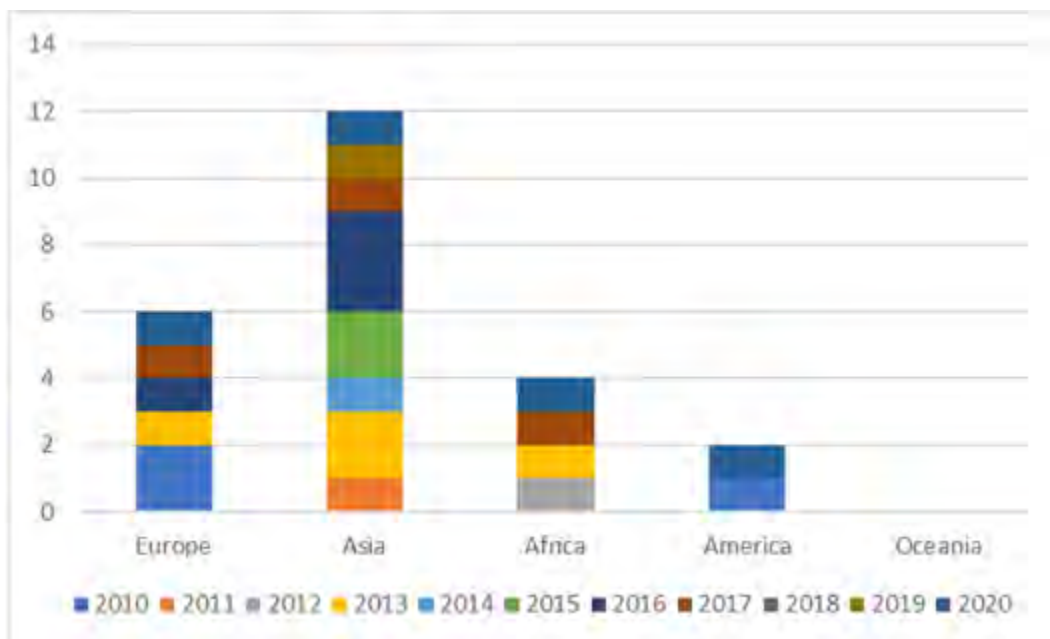
От 2015 г. насам ЮНЕСКО счита, че дигитализираните форми на документите са основно "средство за познание" с огромно влияние в човечеството като запис на човешките мисли, събития, езици, култури и разбиране за света в точно определено време и място. Тази препоръка засилва тезата, че документалното наследство е от решаващо значение за научното и технологичното развитие. В този контекст достъпът следва да се осъществява по удобен начин и да се насърчава за институциите на членовете на държавата, които подбират, събират и съхраняват тези спомени. През 2016 г. ЮНЕСКО работи по насоки за дигитално управление на институциите, занимаващи се с културно наследство, по-специално библиотеки, архиви и музеи - институциите, които са основните отговорници за опазването на културното и историческото наследство в дигитален вид. Това е реална основа за прилагането на дългосрочно устойчиво цифрово съхранение. Тези насоки откриват нова ера в цифровото съхранение и използването на устойчиви и трайни практики.

1. КАК ДА ДИГИТАЛИЗИРАМЕ И НАСЪРЧАВАМЕ ИДЕНТИЧНОСТТА НА СЕЛСКАТА ГАСТРОНОМИЯ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

Включително: рецепти, ястия, съставки, местни суровини и местни производители, стари кухненски съоръжения (пещи, инструменти, камини), легенди, песни и облекло, свързани с храната, традиции.

Хранителната хератизация "се отнася до превръщането на [храната], местата и практиките в културно наследство, тъй като към тях се прикрепят ценности, като по същество описва наследството като процес" (Sjöholm J, 2016)

Създаването през 2010 г. на списъка на ЮНЕСКО с нематериалното културно наследство постави началото на фокусиране върху храната и кулинарните култури като маркери за идентичност и върху това как гастрономията може да насърчи икономическото, политическото и социалното овластяване на местните общности (Zocchi, Corvo, 2021).



Фигура 2 Гастрономически ICH, признат от ЮНЕСКО (Lin, Marine-Roig, Llonch – Molin, 2021)

Този феномен се нарича от някои експерти "heritage turn", като този термин определя връзката между кризата на идентичността и начина, по който храната запълва празнината в наследството чрез популяризиране на местните селскостопански ресурси и хранителния туризъм.

Когато се говори за устойчивост, хранителната система е един от ключовите аспекти, които трябва да се вземат предвид. В настоящата дискусия все повече се изследва как наследството повишава устойчивостта на хранителната система и как местните общности допринасят за опазването на традиционните хранителни ресурси и от какви инструменти се нуждаят, за да запазят този вид наследство.

В областта на културното хранително наследство всяка общност може да се отличи по своите знания, натрупани във времето. Това разбиране е резултат от взаимодействието с околната среда и условията на живот, като много от тях са с доказана научна основа (Bergflødt et al. 2012). То се предава от поколение на поколение и представлява резултат от исторически процес, отнасящ се до използването на ресурсите. По този начин преоткриването на тези ресурси включва идеята за прогрес (Cannarella et al. 2011, Handayani et al. 2009).

Развитието на кулинарния туризъм, с акцент върху автентичната гастрономия, е важно, за да се гарантира дългосрочната устойчивост на туризма, особено в селските райони. Успехът в развитието на този вид туризъм до голяма степен зависи от силната ангажираност на заинтересованите страни.

Връзката между гастрономията и преживяванията на туристите е важна за дестинациите, тъй като тези незабравими преживявания се свързват с положителни думи от уста на уста и висока удовлетвореност. Това е особено важно в контекста на селските дестинации, където храната се разглежда като характерна черта на селските райони, представляваща определено наследство и традиции и допринасяща за тяхното развитие. Когато се развива гастрономически туризъм в селските райони, е изключително важно да се вземе предвид автентичният характер на предлаганата храна.

През последните години цифровата трансформация като цяло промени търсенето и предлагането, като предлага все по-голямо взаимодействие, а интернет се превърна в решаващ маркетингов инструмент.

Цифровизацията промени начина, по който хората взаимодействат помежду си, но в същото време е процес, който добави стойност към предизвикателствата на иновациите в областта на услугите.

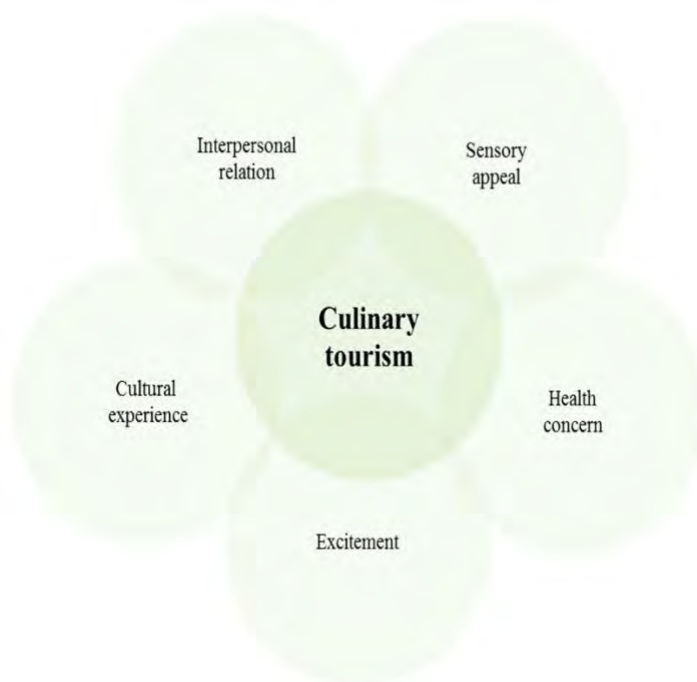
Цифровите свойства, които включват полезни елементи за подобряване на гастрономическото наследство, са както следва:

- *Програмируемостта и самореферентният характер на данните*, което предлага увеличен потенциал за автоматизация;
- *Цифрова свързаност* (безжични, жични, сателитни технологии), инфраструктурата, която е двигателят на комуникацията и мобилността;
- *Повсеместно присъствие*, така че чрез технологията да присъстваме на няколко места едновременно, а услугите да са достъпни от всяко място, от всяко устройство, почти по всяко време;
- *Цифрова модулност*, която позволява преконфигуриране на елементи по индустриите и веригата на стойността, така че да доведе до нови бизнес модели, които са възможно най-устойчиви;
- *Дигитална видимост*, особено чрез социални медии, която трансформира комуникацията, социализацията и силата на разпространение на информация;
- *Персонализиране*, така че експериментаторът да има възможността да приспособи своите продукти и услуги според собствените си предпочитания и ценности чрез цифрови функции.

Цифровизацията на гастрономическия туризъм има за цел да популяризира гастрономическото наследство, като предоставя на посетителите автентични преживявания с помощта на новите технологии. Затова преди да се приложат цифровите елементи, е важно да се познава мотивацията на посетителите/туристите за кулинарни преживявания.

За да насърчат туристите да дегустират местни храни и напитки, Ким и Ивс (2012) разработват мотивационна скала, съставена от пет мотивационни измерения, генерирани от

26 елемента. Петте мотивационни измерения са културно преживяване, вълнение, междуличностни отношения, сетивна привлекателност и грижа за здравето.



Фигура 3 Петте мотивационни фактора от мотивационната скала на Ким и Ивс (Kim, 2012)

По-конкретно, *културният опит* е свързан с желанието на туристите да изпитат различни култури, тъй като изживяването на нови храни и ястия означава също изживяване на нови култури.

Измерението на вълнението е свързано с необходимостта от практикуване на вълнуващи преживявания по време на ваканция, също свързано с необходимостта от бягство от рутината.

Третото идентифицирано измерение са *междоличностните отношения*, които се разглеждат като желание за среща с нови хора, прекарване на време с приятели и семейство и избягване на рутинните отношения.

Кулинарният туризъм се разглежда и като *сетивно преживяване*. Сензорната привлекателност всъщност е четвъртото измерение и е свързана със сетивните характеристики на храната, които могат да играят важна роля в избора на кулинарния турист.

Загрижеността за здравето е петото мотивационно измерение, засягащо консумацията на местни храни и напитки в туристическите дестинации.

2. РАЗВИТИЕТО НА УМЕНИЯ ЗА ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ СРЕД ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ

Заетостта е най-значимият фактор за препитание и най-основната подкрепа за икономическото развитие. Разширяването на каналите за заетост на работната сила в селските райони е важен начин за увеличаване на източниците на доходи и подобряване на жизнения стандарт. В много страни с ниски и средни доходи обаче задържането на работната сила в селските райони е видно, а фрикционната безработица и структурните конфликти се увеличават. Проблемът с трудовата заетост на безработните и нискоквалифицираните лица в селските райони постепенно става виден поради липсата на професионални умения у тях.

С подобряването на цифровата инфраструктура и популяризирането на интелигентните устройства цифровите умения играят все по-значима роля за достъпа на работниците до информация. Подобряването на цифровата инфраструктура значително промени начина на живот и комуникационното поведение на жителите на селските райони и оказва определено въздействие върху индивидуалния им избор на работа.

Придобиването на цифрови умения може да засили общуването в социалните мрежи на селските работници, да разшири обхвата и дълбочината на социалните взаимоотношения и

да допринесе за натрупването на социален капитал. Този социален капитал може да помогне на работещите в селските райони да получат информация за заетостта и може да осигури възможности за заетост и ресурси, като по този начин подобри качеството на заетостта и вероятността за заетост.

С бързото развитие на цифровите технологии цифровите мрежи се превърнаха в нова платформа за обучение, която преодолява ограниченията на времето и географските учебни ресурси и осигурява по-удобни условия за споделяне на учебни ресурси и онлайн комуникация. Овладяването на цифрови умения може да даде възможност на работниците в селските райони да получат достъп до учебни ресурси, като например обучение за придобиване на професионални умения, на по-ниска цена, без да напускат дома си, като по този начин подобряват своите умения и познавателни способности.

Обучението за придобиване на професионални умения може да повиши равнището на човешкия капитал на селските работници, а наличието на по-високо равнище на човешки капитал ще повиши равнището на трудовите им умения и производителността, като по този начин ще улесни намирането на възможности за заетост. Освен това равнището на човешкия капитал, подкрепено от цифрови умения, играе важна роля при вземането на решения за заетост на работната сила в селските райони.

Необходими са маркетингови компетенции и инвестиции за популяризиране на продуктите на културното наследство. Производителите на продукти, свързани с културното наследство, особено ако са по-малки по размер, изпитват затруднения да възприемат маркетингови стратегии, съобразени с културното наследство.

Типичните предизвикателства са следните:

- Липса на дигитални компетенции;
- Недостатъчно средства, заделени за пазарни инвестиции;
- Проблеми с цифровото разделение, които възпрепятстват достъпа до цифрови възможности;

- Възприемане на дигиталните технологии като полезни за по-големи предприятия, но не и за малки производители или занаятчийски хранителни продукти;
- Идеологически пречки за възприемането на маркетинга, разбран като „капиталистическа“ философия на управление и набор от техники, целящи да стимулират свръхпотреблението.

Следователно производителите на наследство и техните колективни организации трябва:

- Инвестирайте, за да развиете дигиталните си умения. Това може да се случи чрез формално обучение, възможности, предлагани от учебни заведения или други съответни участници;
- Развиват своето онлайн присъствие. Социалните медии имат много малки бариери за влизане и могат да бъдат създадени виртуално безплатно. Другото предимство е, че те често могат да генерират генерирано от потребителите съдържание и от уста на уста, особено ако потребителите са стимулирани да го направят. Онлайн присъствието представлява ценна индивидуална маркетингова инвестиция, която продуцентите могат да използват за своето разказване на наследство;
- Приемете стратегии за брендиране на съставки, промоционален подход, при който производителите на суровини или междинни продукти рекламират директно на потребителите, така че потребителите да възприемат крайните продукти, включващи тези съставки, като висококачествени.

3. ПРЕДАВАНЕ НА НАСЛЕДСТВОТО ЧРЕЗ ЦИФРОВИ И ЕКСПЕРИМЕНТАЛНИ РАЗКАЗИ

Хранителните практики се развиват в резултат на социални и исторически структури и събития, свързани с даден регион (Foley, 2005). Традиционната хранителна система се определя като "всички видове храни, които са на разположение на дадена култура от

местните природни ресурси, и приетите модели за тяхното използване в рамките на тази култура" (Kuhnlein & Chan, 2000 г., стр. 596). Това определение отразява социокултурното значение на храната, като се акцентира върху начина, по който тя се произвежда, съхранява и популяризира, за да осигури хранителна стойност за група хора, етническа група или племе. Самата храна е толкова важна, колкото и процесът на нейното набавяне, преработка, обработка, химически състав и начинът, по който всяка храна се използва в зависимост от пола, възрастта и социалната структура. Освен това е важно и Социалните медии са глобални платформи за комуникация, които са в състояние да оптимизират културната устойчивост чрез принципите на развитие, основано на документиране. Не само като средства за съхранение, документирането на развитието на местната култура - включително типичната кулинария - има и икономически потенциал, осигуряващ ползи под формата на развитие на просперитет за хората, живеещи в определен район с притежаващ потенциал на населеното място. Чрез оптимизирането на социалните медии като средства за документиране традиционната кулинария може да бъде представена на световните сцени като съкровища на местната култура, които имат ценности на местната мъдрост, усвоени като идентичност и уникалност. Документирането в социалните медии има важна роля в създаването и има функцията на инструмент за широко разпространение на традиционните ценности и знания. Освен това социалните медии могат да функционират като източник на информация при привличането на туристи, които да се наслаждават на традиционната храна.

Разказването на истории е ефективен промоционален инструмент за установяване на връзка с потребителите. По-специално цифровото разказване на истории е икономически ефективен начин за взаимодействие с онлайн публики и последователи и позволява да се ангажират по-младите поколения цифрови аборигени. То също така дава възможност за използване на истории и съдържание, генерирани от потребителите, за промоционални цели.

Типичните предизвикателства и трудности в областите на медиано разказване на истории са:

- Дигиталното разказване на истории изисква производството на висококачествено медийно съдържание и местните заинтересовани страни често нямат време и умения да създадат висококачествено съдържание с логика на разказване на истории;
- Професионалистите от външни райони може да имат ограничена осведоменост за хранителното наследство на района;
- Местните производители често не създават уебсайтове и социални медийни канали или нямат умения и време да анимират последните с непрекъснатост или да реагират бързо на потребителските онлайн взаимодействия.

Следователно местните производители трябва:

- Възприемане на наративен подход към етикетирането;
- Подобрете уменията и инвестициите си за дигитална промоция и разказване на истории. Те трябва да установят присъствие в социалните медии, за да споделят по благоприятен начин онлайн разговора за техните продукти. Когато работят с неместни експерти в тези области, те трябва да им предоставят достатъчно информация за местната култура и традиции и да гарантират, че посланията, разпространени до туристи и неместни клиенти, остават автентични и културно резониращи с местните жители;
- Внимателно проектирайте възможностите за създаване на генерирано от потребителите съдържание. Местните продуценти биха могли да оценят всички съществуващи допирни точки с потребителите по отношение на визуални възможности за техните „Instagrammable“ моменти или да създадат нови с тази логика. За да се възползват от съдържанието, генерирано от потребителите, производителите на наследство трябва също така да съобщават своите официални социални медии и предпочитани хаштагове.

4. ПРЕХОД ОТ КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО КЪМ ЦИФРОВО НАСЛЕДСТВО

Превръщането на културното наследство в цифрово, неговото запазване и устойчивост чрез предаването му на бъдещите поколения са от голямо значение за икономическото развитие.

В този смисъл първо трябва да се разработи технологичната инфраструктура, за да се предотвратят евентуални недостатъци по отношение на технологиите, интернет и управлението при прехвърлянето на културни елементи в цифрова среда.

Цифровото наследство се състои от компютърно базирани материали с трайна стойност, които следва да бъдат запазени за бъдещите поколения. Всъщност, макар че цифровизацията на културното наследство гарантира запазването на оригиналните документи и материали, тя дава възможност за равен достъп на всички до това наследство. Цифровизацията предпазва особено редките писмени произведения, снимки, видеоаудио записи и документи от износване и загуба, а също така има важен принос за културния туризъм, като дава възможност на посетителите да имат достъп до тези материали по всяко време и на всяко място.

Освен това цифровизацията улеснява достъпа на потенциалните гости до информация при избора на дестинация и продукт.

Това е така, защото съвременните туристи също искат да се запознаят с културното наследство в контекста на творческия туризъм. Споменатият тук творчески туризъм "е вид туризъм, който предоставя на посетителите възможност да развият своя творчески потенциал чрез активно участие в курсове и учебни преживявания, които са характерни за посещаваната от тях ваканционна дестинация". Преживяването на нематериалното културно наследство на страната, като например кухня, музика, социален живот и т.н., които са дигитализирани и могат да се видят по интернет, за да се гарантира запазването и устойчивостта на културния туризъм, е предпочитание за много туристи.

Предвид съвременните конкурентни и бързо променящи се пазари, компаниите разчитат много на успешното разработване и въвеждане на нови продукти и/или услуги на пазара. Иновацията е обширно и многоизмерно понятие, което може да се определи като способност за разработване на нови продукти, нови процеси, нови форми на организация или дори нови пазари (Horvat et al., 2019; Kalluri & Kodali, 2014; Kühne et al., 2010).

Налице е повишен интерес към храни, които са свързани с традицията, и те представляват все по-голям сегмент от пазара на храни в Европа. За да запазят или дори да увеличат пазарния си дял и рентабилността си, възползвайки се от маркетинговите възможности, дружествата от сектора на традиционните храни също са принудени да въвеждат иновации, въпреки че в този конкретен контекст иновациите са противоречиви (Kühne et al., 2010; Vanhonacker et al., 2013).

Потребителите обикновено свързват традиционните хранителни продукти с качеството и ги асоциират с традицията. Въпреки това и в същото време те изискват и по-здравословни, по-хранителни и по-удобни продукти. Следователно иновациите стават от съществено значение, за да се отговори на изискванията на потребителите, и ако традиционните хранителни продукти искат да запазят темпото, те се нуждаят от иновации също толкова, колкото и другите хранителни продукти. Потребителите се чувстват раздвоени по отношение на иновациите в традиционните продукти поради противоречивите концепции, които се крият под тях: иновации срещу традиции. От друга страна, това е особена възможност, защото внася иновации в продукт, който има специална позиция именно защото е предназначен да бъде традиционен (Bigliardi, 2019; Gere et al., 2019).

За да запази или разшири пазарния си дял и рентабилността си, традиционният хранителен сектор също трябва да бъде принуден да въвежда иновации. Иновациите включват подобряване на продуктите, процесите и разпространението на традиционните храни по начина, по който това се прави при нетрадиционните храни, с изключение на запазването на естествената идентичност на традиционните хранителни продукти, като например обичайни,

познати, автентични, типични и наследени. Степента на познаване на храните влияе върху реакциите на потребителите, желанието им да купуват и накрая върху потенциала за успех. Разбирането на предпочитанията на потребителите на традиционни храни е важно и за комерсиализирането на продукта в цялата страна, дори на световния пазар. Ново измерение на традиционния продукт би могло да бъде добавянето на нова концепция, свързана с подобряване на възприемането на продукта, като например засилване на традиционния характер, намаляване на съдържанието на мазнини, премахване на неприятния вкус, опаковане и представяне по по-естествен начин в различни размери и продажбата им в автомати.

Особено с развитието на технологиите, връзката между културите, които развиват по-близки отношения помежду си, и мотивацията за пътуване с цел опознаване на храната е

се засилва. С други думи, глобализацията се явява като движеща сила за възстановяване или преоткриване на местните традиции и характеристики на храната. В ежедневието ни използването на социалните медии от всички е признак на културата на храните и напитките и осигурява комуникация между хората. Ресторантите и храната, споделени в приложения като TripAdvisor, Foursquare, Facebook и Instagram, предизвикват любопитство у хората и ги стимулират. В този контекст хората постоянно напускат местоживеенето си и временно се преместват в дестинациите, от които се интересуват, и се запознават с тези ресторанти и храни. В резултат на това възниква нова културна структура, която се нарича дигитална култура на кухнята.

Храната заема все по-централно място в преживяването на туристическите дестинации. С възхода на икономиката на преживяванията храната се превръща в един от централните елементи, които дестинациите могат да използват като основа за брендиране, оформяне на имиджа на дестинацията и насърчаване на туризма. Социалните медии придобиват все по-голямо значение като източник на информация за туристите.

Културата на дигиталната кухня е всеобхватно понятие, което се влияе от фактите на културата, културното творчество, туристическата култура, технологиите, храната и културата на хранене. Ястията, които се развиват във връзка с местните общности, са хранителната култура на този регион. Във времената, когато технологиите не са съществували, хранителните култури са се развивали, променяли и преоформяли, повлияни от събития като имиграция, войни или туристически дейности. Този цикъл в хранителната култура никога не е прекъсвал. С развитието на технологиите обаче културата на храненето се пренася в друго измерение и продължава промяната си оттук нататък. Скрити ястия и хранителни култури се разкриват чрез различни приложения в социалните медии. Разкритите храни са по-известни, стават познати и започват да се произвеждат и продават на по-голяма територия, като излизат от малък регион.

Преди цифровата ера кулинарните култури са се основавали на характеристиките на своя частично затворен регион, с факти за ананаса и др. Докато се оформя, тази ситуация се е променила напълно в цифровата епоха. Развитието на транспорта, положителното развитие на веригата за доставка на храни, т.е. фактът, че хранителните вещества могат да бъдат транспортирани навсякъде, увеличаването на използването на социалните медии в резултат на напредъка на технологиите, прави ястията неспецифични за определени региони. Лесният достъп до хранителни вещества кара ястията, които са специфични за определени региони, да се произвеждат на желаното място, без да бъдат възпрепятствани от времето и пространството. В резултат на използването на приложенията на социалните медии, разработени в съответствие с технологиите, се повишава осведомеността и търсенето на ястията от определени региони. В крайна сметка, в резултат на използването на социалните медии, става възможно навсякъде да се заявяват и доставят ястия, характерни за определени региони. Тази ситуация разкрива радикални промени в културата на хранене. Особено в мегаполисите се преминава от традиционна култура на хранене към дигитална култура на хранене. Например мегаполисът Истанбул-Турция и има космополитна структура. Благодарение на космополитната му структура хора с много различни кулинарни култури

живеят заедно. Въпреки това туристите, които са посетили Истанбул, не само в кулинарната култура на Истанбул, вероятно ще искат да преживеят опита с кулинарната култура на Турция. В този смисъл се откриват ресторанти с различни концепции, за да се опитат ястията на различни кулинарни култури, научени от социалните медии. В резултат на продължаването на този цикъл се появява дигитална кулинарна култура.

Използването на социалните медии, което се развива във връзка с технологиите, постоянно променя поведението на туристите и структурата на туристическите продукти, които те искат да изпитат. Наблюдава се културна промяна, особено когато туристите, пътуващи, за да опознаят различни кулинарни култури, искат да опитат кухнята или кулинарните култури, които са видели в социалните медии. Тази културна промяна, желанието да се изпитат ястията на различни кулинарни култури, които излизат с културно творчество и се споделят в социалните медии, създава нова пазарна структура. Тази пазарна структура оказва влияние върху туристическата култура, а оттам и върху кулинарната култура.

По-специално, начинът, по който хората се свързват с организациите и общуват с тях, когато се опитват да удовлетворят своите материални и икономически изисквания, е значително повлиян от появата и широкото използване на нови и по-изобретателни цифрови платформи.

Днешното общество вече използва цифрови платформи, търсачки, уебсайтове, социални мрежи, мобилни приложения и услуги за електронна поща, за да общува помежду си, да се информира за местни и световни събития, да купува и продава стоки и услуги, да управлява финансите си и все по-често да изпълнява професионални задължения.

Въздействието, което описаният по-горе контекст оказва върху маркетинга като област на дейност, е една от най-интригуващите промени, които той предизвика, тъй като сливането му с новите ИКТ и цифрови инструменти обикновено води до по-успешни инициативи, по-лесно се контролира и, най-важното, осигурява по-лесно измерима възвръщаемост на инвестициите.

От концептуална гледна точка първоначалното и широко разпространено схващане, че "цифров маркетинг" се отнася до маркетинга на продукти и услуги чрез цифрови канали, се разви до степен, в която сега той се характеризира като социален процес, чрез който лица и организации използват цифрови технологии за привличане на нови клиенти, повишаване на знанията на настоящите клиенти (за да могат по-добре да посрещнат техните нужди), популяризиране на марки, укрепване на съюзи и увеличаване на продажбите.

Цифровият маркетинг е много повече от използването на уебсайт. Според тях той е симбиоза между онлайн платформите и практиките на цифровия маркетинг, интегрирането на съдържание в тематично ориентирани портали и институционални уебсайтове.

От техническа гледна точка основните инструменти, които понастоящем подпомагат повечето инициативи в областта на цифровия маркетинг, са маркетингът в социалните медии (SMM), мобилният маркетинг, оптимизацията за търсачки (SEO), уеб анализът, маркетингът в търсачките (SEM), интерактивният маркетинг, афилиейт маркетингът, маркетингът по електронна поща и създаването на цифрово съдържание.

5. ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ДИГИТАЛИЗИРАНЕ НА ЕТНО-РАЗНООБРАЗИЕТО И БИОРАЗНООБРАЗИЕТО В СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ

В средите на международната политика все повече се признава, че опазването на биологичното разнообразие е неразривно свързано с опазването на културното разнообразие и че местните общности притежават традиционни екологични знания с голяма потенциална стойност и значение за глобалните усилия за постигане на целите на устойчивото развитие и че именно по този начин цифровите технологии имат значителна роля за улесняване на опазването на това културно разнообразие.

Цифровите технологии намират широко приложение за целите на опазването на биологичното разнообразие и в момента се провеждат много държавни и неправителствени инициативи за разработване на електронни носители за съхранение и комуникация.

Тъй като населението на селските общности намалява, тези, които остават, са изправени пред множество социални и икономически проблеми. Но чрез увеличаване на достъпа им до технологии, някои от тези проблеми могат да бъдат облекчени, а уязвимите общности – защитени.

Цифровизацията на селските райони включва използването на съвременни цифрови технологии за укрепване на икономическата и социалната структура на селското население, като в крайна сметка му се предоставят повече възможности да води свързан живот. Тези технологии приемат много форми – от иновации в селското стопанство до системи за осветление, захранвани със слънчева енергия – но всички те са насочени към един и същ резултат: Хората не трябва да се местят от селата поради необходимост. Много семейства имат културни и исторически връзки със своите селски райони, а цифровизацията гарантира, че те могат да останат там, без да влошават качеството си на живот.

Изпълнението на най-голямата в света програма за научни изследвания и иновации – "Хоризонт 2020" – доведе до множество проекти, които имат за цел да осигурят европейската конкурентоспособност в световен мащаб. Например проектът DESIRA се фокусира специално върху оценката на въздействието на цифровизацията, като изложи седем ръководни принципа, които да помогнат на Европа да постигне цифровизация на селските райони до 2040 г. Сред тези принципи е прилагането на политики, насърчаващи цифровото приобщаване. В процеса на цифровизация на селските райони някои селски райони могат да бъдат изключени, което да доведе до нарастващо цифрово разделение и неравномерно развитие. За да се предотврати това, DESIRA потвърждава, че европейските правителства са отговорни за гарантиране, че хората не са поставени в неравностойно положение въз основа на местоположението си, което правителствата трябва да възприемат универсално, когато става въпрос за цифровизацията на селските райони.

Наред с подобряването на инфраструктурата в селските райони, използването на възобновяеми енергийни източници и включването на комуникационните технологии в

селскостопанските отрасли, цифровизацията предоставя по-добри възможности най-вече на младите момичета. Подобряването на образователните възможности на жените чрез дигитализация на училищата е може би един от най-добрите методи за овластяване на момичетата, тъй като им предоставя нови, освежаващи перспективи за света, в който живеят.

Биоразнообразието в Европа и по света бързо се влошава. Съществува обаче огромен неизползван потенциал в използването на данни и цифрови решения за защита на нашите природни ресурси.

Всъщност цифровите решения вече са доказали, че са изключително полезни при наблюдението на биоразнообразието в световен мащаб в продължение на десетилетия. В бъдеще технологии като изкуствения интелект (ИИ) и интернет на нещата могат допълнително да подобрят управлението на данните, необходими за мониторинга, вземането на решения и правоприлагането. Те могат също така да помогнат за екологизиране на човешките дейности, да повишат осведомеността относно предизвикателствата, свързани с биологичното разнообразие, и да насърчат гражданите да подкрепят необходимите мерки.

6. РОЛЯТА НА ДИГИТАЛНИТЕ ПЛАТФОРМИ

За да създадете база данни с рецепти, използваната рамка трябва да бъде подобна на интелигентна цифрова платформа.

Дигиталните платформи са фасилитатор между потребителите, които искат персонализирано изживяване, и местните инициативи чрез обмен на информация, осигуряване на видимост, популяризиране на гастрономическите ресурси, споделяне на данни, генериране на икономически ползи за местните предприемачи, интегриране на цифрови технологии в организационния контекст. Тези инициативи позволяват актуализации на бази данни в реално време и оценяване на фактора за създаване.

Интелигентните цифрови платформи са в състояние да:

- Артикулирайте иновационните витла;
- Предоставяне на специализирана информация;
- Подобряване на видимостта на гастрономическите ресурси;
- Усвояване и проектиране на преживявания;
- Артикулирайте участниците в селските общности.

Иновационни аспекти	Използваемост и функции
Общност	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подобряване на селските райони 2. Маркетинг на гастрономически услуги 3. Управление на формирането на бизнес 4. Директна комуникация с посетителите
Използва се за посетители	<ol style="list-style-type: none"> 1. Централизира информацията 2. Директна комуникация със селската общност 3. Първоначален опит през платформата 4. Видимост над гастрономическите ресурси и услуги

Фигура 4 Използваемост и основни функции на интелигентна цифрова платформа

Ключови области на Интелигентна цифрова платформа (Intelligence Digital Platform IDP):

а. *Предложение за стойност:* Това е начинът, по който даден географски район разкрива своята културна и гастрономическа идентичност. Стойностното предложение се основава на предлагането на комплексни услуги чрез грижа за околната среда и зачитане на културното многообразие.

b. Ключови партньори: създаване на мрежа от надеждни и ефективни партньори. По време на процеса на избор на стратегически партньори трябва да се вземе предвид обширен списък от елементи, като например връзка с предложението за стойност, критерии за подбор и развиване на взаимоотношения, от които печелят всички.

c. Ключови ресурси: предимно инструменти за осъществяване на ключовите дейности на практика, като например достъп до интернет, използване на мобилни приложения или планиране на пътувания. Информацията ще се съхранява в база данни, така че по-късно да може да се извършва анализ на данните за стратегическо планиране.

d. Връзки с посетителите: създава се общност около неговите продукти и услуги и това спомага за осигуряване на персонализирани преживявания чрез платформата и социалните медии.

e. Канали: елементи, които определят начина, по който популяризираното наследство ще достигне до посетителите и ще предаде широко и ефективно предложенията за стойност.

f. Сегменти на посетителите: целевият сегмент на посетителите се определя въз основа на информация, получена от проучвания, въз основа на демографски параметри, дейности, социална класа, начин на живот и др. Платформата ще бъде интегрирана от местните участници, където са идентифицирани потенциалните посетители.

Ключови партньори	Ключови дейности	Ключови ресурси
-------------------	------------------	-----------------

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Местни предприемачи (занаятчии, фермери, собственици на квартири, готвачи и др.) ▪ Външни компании (туристически агенции, туристически бордове, маркетингови компании и др.) ▪ Транспортни фирми ▪ Мениджъри на общността ▪ Дигитални инфлуенсъри ▪ Доставчици на услуги ▪ Местни власти / власти ▪ Културни институции/НПО ▪ Изследователи 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Уеб разработка и управление; ▪ Промоция в услугите на платформата; ▪ Популяризиране в социалните медии; ▪ Маркетинг на културата и наследството; ▪ Обучение на местните заинтересовани страни в цифровата употреба; ▪ Привличане на рекламодатели. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Интернет достъп; ▪ Мобилни приложения; ▪ Сътрудничество на преки и непреки участници.
Връзки с посетителите	Канали	Сегменти на посетителите
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Онлайн чрез платформата ▪ Онлайн чрез социални медии 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Социални медии ▪ Конвенционални културни и туристически организации ▪ Дигитален маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Посетители, интересувани се от гастрономически туризъм, екотуризъм,

		културен туризъм, агротуризъм, устойчив туризъм и експериментален туризъм; <ul style="list-style-type: none"> ▪ Туристически агенции; ▪ Туристически табла; ▪ НПО.
--	--	--

Фигура 5 Примери за ключови области на IDP

Един от приоритетите за подобряване на информационното пространство е цифровизацията на търсенето и предлагането на гастрономическо наследство, което допринася за включването на малките и полупазарните стопанства в икономическа дейност, което от своя страна насърчава жизнеността и жизнеспособността на селските райони.

Един от най-простите начини е да се създаде специална институция, която да отговаря за обединяването на търсенето и предлагането. Отделните производители информират институцията за своите стоки/продукти, за начина, по който могат да се свържат с тях (адресите им), и за възможността за пряка комуникация.

Институцията създава уебсайт, обобщава информацията и прави поръчките. Като пример може да се посочи PlatFerma в Румъния. Plat Ferma е онлайн платформа, чрез която хората могат да разберат кои и къде са румънските фермери, какви натурални продукти предлагат, как се грижат за собствените си домакинства, какво ги вдъхновява и мотивира. В рамките на тази платформа всяка ферма има свой кореспондент "Портрет на фермера", който съдържа информация за здравословната храна и нейния източник. Платформата включва "Карта на фермите" ("The Farms' Map") - карта, която насочва купувачите към ферми в близост до

големите градове, какво и къде могат да купят. Картата посочва местата в страната, където фермите са разделени по окръзи и категории продукти. Съществуват девет категории, които включват елементи на разнообразна, вкусна и местна диета (PlatFerma..., 2018).

Важна възможност за обединяване на търсенето и предлагането е и самоорганизацията на бизнес сдружения или кооперативи и създаването на собствени търговски обекти/магазини.

И накрая, директният маркетинг също се разширява. Производител на стоки/продукти създава личен уебсайт в дигиталната мрежа и предлага стоките/продуктите, видовете опаковки, цената и възможното време за доставка, като самият производител доставя стоките/продуктите до определени обекти. Що се отнася до директния маркетинг, често купувачите, а не доставчиците си сътрудничат. Възникват т. нар. групи за директен маркетинг. Групите за директен маркетинг се приписват на възможността, създадена от купувачи – ентузиастични – редовно, всяка седмица, да купуват прясна местна органична храна директно от органични фермери, като инвестират собственото си време.

Директният маркетинг контрастира с обичайното пазаруване на пазара или в супермаркет. Купувачите трябва да планират нуждите си от продукти за следващата седмица. Освен това, понякога те трябва да бъдат креативни, за да приготвят ястия от това, което е налично в този период или сезон.

7. КАК ДА СЪЗДАДЕТЕ БАЗА ДАННИ ОТ НАЦИОНАЛНИ И ЕВРОПЕЙСКИ СПИСЪЦИ НА РЕЦЕПТИ

Запазването на етническото и културното разнообразие като цяло се превръща в голямо предизвикателство в днешно време, подобно на задачата за запазване на биологичното разнообразие на нашата планета. Сред застрашаващите фактори е дори разпространението на цифровите медии, които едва ли ще се съобразяват с местните традиции.

Многобройните комбинации от вкусове, аромати, техники, както и исторически, религиозни и културни алюзии постепенно формират наследството с препратки в литературата, фолклора, музиката - всичко, което прави националните кухни уникални и взаимосвързани с други области на човешката дейност.

Fabio Parasecoli (2005 г.) с право прилага концепцията за "знакови мрежи" към националните кухни: "Всеки елемент от кулинарната традиция е част от няколко взаимосвързани мрежи от значения, практики, концепции и идеали; пълният обхват на неговото значение и стойност не може да бъде разбран, без да се анализира взаимодействието му с други, на пръв поглед несвързани области. Можем да определим тези мрежи като "означаващи", защото те ни помагат да осмислим реалността, като ни позволяват да разберем културната си среда и да действваме в рамките на нейните правила и граници" (Parasecoli, 2005).

Тъй като светът става все по-малък по отношение на пътуванията и комуникациите, получаваме много възможности да открием нови културни измерения за себе си. Човек може да разбере много за дадена национална група само като опита известните ѝ ястия. Чуждестранните посетители често имат голямо желание да опитат местната кухня, но може да го сметнат за рисковано, ако не им бъде предоставена достатъчно обяснителна информация. Споделянето на готварски рецепти включва не само списък с обикновени съставки и указания за готвене, но и средата, в която растат хранителните продукти. Националните кухни включват голям брой фактори, които правят ястията специални, включително специфични начини за обработка на цялата храна, използване на прибори, прилагане на техники за готвене и др. По този начин случаят на използване на цифровизация на кухнята е доста поучителен за разбирането на принципите на съвременния межкултурен обмен на знания. Голямото предизвикателство днес е да се кодира тази информация в подходяща цифрова форма, така че обменът на данни да отвори врати за чуждестранни туристи, да стимулира икономическите връзки и да изведе межкултурната комуникация на много по-високо ниво. Много проекти за цифровизация са изградени около идеята за използване на някаква основополагаща онтология, която може да бъде разширена

от инженерите по знания в конкретна специфична област на експертиза. Ще разгледаме случая на използване на тези инструменти за цифровизиране на националните кухни.

Съществуващите технологии за формализирано представяне на знания се разделят на няколко групи рамки.

Те включват подхода на Семантичната мрежа в нейната оригинална форма на OWL и RDF. Онлайн колекциите от взаимосвързани набори от данни, използващи инструментите на Семантичния уеб, са известни като Свързани данни. Много проекти за дигитализация са изградени около идеята за използване на някаква фундаментална онтология, която може да бъде разширявана от инженери по знанието в конкретна специфична област на експертиза.

Основната обосновка на RDF е, че "мрежата се превръща от информация, която може да се чете от човек, в световна мрежа от взаимодействащи си процеси.

RDF осигурява световен език за тези процеси". Както подсказва името му, RDF е рамка за изразяване на информация за ресурси – предимно уеб документи и различни същности. Нейният формализъм се основава на идеята за статични класове и свойства. Естествено възниква въпросът до каква степен е разумно да се да се третира една рецепта като същност, а не като сложен процес с аргументи, времетраене, вложена сложност и т.н.

Schema.org е съвместна дейност на общността, чиято мисия е да създава, поддържа и популяризира схеми за структурирани данни в интернет. Тази инициатива има за цел да осигури стандартизиран речник за споделени метаданни на публикувани уеб ресурси.

Уеб ресурсите, свързани с готвене, могат да използват полетата за метаданни на клас Recipe, поддържан тук:

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

```
<script type="application/ld+json">
```

```
{
```



```
"@context": "http://schema.org",
"@type": "Recipe",
"name": "Рецепта за месо от ягоди и манго",
"image": [
  "https://example.com/photos/1x1/photo.jpg"
],
"author": {
  "@type": "Person",
  "name": "scoopnana"
},
"datePublished": "2008-03-03",
"description": "Манго, ягоди и
подсладените сушени боровинки са жизнени
добавка към смесени зеленчуци, разпръснати с масло
и дресинг от балсамов оцет.",: {
  "@type": "AggregateRating",
  "ratingValue": "5",
  "reviewCount": "52"
},
"recipeYield": "12 порции",
"хранене": {
  "@type": "Информация за хранителната стойност",
  "servingSize": "1 купа",
  "калории": "319 калории",
  "fatContent": "20,2 g"},
"recipeIngredient": [
  "1/2 чаша захар",
```

*"3/4 чаша масло от рапица",
"1 чаена лъжичка сол",
"1/4 чаша балсамов оцет",
"8 чаши смесена зелена салата",
"2 чаши подсладени сушени боровинки",
"1/2 фунт пресни ягоди, нарязани на четвъртинки",
"1 манго - обелено, без семки и на кубчета",
"1/2 чаша нарязан лук",
"1 чаша нарязани бадеми"*

*J, "инструкции за рецепта": "\n1. Поставете
захар, олио, сол и оцет в буркан с
капак. Запечатайте буркана и го разклатете енергично
смесете.\n2. В голяма купа смесете зелената салата,
подсладени сушени боровинки, ягоди,
манго и лук. За да сервирате, хвърлете с
дресинг и поръсете с бадеми."*

}

</script>

Представяне на рецепта за свързани данни с помощта на JSON формат и речника на Schema.org (Дмитриев, 2018)

Речникът и форматът, възприети от Schema.org, са ориентирани предимно към представяне на метаданни от високо ниво на уеб документи. Според нас един правилно нормализиран семантичен граф изисква много по-ясно представяне на понятията. Повечето символни стойности в полетата на Schema.org са естествени текстове, изискващи човешка когнитивна интерпретация. Такъв текст не може да бъде прочетен директно от цифрови системи без специални NLP инструменти, които в по-голямата си част са доста склонни към грешки.

Традиционният начин за даване на указания на една рецепта е да се започне с нещата и операциите, които е необходимо да се изпълнят първо. Този ред и стил на описание е известен като императивен или процедурен. Декларативният или функционалният стил на описване на логиката на даден процес обикновено започва от върха на пирамидата на изпълнението, от очаквания полезен резултат, който искаме да постигнем.

Когнитивното предизвикателство на тази задача изглежда трудно още от самото начало, когато дори се опитваме да определим каква е "рецептата". "Терминът "рецепта" има няколко контекстуални значения.

В общ смисъл той може да се определи като метод за постигане на желана цел. Когато се използва в контекста на готварството, обикновено се счита, че това е набор от инструкции за приготвяне на кулинарно ястие. Като такъв той може да се разглежда като обект със свойства като съставки и необходимо време. Алтернативно, той може да се разглежда като процес, който приема някакви входни данни, има поредица от стъпки, които трябва да бъдат изпълнени, и дава някакъв резултат.

Времето, необходимо за изпълнение на стъпките, и необходимите прибори също помагат за описание на рецептата.

Веднъж изправени пред задачата за изрично обяснение на понятия, които са ни познати предимно от ежедневието ни житейски опит, ние като човешки същества сме склонни да измисляме различни семантични сегменти на споделената реалност. За някои хора отговорът на този проблем се крие в налагането на възможно най-много глобални стандарти. Според нас обаче е безсмислено да се опитваме да налагаме някаква хомогенност в нашето когнитивно оформяне на основополагащи онтологии. Възможният начин за межкултурна семантична интеграция според нас е да се насърчи използването на онтологии, които са тясно свързани с обработката на естествен език.

Идеалният случай е, да се предложи на общността от лингвисти, антрополози, инженери по знания и на всички други заинтересовани страни, набор от методологии, цифрови формати и софтуерни инструменти, които да помогнат за създаването на платформа за сътрудничество за споделяне на знания. Сложно е да се мисли, че такива сложни формалности могат да бъдат директно използвани от местните общности, които желаят да споделят своето културно наследство с останалия свят. Но започвайки от тях, можем да създадем технологична база, която да използват.

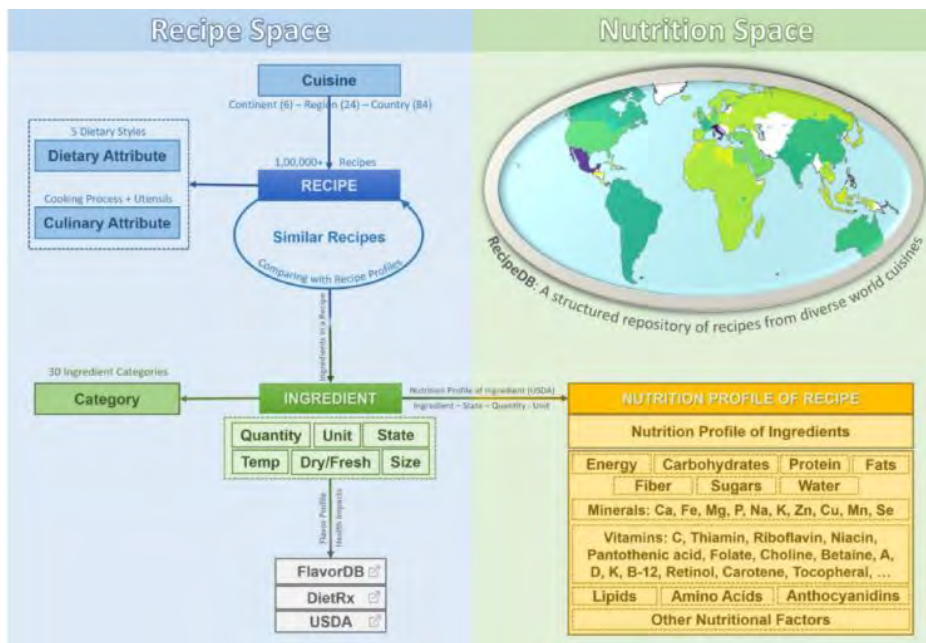
По-широкото използване на обработката на естествен език може да помогне за превръщането на свободния текст, предоставен от потребителя, например указанията за готвене от оригиналния език, в набор от взаимосвързани семантични предложения, които могат да бъдат генерирани в движение и представени в удобен за потребителя графичен интерфейс.

Пропозициите могат да бъдат преформулирани на друг естествен език или на същия оригинален език, но по по-общ начин. Ако някое от автоматично анализирани предложения изглежда неправилно или в крайна сметка погрешно, човек може да се опита да преформулира първоначалната инструкция или да пренасочи този проблем към екип за поддръжка

В днешно време кулинарните теми са обект на жив интерес в социалните мрежи и мобилните приложения. Нашият формализъм, базиран на GSL, беше тестван в различни комерсиални и нестопански проекти.

Друг пример за успешен проект е Рецепта BD1 (RecipeDB), който представлява структурирана компилация от рецепти, съставки и хранителни профили, взаимосвързани с вкусови профили и здравни асоциации. Репертоарът се състои от щателно интегриране на 118 171 рецепти от кухни по целия свят (6 континента, 26 геокултурни региона и 74

държави), приготвени чрез 268 процеса (нагряване, варене, варене, задушаване, печене и т.н.), чрез смесване на над 20 262 разнообразни съставки, които са допълнително свързани с техните вкусови молекули (FlavorDB), хранителни профили (Министерство на земеделието на САЩ) и емпирични данни за асоциации с болести, получени от MEDLINE (DietRx). Този ресурс има за цел да улесни научните изследвания на кулинарното пространство (рецепта, съставка, процеси/техники на готвене, стилове на хранене и т.н.), свързани с вкусови (ароматен профил) и здравни (хранителни и болестни асоциации) атрибути, търсещи различни приложения.



Фигура 6 Структурата на базата данни RecipeDB

Стъпки за създаване на база данни като ресурс за проучване на рецепти

1. Преглед на базата данни

Стъпките включват класифициране на рецептите в кухни по геокултурни региони, картографиране и етикетиране с различни характеристики (диетични стилове, процеси на готвене и т.н.). От съществено значение е да предложите удобен за потребителя интерфейс

за търсене и разглеждане на рецепти. Могат да бъдат предоставени интерактивни визуализации на данни и взаимосвързани опции за търсене за извличане на подходяща информация.

2. Събиране на данни

Показано е да се прегледат голям брой хранилища на рецепти като потенциален източник на данни, въз основа на еднаквост в структурата и наличието на геокултурно картографиране и брой. След това тази информация може да бъде разделена на множество части (данни за съставките, данни за инструкции за готвене, данни за геокултурно картографиране и т.н.)

Докато се конструира наборът от данни, трябва да се изисква информация в структуриран формат чрез конструирание на набора от данни, маркиране на всяка дума във всяка фраза по цел, използване на вектори за представяне и групиране, което означава основно идентифициране на вектори за уникално представяне за увеличаване на разнообразието на базата данни.

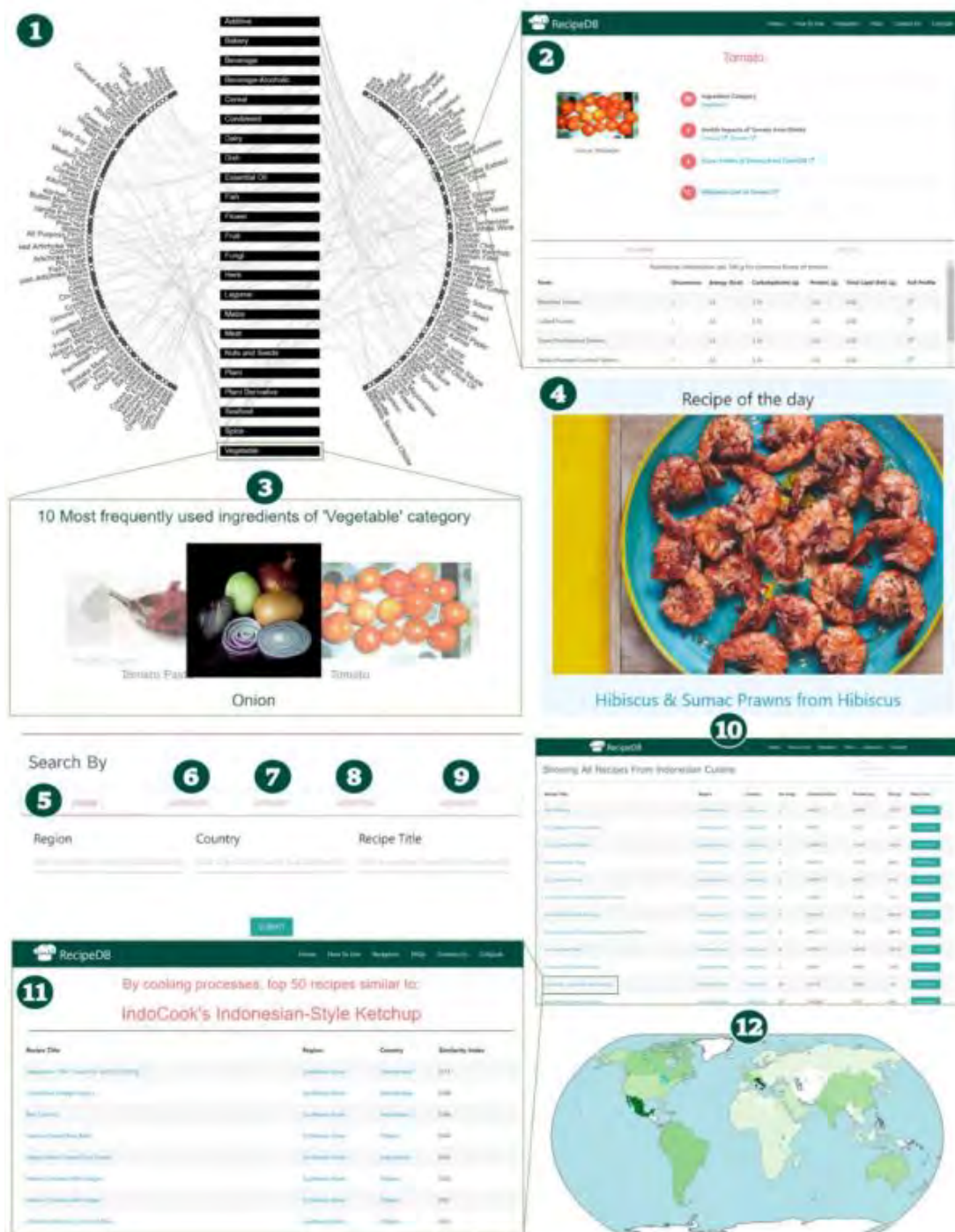
Следвайки тази стъпка, можем също така да създадем модели за „обучение“ на базата данни, за да получим смущения за всички рецепти в базата данни.

Всяка рецепта може да бъде картографирана към нейния геокултурен корелат на различни нива на йерархия (напр.: държава, макрорегион, регион, подрегион и т.н.) и това ниво на картографиране може да бъде направено въз основа на кулинарни/културни прилики.

3. Архитектура на база данни и уеб интерфейс

Базата данни трябва да улеснява лесното разбиране и навигация в сложни взаимовръзки между кухни, съставки, методи на обработка, информация за културата и наследството и техните категории.

Интерактивната визуализация на данни и голямото разнообразие от удобни за потребителя търсения осигуряват бърз достъп до желаната информация.



1 A circular network diagram showing relationships between ingredients. A central column lists ingredients: Alliums, Bakery, Beverages, Beverage Alcohol, Cereal, Condiment, Dairy, Egg, Essential Oil, Fish, Fruit, Fruit Juice, Fruit and Veg, Grain, Legume, Meat, Milk and Dairy, Nuts and Seeds, Plant Protein, Plant Sterols, Spices, and Vegetables. Lines connect these to various recipe categories on the left and right.

2 RecipeDB interface for 'Tomato'. It shows a list of recipes with filters for 'Vegetarian Friendly', 'Vegan Recipes', 'Gluten Free Recipes', and 'Dairy Free Recipes'. A table below shows recipe statistics:

Recipe	Ingredients	Prep Time	Cooking Time	Prep + Cook	Yield	Popularity
Tomato Pesto	1	15	15	30	100	95
Tomato Sauce	1	15	15	30	100	95
Tomato Pesto (Vegan)	1	15	15	30	100	95
Tomato Pesto (Gluten Free)	1	15	15	30	100	95

3 10 Most frequently used ingredients of 'Vegetable' category. Images show Tomato Paste, Onion, and Tomato.

4 Recipe of the day: Hibiscus & Sumac Prawns from Hibiscus. Image shows a plate of prawns.

5 Search By filters: Region, Country, Recipe Title.

6 Search By filter: Region.

7 Search By filter: Country.

8 Search By filter: Recipe Title.

9 Search By filter: Recipe Title.

10 Showing All Recipes From Indonesian Cuisine. Table with columns: Recipe Title, Prep Time, Cook Time, Prep + Cook, Yield, Popularity.

11 By cooking processes, top 50 recipes similar to: IndoCook's Indonesian-Style Ketchup. Table with columns: Recipe Title, Region, Country, Similarity Index.

12 World map showing the geographical distribution of recipes.

Фигура 7 Схема на потребителския интерфейс на RecipeDB, подчертаваща функциите за търсене и навигация на данни

4. Случаи на употреба

Тази стъпка е по-емпирична и илюстрира ползата от база данни с рецепти за различни приложения.

Потребителите имат възможност да търсят рецепти по кухня на ниво региони на дадена държава. Всяко поле може да се захранва с автоматично предлагане на една буква, за да се даде възможност на непосветен потребител. Щракването върху име на рецепта може да доведе до страница със структурни подробности за рецептата и „повече информация“ или други изскачащи страници могат да предоставят различна информация или пресичащи се факти зад рецептата.

Чрез създаването на база данни с рецепти има възможност за разработване на сложни заявки с разширено търсене. Разширеното търсене позволява създаване на нюансирани заявки, като се използват отделните елементи на заявката (кухня, заглавие на рецепта, използвана/неизползвана съставка, процеси на готвене и използвани прибори и макронутриенти).

Храната е сложна тема, преплетена с традиционните готварски практики (рецепти), вкуса, храненето и здравето. Базата данни с национални и европейски рецепти може да бъде един поглед към пъзела на храната, основан на данни.

Този вид база данни има силата да осигури структурирани хранилища на разнообразни рецепти, които да интегрират културните, кулинарните и хранителните аспекти. Чрез създаването на кураторска и структурирана база от кулинарни знания, базата данни дава възможност за изследвания с отворен край.

Освен подобряването на количеството на данните, има много възможности за подобряване на качеството на данните за рецепти. Съставянето на общи традиционни рецепти е една от ключовите бъдещи насоки.

Събраните данни представляват мощен източник за анализ на „идентичността“ на кухнята в измерими параметри, сходство между кухните, типични модели в кухните, наред с други, освен че са отличен ресурс за задаване на запитвания. По този начин базата данни предоставя количествено определен ресурс от кулинарното наследство чрез структурирано хранилище на рецепти.

8. КАК ДА ЦИФРОВИЗИРАМЕ СЕЛСКИЯТ ГАСТРОНОМИЧЕСКИ БИЗНЕС

В съвременния свят на бизнеса са необходими нови подходи за подобряване на иновациите и изобретенията в селските предприятия, както и широко познаване и разбиране на цифровите технологии, как могат да се използват, кога могат да се използват, къде могат да се използват и защо се използват използвани от селските предприемачи, трябва да бъдат правилно определени, за да се постигне това. Промоционалните маркетингови стратегии, използващи цифрови технологии, трябва да бъдат централен въпрос и ползите от тях трябва да бъдат по-добре разбрани от собствениците и мениджърите на фирми по целия свят. Достъпът до глобалните пазари, ефективната дистрибуция на продуктите и по-голямата информираност за марката също могат да осигурят конкурентно предимство и да осигурят ефективна бизнес комуникация.

Основните концепции в предприемаческата практика включват независимост, иновации, вземане на решения, прогнозиране, изпълнение и постигане на успех. Предприемачеството в селските райони обаче трябва да бъде по-добре развито, за да се подобри неговото по-широко икономическо участие. Трансформацията в начина, по който се практикува предприемачеството в селските райони, може да доведе до по-голям бизнес успех, но ефективните икономически дейности могат да бъдат постигнати само чрез цифровизацията

на предприемачеството в селските райони. Концепцията за цифровизация може да се опише от гледна точка на инфраструктурните процеси, свързани с цифровите технологии, при които аналоговата информация се транскрибира в цифрова форма и се прилага в по-широк социален и институционален контекст.

Значението на цифровизацията не се ограничава само до продукти, услуги и производствени процеси, а включва широк спектър от компетенции, включително маркетинг, бизнес мрежи, промоционален микс, дистрибуция на продукти, управление на веригата за доставки, достъп до международни пазари и управление на растежа за постигане на конкурентно предимство. Цифровизацията на всички бизнес процеси е възможна и по този начин лесно може да се преодолее възлагането на определени услуги на външни изпълнители или недостигът на човешки капитал, с който разполагат предприятията в селските райони, тъй като цифровизацията може да се използва за положително активиране на новосъздадени предприятия и потенциални млади предприемачи, които желаят да работят в селска среда по този начин.

Извършени са малко проучвания за това как цифровизацията може да подобри оцеляването и развитието на селските предприятия, което води до липса на знания и разбиране на връзката ѝ с подобряването на успеха на селските индустрии. Знанията относно ползите от цифровизацията на селските предприятия и как тя може да подобри капацитета за функциониране на предприятията остават предимно предполагаеми сред специалистите и политиците.

Съществуват обаче много доказателства от международна гледна точка, които показват, че малкият бизнес, който обикновено се намира в селските райони, играе решаваща роля за създаването на различни икономики.

Двигатели на цифровизацията на селското предприемачество

1. Технологично развитие

За да се постигнат възможности за развитие на общността, академични подобрения, социални

и политически и предприемачески растеж, правителствата трябва да дадат приоритет на инсталирането на оптични технологии, като по този начин направят ширококолентовата свързаност достъпна за селските общности. Осигуряването на оптична свързаност на всички жилища в селските райони би задоволило не само нуждите на домакинствата, но и би дало възможност за цифровизация на бизнес инициативите в селските райони. Смята се, че чрез стратегически партньорски съюзи с частния сектор публичният сектор и правителствата както на развитите, така и на развиващите се страни дават възможност за създаване на цифрови инфраструктури, които ще осигурят цифровизацията на всички селски райони.

2. Социално-икономически фактори

Социално-икономическите фактори са основни аспекти, които оказват влияние върху предприемаческото поведение и функционирането на предприятията. Икономическият растеж е функция както на нарастването на ресурсите, така и на темповете на технологичните промени, като земята, трудът, капиталът и предприемачеството са ресурсите във факторите на производството. Икономистите, които са изследвали въздействието на тези ресурси или фактори на производство при определянето на причините за икономическия растеж, признават растежа на предприемачеството за техен основен източник. Основният принос за икономическия растеж на всички нации е този на предприемаческия фактор, тъй като именно предприемачите допринасят с методи за постигане на конкретни цели, които включват онези иновации, отговорни за технологичния прогрес. Следователно не увеличаването на количеството на другите производствени фактори стимулира икономическото развитие, а по-скоро усилията на предприемачите, които поемат рисковете за иновациите, организират и координират всички производствени фактори на бизнеса.

3. Бариери пред цифровизацията на селското предприемачество

Предприемачеството в селските райони е изправено пред предизвикателствата на финансов недостиг, недостатъци в

мрежи, електричество, оборудване, маркетинг, малки и далечни пазари, лоши транспортни системи, а също и корупция. В много страни оскъдните инфраструктурни съоръжения, лошият достъп до технологии и липсата на широколентова свързаност и обслужваеми пътища са големи предизвикателства пред развитието.

4. Предприемачески ресурси в селските райони

В някои случаи собствениците/управителите на (малките и средните предприятия) МСП не разполагат с уменията и възможностите, необходими за стартиране и функциониране на бизнес, а селските предприятия се характеризират с много трудни фактори, като ограничени ресурси, малки размери и разпръснато и отдалечено местоположение. Също така разходите по транзакциите за дейностите в селските райони са високи, което до голяма степен е резултат от времето, необходимо за гарантиране на спазването на бизнес стандартите. Селските предприятия са изправени пред рискове, които варират от управлението на дисбаланса на властта, който изпитват в сравнение с по-големите предприятия, до купувачите, които могат да влияят върху условията и стандартните изисквания за извършване на продажби. В този смисъл селските предприятия имат ограничен достъп до актуална пазарна информация, главно поради слабата транспортна и комуникационна инфраструктура, особено в селските райони, което изключително затруднява участието на тези предприятия на пазари с висока стойност.

5. Институционални предизвикателства пред предприемачеството в селските райони

Разгръщането на предприемачеството изисква среда, която да позволява на предприемачите да създават, управляват и при необходимост да закриват предприятия в контекст, в който се гарантира спазването на върховенството на закона, уреждащо процедурите за разкриване, лицензиране и регистрация, както и защитата на физическата и интелектуалната собственост. Съществуващата регулаторна среда следва да насърчава хората да стартират

собствен бизнес, да опитват нови бизнес идеи и да поемат пресметнати рискове, като в същото време поддържа административната тежест до минимума, необходим за подкрепа на устойчивите цели на публичната политика и развитието.

9. ДИГИТАЛНО В 10 СЪПКИ

1. Популяризирайте стойността на храната като средство за поддържане на традиционното готвене и култура и за свързване на хората
2. Ускорете процесите на отворени иновации, които включват потребителя от самото начало, както и мултидисциплинарни подходи, които отговарят на нуждите както на настоящите, така и на бъдещите поколения
3. Използвайте технологията за насърчаване и обучение на местните заинтересовани страни, участващи в сектора на храните и туризма
4. Направете посетителите/потребителите център на стратегията
5. Разчитайте на заинтересованите страни
6. Създайте мрежа за устойчива търговия
7. Използвайте данни
8. Използвайте най-новите технологии
9. Създайте дигитален и устойчив бизнес модел чрез прозрачни и справедливи практики и балансиране на технологични инструменти с възхитително изживяване на клиентите
10. Останете отворени за нови неща

ИЗВОДИ

Цифровизацията на икономиката води до развитието на нови бизнес модели и нови форми на социална и бизнес организация. Предприятията и жителите на селските райони трябва да

бъдат подготвени, за да могат да се възползват от възможностите, предоставяни от цифровизацията, за да се даде възможност за приобщаващо развитие и подобряване на качеството на живот на жителите.

Внедряването на технологиите в сферата на културното наследство може да засили преживяванията на посетителите, като подобри както спомените, така и чувството за принадлежност. Засиленият спомен за посещението на културното наследство може да допринесе за повишаване на осведомеността за миналото и да се превърне в желание за взаимодействие с наследството по устойчиви начини. Ето защо е от решаващо значение да се разгледа нарастващата роля на технологиите в културния сектор, особено след като технологиите са признати за един от основните компоненти на културното преживяване.

През последните години се появили иновативни и завладяващи технологични приложения в сектора на културното наследство. Този феномен определи бързата и съществена промяна в практиките на използване, предлагане и опазване на културното наследство представя двойна класификация на макрокатегориите технологии, които могат да се наблюдават в културния сектор: онлайн технологии, които се фокусират върху използването на уебсайтове и мобилни приложения, и технологии на място, като обиколки с екскурзовод и устройства, които подобряват посещението (напр. аудиогидове, GPS локатори и мобилни приложения). Много от тези технологии обогатиха преживяването и направиха информацията по-достъпна за различните сегменти посетители. Чрез новите комуникационни технологии може да се споделя допълнителна информация с посетителите, като по този начин тя се превръща във фокусна точка с добавена стойност към преживяването на наследството.

ПРИМЕРНИ ПРОУЧВАНИЯ

1. Hoinari Coolinari – Гастрономически блог и център

Hoinari Coolinari е проект, стартирал през 2019 г., с цел създаване на силна общност около местната храна и желание за споделяне на лични гастрономически преживявания на гастрономи, запалени по този вид храна, чрез онлайн платформа.

Проектът е стартиран от млада двойка, запалена по местната гастрономия. Двамата пътуват и откриват нови общности, тестват местни продукти и рецепти, които след това популяризират чрез онлайн платформата, която управляват.

Те създават истории около всяко кулинарно преживяване, пишат за всичко, което ги вдъхновява, и споделят с последователите си преживяванията, с които се идентифицират!

Целевата група на платформата са всички, които ценят местното, автентичното, прясното, здравословното, ароматното и изпълненото с вкусни истории.

Онлайн платформата е не само кулинарен блог, чрез който се създават съдържание и гастрономически истории, но е и център за популяризиране на производителите. Платформата има широк кръг от партньори, които популяризира и подпомага с онлайн реклама, като по този начин създава истинска общност около гастрономията.

<https://culinarativ.ro/>

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



Hoinari Coolinari



2. LaLena – Кулинарни рецепти – Мобилно приложение

LaLena – Retete Culinare (EN: LaLena - Culinary recipes) е мобилно приложение, което предлага над 1000 кулинарни рецепти. Приложението е стартирано от кулинарен блогър от Румъния.

Елена Бутук (LaLena) е румънски кулинарен блогър, който публикува различни рецепти, приготвени от нея и ги представя стъпка по стъпка както в социалните медии, така и в личния си уебсайт. До момента тя има повече от 300 000 последователи.

Нововъведение, с което LaLena се зае наскоро, е пускането на мобилно приложение с кулинарни рецепти.

Приложението дава достъп до над 1000 кулинарни рецепти от всички категории и за всички вкусове, рецепти с месо, сурови вегански рецепти, рецепти за торти, както и супи. Рецептите са групирани по най-популярните съставки: пилешко, свинско, риба, гъби и др. Рецептите са на средно ниво и могат да се приготвят в кухнята, като се използват само основни прибори и съставки.

Всички рецепти имат подробни описания стъпка по стъпка със снимки, а много от тях имат и видеоклипове.

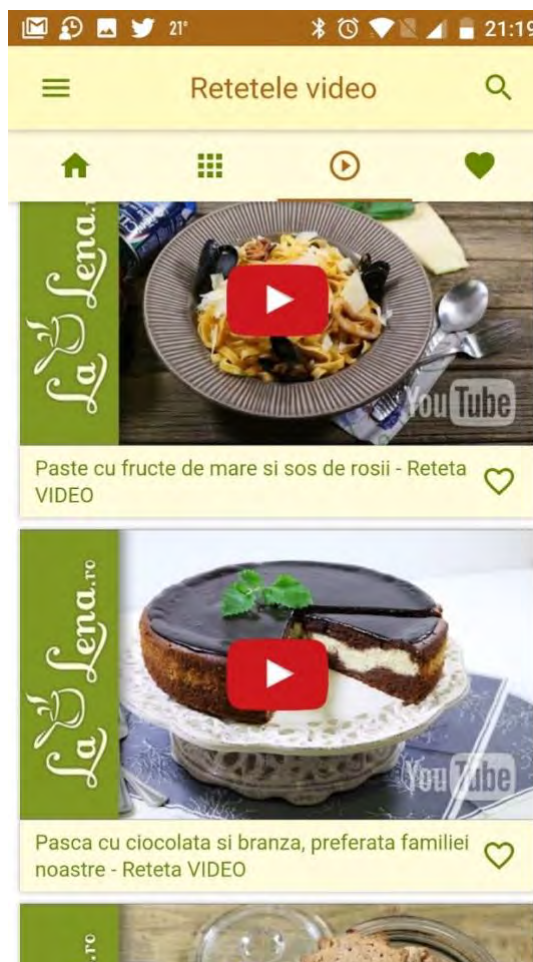
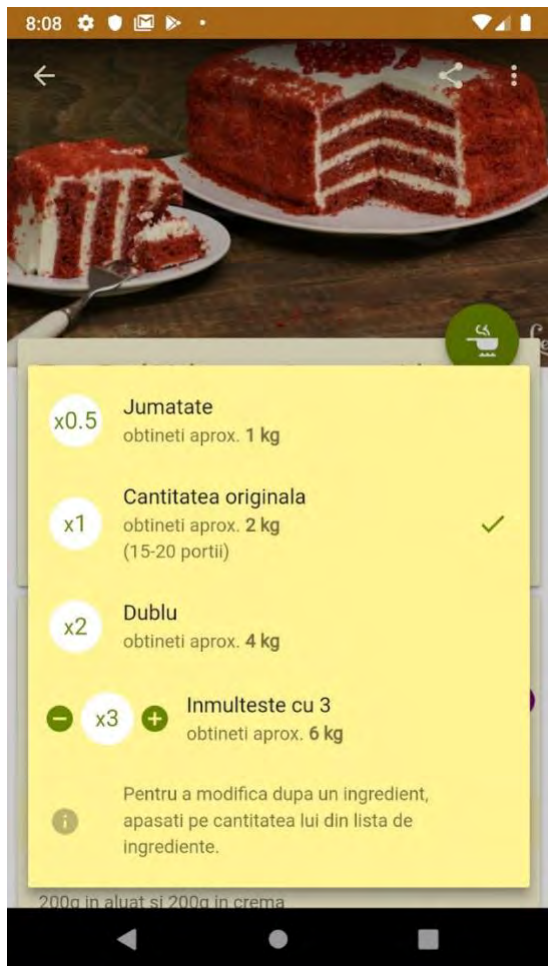
Функциите, които предлага приложението LaLena, са: лесно навигиране в категориите, намиране на рецепти по ключови думи и съставки, запазване на любим списък с рецепти. Също така, когато натиснете бутона "Започни да готвиш", приложението ще води потребителя стъпка по стъпка през цялата рецепта.

Всички рецепти са достъпни и на уебсайта lalen.ro.

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

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





3. Кухнята на Джамила (Jamila Cuisine) – Кулинарен влогър

JamilaCuisine е онлайн кулинарно предаване, основано през 2012 г. В момента то е най-посещаваното в кулинарната категория, а в YouTube JamilaCuisine се гледа от над 1,5 милиона абонати.

JamilaCuisine е най-големият и най-обичан кулинарен канал в Румъния. Инициаторите Геанина Стайку Аврам и нейният съпруг са пионерите на видео рецептите в Румъния. Те успяват да създадат видеосъдържание във време, когато никой не е правил рецепти по този начин.

Въпреки че всичко започва като игра, днес Джамила се радва на истинска работа и същевременно на страст, която изглежда никога не ѝ омръзва. Първоначално тя смятала, че ще прави видеоклиповете, за да ги споделя с приятели и роднини, но когато ги публикувала в интернет, все повече хора я следвали и я питали за нови рецепти.

Така Джамила става известна и следвана от милиони румънци навсякъде заради известните си рецепти. Тя има над 1,5 милиона абонати в канала си в YouTube. Освен този канал кулинарната блогърка има и уебсайт, на който публикува рецептите си също под формата на видеоклипове, за да могат последователите ѝ да разберат по-добре съставките на рецептите и начина на приготвяне.

В допълнение към това Джамила е написала и комплект от две готварски книги, наречени "Кухнята на Джамила. Най-добрите рецепти". Първият том излезе през 2016 г., а вторият - през 2017 г. И двете готварски книги съдържат повече от 50 кулинарни рецепти, обяснени стъпка по стъпка и илюстрирани чрез снимки, за хората, които искат да се вдъхновят или просто са запалени по кухнята .

<https://jamilacuisine.ro/>

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



4. "Roade și Merinde" Плодове и закуски - хранителен център

" Плодове и закуски " е хранителен център, който разпространява местни селски продукти с натурални и истински съставки от малки селски ферми в окръг Яш и съседните окръзи - в подкрепа на здравословна и жизнена система за консумация на местни ястия. Мисията е да се стимулира общността около град Яш и Североизточния регион и да се изгради устойчива и справедлива регионална хранителна система.

" Плодове и закуски " обединява повече от 50 производители на храни от окръзите Яш, Ботошани, Неамц, Бакъу, Сучава и Васлуй, като целта е да се подкрепят производителите от региона на Молдова и да се насърчат потребителите да избират румънски продукти вместо вносни.

Историята на тази инициатива започва преди 5 години, когато собственикът си поставя за цел да осигури на децата си възможно най-здравословното хранене. На първия етап той се обръща към културите, които се произвеждат в домакинството на неговите роднини. Тъй като събраните количества били много повече от ежедневните нужди на семейството, той намерил иновативен начин да ги оползотвори. Започва да разпространява продуктите сред приятели и роднини; така се ражда нова успешна предприемаческа идея.

Наред с основната цел да предоставя продукти, които осигуряват здравословно хранене, " Плодове и закуски " предлага също така: посещения в стопанствата на производителите, които доставят храната, и съветва производителите да успеят да популяризират и разрешат своите продукти. Продуктите са достъпни онлайн и могат да бъдат закупени чрез техния онлайн магазин.

Способността на предприемача да създаде мрежа от местни фермери за популяризиране на местни продукти представлява истински урок: успехът не се постига индивидуално, а е резултат от работа в екип, чрез включване и подкрепа на други участници със същата визия.

За кратко време мрежата от купувачи достигна няколкостотин семейства и за да отговори на техните искания, предприемачът започна сътрудничество с други местни доставчици, за да развие своята мрежа от производители.

<https://roadesimerinde.ro/>



This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.



This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

5. Agrozarul Virtual – Онлайн магазин за хранителни стоки – Платформа за електронна търговия

Agrozarul Virtual – Онлайн магазин за хранителни стоки е онлайн платформа, която има за цел да популяризира предлагането на местни производители и техните продукти - чисти, свежи и 100% румънски. Идеята стартира в Цюгуд, общината в Румъния, която инициира концепцията за "умно село", и се разширява в национален мащаб, за да подкрепи румънските производители.

"Вярваме, че в тези трудни времена трябва да мислим повече от всякога и за малкия производител в селото, който осигурява ежедневието си живот от продукти, получени с пот и много труд. Тези достойни и трудолюбиви хора не викат за помощ, не се оплакват, а продължават да работят, с изгорели от слънцето лица и набраздени ръце, с надеждата, че ние, потребителите, ще изберем да сложим техните продукти на масата, всеки купен румънски продукт означава капка надежда за фермера или производителя в страната, означава шанс за автентичното румънско земеделие и означава бъдеще за румънското село", казва инициаторът на платформата.

Онлайн платформата е създадена, за да улесни взаимодействието между клиента и малкия румънски производител и да популяризира румънските продукти. Дребните производители са тези, които наистина оценяват богатството, което предлага работата на полето, и които заслужават платформа за електронна търговия.

Виртуалният магазин се роди от признателност към тях, прекрасните хора от румънското село, "Agrozarul Virtual" е на разположение на производителите безплатно, за да продават своите продукти. Производителите могат да подават оферти и да актуализират наличностите, а купувачите да избират желаните от тях продукти.

Всеки производител, от което и да е кътче на страната, може да се регистрира безплатно в онлайн платформата и да има свой собствен виртуален магазин, в който ще може да добавя снимки на продуктите, да попълва оферти или непрекъснато да актуализира наличностите от стоки.

Освен това всяка общност или местна администрация в Румъния може да има свой собствен виртуален пазар, на който малките производители да рекламират стоките си и да взаимодействат с клиенти.

На свой ред купувачите имат множество възможности да избират желаните продукти, но също така и възможността да намерят производителите, които са най-близо до района, в който живеят. Купувачът може също така да оставя съобщения с благодарности по отношение на закупените продукти и да препоръчва тези продукти на свои приятели или познати.

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

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



Aprozarul Virtual

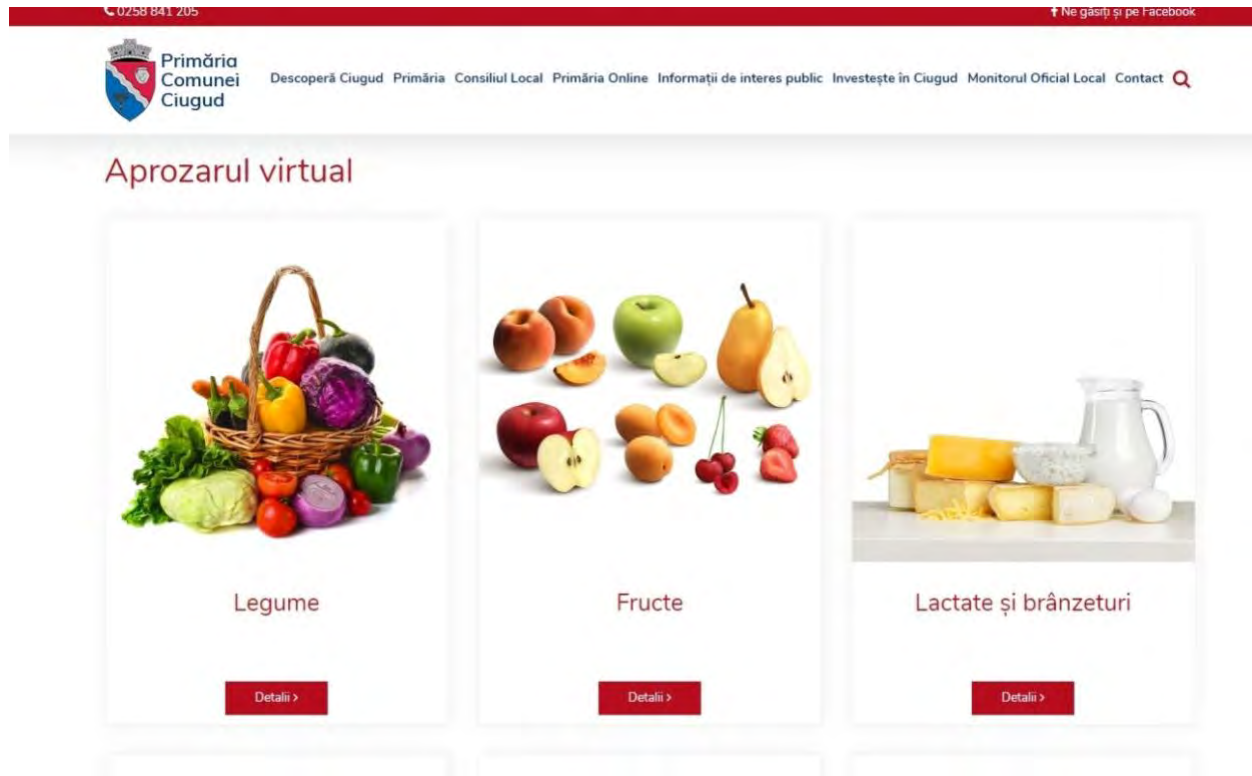
PRODUSE PROASPETE ȘI
100% ROMÂNEȘTI



COMANDA REPEDE
ȘI SIMPLU PE
www.aprozarulvirtual.ro



Ești producător?
Înscrie-te
GRATUIT!



6. Подарък от лимец (Dar Limetz) - Обществено земеделие и училище за природата

Името на инициативата е вдъхновено от Учителя Петър Дънов, който учи, че пшеницата не бива да се купува и продава, тя е свещена храна.

Чрез тази инициатива основателите се опитват да дадат пример как хлябът и пшеницата могат да се споделят свободно и по този начин да бъдат много по-ценни за всички.

Подарете лимец е идея, която основателите се стремят да реализират и споделят с вдъхновение и голяма радост. Те вярват, че нейното познаване и широко разпространение

ще донесе много ценни ползи за всички. Лимецът е една от най-чистите, лечебни и свещени храни. Според основателите на инициативата е важно повече хора да могат да си позволят да ядат или отглеждат лимец, за да имат добро здраве. Ето защо през 2012 г. те започват да отглеждат този древен вид лимец и да го даряват.

През пролетта много българи постят, като в продължение на 10 дни ядат само лимец, ябълки, мед и орехи. Именно тогава "Подари лимец" изпраща на хиляди хора безплатни торбички с лимец, за да излекуват и обновят телата си. Другото време за по-масово споделяне на Дар Шпелта е за сеитба през есента, когато те даряват семената, за да могат все повече хора да отглеждат зърното и то да се върне към живот.

Отглежданият от тях лимец не е предназначен за продажба. Тя се шие ръчно до висок идеал в различните региони на Рила, Родопите, Пирин, Стара планина, Витоша и др. Част от него се събира клас по клас, с голи ръце на доброволци, а свойствата му са силно лечебни. Те го засяват с песни, молитви, светли мисли и намерения - всяко зрънце става ценно. Първият лимец се отглежда, за да могат колкото се може повече хора да получат поне малко, с което да се пречистят и излекуват, или да им се дадат семена, които да отгледат, за да може древното зърно да се разпространи и доброто дело да се умножи.

Как се размножава Gift Spelt?

Първо, екипът търси голямо поле (десетки, стотици или хиляди акри) на удобно място в цялата страна, което може да им бъде предоставено възможно най-изгодно. Всеки желаещите да отглеждат собствен лимец са добре дошли да се присъединят към това поле, като всеки поема разходите за обработката на парчето земя, което желае да засее.

Основателите даряват семената, като идеята е след това човекът да дари поне 50 % от реколтата си, за да може доброто дело да продължи и други хора да получат семена безплатно и да започнат да отглеждат собствен лимец.

По този начин човек не само спестява разходи за обработване на земята и лимеца, но и не се налага да прави голяма първоначална инвестиция за закупуване на семената. Също така, ако човек няма опит в отглеждането на лимец, това е добър начин да го придобие, като работи заедно с колеги.

Пример за колективно отглеждане е голямото поле от 800 дка край Пловдив (с. Царацово), което Gift Spelt зася през 2013 г. Около 200 души се събраха заедно, за да отглеждат лимец.

Инициативата не е подкрепена от никакви европейски проекти, грантове или организации. Всичко инвестирано досега е от лични средства и подкрепата на доброволци и дарители.

Произведеният от тях лимец никога не е бил купуван и продаван и това е в основата на инициативата, а основателите се надяват, че винаги ще остане така.

Подаръкът Spelt е част от по-голям проект, наречен Природно училище "Благодарност", който се намира в планината Витоша на 1130 м надморска височина. То е създадено с вдъхновение и все още е в процес на изграждане, в което всеки може да се включи, като следи доброволческите събития в профила си.

Мечтата им е Природното училище "Благодарност" да бъде безплатен културен център за деца и възрастни, в който да се провеждат разнообразни дейности, като например естествени и основани на природата начини на работа и живот - алтернативно строителство, биологично земеделие, работа с глина, почистване на природни места от отпадъци, уроци по дърводелство и др. Те вярват също, че в Природно училище "Благодарност" ще се провеждат много обществени събития, като лекции, семинари, концерти, театрални постановки, духовни практики и терапии, приготвяне на здравословна храна, различни групови занимания, курсове и лагери с деца. <https://darlimec.com/>



This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.



7. Балкански хапки - усетете вкуса на България

Балкански хапки е опит да се предостави на пътуващите в София първата безплатна ежедневна обиколка на храната в Европа, а може би и в света. Идеята е да се направи обиколка на някои от най-интересните и модерни семейни ресторанти, които София може да предложи, и да се насладите на традиционна българска кухня, докато слушате за историята и обичаите, които са помогнали те да се превърнат в основни храни в България, от обучени екскурзоводи.

Самата обиколка представлява пешеходен тур, който започва в 14:00 ч. всеки ден от седмицата в парк "Кристал" пред статуята на Стефан Стамболов с голямата глава. Въпреки че през уикенда резервации не са необходими, те гарантират на туриста място в обиколката. През седмицата екипът провежда обиколките само с резервации! Продължителността им е около 2 часа, а храната, която се поднася на участниците, е безплатна.

Интересувате се от българската кухня, но нямате възможност да излезете на ежедневния ни безплатен тур? Balkan Bites предлага частни кулинарни турове, за да може човек да научи защо българите са толкова страстни към храната си. По време на тази около 3-часова обиколка ще научите как храната на Балканите се е развила, за да се превърне в това, което е в наши дни. Екскурзоводът води туристите между ресторантите през някои от по-малко туристическите улици в центъра на София, където ще научат за повечето нестандартни забележителности на града - от уличното изкуство през стихотворения до модерния жив светец.

Balkan Bites предлага също: Дегустация на вино, обиколка на комунистическите траби, обиколка на графитите в София, обиколка на българските рози и обиколка на пазара. Ето описание на пазарния им тур:

Потопете се в пазарната среда

"Надяваме се да споделим още една страна на града, която досега е получавала твърде малко внимание по отношение на значението си в София. Маршрутът ни започва от градинката(парка) "Кристал" пред паметника на Стефан Стамболов, откъдето ще започнем да се разхождаме из три различни пазара, запознавайки се с историята и днешната им привлекателност, като по пътя ще спираме на внимателно подбрани места, за да опитаме ястия, които представят нашата култура! Ще имате удоволствието да опитате ястията, които са направили кухнята ни толкова вкусна, и да усетите автентичната атмосфера на стара и съвременна София.

Потопете се в тази уникална обиколка на Историческия пазар в София и изживейте преживяването да учите, докато ядете! Кога? Когато ви е удобно

Къде? Екскурзоводът може да ви вземе от мястото ви за настаняване (в центъра на града)

Продължителност: приблизително 3 часа

Включва: Личен екскурзовод на английски език, всички хранения (служат като заместител на обяда/вечерята)

Balkan Bites е чудесен пример за сътрудничество между ресторанти, винарски магазини и екскурзоводи. Освен това голямото разнообразие от екскурзии и възможността за резервиране на частна такава привличат вниманието на туристите.

<https://balkanbitesfoodtours.com/>







8. Farmhopping - глобален пазар за устойчиви ферми

Farmhopping е стартиращ проект на трима приятели, които се стремят да подкрепят устойчивото земеделие в световен мащаб. В замяна на подкрепата, която фермерите получават, те им връщат пресни и здравословни продукти от техните ферми.

Farmhopping подкрепя местни ферми от цял свят, а клиентите получават в замяна пресни фермерски лакомства.

Мисията на Farmhopping е да подпомогне развитието на устойчивото земеделие и в същото време да предложи на градските хора по-естествен и устойчив начин на живот.

Farmhopping е компания с идеална цел, основана в София, България, и току-що пуснала корени в Лондон, Обединеното кралство. Освен че се грижи за всички поръчки, които компанията изпълнява, екипът прекарва времето си в подобряване на функционалностите на уебсайта и добавяне на нови функции.

На тяхната платформа фермерите разполагат със собствен пазар, където сами определят цените и решават за предлагането на продуктите.

Кой може да участва?

Farmhopping е онлайн платформа и ресурс за стабилни фермери и производители. Те не участват в разработването на продуктите или самите ферми. Всеки може да създаде профил във Farmhopping, стига методите му на производство и продуктите му да отговарят на насоките на платформата.

Всеки профил се създава и управлява самостоятелно от фермите. Фермите, които се виждат във farmhopping, имат пълен контрол върху профилите си и носят пълна отговорност за съдържанието им. Фермерите се грижат за всички детайли по покупката от началото до края, включително за продуктите, които предлагат, и за цените, които определят.

Създаването на профил във Farmhopping е бесплатно както за фермери, така и за потребители. Ако даден продукт бъде продаден успешно, платформата взема 15% такса за всяка транзакция.

Купуването директно от фермер е различно от закупуването на продукти в супермаркета или местния магазин. Производството на някои продукти отнема време, което в много случаи е по-дълго от очакваното. Културите зависят от времето и капризите на околната среда. И понякога вкусът на продукта се различава при различните покупки, тъй като всички артикули са ръчно изработени. Това е животът във фермата – пълен с несигурност и закъснения – истински и естествен.

Основателите искаха да създадат платформа, където устойчиви фермери, любители на природата, почитатели на органичната храна и екологично осъзнати граждани от целия свят биха могли да работят заедно, споделяйки идеи, проекти, умения и средства за насърчаване и овластяване на природосъобразна култура на земеделие и съвместна консумация .

Роси, Михаил и Руслан се запознават преди 8 години. Това, което ги събира, е страстта им към катеренето, пътуването, ските и планината.

На пътешествие из българските планини Михаил открива пленителна ферма, наречена Перун. Собственикът Тодор е бил запален по опазването на животните, които някога са били традиционни за тези райони, но са били застрашени от изчезване, и е развъждал и отглеждал породи като местната каракачанска овца.

Неговото препитание, което включва главно отглеждането на тези застрашени животни, обаче е изправено пред проблем. Със сериозна конкуренция от големи ферми, които използват неустойчиви методи, ферма Перун се бори да се справи.

Михаил решава, че най-малкото, което може да направи, е да спонсорира 2 овце от фермата с месечна вноска, която да осигури издръжката им. В желанието си да намери по-устойчиво и генерално решение на този проблем той се свързва с Роси, която току-що е завършила "Управление на инвестициите и риска" в Лондон и се готви да започне кариерата си в областта на инвестиционното банкиране.

Роси веднага се съгласява да помогне и това решение бележи края на плановете ѝ за корпоративна кариера – решение, за което тя никога не съжалява.

- Роси и Мишо се опитаха да създадат работеща схема, с която да помогнат на все повече фермери да решат общите си проблеми. Руслан добави към екипа своите артистични таланти.
- Изпитайте устойчивост;
- Вземете уникални ръчно изработени продукти;
- Намерете прясна храна без добавки и пестициди;
- Посетете фермата и се потопете в света на традиционното земеделие;
- Осигуряване на устойчиво земеделие с бъдеще;
- Като станете част от нашата платформа, подкрепете поминъка на устойчиви фермери по целия свят
- Когато някой купува храна чрез Farmhopping, той директно подкрепя устойчивото земеделие и помага на малките ферми да съществуват в света.
- Farmhopping предлага истински висококачествени продукти от 200+ малки ферми и местни производители. Клиентите могат да изберат удобно време, за да получат поръчката си на домашен или офис адрес, както и да получат поръчката си и да се насладят на прясна местна храна безплатно.
- Не на последно място, екипът отговаря на въпроси от потребители и фермери, търси нови ферми и групи купувачи и предоставя допълнителна подкрепа чрез своята мрежа от ментори.

- <https://farmhopping.com/en>





9. Chilli Hills (Чили Хилс) - горещ сос от семена за бутиране

Chilli Hills стартира като марка в началото на 2014 г. и оттогава работи като бутикова ферма, отглеждаща редки люти чушки от цял свят. В рамките на часове след брането им те се преработват и консервират под формата на люти сосове, пасти, маринати и много други разнообразни продукти.

Основната цел на Chilli Hills е да допринесе за развитието на културата на подправките в България, като същевременно постави българската чили култура на световната карта. Тяхната мисия е да популяризират отново позабравената домашна люта чушка „Български морков“!

Тяхната гама „Балкански лют сос“ представлява първия крафт лют сос в България и включва официално най-лютия продукт в страната.

This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

Основатели са Алекс и Боряна и след дълги години, прекарани в пътувания по света, семейството решава да се върне в България и да живее сред природата. Те откриват мечтания дом в село Кокаляне, в подножието на Витоша и там започва любовта им към земеделието и живота на открито. Алекс и Боряна започнаха да отглеждат плодове, зеленчуци и най-голямата си любов - лютите чушки!

Основната цел на Chilli Hills е да допринесе за развитието на чили културата в България, както и да предостави на световния пазар лют червен пипер качествен домашен продукт.

Днес Chilli Hills има четири самостоятелни магазина в София, Варна, Бургас и Пловдив, предлага се в 500 супермаркета, ресторанта и магазини за деликатеси в цяла България и се изнася в 13 различни страни.

С голямо внимание към качеството на продуктите и утвърдили собствен бутиков стил, Chilli Hills се превърнаха в отличителна черта за качество и са лидери на пазара на горещи продукти в България.

Chilli Hills печели множество златни медали и награди от международни изложения за храни и напитки. През 2019 г. компанията си партнира в първия си международен магазин във Вилнюс, Литва.

Chilli Hills е първата официална ферма за люти чушки в България.

Бутилиращата им фабрика се намира в покрайнините на София. Има пълен лиценз за преработка и консервиране на плодове и зеленчуци. Ето къде се случва магията!

Поради нарастващото търсене на техните продукти, през лятото на 2017 г. семейната ферма разширява дейността си и започва отглеждане на люти чушки на второ място в плодородните централни равнини на България. На 20 дка открити площи и 10 дка оранжерии се отглеждат 70 вида чушки от цял свят.

Тяхната лаборатория се намира във фермата и функционира като база за разработване и тестване на продукти. Тяхната най-модерна система за кутии за отглеждане им позволява да стартират растенията рано с перфектен контрол върху температурата, светлината и влажността.

Всички продукти на марката са 100% натурални, без консерванти, оцветители и набухватели.

Мотото на марката е "от семената до бутилката", което означава, че тя контролира целия производствен цикъл - от засаждането на над 50 вида люти чушки до отглеждането, преработката, опаковането и маркетинга. Понастоящем те имат над 40 продуктови линии и си сътрудничат с други производители на занаятчийски храни, като например занаятчийска бира с люти чушки, люта ракия, люта гурме сол, лют зехтин и много други, включително, разбира се, най-лютите чушки в света.

Допълнително предлагат и производствен цех - намира се в покрайнините на София. Напълно оборудван и лицензиран за преработка на плодове и зеленчуци. Ето къде се случва магията!

Гамата им „Балкански лют сос“ се превърна в първия български крафт лют сос и включва най-лютия продукт в страната.

Така Chilli Hills предлага пълно описание на своята уебстраница и в социалните медии - атрактивни видеоклипове, интересни факти за лютите чушки, както и рецепти. Те са били представяни в много телевизионни предавания и популярни списания в България.

Не на последно място, Chilli Hills предлага „възможност за създаване на собствена марка“: тази услуга включва цялостно разработване на горещ продукт според заявките на клиента.

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





10. Гореща ферма (Hot Farm)- семеен бизнес

В Гореща ферма (Hot Farm) се отглеждат около 150 сорта люти чушки. Завършват целия цикъл на производство - от засаждането, през брането на плодовете, до крайния продукт, и всичко това на ръка. Те вярват, че за отглеждането на всяко растение са необходими любов и отдаденост, точно както за лютите чушки. Компанията продължава да се развива, като създава нови иновативни и здравословни продукти. Те държат на креативността, вкуса, оригиналността и абсолютното и безпрецедентно качество.

Логото им изобразява изцедена чушка, което символично обозначава най-отличителната черта на продуктите им – всички те съдържат натурален пресен лют червен пипер, директно от фермата, без подправки, без зеленчуци, без оцветители. За производството си използват само най-качествените чушки, а контролът на качеството на продуктите е изцяло ръчен, като се започне от селекцията на семената, през селекцията на най-здравите и зрели чушки до ценообразуването на всяка капка сос. Освен това Hot Farm разделя кожите, ципите и семената. Обработката на всяка чушка прави готовия продукт лесен за стомаха и подходящ дори за хора с гастрит, язва и други стомашни проблеми. Hot Farm са създали продукти, в които са заменили захарта с ябълков сок. Това им позволява да заявят, че чилито е здравословно!

Основатели са семейство Родинови - Христо, Дарина, Елена, Славена и Стоян. Фермата им се намира на 15 км от морската столица на България - Варна, в село Страшимирово, на няколко минути от забележителните Побити камъни. Там климатът и почвата са прекрасни, което е от голямо значение за отглеждането на растенията. Семейството разполага с 10 декара земя и оранжерии, където се грижат и отглеждат екзотичните растения, както и собствена база, направена по всички стандарти и технологии за най-добро качество и проследимост.

Горещата ферма е уникална, защото:

- Само там човек може да надникне в света на лютите чушки с посещение във фермата. За да превърне посещението в истинско изживяване през 2021 г., Hot Farm създаде стая за дегустация на горещо, която идеално допълва пикантната обиколка.
- Създават продукти с естествена лютивина без добавяне на изкуствен капсаицин. Hot Farm използва само натурални и пресни чушки директно от техните градини.
- 100% качество на продуктите - без ГМО, изкуствени оцветители и подобрители.
- Само в тяхното портфолио можете да намерите люти чушки без добавена захар, които са подходящи за диабетици.
- Внимание във всяка капка - продуктите им дават възможност на хора с чувствителен стомах да консумират спокойно топли продукти. Hot Farm използва иновативна технология за премахване на всяко семе и люспа и защита на тялото.
- Без отпадъци - Затвореният цикъл на производство им позволява да нямат отпадъци. Каквото остане от производството на продуктите, се използва за торф.

На страницата им може да се намери безплатен наръчник за отглеждане на екзотични люти чушки.

И накрая, но не на последно място, те организират „Пикантно шоу“ онлайн, в което гостите им са изправени пред предизвикателството да изядат 10 крилца, като всяко следващо крилце е значително по-пикантно от предишното, докато разговарят на интересни теми, докато похапват.

<https://hotfarm.eu/>





11. Ферма „Quinta da Lage“, Португалия

„Quinta da Lage“ е регенеративна еко ферма, базирана в крайбрежния природен парк в Югозападен Алентехо, Португалия. Проектът цели възстановяване на земята с помощта на различни регенеративни земеделски и пермакултурни методи като водохващания и дизайн на ключови линии, планирана холистична паша с животни, агролесовъдство, възстановяване на почвата и градинарство без оран.

„Quinta da Lage“ е иновативен, тъй като има за цел да създаде надежда за бъдещите поколения, да покаже какви практически възможности има по отношение на обръщане на ерозията на почвата и прилагане на възстановяване на земята, екостроителство, учене, основано на страст, местна хранителна сигурност и др.

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





12. Работилница „Pastel de nata“ (Сладкиши със сметана/крем) в Малвейра, Португалия

Pastelaria Batalha адаптира своите популярни работилници за тартове с яйчен крем към настоящите времена.

Там можете да пригответе тарти с крем с готвач на всепризнат семеен бизнес е предложението на Pastelaria Batalha, за да се насладите на времето у дома. След като беше домакин на семинари за туристи в магазина си в Чиадо, сега сладкарницата разкрива своите тайни на португалците в онлайн класове, ръководени от главния готвач Жоао Баталя.

В класа, проведен от приложението Zoom, участниците се научават как да пригответ сладкишът в неговата цялост, с прости съставки, включително бутер тестото. „Идеята е да гледате, да учите и да взаимодействате, както и да задавате въпроси. В края на онлайн класа обучаващите се, ще получат подробната рецепта по имейл и ще имат поддръжка по имейл, за да отговарят на въпроси“, гласи изявление.

Pastelaria Batalha е иновативна, тъй като за разлика от други класове Pastel de Nata в града, те ви показват как да правите сладкиши като професионалисти. След това ще направите крема от нулата и ще го изпечете в професионална фурна. Всички участници правят ръчно поне 3 сладкиша - разстилане на тестото със специфична техника Pastel de Nata, пълнене с крем и др.

<https://pastelariabatalha.com/>





13. Nü съвместна, творческа работа (Creative Coworking), Португалия

В Nü можете да създадете свой собствен сувенир от Порто, да научите керамика и да се насладите на много креативна и релаксираща сутрин или следобед. Можете да направите парче моделирана и ръчно рисувана глина, което да вземете вкъщи четири дни по-късно (тъй като трябва да се изпече) или да изпратите вкъщи. Можете да изберете вид глина, техника, предмет, форми и цветове.

Идеята беше толкова успешна, че освен класовете, се сформира мрежа от креативни хора, където важното е волята за създаване и обмен на опит. Днес в NÜ се предлагат различни семинари и индивидуални класове. Ако искате да си починете от натовареното ежедневие или дори да откриете скрити умения, NÜ е правилното място!

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





14. Спа и природен парк Pedras Salgadas

Спа и природен парк Pedras Salgadas е 4-звезден туристически курорт, разположен в северната част на Португалия на надморска височина от 580 метра, в сърцето на парка Pedras Salgadas, който принадлежи на община Vila Pouca de Aguiar, между Vila Реал и Чавес.

Един час и десет минути с кола от град Порто, паркът Pedras Salgadas се гордее с площ от 20 хектара, с осем километра пътеки, които водят до откриването на неговите тънкости. Тук цялата енергия, излъчвана от природата, остава непокътната.

Всъщност Педрас Салгадас беше ваканционна дестинация за кралски особи. Днес този възхитителен спа град се превърна в модерна дестинация. Силата на водата и естествената красота на парка се съчетават, за да привличат туристи, които идват от цял свят.

Разположени в сърцето на парка, сливайки се с естествената среда, стоят Еко къщите, идеалната възможност за вашия престой. Работата на архитекта Луис Ребело Андраде е модерна както в композицията, така и в интериорната си декорация. Вътре в Еко къщите могат да бъдат намерени най-съвременни технологии и напълно оборудван кухненски бокс, а отвън просторна тераса.

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





15. Paradinha Village Hotels, Arouca Португалия

15. Paradinha Village Hotels, Арука Португалия

В Paradinha Village има 11 къщи, изцяло вписани в природата на село Paradinha. Всички те са със самостоятелен и изключителен изглед към река Пайва.

Във всяка къща ще откриете простота и изтънченост. Простота в минимализма на архитектурата и вътрешната среда. Изтънченост в дизайна и комфорта, присъстващи в оборудването и декорацията на нашите пространства, които са 100% португалски марки с високо качество за пълноценно изживяване със SYNTONY.

Концепцията на този комплекс е различна от хотелска, със самостоятелни стаи. Имаме модулни къщи, които в крайна сметка дават повече уединение, нещо, което се търси след пандемията. Поехме това предизвикателство сред природата, проект, който беше направен повече със страст, отколкото с разум“, разкрива той.

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





16. Готвене Пиемонт (Cooking Piedmont)

В селската къща, където живее собственичката, сред зелената и любовта на нейните животни, вратите са винаги отворени за тези, които решат да вземат курс по готварство, като опитат ръцете си в тестото, опитайте се да бъдете готвач за един ден. Изживяване, изпълнено с вкусове, цветове, емоции и много радост. Защото готвенето е месене, белене, рязане, пасиране, готвене, кълцане, но и смях, шеги, релаксация и споделяне. Колко неща могат да се правят в една кухня! Ако след това измиете всичко това с добро пиемонтско вино, между смях, тогава наистина се превръща в незабравим момент....

Това е духът зад уроците по готвене: уникални моменти, прекарани в учене с радост.

Връщане към простите неща, при които няма значение дали вече знаете как да готвите или никога не сте пържили яйце на тиган. Това не е Master chef или дори Cordon Bleu. Това е един вид отворена къща за всеки, който иска да научи за традициите на пиемонтската кухня и да има истинско и неподправено преживяване за един ден.

Ако искате да научите как да пригответе храна според традицията на пиемонтската кухня, да знаете малките, но много важни тайни, които баба и майка дадоха на Рафаела (собственичката), да знаете кои вина да придружават ястията, нейните уроци по пиемонтска кухня са това ти търсиш.

Всеки курс е структуриран като събиране на приятели, където всеки допринася за подготовката на различните курсове, преживявайки всички различни етапи на подготовка. И както всяко събиране сред приятели, срещата завършва с наслада от ястията, които ще бъдат приготвени сред приятни разговори, разговори, истории и почти винаги смях.

Местоположението на училището по готварство е собствен дом. Реновирана стара селска къща, заобиколена от зеленина в подножието на хълмовете Langhe, където 4 кучета, 1 кон, 1

пони, 3 котки, 2 пилета, жабите в езерото и всяко друго малко същество в нужда, което се появи на врата живеј блажено.

Всеки клас по готвене се провежда в голямата, светла кухня на нейната селска къща, малко провинциален стил, малко модерен. Големият централен остров предлага до максимум 10 работни станции, пълни с цялото оборудване, необходимо за приготвяне на ястия.

По време на уроците по готвене на Cooking Piedmont атмосферата е определено спокойна, хората коментират различните стъпки, опитват съставките, шегуват се и най-вече се забавляват.

Един курс продължава средно 3 часа, включващи кафе пауза и дегустация на всички ястия с дегустация на вино.

За групи е възможно да обядвате или вечеряте в края на курса, като опитате ястията, приготвени около приятна гостоприемна маса и добро вино, избрано от нашата винена листа, всички строго пиемонтски.

www.cookingpiemonte.com







17. Jul's Kitchen – Истории и рецепти от Тоскана

Джулия и Томазо, собствениците, имат кухня в провинцията на Тоскана с изглед към стопански двор със зеленчукова градина, няколко овощни дървета и саксии, препълнени с билки. Тук те приготвят своите ястия, вдъхновени от тосканската и италианската кухня, със свежи сезонни продукти. Тези рецепти, внимателно приготвени, тествани, фотографирани и написани, се събират тук в блога заедно с истории от ежедневието, истории за съставки и производители и туристически маршрути за откриване на по-малко известните пътеки на Тоскана.

Jul' Kitchen е родена през 2009 г., за да ви вдъхнови да готвите прости ястия, в които качеството и свежестта на съставките блесят. Те искат да ви покажат колко добра, честна, сезонна храна е достъпна за всеки. Всяка рецепта е като магическа формула; ще ви помогне да пресъздадете автентична тосканска атмосфера във вашата кухня, направена от ароматни билки, цвърченето на софрито в зехтин или миризмата на глупав хляб.

Съставките в рецептите са прости и сезонни. Джулия и Томазо пазаруват от пазара, купуват пресни плодове и зеленчуци, от месаря на улицата, от местни производители и в селския супермаркет. Те също като вас са нормални хора, опитващи се да оптимизират времето и ангажиментите си.

Няма нищо, което да им доставя по-голямо удовлетворение от това да знаят, че сте харесали някоя от техните рецепти, че тя е станала част от семейната ви рутина. В крайна сметка тосканската храна е най-добра, когато се споделя. Тъй като Джулия и Томазо работят и живеят заедно тук, в провинцията, те решават да възстановят старо място, което е видяло толкова много живот и история през годините, за да създадат Jul' Kitchen Studio,

многогранно пространство, където работят ежедневно на Juls' Kitchen: тук готвят, пишат, снимат, снимат видео рецепти.

Тук се провеждат семинари за готвене в Тоскана, кратки курсове по писане на храни и фотография на храни, а два пъти годишно - творчески срещи Three Acres. Студиото Juls' Kitchen е място за срещи, където виртуалното се смесва с реалното и всичко се случва около една маса.

Всяка година те организират партито Fettunta в задния си двор сред маслиновите дървета. Това е чудесен начин да се срещнете с приятели и любители на храната и да купонясвате заедно.

Ако искате да имате уникално изживяване, проектирано специално да отговаря на вашите вкусове и нужди, можете да изберете един от техните класове по тосканско готвене по заявка. Заедно с тях ще можете да създадете цялостно меню от предястие до десерт. Ако изберете изживяването с посещение на пазара, ще имате възможност да пазарувате заедно.

Курсът се провежда в тяхното студио, разположено в традиционна селска къща в тоскански хълмове между Сиена и Флоренция.

В момента уроците по готварство се провеждат само на английски език, така че да могат да отговорят на (почти) всички заявки.

Посещението на пазара е пряк път към откриването на културата и хранителните традиции на дадена страна.

Рано сутринта участниците с Джулия и Томазо ще се срещнат за италианска закуска в местно кафене: ще се опознаем, като разговаряме за селекция от сладкиши и се наслаждаваме на капучино, еспreso или макиато.

След това ще имате възможност да пазарувате заедно на местния пазар за плодове и зеленчуци, както и да посетите местния месар. По този начин участниците могат да

съставят менюто заедно, като избират най-пресните местни продукти. Ще се научат как да избират и използват най-добрите сезонни продукти.

След пазара те ще се отправят към селското си готварско студио, където могат да приготвят заедно сезонен тоскански празник, работейки по традиционно меню от предястия до десерти. Курсът ще завърши с обяд, който ще се проведе в маслинова градина или в студио в зависимост от времето.

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





18. Borgo I Vicelli Relais Флоренция - Borgo I Vicelli Relais Флоренция

Borgo I Vicelli Relais Florence е курорт в Тоскана, където мечтите придобиват форма и хората преоткриват един подмладяващ контакт с автентичната природа.

Точно от Флоренция гостът заобикаля хълмове с маслинови горички до Баньо а Риполи и навлиза в типична тосканска обстановка и открива провинциално шикозно място, където Кианти е поставил своя оригинален печат. Така човек пристига пред гледката на това пленително разпространено село, очарователен агротуризм и реле, съставен от вила от 19-ти век, стара маслостройна, плевня и няколко вили. Уелнес курорт с плувен басейн и спа, идеалното място за празнуване на сватби, празнуване на годишнини.

Около каменните сгради се разгръща парк с морава и величествени дървета, които създават театрален фон на терасата на белведера. На тучната зелена трева човек има възможност да практикува йога и тай-чи класове, посветени на тези, които търсят почивка от медитация и баланс. В близост до градината е курортното имение relais с не по-малко от 2500 маслинови

дървета, благодарение на които всяка година собствениците произвеждат фин органичен екстра върджин зехтин (сред звездите в менюто на ресторант Evo).

Ако отидете още по-далеч, можете да откриете гората от обикновен дъб, където можете да се разхождате, потънали в тишина и релаксираща тишина, но също така да търсите трюфели заедно с експерта на Борго (и неговото обучено куче!).

Borgo I Vicelli Relais Флоренция не винаги е била реле в тосканските хълмове; първоначално е било малко село, състоящо се от плевня, ферма и преса за маслини. В продължение на векове неговото призвание е било това на отчетливо тосканска ферма, поддържана във времето и обновявана всяка година по време на сезона на маслините.

С цели 2500 маслинови дървета от сортове Moraiolo, Leccino и Frantoiano, Relais произвежда органичен екстра върджин зехтин с най-високо качество, който също е звездата в менютата на ресторант Evo Al 588. Мелничарската дейност е съществувала до 80-те години на миналия век (с модерно по онова време съоръжение).

Маслините се берат ръчно между края на октомври и края на ноември, а студеното пресоване се извършва в рамките на 24 часа след прибиране на реколтата, за да се осигури пресен продукт без никакви промени, чист органичен сок от маслини, който се продава на всички гости, поискайте го. Зеленчуковата градина и овощната градина, допълнени от цитрусовата горичка, също осигуряват солидна приемственост с вековното минало: продуктите, които се предлагат в рецепти и препарати, са изключително нула километър и често идват директно от техните полета.

Borgo I Vicelli Relais Florence е много повече от селски туризъм в Тоскана, близо до Флоренция, това е "all inclusive" relais, способен да предложи изключителни преживявания, като дегустация на вино, придружена от Амедео, сомелиер на ресторант Evo.

Тук страната, която е най-близо до измерението на агротуризма, което курортът показва, се култивира ежедневно, за да гарантира на гостите истински брак между иновативните

изследвания и подобряването на тосканските традиции. Перфектната сватба между красивото и доброто, миналото и настоящето, на стратегическо място за опознаване на целия регион (Пиза, Лука, Сиена, Монталчино, Арецо, дори морето и горите на Казентино и Марема, всички Тоскана и Флоренция, разбира се), оазис на уелнес и спокойствие, където в допълнение към яденето и дегустацията на продукти от нулева миля, подобрени с вековни рецепти, модифицирани от докосванията на младата креативност, можете да се посветите на възстановяването на красотата на тялото си и да се отпуснете вашия ум.

Собствениците предлагат професионални масажи и козметични процедури, часове по тайчи и водна аеробика, йога сесии на поляната, разходки по алеите, заобиколени от зеленина, и дори личен треньор, който да ви поддържа във форма.

За да доведат сетивата до седмото небе, те също така предлагат дегустация на органично масло, вино или мед, начин да се насладите на очарователно пътуване в абсолютно спокойствие.

Собствениците предлагат и любезно екскурзоводско обслужване: предложения как да посетите всички средновековни цитадели на Кианти. планирайте пазаруване (в центъра на Флоренция или в близкия The Mall Outlet) или препоръчайте маршрути за преходи или планинско колоездене и дори конна езда, голф и тенис.

www.borgoivicelli.com







19. Уроци по готварство Амалфийско крайбрежие - Курс по готварство на крайбрежието на Амалфи

Главният готвач Вито Пиколо може да се похвали с повече от десетилетие опит в ресторантьорския бизнес. Страстта му към готвенето се заражда в семейството му, благодарение на майка му и чичо му Тобия, които му показват пътя да стане готвач.

След като е работил в няколко ресторанта в Европа и Италия, няколко от които със звезда Мишлен, сега той е главен готвач в ресторант Melchiò, сред красивата природа на крайбрежието на Амалфи, във Фуроре.

Тук той решава да започне друг проект, този за уроци по готварство с италиански готвачи.

Място, където ентузиастите и туристи могат да опитат с ръцете си изкуството на готвенето, подлагайки се на изпитание с традиционни италиански и средиземноморски ястия, като правят това - започвайки от продукта, неговата автентичност и сезонност.

Ето защо, през последните четири години, приключението на готварските класове, разделени на пакети, които отговарят на желанието на участниците в тях, се развива.

This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

Нашият готвач презентира пред гостите рибни ястия, типични неаполитански и средиземноморски ястия, пици и традиционни десерти, начин да се почувстват близо до хората и кулинарните традиции на нашата страна.

Накратко, мисия, подходяща да придаде правилната стойност и значение на плодовете на една плодородна земя и толкова щедра към своите жители: крайбрежието на Амалфи.

Открийте тайните на италианската кухня: опитайте курса по готвене на крайбрежието на Амалфи, между Фуроре и Позитано!

Всеки ден без понеделник, от март до октомври, можете да участвате в едно от преживяванията, предлагани от нашите пакети, и да се присъедините към нашия главен готвач, Вито Пиколо, за да откриете какво се крие зад типичната италианска кухня и кухнята на Амалфийското крайбрежие и да пригответе вкусните ястия от менюто в чудесна кухня с изглед към морето!

Не всеки има възможността да се пробва в италианската кухня и продукти. Ето защо персоналът на Melchiod е измислил да предложи тази възможност и, подпомагани от главния готвач, вие ще можете да разберете начините и динамиката на приготвянето на традиционни ястия от Кампания, които са били предавани от години, и може да ги прегледате отново с малко въображение .

Класът ще се проведе на открито в поетична обстановка с гледка към морето. След посещение на био градината и с просеко за добре дошли, шеф Вито ще се присъедини към участниците в приготвянето на рибни ястия, на които можете да се насладите, докато сте приспивани от морския бриз и отпивате хубаво вино.

www.cookingclassesamalficoast.com







20. Кухнята на Марко

Кухнята на Марко се намира в северна Италия, в района на езерото Маджоре, много близо до Милано и летище Малпенса.

Услуги на домашен готвач, уроци по готвене и готварски тиймбилдинг се предлагат в целия регион, в Милано и езерото Комо. Страстен към готвенето, след като готви като любител в продължение на 35 години за семейство, приятели и колеги, от 2017 г. Марко започва като професионалист, дейностите му включват уроци по готвене, тийм билдинг, домашен готвач и домашен ресторант.

Марко искрено вярва, че чрез храната пътниците могат да имат по-значими връзки с местните хора и култура.

This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

112



Традиционна италианска кухня, от Северна до Южна Италия, ястията са много различни, но вкусът винаги е изключителен!

Той използва само пресни сезонни, органични продукти от местни производители, когато е възможно.

Кухнята на Марко създава задушевени преживявания.

Максимален брой от 8 души позволява близост и вие ще се почувствате като у дома си. Кулинарните класове, които се предлагат, са разнообразни: те варират от класове по традиционно готвене и приготвяне на паста до класове по безглутеново и веганско готвене.

Предлагат се и онлайн готварски курсове, за да се даде възможност на всеки в Италия и извън нея да може да се задълбочи в техниките и тайните на местната кухня.

Друго интересно предложение е възможността да се даде възможност на участниците да готвят с приятелите си заедно с експерт като Марко.

Участниците ще готвят сред природата:

в хола, отопляван с камина през зимата, прохлада в гората през лятото, използвайки био съставки от местни производители. Заедно с Марко, участниците могат да съгласуват менюто и той лично ще закупи необходимите продукти, където е възможно ще бъдат органични продукти от производители.

След това Марко ще се погрижи и за сервирането на масата, за да остави участниците свободни да споделят с приятели ястията, които са приготвили за тях.

<https://marcoskitchen.it/>





21. Програма „Гастрономически общности”.

Това е проект, управляван от уебсайта на Greek Gastronomy Guide и е за децентрализацията на националната гастрономия. По този начин местните вкусове и рецепти заедно с винените сортове могат да бъдат индивидуално идентифицирани, за да може местната икономика да бъде овластена. Освен че създават гастрономическата идентичност на всяко място, всички професионалисти от всеки регион могат да си сътрудничат, за да подчертаят важни параметри, които се нуждаят от тласък или да подкрепят взаимните връзки между различни региони. По този начин гастрономическите и винени дестинации се популяризират в цялата страна и извън нейните граници, като в същото време създават силна мрежа и конкретна екосистема от подходящи заинтересовани страни.

Програмата първоначално се основава на книгата „Гастрономически общности – гастрономически дестинации“, написана от журналиста Джордж Питас, и беше отличена със Златната награда на Наградите за туризъм 2019. Цялата идея беше установена в Манифест и има за цел да внесе екстроверсия, създаване на гастрономически портфейли, разработване на програми за обучение, зачитане на ценностите (местност, качество, сътрудничество, самоотдаване) и суровини от всеки регион и канене на хора от цял свят „да се срещнат на една маса“ и да се насладят Гръцки деликатеси.

Проектът има за цел да промени нагласата на ресторантьорите, хотелиерите и хората, които се занимават с туристи като цяло, да подпомогне местните и националните синергии, да предефинира лидерството и да работи в подкрепа на професионалното образование и обучение. Цялостната идея е да се създаде цялостно преживяване за всяка дестинация и синапсис между култура, гастрономия и място (което се счита за тенденция и брандиране на гръцката гастрономия).

Създаването на локална мрежа, която успява да бъде свързана помежду си едновременно.

Популяризиране на местни вкусове и продукти, тясно свързани с всяка туристическа дестинация, така че да се насладите на местната гастрономия, без да губите време.

Връзката между гастрономията и обучението, за да се въведе местната култура и гастрономия в съществуващите

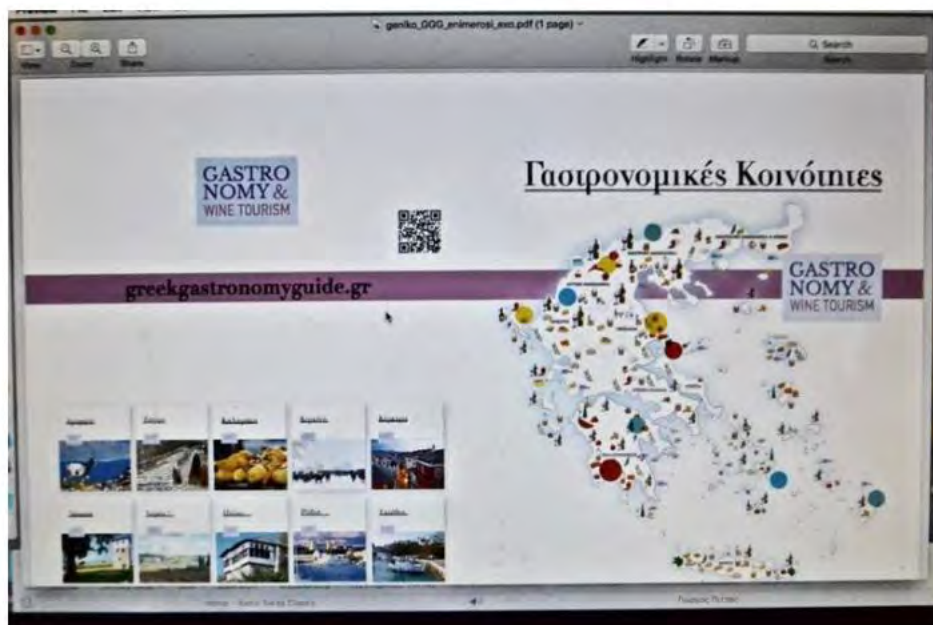
Учебни програми за ПОО (професионално образование и обучение).

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

Educational programme



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



This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

117

22. Открийте курса по средиземноморска кухня

Този курс се организира от Кулинарния институт на Средиземноморието и целта му е да позволи на участниците да се запознаят с много популярни традиционни ястия и дори да ги създадат. По-специално, те могат да опитат средиземноморските съставки и могат да вземат уроци по готварство, за да научат как се правят най-популярните ястия. Екипът се състои от висококвалифицирани готвачи, които ще насочват обучаемите, а програмата организира и посещения на местни производители, за да могат участниците да видят как се произвеждат рецептите.

Желаещите от тази програма ще се запознаят със средиземноморската кухня. Висококвалифицираните готвачи ще ги напътстват ефективно и те ще се научат сами да приготвят най-представителните ястия. Освен това ще посетят и местни производители и ще видят отблизо как се правят тези ястия; това ще им помогне също така да придобият задълбочен опит със средиземноморската кухня.

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







23. Работилница за гръцка кухня

Гръцкият семинар по готварство се организира от Кухнята на Катерина (Katerina's Kouzina), която се намира на остров Порос. Тук курсистите ще се запознаят със средиземноморската кухня и нейните готварски трикове и тайни. Ръководителят на семинара Катерина ще напътства участниците при приготвянето на традиционни рецепти. Обучаемите ще посетят и местния пазар на Порос и маслиновата ферма на Катерина, за да съберат необходимите съставки. След всичко това на участниците се дава възможност да опитат направеното от тях.

На участниците се дава възможност да се научат да готвят средиземноморски ястия и да приготвят традиционни рецепти. Те ще могат също така да участват активно в събирането на реколтата и в събирането на необходимите им съставки. Не на последно

място, те ще посетят местния пазар в Порос и ще се запознаят с традиционния начин на живот.

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







24. 12-дневно кулинарно пътешествие из Гърция (Атина - Наксос - Санторини - Крит - Атина)

Това е 12-дневно кулинарно приключение, в което участниците имат възможност да опознаят гастрономията на Гърция и да получат нови знания. Екскурзиите са с фокус върху храната, като участниците могат да се научат да приготвят местни ястия и да посетят някои местни винарни или музеи. Дестинациите на пътуването са Атина, Наксос, Санторини и Крит - места, които имат дълга кулинарна история.

Това е екскурзоводско пътуване, което означава, че участниците имат възможност да се докоснат до гръцката гастрономия и дори да се научат как да приготвят местни ястия. Те ще научат и историята на гръцката кухня, като посетят музеи или други места, например местни винарни.

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





25. Уроци по готварство и закуски, ферма Нарлис (Сифнос, Гърция) (Narlis Farm (Sifnos, Greece))

Във фермата "Нарлис" посетителите ще участват в приготвянето на автентична закуска от остров Сифнос, включваща местен мед, домашен мармалад, сирене и яйца, произведени в самата ферма. Посетителите ще участват и в събирането на продуктите за ястията през деня и ще приготвят обяда. В края на деня те ще имат възможност да изберат любимото си вино и десерт.

Участниците ще се запознаят с местната кухня на остров Сифнос и ще изпитат от първа ръка процедурата на фермерството. Те ще научат ползите от гръцката гастрономия и ще произвеждат здравословни ястия през целия ден. Като цяло посетителите ще се почувстват така, сякаш са местни жители.

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



This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

128



26. Село Коб (Cob Village): Мини екологично село, уникално в Румъния

Разположено в долината Бузаулуй, на около 20 км от град Бузау, Cob Village е миниселище от глина, състоящо се от 5 къщи и ресторант, което иска да бъде уникално както в страната, така и извън нея чрез самия метод на строителство. Къщите са построени от кирпич - онази смес от глинеста почва, пясък, слама и вода, която, внимателно оформена от човешката ръка, може да превърне обикновената постройка в място на мечтите, което с удоволствие ще ви напомня за къщата на баба и дядо или ще ви пренесе в света на приказките, напомняйки ви за прекрасния свят на детството. Къщите са ориентирани концентрично, за да ви задържат в този свят, да ви откъснат от заобикалящата ви действителност, която ви пренася в ежедневието. Целта на Cob Village е да покаже на всички, че можете да адаптирате едно

екологично строителство към ежедневния комфорт, като изведете всички сетива на високо ниво, както чрез архитектурата на къщите, така и чрез здравословната храна, която искаме да предложим, и развлекателните дейности сред природата. Въпреки че къщите изглеждат еднакви, те са уникални, защото човешката ръка не може да създаде точни копия. Нишите, бутилките, бурканите, предните стъкла, камъните и дори акациите, използвани като опорни стълбове при строежа на сградите, придават уникалност на всяка отделна стая. Cob Village предлага настаняване в Берка с безплатен Wi-Fi и гледка към двора на глинено село, като къщичките са ориентирани концентрично, за да се откъснете от реалния свят. На разположение на гостите са бар, ресторант, беседка и прекрасна гледка към долината Бузаулуй. Предлагащо безплатен частен паркинг, това екологично минисело се намира в бъдещия геопарк "Ținutul Buzăului" - регионът Бузау, пълен с уникални природни феномени в Европа: В него се намират калните вулкани, скалните селища Colți-Aluniș-Nuci, Земята на Луана. Въпреки че мястото разполага с 20 стаи, в момента само 16 от тях са на разположение за настаняване. Всяка стая разполага със собствен санитарен възел, с площ от 18 кв. м, подово отопление, дървени мебели, изработени от местни майстори. За по-голямо удобство на клиентите по-късно стаите са оборудвани с телевизор, хладилник и интернет връзка, въпреки че проектът не е предвиждал техника в стаите. Cob Village е ресторант с традиционна местна специфика, който се опитва да върне автентичните румънски вкусове и дух чрез собствените си ястия. Екологичният интериор, вкусните ястия, приготвени в собствената кухня, придават на мястото повече преживяване и автентичност. Екологичното село е идеалното място за провеждане на извънкласни дейности и работилници с най-малките. Наслаждавайки се на природата и чистия въздух, те не само се хранят здравословно, но и могат да участват в дейности като кулинарни работилници (приготвяне на продукти от градината, мъфини, меденки), работилници за рисуване върху дърво и камък, работилници за моделиране от глина, работилници за градинарство.

Този новаторски проект е особено важен, тъй като районът страда от липса на инфраструктура, туристическа реклама и кулинарна марка. Професор Николета Марин,

управител на Cob Village, смята, че търсенето на селски туризъм е по-голямо от предлагането в района на Бузю, който напоследък е атакуван от туристи, които искат да опитат устойчиво настаняване, по-здравословна храна и да избегнат градските задръствания или на такива в хотели, с много общи пространства. "Има много ресурси, които жителите на селските райони могат да предложат, но те не знаят как да ги оценят, да ги използват и да ги продадат нататък."

Cob Village е изградено от младата учителка от Бузю, Николета Марин. Тя отдавна иска да инвестира в екотехнологии. Първоначално е имала предвид друг проект, но стига до идеята за къща за гости с надеждата да съживи Берка - красиво място в Бузю. А нейната къща за гости привлича много хора, които се интересуват от природни къщи. Тук са се провеждали и продължават да се провеждат много семинари, на които доброволците и любопитните могат да научат повече за строителните техники с традиционни материали или за иновативни системи като зелените покриви. Николета мисли за Cob Village Berca (Село Коб Берка) като за истински културен център, където се организират събития от панаири до семинари, от изложби до лагери за всички, които се интересуват от здравословен начин на живот.

Това миниселище е изградено на екологични принципи, а къщите са направени от естествени строителни материали. Във външните стени са поставени бутилки в различни цветове, както и предни автомобилни стъкла, през които влиза светлина отвън. Това беше титанична работа, която изискваше много финансови и физически ресурси. Външната мазилка се състои от смес от пясък, кози косми, кравешка тор и малко вода.

Домашната табела с пушеци, характерни за долината Buzăului, е визитната картичка на къщата за гости Cob Village. Колбасите Pleşcoi, Buzău babic, пушеното месо са незаменими в мозайката от традиционни деликатеси на района.

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

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







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

27. Военен музей – парк Арсенал

През 1936 г. крал Карол II нарежда да се създаде експериментално място за армията на входа на Орастие. По време на комунистическия режим на този терен работи фабрика за боеприпаси.

През 2003 г. на нейно място се ражда една идея: ваканционен оазис. През 2009 г. парк "Арсенал" отваря врати и се превръща в една от стратегическите цели в румънския туризъм. Алеите на комплекса се охраняват от 150 военни експоната: оръдия, табла, верижни носители, противоракетни устройства, картечници и зенитни оръдия, ракетни установки, военни камиони, военна линейка, локомотив, самолет AN IAR 93, хеликоптер Kamov Ka 26.

Гостите могат да разгледат площ от 88 хектара и 12 километра алеи наред широколистна гора и множество дейности, които да ги накарат да се обучават. Адреналинът и релаксацията са най-щастливият начин да завършите в парк Арсенал. Ангажиращите дейности се редуват с почиващи сесии за тялото и ума.

Колкото дисциплинирани са сервитьорите, толкова недисциплинирано е менюто. Бобът в котела вече е превъзхожден от различни ястия. В ловния стил: Барбекю с печени картофи или по трансилвански, прочутият Брад или Саласу версли, балмош или мешано сирене, традиционни питки с пълнеж от зеле, лук, месо или сливи. Обиколката в местната кухня не може да завърши без капка афината или ракия (вече разрешени в заведението).

Новият елемент е превръщането на бившето пространство за въоръжение и боеприпаси в туристически парк, посветен на отдих и дейности на открито. Парк "Арсенал" е уникална концепция - туристически комплекс на военна тематика в Румъния и Югоизточна Европа. Той е най-големият военен музей на открито. От Румъния. Парк "Арсенал" е единственият туристически комплекс на военна тематика в Румъния и Югоизточна Европа.

Комплексът има 3 звезди на пагоните и капацитет за настаняване от 230 места, стаи с баня, войнишки стаи, офицерски стаи или луксозни полковнически апартаменти и генералски вили.

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







This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.



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

28. Влаков хотел - "Карпатия Експрес" (Carpatia Express)

Хотелското влакче е начин за превръщане на стари съоръжения в туристически обекти с благоприятен ефект за местната общност и оползотворяване на някои отпадъчни материали.

В допълнение към автентичния чар на спалните вагони, "Карпатия Експрес" предлага 20 спални купета, оборудвани с всичко необходимо за вашия комфорт. Едно купе предлага две места за спане. В изключителни случаи, за семейство с малко дете, може да се използва трето легло. само 50 метра делят гостите сутринта от мястото на тръгване от Моканица към долината Васер.

Вагонът-ресторант в "Карпатия Експрес" е отворен и за хора, които не остават във влака.

Начело на влака е локомотив с историческа пара, построен в заводите в Ресита по немски образец. Този ценен "екземпляр" е напълно реставриран и обновен във Вишеу де Сус (Vişeu de Sus). Влакът се намира на площадката на гара CFF Vişeu de Sus. Гостите на хотела могат да паркират автомобилите си на оградената и охранявана територия на гарата.

Помещението за настаняване вътре в жп гарата е стара идея на мениджърите на CFF Vişeu de Sus, която се появява от няколко години.

Този влаков хотел представлява абсолютна новост в хотелиерството, уникално предложение за настаняване в Румъния.

Оригинален начин за настаняване за тези, които обичат железниците или тези, които искат да изживеят специално изживяване. Вълкът включва: парен локомотив, вагон ресторант и два спални вагона.

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



This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.



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

29. Ферма Дачилор: Настаняване и уникални кулинарни изживявания на историческо място

Този селски курорт, обсапан с дървени къщи и дакийски бунгала, се намира в село Тохани, окръг Прахова. Пътят тук се нарича Пътят на виното. От двете му страни лозята се простират високо, оставяйки място за узрялото зърно и апетита за чаша автентично румънско вино. Пътят на виното е проект за развитие на туристическия район Прахова. Той реконструира древен участък от пътя на виното, използван от римляните, за да прекосят Европа.

Пътят е с дължина 60 км и пресича тринадесет населени места в Прахова. От тях най-разпознаваемите с лозови масиви и винарни са Urlați, Septura, Călugăreasca Valley и Tohani.

Атракциите за обучение в свободното време са: Парапланеризъм, Тиролски, Ендуро, Езда, навлизане в света на животните и храненето им, посещения с екскурзовод на винарските изби в района, шах, Реми, маса, дартс, стрелба с лък. **Туристите имат привилегията да търкалят няколко железни ребра в бира, в сладко от люти чушки, директно върху плота на масата, издълбан в камък с кокили, извлечени от дъното на Сарматско море - пресушени преди няколко милиона години. Те също така получават официален статут на видни даки и правото да се сгушат дълбоко в дакийски колиби, построени с традиционните методи и материали от старо време.**

Новият елемент е представен от дакийските бунгала. Туристите, които искат да се докоснат до бита на даките, могат да отседнат в каменни и дървени къщи. Покривите и цялата конструкция са специални. Няма как да не видите красотата им отдалеч. Разположена на хълм, тя призовава пътешествениците с боен вик. Това е борбата между настоящето и миналото. Човек се бори да загърби миналото, без да знае, че именно то му дава покой. Фермата на даките с времето се е превърнала в приказно място, където миналото догонва

настоящото само за да ни напомня от време на време, че древните ценности трябва да бъдат грижливо пазени и предавани с гордост.

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







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

30. Еко брънч екотуристическа дестинация Тара Дорнелор

Туристите имат възможност да наблюдават как занаятите от миналото оживяват и как се развиват местните истории. Навсякъде гостите ще имат възможност да прекарат няколко спокойни часа сред природата, да опитат разнообразни ястия, приготвени от местните домакини, да разгледат района пеша в компанията на екскурзоводи и да навлязат в тайните на местните занаяти и обичаи (демонстрация на кучешка работа, с практическо изложение на това как използва раната за обработка и превръщане на млякото в извара и мечка, подпомогнати от умелите местни жители, работилница за скулптури от дърво, обработка на кости и рога. Няколко примера: Супа от пъстърва, саламура от пъстърва, ребра със заквасена сметана, ягоди със заквасена сметана и полента, поднесени като автентичен десерт от

Буковина, пържола с извара (царевични топки), месо с гъби и зеленчуци, балсам, зелени питки, мариновано сирене и местни продукти, ястия от свинско месо.

Те ще бъдат поливани с безалкохолни напитки като медовина, лимонада с натурални сиропи от горски плодове и череша.

И всичко това във вселена, доминирана от животни и кралски коне. Чрез изложбата за продажба участниците ще могат да закупят персонализирани предмети с образа на екодестинацията Тара Дорнелор и на основните природни забележителности в село Şaru Дорней, изработени от Студио "Кирилуш Ватра Дорней", пчелни продукти, марката "Бундин Буковина", сиропи/мармалади и сирена от местни производители.

Този панаир представлява събитие за гастрономическа култура, социализация, популяризиране на местни продукти. Новият елемент е представен от начина на промотиране и продажба на традиционни продукти от малки предприемачи, съответно идентифицирането и регистрирането на ценни къщи на интерактивна карта и представени в албума "Традиционни къщи от Буковина". Организаторите ще осъществят наръчник за интервенции и малки ремонти с адаптирани техники за защита на традиционните постройки, в наръчници за туристическо предприемачество и в албуми с архитектурни проекти, които предлагат решения за трансформиране и модернизиране на стари къщи, за да се интегрират хармонично в съществуващия пейзаж.

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





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

This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

31. ГЕОАБЕЯС (Geoabejas)- Традиционна компания за мед

Geoabejas е плод на пчеларската традиция на семейство, посветено на пчелите и меда, представляващо петото поколение, посветено на тази професия, която ние третираме като изкуство.

Събрали сме толкова мед, колкото имаме опит през годините, което ни подкрепя като пчеларска компания, специализирана в меда, в правенето на този продукт известен на света и в демонстрирането, че медът Geoabejas е уникален, оригинален и различен продукт.

1. Създаване на уебсайт, достъпен за всички аудитории.
2. Популяризиране на дейностите в самото пчеларско стопанство.
3. Приближаване на купувача до процеса на производство на мед чрез снимки и/или видео.
4. Възможност за осиновяване на кошер.
5. Вариант "Пчелар за един ден", където се извършва дейността на фермера.
6. Работилници за добиване на мед.
7. Блогирате в мрежата с рецепти, като използвате техния продукт.
8. Лесно закупуване и портал за плащане на уебсайта.
9. Дизайн, достъпен и адаптивен към мобилни устройства.
10. Промоционална кампания в социалните мрежи и работа по позициониране в мрежата.

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





32. НАТУРВИЕ (Naturvie) – Натурален зехтин

В Naturvie произвеждат уникален и ексклузивен екстра върджин зехтин. Имението им "El Noyo" се намира в община Oliva de Mérida, Бадахос, в подножието на Сиера дел Конде, и обхваща повече от 500 хектара, където съжителстват повече от 15 сорта маслинови дървета. С тези различни сортове маслинови дървета Naturvie създава своите моносортове Arbequina, Cornezuelo, Frantoio и новите Manzanilla Sacereña и Koroneiki. Последният е с гръцки произход, който ни радва със свойствата си, толкова рядко срещани на националния пазар, и който обаче Naturvie имаше възможността да внесе в стопанството си преди повече от 20 години.

1. Създаване на уебсайт, достъпен за всички аудитории.
2. Обиколки с гид на имението.
3. Персонализиране на гурме кутията.

4. Иновация и създаване на аромати в зехтин, по-специално с нотки на портокал и съответно лимон.
5. Книжка с рецепти с използване на собствен продукт.
6. Модерен дизайн на опаковката.
7. Да не ограничава производството си само до зехтин, а да създава и други продукти като пастети, конфитюри, оцети...
8. Лесен портал за закупуване и плащане в мрежата.
9. Дизайн, достъпен и адаптивен към мобилни устройства.
10. Промоционална кампания в социалните мрежи и работа по позициониране в мрежата.

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



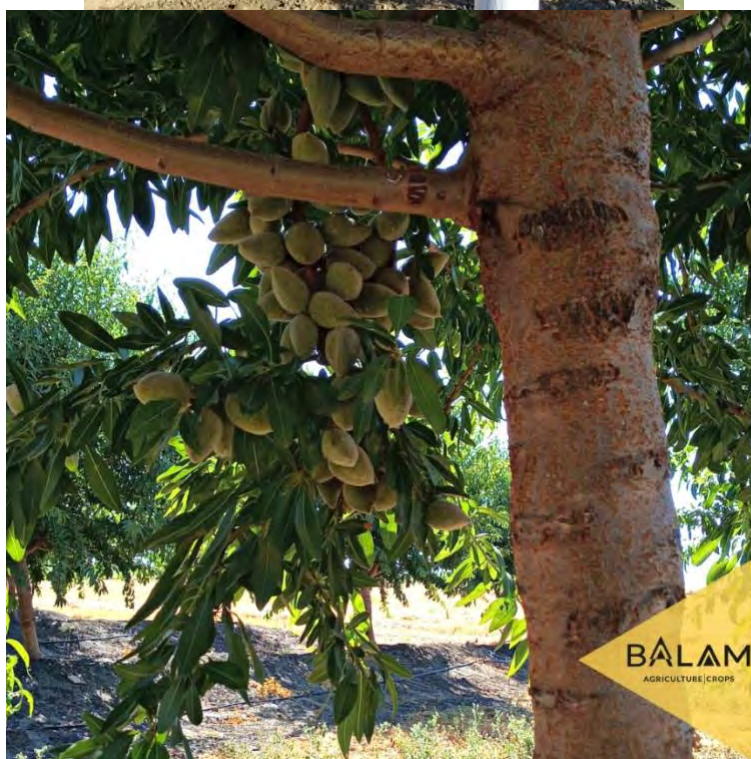


33. БАЛАМ Земеделие (BALAM Agriculture) – Иновации в селското стопанство

Те оформят селското стопанство на утрешния ден, селско стопанство, което комбинира производителност и устойчиво развитие чрез нов бизнес модел. И те ви дават инструментите, от които се нуждаете, за да направите вашите култури по-продуктивни, печеливши и устойчиви.

1. Технически селскостопански съвети.
2. Анализ на проблема.
3. Разработване на плана за лечение.
4. Решения за растителна защита.
5. Изпълнение и контрол на лечебния план.
6. Въглеродно земеделие.
7. Интегрални проекти за устойчивост.
8. Инфраструктури за биоразнообразие.
9. Изчисляване на въглероден отпечатък в селското стопанство.
10. Протокол за сферично земеделие.

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





34. Чесънът (El ajero) – Компания, специализирана в чесън

Основана е през 2003 г. с ентузиазма и саможертвата на група фермери, които прилагат знанията и традициите, придобити поколение след поколение. Днес тя е една от най-консолидираните компании на националния пазар, съставена от страхотен екип от хора, чиято цел е да предложат продукт и услуга, които да я отличават от останалите.

Компанията е технологично квалифицирана и специализирана в производството и преработката на чесън и е ангажирана търговски с увеличаване на броя на износа през следващите сезони.

1. Иновации в канала за реализация на продукта.
2. Създаване на варианти на продукта с по-дълъг срок на годност.
3. Пресен чесън в естествения му вид, без използване на консерванти или химикали.
4. Устойчиво производство.
5. Дигитален каталог.
6. Книжка с рецепти с наш собствен продукт.

7. Постоянно актуализиран новинарски блог.
8. Дизайн, достъпен и адаптивен към мобилни устройства.
9. Промоционална кампания в социалните мрежи и работа по позициониране в мрежата.
10. Създаване на мултимедийно съдържание за youtube.

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





35. Пикота дел Йерте (Picota del Jerte)– Компания за череша от „Долината Йерте“

Компания, занимаваща се с продажбата и промотирането на череша от долината Jerte. Picota del Jerte е череша, произхождаща от долината Jerte, в северната част на Естремадура, където традиционно се отглежда от 17 век.

Черешите Jerte Picota се отглеждат сред планини с височина над 2000 метра, в плодородни места.

1. Популяризиране на продукта в цифрови медии.
2. Насърчаване на туризма в района за повишаване на осведомеността за продукта.
3. Запазване на традиционното отглеждане.
4. Раздел за положителните ползи за здравето от черешите.

5. Онлайн рецептурник със самия продукт.
6. Безплатна книга за оцветяване на череши за деца.
7. Създаване на пикотерапия.
8. Секция с информация за каналите за продажба.
9. Създаване на общност от фенове, известни като пикофанове.
10. Програма от дейности, наречена "Ceresega", като всички те са пряко или косвено свързани с черешата.

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







36. Дигитална храна - или не. Среща с местните домашни готвачи

Eatwith може да се счита за "Airbnb на гастрономическия туризъм".

Платформата мобилизира готварските умения и ресурси на гражданите и капацитета за хранене в техните частни домове. Ентусиастите по готвене подхранват платформата с кулинарните си предложения, но също така в много голяма степен и с възможностите си за организиране на кулинарни преживявания.

В програмата са включени курсове по готварство, включващи посещения на местните пазари и събиране на реколтата от зеленчуците в градината.

Eatwith дава възможност на домакините, които предоставят храна, да получат допълнителни доходи, което е от съществено значение например в слаборазвитите региони или сред категориите хора, които изпитват недостиг на работа.

За туристите Eatwith се популяризира и признава като начин да се запознаят с хранителното наследство и да се докоснат до социалния живот и автентичността в среда, която не е достъпна по друг начин.

Eatwith е силно "инстаграмна", а промоционалният ефект от споделянето на преживявания е най-забележимият цифров ефект.

Пример за това как да се улесни достъпът на посетители от цял свят до местни гастрономически преживявания;

Акцентът върху възможността за персонализиране на услугите, които се предлагат с помощта на цифровия подход; появата на използването на данни заедно с медиатизацията, което в крайна сметка може да промени отношенията и/или баланса на силите в хранителния сектор в полза на потребителите чрез използването на платформа;

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

37. Плодотворен хранителен пазар

След опита си в организирането на събитието Mezanin Market чрез изграждане на общност от около 100 местни предприемачи, беше измислен RoditorFoodMarket.ro. Платформата концентрира усилията си в подкрепа на местните предприемачи и местните продукти.

RoditorFoodMarket.ro иска да се превърне в национална програма за популяризиране на новата вълна румънски производители и съвременното земеделие, която да утвърждава усилията на предприемачите, но, което е още по-важно, да дава кураж на други да вървят по този път с мисия за икономиката и местните общности.

RoditorFoodMarket.ro е проектиран в няколко раздела, а производителите/предприемачите могат да се регистрират безплатно в няколко категории: плодове и зеленчуци, напитки (вино, крафт бира, сок), хранителни продукти (консерви, месо и колбаси, мед и продукти от мед),

млечни продукти и сирене, сладкиши и хлебни изделия, аксесоари и декорации (аксесоари за маса, растения и цветя), всички с местен дизайн.

Освен това бакалии и други малки предприятия, които представляват производители, могат да се регистрират на платформата, списъкът не е изключителен и е допълнителна точка за продажба и промоция за този сектор

RoditorFoodMarket.ro стартира като презентационна платформа и онлайн място за срещи на новата вълна производители в сектора на хранително-вкусовата промишленост.

<https://roditorfoodmarket.ro/>

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

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



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

38. Вкусни спомени – Дигитални хроники (Cronicari Digitali)

Cronicari Digitali е проект за популяризиране на културното наследство.

През юли 2021 г. Cronicari Digitali стартира специална кампания, посветена на рецептите за спомен от детството на поколенията на милениалите, "Вкусни спомени". Първата цел беше да се идентифицират храните, които все още им липсват и за които копнеят. Най-добрите от тях бяха подбрани, за да бъдат сготвени на събитие LIVE cooking workshop, така че след това най-добрите да бъдат открити в книга с рецепти, "събрани" 100% от Instagram.

По време на готварския уъркшоп над 40 създатели на съдържание сготвиха под палката на журито меню с вкус на детство от печелившите рецепти: доматиена яхния с чипс от полента, пилешка супа с домашна юфка, булц с конфитюр от яйчен жълтък и отлежало сирене, а за десерт - кнедли от сливи и ванилов сос с маково семе. Всичко беше придружено от визуален разказ в публикации По време на кулинарната работилница повече от 40 създатели на съдържание приготвиха под ръководството на журито меню с вкус на детство от печелившите рецепти: доматиена яхния с чипс от полента, пилешка супа с домашна юфка, булц с конфитюр от жълтък и туило от отлежало сирене, а за десерт - кнедли от сливи и ванилов сос с маково семе. Всичко беше придружено от визуален разказ в публикации, Instastories (Истории в Инстаграм) и материали в блога.

Нововъведението, което внесе този проект, е използването на рецепти за популяризиране на гастрономическо съдържание със следните резултати:

- В 620 публикации и истории създателите на съдържание дигитализират рецепти от тефтерите на майки и баби;
- Органичният обхват, генериран от това съдържание, надхвърли половин милион в Instagram само за 8 дни;

- 100 от любимите ястия успяха да влязат във фазата на оценяване, а 4 от най-вкусните бяха приготвени НА ЖИВО от инфлуенсъри, готвачи и изкусни готвачи в готварска работилница;
- „Вкусни спомени“, печатна и онлайн готварска книга с над 45 рецепти, предавани от майки и баби.

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



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

39. Гастрономия от селата ("Bucate de prin sate")

Bucatedeprinsate.ro е гастрономическа платформа, която се фокусира върху документирането и популяризирането на местния и регионалния гастрономически фолклор и подпомагането на малките производители в района, които все още се занимават с устойчиво земеделие и много дребномащабно производство - два елемента, които днес са почти уникални в Европа. Един от основните аспекти на проекта е да докаже, че гастрономията, разбрана като рецепти, съставки и хранителни навици, може да бъде силен фактор за разграничаване на Трансилвания като регион и на Румъния като държава в настоящия европейски и световен контекст.

"Bucate de prin sate" има за цел да превърне традиционната храна в пълноценно преживяване и се фокусира върху пет компонента: местен вкус, традиционни рецепти, гастрономическо наследство, селски истории и селски гастрономически събития.

Онлайн платформата разглежда следните теми:

Гастрономическо наследство - документира местната гастрономия като част от нематериалното културно наследство.

Трансилвански рецепти - събира забравени истории, вкусове и обичаи и е начин да покаже, че храната е не само храна, но и ритуал, че готвенето винаги трябва да бъде предшествано от доброто намерение за използване на продуктите и насърчава отговорни ресторанти и готвачи, които спазват принципите на „бавната храна“: здравословна, чиста, справедлива.

Местен вкус - открива радостта от храненето и уважението към всяка хапка, предоставена от баланса, дължащ се на природата, и вниманието към преоткриването на прости, местни съставки.

Устойчивост е рубрика, която предоставя информация за качествената храна, баланса в храната и как осъзнаваме какво ядем.

Истории от селата открива, подкрепя, документира живота на село и обмена на града със селото като постоянен начин на живот.

Разходка из селата популяризира местни гастрономически събития, местни рецепти и продукти, културни събития в провинцията, местни производители.

<https://bucatedeprinsate.ro/>

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

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





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

This programme has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein.

40. Местни гастрономически пунктове

Localm е платформа, която събира на едно място тихи места, традиционни ястия и занаятчии, които знаят как се обработва дървото, кога ябълката е подходяща за бране или как се обръща сеното. Платформата има за цел да улесни живота на тези, които са ги посрещнали в домовете, дворовете и овощните си градини. И те искат да направят тези открития достъпни и за другите. Затова стартират тази платформа като мост между местните жители и посетителите: тези, които искат да си припомнят детството, прекарано с баба и дядо в селото, и да предложат на децата си дни на приказките. Тези, които идват отдалеч, искат да открият места за почивка, румънска кухня и обичаи. Тези, които искат да опознаят друга Румъния.

Новост е, че платформата обединява места за настаняване, ресторанти или местни гастрономически обекти и специален раздел, посветен на обичаите и занаятите.

Посетителите могат да правят резервации в платформата, но местните жители, които искат да станат домакини, също могат да се регистрират.

Въпреки че е цифрова платформа, localm съчетава активно присъствие в социалните медии за популяризиране на домакините с посещения, доколкото е възможно, на местата. След посещението на картата на посещения обект те ще показват етикета "Посетено от Localm". По този начин те достигат до 400 000 потенциални туристи месечно чрез социалните медии, но им предлагат сигурността на надеждни домакини, с които хората от екипа на localm са се срещали лично.

<https://localm.ro/>

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





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

41. Туристически услуги (Travlocals)

Travlocals.com е проект, който подкрепя устойчивото развитие и социалните иновации, като участва с всички възможни средства във възстановяването и подобряването на наследството, състоящо се от стари сгради с туристически потенциал.

По този начин платформата може да подпомогне отговорното развитие на много райони, изведени от експлоатация или не, превръщайки местния туризъм в основна дейност за икономическа устойчивост.

Основната цел на Travlocals.com е да създаде общност, която се интересува от селски/културен туризъм, и да улесни взаимодействието между нейните членове. От една страна, са доставчиците на туристически услуги, а от друга - техните потребители.

Travlocals.com е замислен от самото начало да бъде различен вид платформа. По принцип платформата е единствената туристическа платформа на пазара, фокусирана върху качеството, а не върху обема.

Партньорите се избират след внимателен анализ на предлаганите услуги и получените отзиви в онлайн средата. Освен критериите за качество, има и други изисквания, като едно от най-важните е автентичността на предлаганите услуги.

По този начин платформата иска да разкрие най-красивите преживявания, които един турист може да има в Румъния.

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

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





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

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Batra D., Diwan N., Upadhyay U., 2020 - RecipeDB: ресурс за изследване на рецепти;
2. Bolborici A., Lupu M., Sorea D., Atudorei I., 2022 г. - Гастрономическото наследство на Făgăras, Land: A Worthwhile Sustainable Resource;
3. Coombe R., J., 2000 г. - Запазване на културното многообразие чрез опазване на биологичното разнообразие: Коренното население, местните общности и ролята на цифровите технологии
4. Ди Пиетро Л., Мугион Р., Ренци М., 2017 г. - Наследство и идентичност: технология, ценности и преживявания на посетителите
5. Дмитриев Д., 2019 – Дигитализация на националните кухни: готварски рецепти като концептуални графики;
6. Espinosa D., Parra I., Segura S., Avalos D., 2022 – Устойчиво управление в туристическите маршрути на гастрономическото наследство;
7. Гладис М., Да Коста Б., Мендоса О., Салинас А., Хадад А., 2022 г. - Интелигентна дигитална платформа за базиран в общността селски туризъм — Развитие на нова концепция в Перу;
8. Hjalager A., 2022 - Дигиталната храна и иновациите в гастрономическия туризъм;
9. Истанти Л., 2021 г. – Перспективи на селския туризъм относно цифровите иновации: малки предприятия в Индонезия;
10. Lekhana L., 2018 – Дигитализацията на селското предприемачество;
11. Мин-Пей Л., Естела М., Найра Л., 2021 - Гастрономията като знак за идентичността и културното наследство на туристическите дестинации: библиометричен анализ 2001–2020;
12. Nadoleanu Gh., Staiculescu A., Bran E., 2022 – Многогранните предизвикателства на цифровата трансформация: Създаване на устойчиво общество.

13. Петрович Н., Гагнидзе И., Хохобая М., 2021 - Роля на дигиталната трансформация в развитието на дестинации за селски туризъм;
14. Popescu D., Pop I., Coros M., Bolog C., 2022 - Pactul Verde – Dinamizator al digitalizării în turism: cazul oraşului inteligent Cluj-Napoca;
15. Рахим Д., Шишаев М., Диковицки В., 2019 г. – Дигитализацията на хранителните системи като средство за насърчаване на сигурността на храните и храненето в Баренцов регион;
16. Rinallo D., 2021 г. – Ръководство за успешна валоризация на алпийското хранително наследство;
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., Ripplin, H., & Cade, J. E., 2021 г. – Разработване на онлайн база данни за хранителния състав за местно население в югозападна Уганда;
18. Suci S., Tri K., Dyah W. и Sudarmadji, 2021 г. – Кулинарна консумация в цифровата ера: туристите
19. Типология и тяхната характеристика;
20. Yeniasir M., Gokbulut B., 2022 г. - Ефективност на използването на цифровото наследство в устойчивостта на културния туризъм на островите: Случаят на Северен Кипър
21. Zocchi D., Fontefrancesco M., Corvo P., Pieroni A., 2021 - Разпознаване, опазване и насърчаване на хранителното наследство: Предизвикателства и перспективи за бъдещето на устойчивите хранителни системи