



G4T

GREEN FOR TOURISM

Moduł 09: Enogastronomia i zrównoważona wycieczka



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

LEARNING OBJECTIVES

O1 Zrozumienie koncepcji enogastronomii O2
Odkrywanie związku między enogastronomią a
zrównoważoną turystyką O3 Rozpoznawanie
wpływu żywności i turystyki na środowisko
naturalne

LEARNING OBJECTIVES

O4 Appreciating the cultural and economic value of local food O5 Promoting sustainable practices in the food and hospit



SUMMARY

Gastronomia winiarska i zrównoważona turystyka to wzajemnie powiązane koncepcje, które promują odpowiedzialne i znaczące doświadczenie podróży. Enogastronomia koncentruje się na docenianiu lokalnej żywności i napojów w kontekście kulturowym, podczas gdy zrównoważona turystyka ma na celu zminimalizowanie negatywnego wpływu turystyki na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę. Łącząc te koncepcje, podróżni mogą wspierać lokalne społeczności, chronić dziedzictwo kulturowe i zmniejszać swój ślad ekologiczny.



SUMMARY

Produkcja wina i zrównoważona turystyka przyczyniają się do zachowania tradycji kulinarnych i bioróżnorodności. Podróżni, którzy uczestniczą w doświadczeniach enogastronomicznych, wspierają lokalnych rolników i producentów żywności, zmniejszają emisję dwutlenku węgla z transportu żywności na duże odległości oraz promują ekologiczne i zrównoważone praktyki. Ponadto te formy turystyki promują rozwój społeczno-gospodarczy poprzez tworzenie możliwości zatrudnienia, stymulowanie wzrostu gospodarczego i zachęcanie do wymiany kulturowej.



SUMMARY

Współpraca między zainteresowanymi stronami ma kluczowe znaczenie dla ustanowienia wytycznych, polityk i certyfikatów promujących zrównoważone praktyki i odpowiedzialną konsumpcję. Dokonując świadomych wyborów, podróżni mogą delektować się smakami danego regionu, pozostawiając pozytywny i trwały wpływ na środowisko i lokalne społeczności. Dzięki temu szkoleniu chcemy przekazać tę wiedzę naszym uczestnikom

SOURCES

- ABRANJA, N. (2010). Construção, Negociação, Venda e Reserva de Produtos e Serviços Turísticos. O Melhor do Turismo.
- ABRANJA, N. (2008). Itinerários e circuitos turísticos. O Melhor do Turismo.
- GOMEZ, J. e QUIJANO, G. (1992) Rutas e itinerários turísticos en Espana, Madrid: Editorial sintesis

SOURCES

- Maccannell, Dean (2011) *The Ethics of Sightseeing*. California: University of California Press.
- Ministério do Turismo (2007) *Roteirização Turística*. Brasil: Brasília.
- PICAZO, C. (1996) *Assistencia Y Guia a grupos turísticos*, Madrid: Editorial síntesis
- TRAVIS, A.S. (2011) *Planning for Tourism, Leisure and Sustainability: International Case Studies*. CABI Publishing.

Lekcja 1

Jedzenie i picie
wykracza daleko poza
zwykły gest, jedzenie i
picie jest przede
wszystkim aktem
kultury...

Aby mówić o enogastronomii, konieczne jest mówienie o gastronomii. Jest to dziedzictwo równie ważne kulturowo jak muzea, festiwale, tańce i świątynie religijne. - W niekończącym się dążeniu do zaspokojenia podniebienia, od czasów starożytnych kucharz był uważany za magika, alchemika, który przekształca proste składniki w przysmaki bogów.

- Czym w ogóle jest gastronomia?
- Pochodzenie: pochodzi od greckiego gaster (brzuch, żołądek) i nomo (prawo) - „prawa żołądka”. Termin ukuty przez greckiego poetę-podróżnika Archestratusa w IV wieku p.n.e.

- Pod koniec XVIII wieku termin ten powrócił i koncepcja ta rozpowszechniła się dzięki Brillat-Savarinowi, pisarzowi z pasją do przyjemności stołu, w jego książce Fizjologia smaku.



„Gastronomia to ugruntowana wiedza o wszystkim, co dotyczy człowieka w zakresie, w jakim się odżywia. Jest więc tym, co napędza rolników, winiarzy, rybaków, myśliwych i wielką rodzinę kucharzy, niezależnie od tytułu lub kwalifikacji, pod którymi ukrywają swoje zadanie przygotowywania żywności...

Gastronomia rządzi całym życiem człowieka” B. Savarin, 1995, s. 57-58.

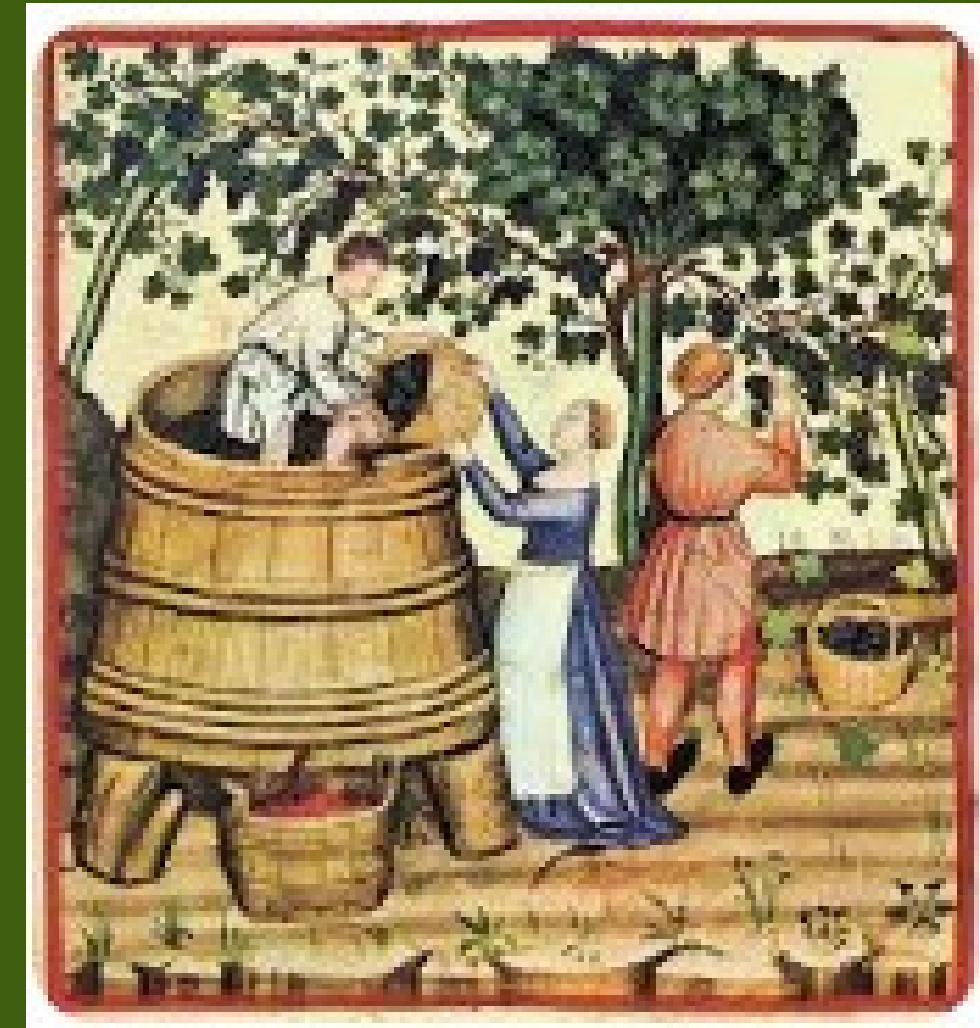


Słowo „restauracja” pochodzi od bouillon restaurant, czyli „bulionu restauracyjnego”, który w XVIII wieku był oferowany w pewnym lokalu we Francji, który zaczęto nazywać restauracją. W XIX wieku idea restauracji serwującej różnorodne dania z menu o stałej cenie i czasie rozprzestrzeniła się w całej Europie.

Enologia: Nauka, która bada wszystko, co jest związane z produkcją i konserwacją wina. Serwis wina to praca dla profesjonalisty, który znając cechy każdego wina, przestrzega zasad technicznych, które należy zastosować, podkreślając w ten sposób zarówno jakość win, jak i ich profesjonalną wiedzę.

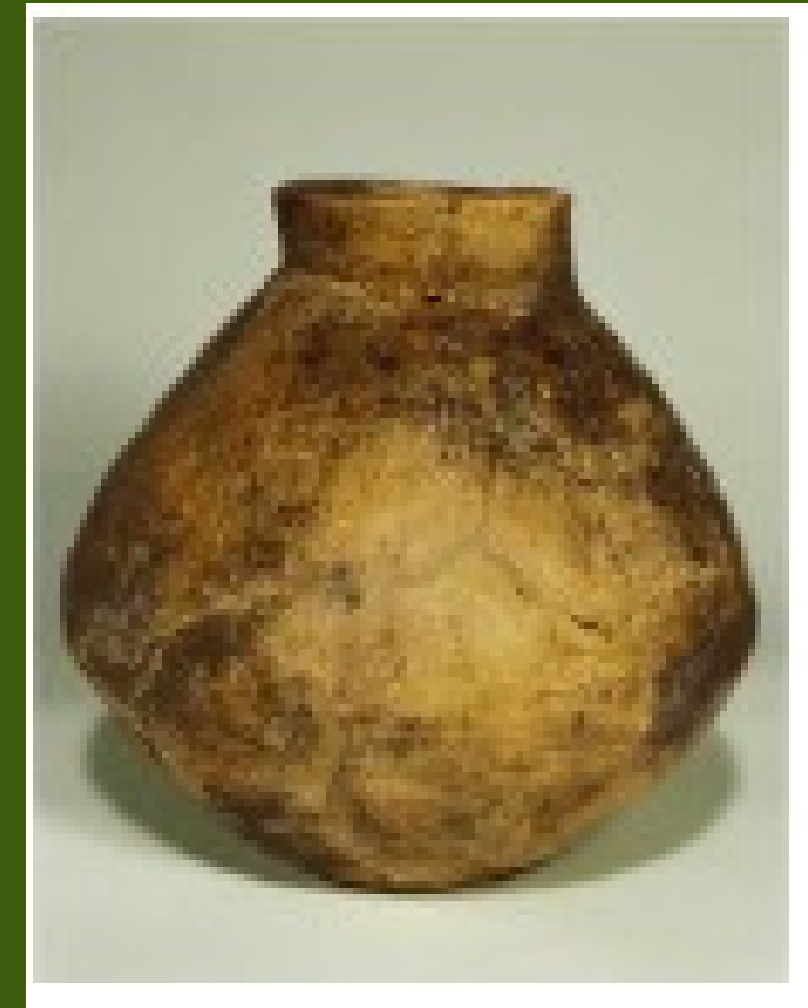
Jakie są trzy niezbędne i wystarczające warunki do produkcji wina?

ODBIORCA
WINOGRON - LUDZKA
INTELIGENCJA



Jakie są trzy niezbędne i wystarczające
warunki do produkcji wina? ODBIORCA
WINOGRON LUDZKA INTELIGENCJA

Dopiero gdy cofniemy się do czasów łowców-zbieraczy, potrzeba pojemnika z pewnym oporem, który pojawił się dopiero wraz z „Wynalezieniem ceramiki – pierwszego przemysłu”.



POJEMNIK NA WINO
ZNALEZIONY. PRZEZ 5000 BC

Według obecnego stanu wiedzy uważa się, że stało się to około 8000 lat temu na Kaukazie, na terenie dzisiejszej Gruzji i Armenii. Armenia



HISTORYCZNA MAPA WINA

Aby ułatwić docenienie win, które towarzyszą posiłkowi od początku do końca, od początku do końca, istnieje kilka podstawowych zasad, których należy przestrzegać, jeśli nie przestrzegać, aby podczas ich konsumpcji nie było win, które niwelują smak tego, który zostanie wypity w następnej kolejności.



Aby nie było żadnych
niezgodności
organoleptycznych

W miarę możliwości powinniśmy przestrzegać następującej kolejności win spożywanych podczas posiłku:

1 białe wino powinno być zawsze podawane przed winem czerwonym

2 wino wytrawne przed winem mocniejszym

3 słabsze wino przed mocniejszym winem

4 lekkie wino przed pełnym winem

5 najmłodsze wino przed najstarszym winem

6 wino o mniej wyrazistym aromacie i smaku przed winem o bardziej wyrazistym aromacie i smaku.

Turystyka winiarska

Wizyty w winnicach, winiarniach, festiwalach wina, gdzie degustacja wina i całe doświadczenie są interesującymi doświadczeniami podczas podróży. (Hall i główna motywacja Macionis)

Turystyka winiarska to segment działalności turystycznej oparty na podróżach motywowanych docenianiem różnorodności smaków i aromatów win oraz tradycji i typowości miejscowości produkujących ten napój. (Girus Brasil)

Pomysł przekształcenia wina w wydarzenie kulturalne i wprowadzenia go do sektora turystycznego narodził się w 1993 r. (Włochy), za sprawą Ruchu Turystyki Winiarskiej, włoskiego stowarzyszenia, które stworzyło ideę „Otwartej Stołówki”, dnia, w którym niektórzy producenci należący do inicjatywy zobowiązują się do przyjmowania gości / turystów na degustację z przewodnikiem w stołówce.

Rodzaje turystów winiarskich (według ruchu turystyki winiarskiej):

- Profesjonalista;
- Beznamiętny neofita;
- Fanger-On;
- Pijak.

Profesjonalista: 30-40 lat, dobrze zna wino i jego świat, ma wystarczającą wiedzę, aby „kłócić się” z producentami i oceniać zalety lub wady wina. Zawsze jest zainteresowany nowymi rzeczami i poświęca dużo czasu i energii na swoje znaczące odkrycia.

Beznamiętny neofita: 25-30 lat, dobrze sytuowany, lubi wino i postrzega je jako narzędzie lub środek do nawiązywania i utrwalania przyjaźni, lubi jedzenie i dobrze poznaje swój kraj (podróżuje po kraju), lubi podróżować z przyjaciółmi, z których niektórzy są profesjonalistami i noszą przewodnik po winie, chętny do nauki, ale mniej niż profesjonalisci winiarscy.

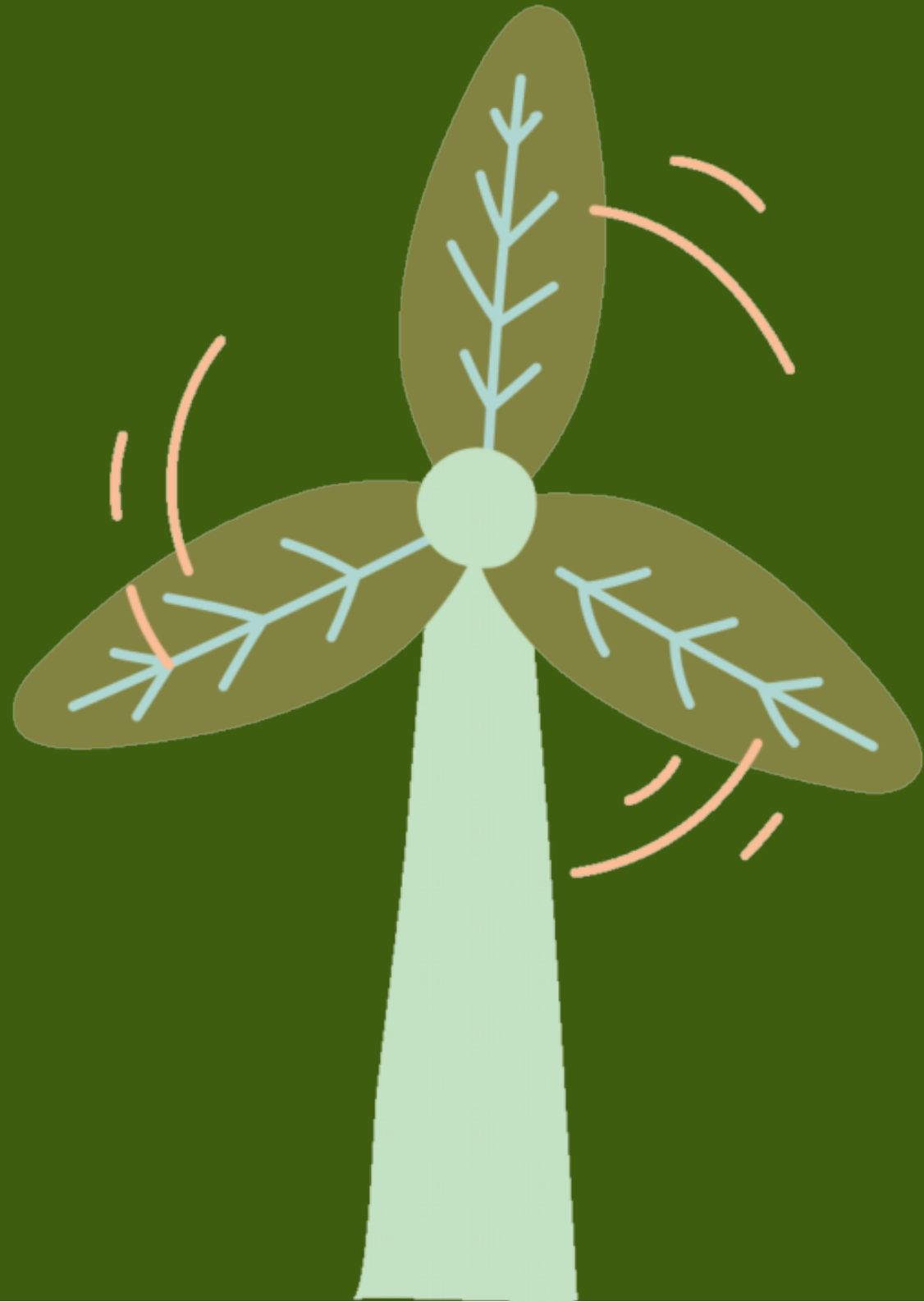
- Fanger-on : 40-50 lat, zamożny, „przyciągnięty” do win, ponieważ wiedza o winach jest wyróżnieniem społecznym, ale zadowala się podstawową wiedzą na ich temat, oscyluje w komentarzach na temat swojej kategorii społecznej, przyciągają go również znane nazwiska, jest pod wrażeniem rysowanych pozorów i generalnie prosi o zniżki.

- Pijak: 50-60 lat, odwiedza winiarnie i piwnice w ramach niedzielnej grupy i postrzega je jako alternatywę dla baru, degustuje wino, prosi o więcej i pyta, czy może kupić w dużych ilościach (duże ilości).
-

EVALUATION

Prezentacja grupowa: Podziel uczniów na grupy i poproś ich o stworzenie prezentacji przedstawiających różne tradycje kulinarne z całego świata. Każda grupa może zaprezentować konkretny kraj lub region, podkreślając unikalne cechy ich kuchni i jej znaczenie kulturowe.

Co oznacza
zrównoważony rozwój?



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



- “Zrównoważony rozwój” jest coraz ważniejszą kwestią dla sektora turystycznego. Wzrost liczby ludności i ograniczone zasoby zapewnią wymagające środowisko biznesowe, w którym zrównoważony rozwój będzie musiał zostać włączony do wszystkich aspektów branży, a nie traktowany jako odrębna kwestia.

Zrównoważony rozwój jest często postrzegany jako główny czynnik przy podejmowaniu decyzji w sektorze hotelarskim, ale nie jest w pełni włączony do myślenia biznesowego.

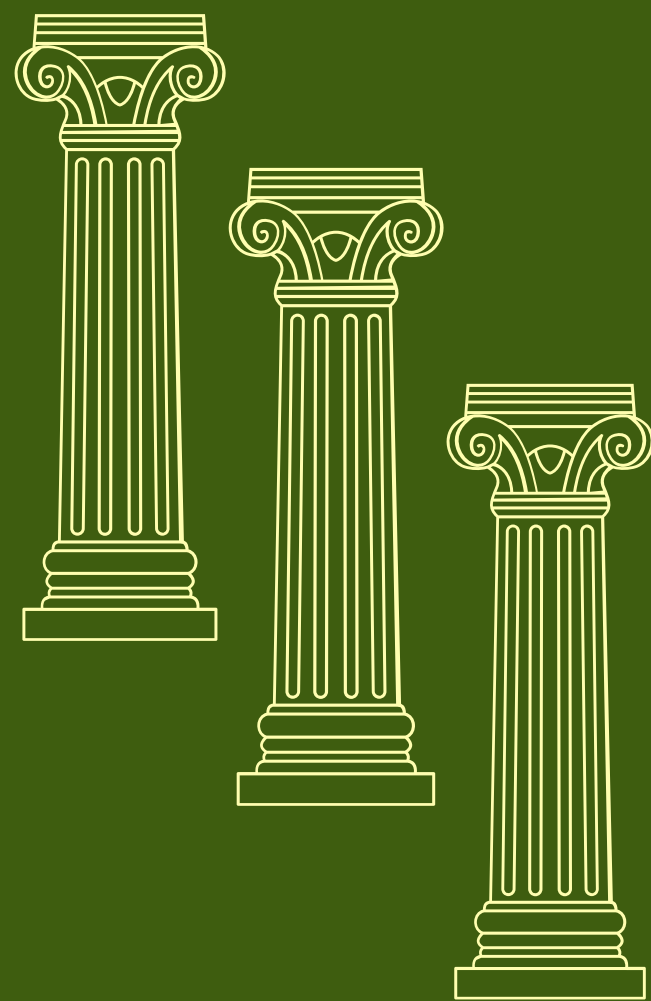
- Jak można sprostać temu wyzwaniu? Pierwszym krokiem jest uznanie zrównoważonego rozwoju za nadrzędną strategię biznesową, co oznacza, że dyrektor generalny i kierownictwo firmy, a nie specjaliści od marketingu i komunikacji, powinni być odpowiedzialni za przeprowadzenie „zmianie paradygmatu”.



Zrównoważony rozwój to rozwój, który zaspokaja potrzeby teraźniejszości bez uszczerbku dla zdolności przyszłych pokoleń do zaspokojenia ich własnych potrzeb.

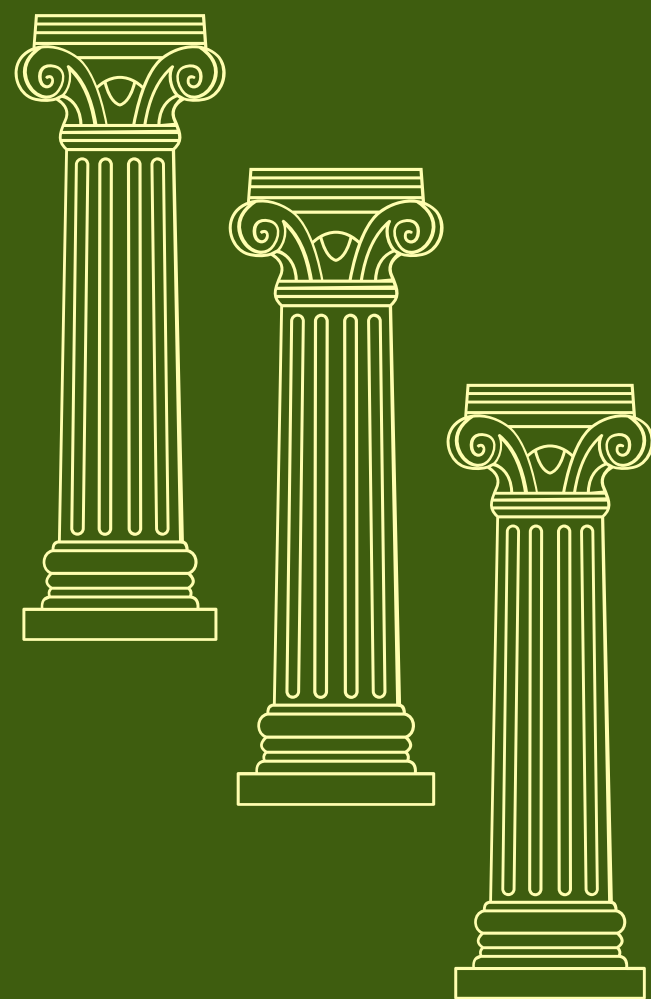
Raport Bruntland („Nasza wspólna przyszłość”), 1987, przyjęty przez ONZ

2017
**INTERNATIONAL YEAR
OF SUSTAINABLE TOURISM
FOR DEVELOPMENT**



Filary zrównoważonego rozwoju

Chociaż nie ma uniwersalnej definicji pojęcia zrównoważonego rozwoju, ta przyjęta przez ONZ odnosi się do żywotności zasobów naturalnych i ekosystemów w czasie oraz ciągłego utrzymywania poziomów jakości życia i rozwoju gospodarczego.



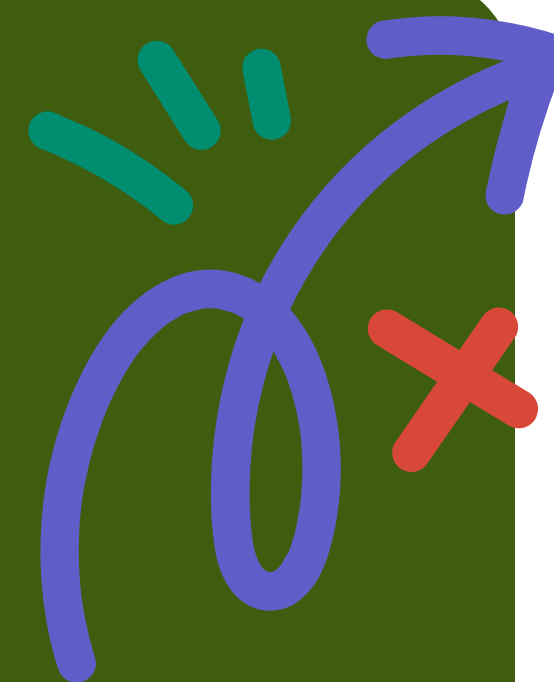
Chociaż termin „zrównoważony rozwój” jest zwykle interpretowany jako oznaczający, że koncepcja ta dotyczy głównie środowiska, ważne jest, aby była ona szersza i zasadniczo opierała się na 3 filarach i równowadze między nimi:

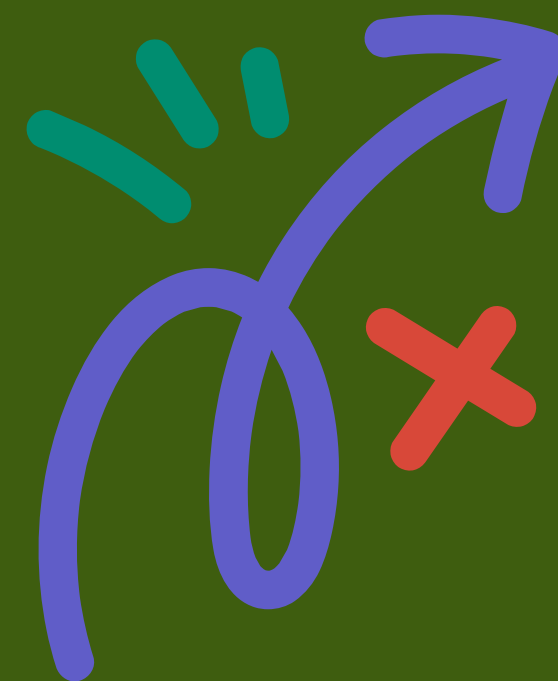
I. Ekonomiczny II. Społeczny III.
Środowiskowy

Oprócz odpowiedzialności korporacyjnej, którą powinna mieć każda organizacja, istnieją 4 bezpośrednie korzyści wynikające z wyboru bardziej zrównoważonego rozwoju

1 - konkurencyjność: redukcja kosztów, zwiększenie udziału w rynku, pozycja pioniera innowacji

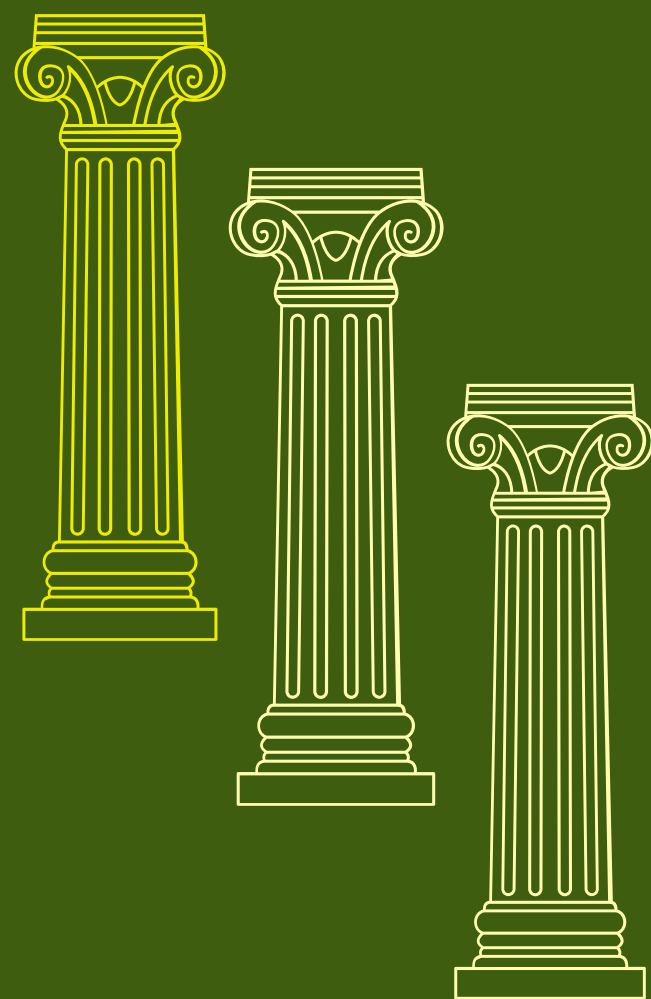
2 - waloryzacja reputacji marki poprzez przyjęcie procesów i oferowanie zrównoważonych usług





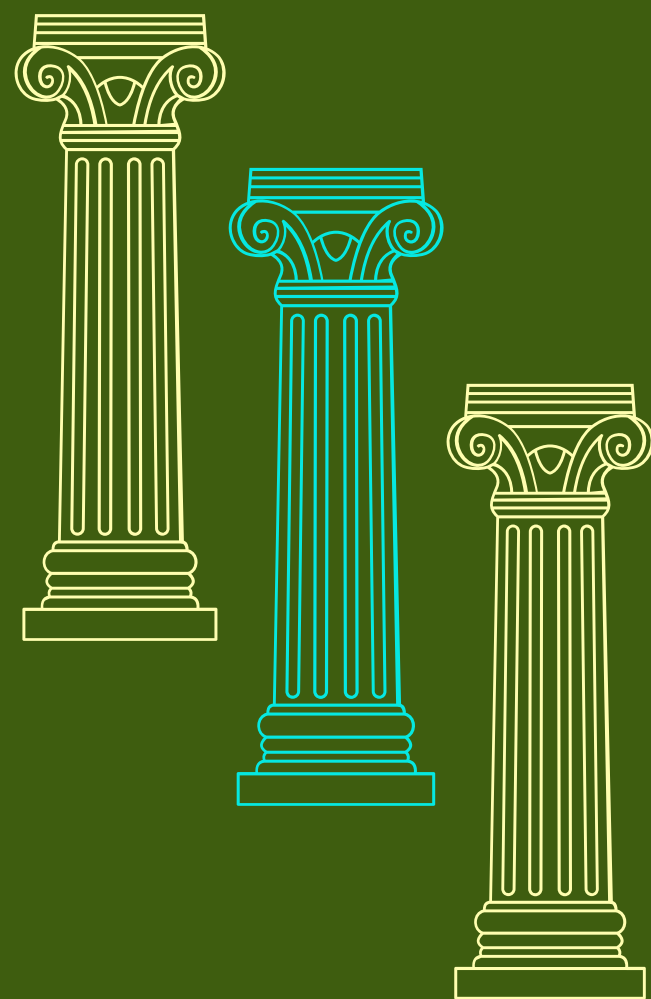
3. Motywowanie i zatrzymywanie talentów

4. Współpraca wzmacniająca relacje z różnymi podmiotami w społeczeństwie, takimi jak instytucje rządowe, organy władzy itp.



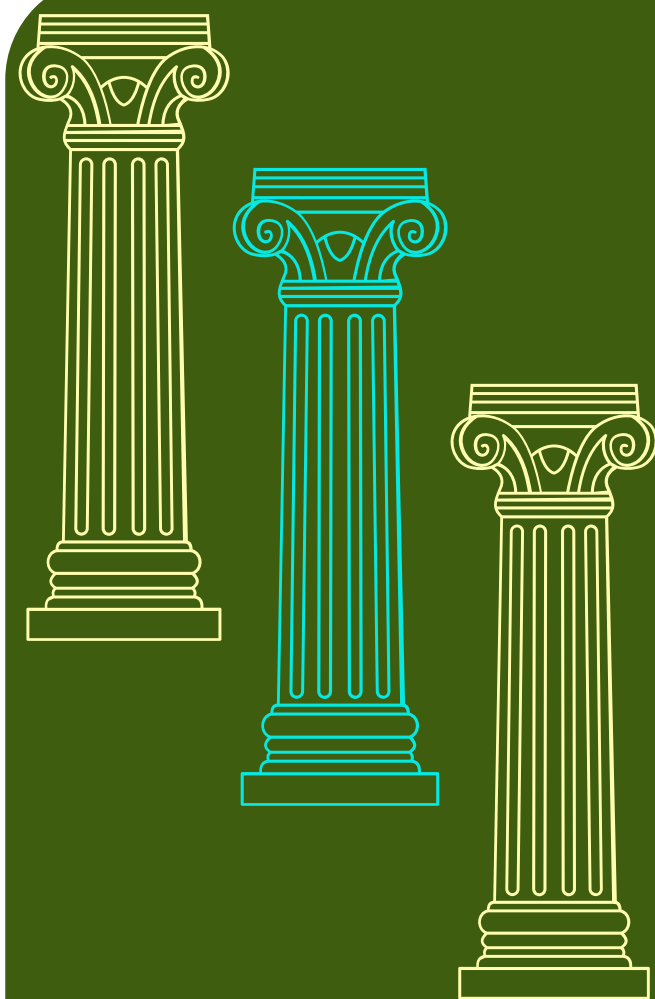
I. Ekonomiczny

Spółki muszą przyjąć środki mające na celu zwiększenie ich wydajności i rentowności, aby mogły kontynuować działalność, generować zatrudnienie i odpowiednio wynagradzać zainwestowany kapitał. Ważne jest, aby podkreślić, że nie wystarczy przestrzegać tego wymogu za wszelką cenę, bez poszanowania pozostałych 2 filarów (poniżej), ponieważ takie działania mogą zagrozić długoterminowej rentowności organizacji.



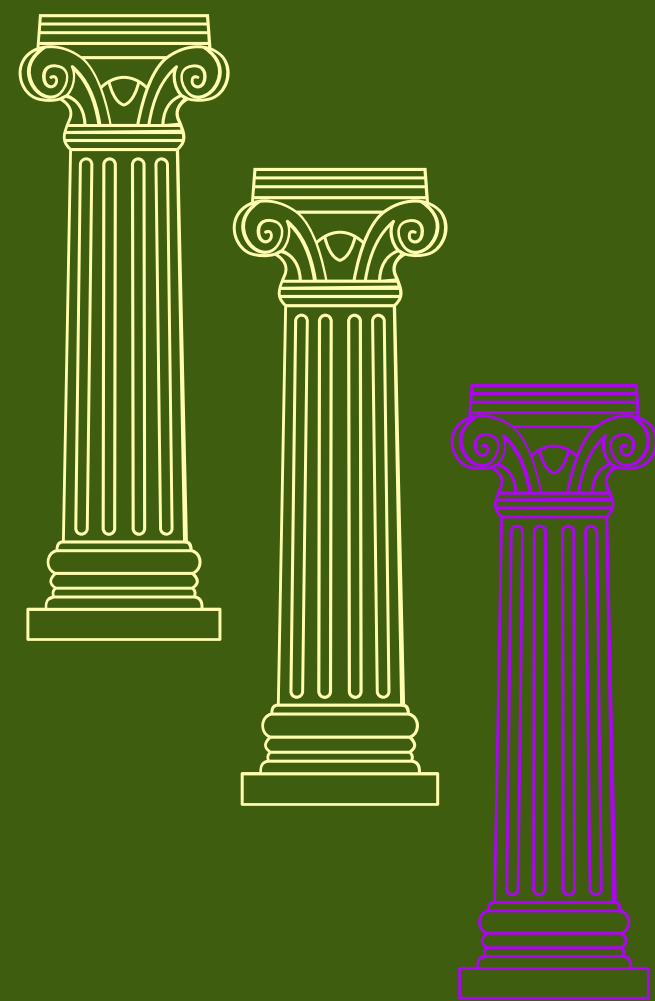
II. Społeczny

Firmy muszą przestrzegać praw człowieka, promować równe szanse i traktować sprawiedliwie i uczciwie nie tylko swoich pracowników, ale także wszystkich interesariuszy. Do każdej organizacji należy sprawdzenie, czy jej łańcuch dostaw zawiera nieprawidłowości, takie jak zatrudnianie pracowników w niepewnych warunkach, praca dzieci i inne złe praktyki społeczne.



II. Społeczny

Należy zauważyć, że częścią zrównoważonej polityki społecznej jest integracja i uczestnictwo w społecznościach, w których firma prowadzi działalność, a mianowicie poprzez inicjowanie i udział w inicjatywach fundraisingowych, sponsoring, stypendia, między innymi.



III. Środowisko

Firmy powinny skoncentrować swoje wysiłki na ochronie i zarządzaniu zasobami naturalnymi, a także na ochronie krajobrazu i otaczającego środowiska. Oznacza to zmniejszenie ich śladu ekologicznego, ograniczenie emisji gazów zanieczyszczających środowisko, inwestowanie w recykling, właściwe przetwarzanie odpadów, zmniejszenie zużycia energii i wody, a w konsekwencji osiągnięcie poziomów wydajności mających wpływ na środowisko.

SELF STUDY

Oto aktualny podcast, który da ci kilka pomysłów na to, jak stworzyć własną enogatroniczną wycieczkę po swoich miastach/krajach.

[HTTPS://FEEDS.BUZZSPROUT.COM/1939622.RSS](https://feeds.buzzsprout.com/1939622.rss)



The screenshot shows a podcast player interface. At the top left is the logo for 'Walk the Talk on Sustainability'. To its right, the text 'Walk the Talk on Sustainability' is displayed in blue, with the date '06/07/2022' below it. The main title of the episode is '#14 Martina Doglio Cotto, sommelier & tour operator - Sustainable food and wine tour design'. At the bottom, there is a progress bar with the text 'Em reprodução' (Playing) and several control icons: a volume icon, a vertical ellipsis, and a list icon.



DZIĘKUJEMY ZA OGLĄDANIE

PROJEKT MOŻNA ŚLEDZIĆ W
MEDIACH
SPOŁECZNOŚCIOWYCH!



<https://green4tourism.eu/>



@G4T-Green-skills-for-future-tourism



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union