RAZVOJ TURIZMA NA KMETIJAH

KGZ POSTOJNA

BIOTEHNIŠKI IZOBRAŽEVALNI CENTER LJUBLJANA

BIOTEHNIŠKI CENTER NAKLO

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO, GOZDARSTVO IN PREHRANO

PROGRAM RAZVOJA PODEŽELJA

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

Gastronomija kot osnova odlične prepoznavnosti kmetije, zaradi katere se gosti vračajo

dr. sc. Gordana Vulić
Katja Orehek Hati

Vir fotografije: **BIC Ljubljana –** https://www.kulinaricna-dozivetja.eu/

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO, GOZDARSTVO IN PREHRANO

PROGRAM RAZVOJA PODEŽELJA

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

Vsebina in cilji delavnice

- Prenos znanja in praktičnega usposabljanja za potrebe kmetij za dvig gastronomske ponudbe, ki upošteva značilne regionalne in lokalne jedi v povezavi s ponudbo le-teh in v skladu z novimi trendi priprave ter postrežbe jedi in pijač;
- Delavnica je sestavljena iz teoretičnega in praktičnega dela.

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO, GOZDARSTVO IN PREHRANO

PROGRAM RAZVOJA PODEŽELJA
Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

Vir fotografije: **BIC Ljubljana –** https://www.kulinaricna-dozivetja.eu/

Kazalo vsebin

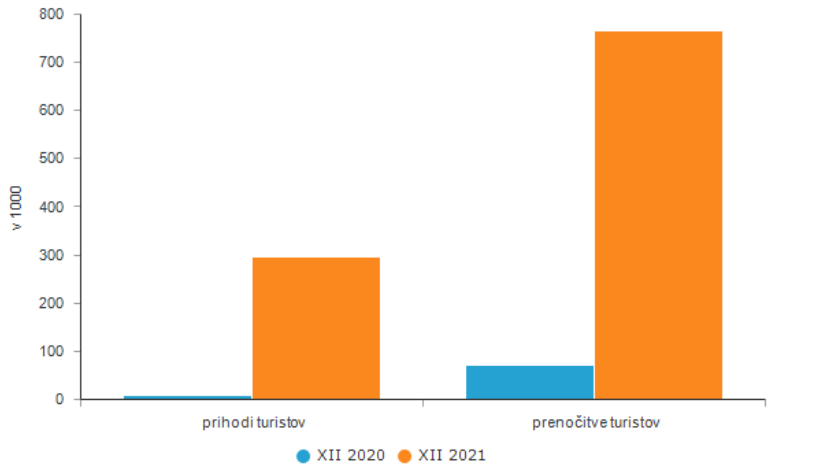
- Uvod, namen in cilji delavnice
- Vloga gastronomije v turističnem produktu
- Turizem v številkah, novi turizem
- Zakaj na turistično kmetijo?
- Kulinarični turizem in trendi; kdo je foodie in ustvarjanje zgodb (Storytelling)
- Primeri dobrih praks v Sloveniji in tujini (gastronomski produkt, zgodbarjenje)
- Pomen higiene in varnih živil v pripravi in ponudbi hrane
- Novi trendi v gastronomiji (fermentacije, droži…) in omejitve v prehrani (brez mesa, glutena, mleka …)
- Kako razvajati goste (gastronomski spominki, kulinarične posebnosti hiše …)
- Inventar (kozarci, pravilna izbira kozarca, preložilni pribor …)
- Osnove ujemanja okusov hrane
- Osnove ujemanja hrane in vina

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO, GOZDARSTVO IN PREHRANO
PROGRAM RAZVOJA PODEŽELJA
Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje

VLOGA GASTRONOMIJE V TURISTIČNEM PRODUKTU

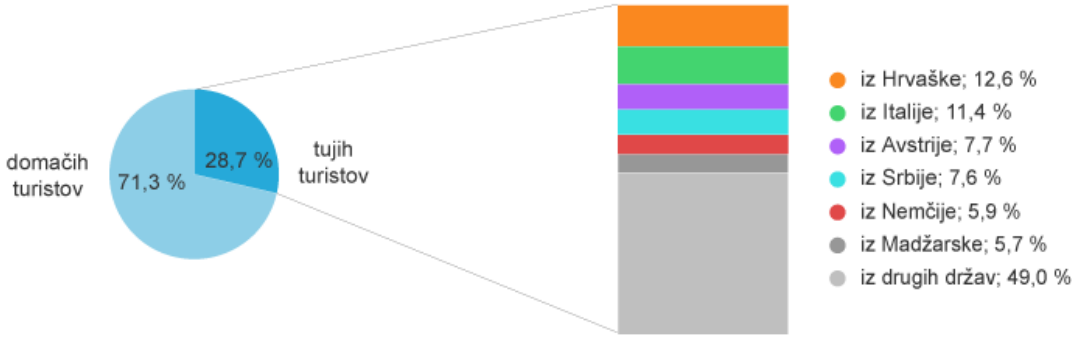
Turizem v številkah 2021

prihodi in nočitve 2020/2021
(vključen december 2021, vir: stat.si, STO marec 2021)



REPUBLIKA SLOVENIJA
STATISTIČNI URAD

Prenočitve turistov iz posameznih držav v Sloveniji, december 2021 – začasni podatki



REPUBLIKA SLOVENIJA
STATISTIČNI URAD

KLJUČNI TRGI

AVSTRIJA 4,1% PRENOČITEV, -63,1% UPAD

142.828
Prihodi

373.236
Prenočitve

2,6
PDB, dni

120
Potrošnja, EUR na dan*

1
ZDRAVJE IN POČUTJE
KULINARIKA
OUTDOOR

2
POČITNICE V GORAH
MESTA IN KULTURA
TOURING
Produkti

LEPOTNI RAZVAJENCI
22,4% 827.715

URBANI POTROŠNIKI
19,4% 716.841

ZELENI RAZISKOVALCI
15,7% 577.759

Top tri persone

KLJUČNI TRGI

ZDRUŽENO KRALJESTVO 0,7% PRENOČITEV, -86,2% UPAD

20.189
Prihodi

61.127
Prenočitve

3,0
PDB, dni

136
Potrošnja, EUR na dan*

1
POČITNICE V GORAH
KULINARIKA
MESTA IN KULTURA

2
OUTDOOR
TOURING
ZDRAVJE IN POČUTJE
Produkti

URBANI POTROŠNIKI
19,2% 4.833.092

ZELENI RAZISKOVALCI
13,6% 3.420.872

LEPOTNI RAZVAJENCI
13,4% 3.373.108

Top tri persone

KLJUČNI TRGI

ITALIJA 4,0% PRENOČITEV, -71,5% UPAD

159.082
Prihodi

364.373
Prenočitve

2,3
PDB, dni

145
Potrošnja, EUR na dan*

1
POČITNICE V GORAH
KULINARIKA
OUTDOOR

2
ZDRAVJE IN POČUTJE
MESTA IN KULTURA
SONCE IN MORJE
Produkti

URBANI POTROŠNIKI
20,0% 4.923.623

ZELENI RAZISKOVALCI
17,1% 4.221.262

DRUŽABNI FOODIEJI
12,2% 3.004.703

Top tri persone

Vir: stat.si, STO marec 2021

KLJUČNI TRGI

NEMČIJA 8,8% PRENOČITEV, -46,5% UPAD

289.143
Prihodi

813.993
Prenočitve

2,8
PDB, dni

92
Potrošnja, EUR na dan*

1
POČITNICE V GORAH
KULINARIKA
OUTDOOR

2
ZDRAVJE IN POČUTJE
MESTA IN KULTURA
TOURING
Produkti

ZELENI RAZISKOVALCI
17,2% 5.879.195

URBANI POTROŠNIKI
17,0% 5.805.746

LEPOTNI RAZVAJENCI
15,3% 5.212.283

Top tri persone

KLJUČNI TRGI

RUSKA FEDERACIJA 0,6% PRENOČITEV, -80,3% UPAD

13.997
Prihodi

59.664
Prenočitve

4,3
PDB, dni

175
Potrošnja, EUR na dan*

1
ZDRAVJE IN POČUTJE
KULINARIKA
SONCE IN MORJE

2
TOURING
MESTA IN KULTURA
POČITNICE V GORAH
Produkti

VEČNO MLADI
16,2% 4.306.013

DRUŽABNI FOODIEJI
16,0% 4.243.071

ZELENI RAZISKOVALCI
14,8% 3.932.358

Top tri persone

KLJUČNI TRGI

FRANCIJA 0,9% PRENOČITEV, -77,8% UPAD

35.679
Prihodi

82.350
Prenočitve

2,3
PDB, dni

121
Potrošnja, EUR na dan*

1
KULINARIKA
MESTA IN KULTURA
TOURING

2
POČITNICE V GORAH
OUTDOOR
ZDRAVJE IN POČUTJE
Produkti

URBANI POTROŠNIKI
20,3% 4.634.723

ZELENI RAZISKOVALCI
17,4% 3.968.518

DRUŽABNI FOODIEJI
9,5% 2.170.666

Top tri persone

Vir: stat.si, STO marec 2021

Novi turizem

Vir slik: https://inews.co.uk/inews-lifestyle/money/travel-money-protection-brexit-pound-exchange-rates-changing-buy-advance-373447
https://www.slovenia.info/uploads/zgodbe/junij%202021/10%20top%20kolesarjenje/top_for_biking_regije.jpg

- Vrednote: SSS
- (sea, sand, sun)
- Motiv: počitek in ležanje
- Način: turist je turist
- Rezultat: masa

- Vrednote: EEE
- (emotions, experiences, entertainment)
- Motiv: ponudniki oblikujejo zgodbe in prodajajo doživetja
- Način: odgovorni turizem (avtentičnost, trajnost)
- Rezultat: personalizacija

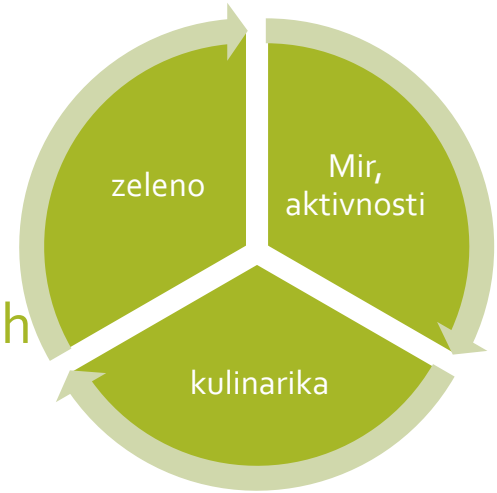
Zakaj na turistično kmetijo?

Vir: lasten

- **AVTENTIČNOST** - aktualen trend vračanja k naravi in avtentičnosti, turisti, ki jih zanima avtentičnost, so višje izobraženi, starejši in okoljevarstveno bolj osveščeni.
- **TRAJEN TURISTIČNI RAZVOJ** - pripomore k ohranjanju okolja, promovira raznoliko kulturno dediščino, vključuje lokalno prebivalstvo.
- **SKRB ZA OKOLJE** - na večini kmetij za ogrevanje in gretje vode uporabljajo obnovljive vire energije, predvsem drva ali sekance. Voda na kmetijah, ki je dragocena in neprecenljiva dobrina, je pitna in zelo kakovostna. Hrana je doma pridelana in ni pakirana v embalaži, kar prispeva k zmanjšanju gospodinjskih odpadkov. Prav tako se izogibajo izdelkom za enkratno uporabo (plastičnih skodelic, krožnikov, pribora ...).

Zakaj na turistično kmetijo?

- **NARAVI PRIJAZNA** Slovenija globalna, zelena butična destinacija za zahtevnega gosta, ta išče aktivna in različna doživetja, naravno in kulturno dediščino podeželja, mir in sprostitev ter avtentičnost lokalnih jedi in pijač, pridelanih na lokalni ravni. Je prva država na svetu, ki se ponaša z nazivom Zelena destinacija.
- **AKTIVNOSTI V NARAVI -** odlično izhodišče za številne aktivnosti v naravi, za hojo, planinske pohode, kolesarjenje, ježo konj, muharjenje, vodne športe na rekah, sankanje, drsanje in tek na smučeh pozimi, opazovanje in fotografiranje živali, rastlin in krajine … Omogočajo tudi nepozabna doživetja v okolici kmetije, kamor se lahko gostje odpravijo peš ali s kolesi.
- **OSEBNI PRISTOP -** do gostov, ni množičnega turizma, prijaznost in gostoljubnost kmečke družine sta najpomembnejši prednosti kmetije.
- **LOKALNA KULINARIKA** – foodiji potujejo na določeno lokacijo samo zaradi gastronomskega doživetja.



Vir: lasten

Slovenske kmetije v številkah

(vir: STO, 2020)

- **900 turističnih kmetij**
- 480 izletniških kmetij, 102 vinotoča, 37 osmic in 498 turističnih kmetij z nastanitvijo,
- 200.000 čebeljih družin,
- 53 sort vinskih trt, 30.000 vinogradnikov in 16.000 ha vinogradov,
- letno pridelamo 100 mio litrov vina, od katerih 70% izpolnjuje kriterije za kakovostna in vrhunska vina,
- 365 regionalnih in lokalnih jedi, živil in pijač (vsak dan v letu drugo jed iz 24 gastronomskih regij),
- 32 % kmetijskih zemljišč,
- 27.000 km rek, potokov in vodnih poti, 58% gozdnatih površin,
- 1 traktor na 16 prebivalcev,
- 6,9 ha ima v lasti slovenska kmetija, kar nas uvršča med manjše, vendar raznolike,
- 12 vrst avtohtonih domačih živali,
- na povprečni slovenski kmetiji imajo 15 različnih vrst živali.

Avtor: Matic Kremžar
Vir fotografije: https://spletnatrgovina.jezersek.si/

Kulinarični turizem

- **Kulinarični turizem je avtentično doživetje kulinarike v prijetnem okolju, v povezavi z doživetji visoko kvalitetnih, lokalno pridelanih produktov.**
- Ta vrsta turizma predstavlja vse ključne vrednote povezane z novimi trendi v turizmu: spoštovanje kulture in tradicije, zdrav življenjski stil, avtentičnost, trajnost, doživetja ...
- Hrana je postala pomemben člen v propagiranju turistične destinacije in je nepogrešljiv del celovite turistične izkušnje.
- Večja kupna moč vzpodbuja večje povpraševanje po kvalitetni lokalni hrani, specialitetah.
- Povezovanje hrane in turizma ima multiplikativni učinek, s tem ko gastronomija privablja čim več turistov, ustvarja nova delovna mesta in prihodke.
- Skupaj s hrano poveže tudi rituale, navade, šege in način priprave jedi.
- Ustvarja kulinarične spomine.

Avtor fotografije: Ciril Jazbec, Tent Film
Vir fotografije: www.slovenia.info

Kulinarični turizem

Avtor fotografije: Mitja Kobal, Karata Film
Vir fotografije: www.slovenia.info

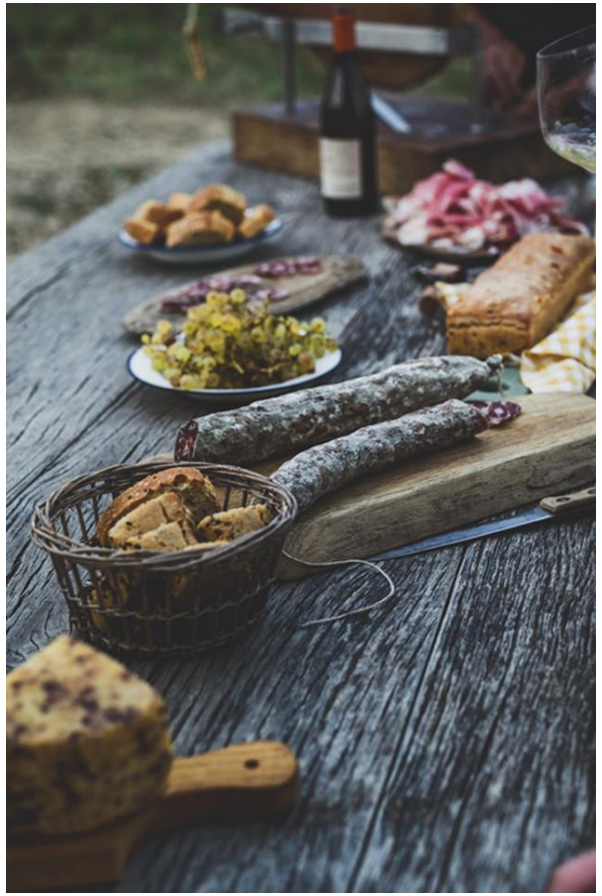
- Od leta 2006 STA implementira gastronomijo v turistični razvoj; Strategija 2017 – 2021 daje poseben poudarek kulinariki in gastronomiji; Slovenija se predstavlja kot 5* kulinarična doživetja; Slovenija – EGR 2021.
- Turistov pri odkrivanju novih destinacij ne zanima samo kultura, zgodovinske in naravne znamenitosti, novi dejavnik je gastronomija in promocija gastronomije lahko oživi regijo.
- Ko osnovnemu turističnemu proizvodu dodamo gastronomski element, izboljšujemo izkušnjo turista in končno podobo produkta.
- https://worldfoodtravel.org/

Avtor fotografije: Dean Dubokovič
Vir fotografije: www.slovenia.info

- 82% vseh turistov ocenjuje gastronomijo kot ključni element podobe turistične destinacije (McGuire 2015).
- 40% vseh sredstev na potovanju je namenjenih hrani in pijači (UNWTO, 2016).
- Trendi v kulinaričnem turizmu: večja dovzetnost turistov za ekologijo in okolje; demografske spremembe kulinaričnih popotnikov; zanimanje za lokalno in doma pridelano hrano in pijačo; višje cene za kulinarično doživetje; turisti imajo zaradi spleta vse več informacij; vse večje zanimanje za doživetje pri domačinih; avtentično doživetje; naraščanje konkurenčne ponudbe destinacij; mešanje kulinaričnega turizma z ostalimi aktivnostmi (The Culinary Travel Guide, 2015).

- Naraščajoča je gastro diplomacija (promocija regionalnih in lokalnih kuhinj s podporo države) (Bogataj, 2015).

- Mednarodno združenje za kulinarični turizem (International Culinary Tourism Association 2013) in Svetovna turistična organizacija (UNWTO 2012) poudarjata, da je hrana edini del turistične izkušnje, ki spodbudi vseh pet čutil in je zato eden izmed pomembnejših dejavnikov, ki se je turist spominja. Hrana torej bolj kot ostale turistične dimenzije omogoči ne le osebno, ampak tudi družbeno izkušnjo in je tako pomemben dejavnik izkustvenega marketinga.



Avtor fotografije: : Ciril Jazbec, Tent Film
Vir fotografije: www.slovenia.info

Kdo je foodie?

Vir: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.shondaland.com%2Flive%2Ftravel-food%2Fa33446145%2Feveryones-a-foodie-now%2F&psig=AOvVaw3OPbXfKjDbQkv_uEg6PVC_&ust=1644651038990000&source=images&cd=vfe&ved=0CAgQjRxqFwoTCJCZi9qQ9_UCFQAAAAAdAAAAABAE

- Foodie je sodobni gurman, ki se še posebej zanima za hrano, ima o njej veliko znanja in je hrani predan.
- Izraz je nastal leta 1984 v članku revije o kulinariki (Barr in Levy), kjer foodija opisujejo kot osebo, ki je zelo zelo zelo zainteresirana za hrano, ki se mu ob pogledu na radič cedijo sline, prav tako pri receptih in na hrano gleda kot na umetnost.
- Foodieji so tudi ciljna skupina ljudi, ki najraje posegajo po dogodkih in aktivnostih, kjer se lahko izobražujejo ter nadgrajujejo znanje in sposobnosti. Med najvišje ocenjenimi vrednostmi dogodkov in doživetij za *foodije* sodijo: obisk lokalne restavracije, nakupovanje na lokalni tržnici, obiskovanje vinskih kleti ter festivala hrane in vina.

Kdo je foodie?

Vir: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.adweek.com%2Fbrand-marketing%2Fhow-foodies-are-changing-industry-standards-to-be-more-transparent-and-authentic%2F&psig=AOvVaw3OPbXfKjDbQkv_uEg6PVC_&ust=1644651038990000&source=images&cd=vfe&ved=0CAgQjRxqFwoTCJCZi9qQ9_UCFQAAAAAdAAAAABA

- Kulinarično potovanje je povezano z določenim življenjskim stilom, ki vključuje eksperimentiranje, spoznavanje različnih kultur, želja po razumevanju kulinaričnih posebnosti ter turističnih produktov v regiji.
- Foodiji nabirajo izkušnje s hrano kot turisti nabirajo spominke, vplivajo na socialno ekonomsko okolje z objavami na družbenih omrežjih.
- Za njih je hrana način življenjskega sloga, kar pomeni, da se odpravijo na potovanje na destinacijo, da bi pridobili nove avtentične izkušnje.
- Raziskava persone slovenskega turizma . Potencial 9,5 mio.

Ustvarjanje zgodbe (Storytelling)

- Z zgodbo lahko prodaš vse (primeri: Neretvanski brodet, hotel Irska, ribe Sicilija, hrana ZAE, hrapočuša Hvar), dotaknejo se čustev, vzbudijo spomine, lahko vključimo glasbo, vonjave …
- Zgodbe turista navdušijo, informirajo in ga pritegnejo. Kulinarično zgodbarjenje tudi v turizmu postaja učinkovito orodje v pomoč razvoju in trženju turističnih destinacij, kulinaričnih produktov, znamenitosti in ponudnikov.
- V 21. stoletju, v obdobju »sanjske družbe«, so uspešnejša tista podjetja, izdelki ali storitve, ki kupca nagovorijo skozi zgodbo. Študije in praksa kažejo, da lahko zgodba pomeni za destinacijo ali podjetje konkurenčno prednost, za turista pa bolj poglobljeno in čustveno izkušnjo ter večje zadovoljstvo.

Ustvarjanje zgodbe (Storytelling)

- Zgodbe morajo navdušiti, obiskovalcem povemo, kaj je zanimivega, jim pomagamo razumeti, skušamo jih prepričati o vrednosti in spodbuditi k ohranjanju – in prav skozi zgodbe lahko to počnemo na najbolj učinkovit način.
- Z zgodbami se ločimo od drugih, gradimo blagovno znamko in privabljamo ciljne skupine.
- Pripovedovanje zgodb sodi med najmočnejše oblike človeške komunikacije, saj pritegne pozornost, se jo prenaša naprej, veča kredibilnost.
- Zgodbo je treba povedati strastno. Strast je pomembna.

„Če verjameš v svoj izdelek oziroma v svojo zgodbo in si nanjo ponosen, se bo širila kot gripa.“ Jensen.

- https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/Zgodbarski_priroATnik_-_krajLi_31.1_17645.pdf, https://www.tasteslovenia.si/sl/buticne-zgodbe/
- https://www.slovenia.info/sl/utrinki-leta-ozvezdje-najlepsih-zgodb-iz-slovenije-2021
- https://www.tasteslovenia.si/sl/buticne-zgodbe/

Vir: lasten

Primeri dobrih praks

1. Emilija Romanja (kombinacija z mestnim turizmom)

(Parma, parmezan / Modena, balzamični kis / Parma, parmski pršut)

2. Dalmacija, Hrvaška (kombinacija z obalno in notranjo Dalmacijo)

(Soparnik, kanjon Cetinje / Obiranje oljk na Braču / Muzej olja, Brač)

3. Sicilija, Italija (kombinacija z vulkansko pokrajino)

(Catania, ribja tržnica / Prodaja medu in lokalnih izdelkov okolice Etne)

KULINARIKA

»Beseda označuje znanje pripravljanja in ponujanja ter dekoriranja jedi, tudi kuharske sposobnosti. Pojem pokriva predvsem vse v zvezi s kuhinjo in kuhanjem ter kuharskimi spretnostmi. Uporablja se tudi za širša označevanja (npr. slovenska kulinarika, svečana kulinarika). Izraz je pojmovno ožji od besede gastronomija. Iz pojma izvira tudi izraz za kuharja – kulinarik. Danes namesto pojma kulinarika pogosto uporabljamo besedno zvezo kulinarična kultura.«

GASTRONOMIJA

Pomeni vedo o prehranjevanju (bolje povedano o kulturah prehranjevanja), ki vključuje tako hrano kot pijače. Iz gastronomije izvira tudi izraz gastronom, ki lahko pomeni: strokovnjaka za sestavo jedilnikov in pripravo jedi ali ožje sladokusca ali dobrojedca. Po eni strani pomeni gastronomija umetnost usklajevanja jedi in pijač v zanimivo in prijetno celoto, torej združitev kulinarike (umetnost priprave jedi) in enologije (veda o vinu)

Kuhinja se vse bolj seli pred oči gostov

- Kuhar/kuharica predstavlja svojo hišo, jo reklamira, promovira, postaja del gastronomske ponudbe.
- To pa zahteva za kuharja še več znanj, ki niso samo gastronomska in kulinarična, ampak tudi:
- komunikacijska ,
- jezikovna,
- animacijska itd.

Vir slike: https://toughnickel.com/industries/5-Ways-FOH-can-make-BOH-lives-easier-in-restaurants

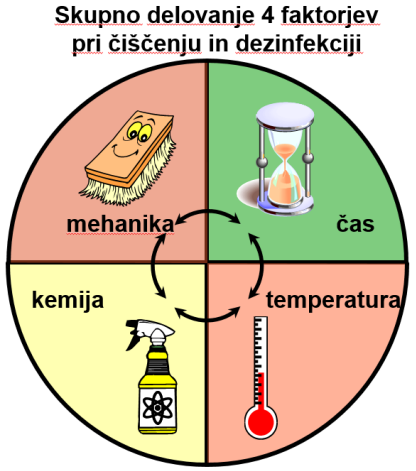
Tehnologija in organizacija dela v kuhinji

Vir: https://www.pinterest.com/sgeorgenelson/hfle/

Za uspešno delo v kuhinji moramo poznati:

- prostor, kuhinjske aparate,
- pripomočke in delovne površine. Pomembno je tudi, da se počutimo **varno**, zato se moramo že pred začetkom dela seznaniti z nevarnostmi, ki se lahko pripetijo zaradi neupoštevanja pravil in neprevidnosti. To so: **opekline, zastrupitve s kemijskimi snovmi** in **poškodbe z ostrimi predmeti**.

Pred začetkom dela poskrbimo za **osebno higieno** tako, da si temeljito operemo roke, spnemo lase in si oblečemo čisto haljo ali predpasnik.



Vir: lasten

Načrtovanje in sestavljanje jedilnikov

Pri načrtovanju jedilnikov upoštevamo:

- Količino in zaporedje jedi (osnovni jedilnik, razširjeni jedilnik, svečani jedilnik);
- Kulinarična pravila;
- V enem meniju naj se ne ponavljajo jedi iz istih surovin (obstajajo tudi izjeme, npr. specialni menu);
- Izogibajmo se uporabi istih toplotnih postopkov, predvsem nezdravih (kombinacija ocvrtega mesa in ocvrtega krompirja!!!);
- Meni naj bo tudi barvno usklajen;
- Kombinacije jedi naj bodo torej pestre, po videzu in sestavi;
- Pri izbiri živil upoštevajmo tudi letni čas in ceno živil;
- Načela uravnotežene prehrane;
- Organizacijske možnosti.

Pri sestavljanju jedilnikov upoštevamo:

- Določimo glavno mesno oziroma beljakovinsko jed, ji dodamo ustrezno prilogo in zelenjavno jed;
- Dodamo ostale jedi (juho, sladico, predjed ...);
- Pri določanju ostalih jedi upoštevamo pravilo pestrosti pri izbiri živil in pripravi jedi ter skladnost živil.

Obstojnost živil

Viri: https://ermitage-gal.ru/uploads/hpostc1cd4.jpg

https://images.24ur.com/media/images/1200xX/Apr2002/2007521.jpg?v=e93d

Najpomembnejši vzroki kvara živil so:

- delovanje mikroorganizmov (povzročajo gnitje in fermentacijo), delovanje encimov in različne biokemijske reakcije;
- kemijske in fizikalne spremembe (izguba vode, oksidacija maščob in vitaminov);
- insekti, paraziti in glodavci.

Živilo je varno, če ne vsebuje:

- bioloških dejavnikov tveganja (patogenih bakterij, parazitov, virusov);
- kemičnih dejavnikov tveganja (ostankov pesticidov, težkih kovin, zdravil, detergentov, nedovoljenih aditivov in drugih strupenih snovi);
- fizikalnih dejavnikov tveganja (mehaničnih - trdnih delcev kot so: kamenčki, kosti, les, zemlja, steklo, plastika...).

Vir: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fsi.aleteia.org%2F2020%2F07%2F13%2Fplesniva-hrana-je-se-primerna-za-uzivanje-ali-naj-jo-v-celoti-zavrzemo%2F&psig=AOvVaw3eP7YIgJVj9XuS3TGXfq1J&ust=1644647994624000&source=images&cd=vfe&ved=0CAgQjRxqFwoTCODosq6F9_UCFQAAAAAdAAAAABAE

Potencialno patogeni mikroorganizmi iz različnih površin kuhinje

	Campylobacter spp.	Salmonella spp.	Y. enterocolitica	S. aureus	E. Coli	Bacillus spp.	B. cereus	L. monocytogenes	Listeria spp.
krpa za brisanje posode	●			●	●	●		●	●
kuhinjska krpa	●	●		●	●		●		●
gobica za pomivanje	●	●		●	●				●
ščetka za pomivanje					●			●	●
krpa za pomivanje		●						●	
krpa za pranje tal - mop					●	●			●
krpa za brisanje rok				●	●	●			
pomivalno korito		●	●	●	●		●	●	●
vodovodna pipa				●	●		●		
hladilnik - vrata	●			●	●		●	●	●
posoda za odpadke	●			●	●	●			
kuhinjske deske	●			●	●				
delovne površine	●				●	●			
tla	●				●				

Vir: https://www.nijz.si/sl/okuzbe-in-zastrupitve-s-hrano-v-domacem-okolju-o

NAČINI ŠIRJENJA NALEZLJIVIH BOLEZNI

- KAPLJIČNO – gripa, angina, tuberkuloza, škrlatinka, ošpice, mumps itd.
- KONTAKTNO – roke!
- PREKO ŽIVALI (zoonoze) – steklina, vranični prisad, salmoneloza
- PREKO HRANE

ŠIRJENJE BOLEZNI PREKO HRANE

1. Živilo je že prišlo okuženo v pripravo in nadaljnjo obdelavo;
2. Živilo je bilo naknadno okuženo s strani klicenosca, ki dela z živili (rane, izpuščaji – *stafilokoki*, črevesje – *salmonele, šigele, kampilobaktri*)
3. Živilo se je okužilo ob križanju čistih in nečistih poti.

GLAVNI POVZROČITELJI BOLEZNI

- Salmonele – iz surovih živil živalskega izvora na toplotno obdelana živila (križanje poti, roke);
- Kampilobakter – možen prenos tudi z osebe na osebo;
- Stafilokoki – kontaminirane roke, shranjevanje na sobni temp.;
- Šigele – vdor fekalij v vodo, pomanjkljiva osebna higiena;
- Kemično onesnaževanje;
- Naravni onesnaževalci.

UKREPI ZA PREPREČEVANJE OKUŽB S HRANO

- Dosledna osebna higiena;
- Izolacija obolelih;
- Dosledno ločevanje čistih in nečistih poti;
- Temeljito čiščenje in pranje živil;
- Ustrezna toplotna obdelava živil;
- Ustrezno shranjevanje živil.

Počitnice na kmetiji so drugačne

- Odmik od vsakdanjega hitenja.
- Tesen stik z naravo in modrimi ljudmi, kulturo, običaji…
- Potrebujemo čas, da začnejo delovati naša čutila in se prepustimo času za užitek (da „odklopimo“).
- Hrana je boljša, saj kmečke gospodinje vedo, kaj je dobro.
- Domači pridelki, enostavni in pristni okusi.
- Vonji in okusi marsikoga vrnejo v otroštvo, domači kraj, med sorodnike …

Kdor lepo postreže, dvakrat ustreže !

- Gostje prihajajo iz urbanega okolja, kjer čutila „lenarijo".
- Nekateri sploh ne poznajo pristnih okusov – le tiste „ predpakirane".
- Nekateri iščejo nove dogodivščine tudi v vonjih, okusih.
- Gostje cenijo lepe prezentacije in postrežbo v duhu novih trendov.
- Zadovoljstvo jim prinašajo dobre kombinacije hrane in …
- Zanimive zgodbe o sebi in svojem delu.

Trendi v gastronomskem turizmu

uporaba avtohtonih vrst zelenjave	inovativni inventar
uporaba nekultivirane (naravne) hrane	priprava jedi pred gostom
obisk permakulture in degustacija hrane	kulinarično zgodbarjenje
uživanje manj mesa	promocija lastnih pridelkov skozi jedilnik in prodaja le-teh (tudi online)
opuščanje škrobnih prilog	tematske kulinarične delavnice
zelenjavne sladice	oživitev starega običaja
kruh iz kislega testa	zajtrk v travi
fermentiranje zelenjave	večerja med vinogradniki
…	nabiranje gob, kostanjev,
	kuhanje jedi iz gozdnih sadežev …
	kulinarična interpretacija
prebujanje nostalgičnih občutkov	

Vir: lasten

Kaj je lahko novega?

- V Sloveniji imamo radi kruh in vsaka gastronomska pokrajina v svoji kulinarični dediščini ima nekaj vrst kruha.
- Ali lahko imamo v ponudbi tudi **kruh brez glutena**?
- Ali lahko imamo v ponudbi **kruh z drožmi**?
- Kaj pa ostale **fermentacije**?

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.nasasuperhrana.si%2Fclanek%2Fdomac-kruh-z-drozmi-ali-domacim-kvasom%2F&psig=AOvVaw1xObZbCJsJEatOjzvmxn9J&ust=1644653337389000&source=images&cd=vfe&ved=0CAgQjRxqFwoTCNiw_6GZ9_UCFQAAAAAdAAAAABAE

Kaj je lahko novega?

- **Gastronomski spominek** – nekaj kar lahko odnesem domov za domače, prijatelje, zase ....
- Piškoti z daljšim rokom trajanja v lični embalaži?

Vir: https://www.aheadofthyme.com/wp-content/uploads/2020/12/gingerbread-cookies-5-683x1024.jpg

Vir: https://www.slovenia.info/uploads/tta/bohinsko-frombohinj-o6.jpg

Prehranske omejitve

- Vse več je gostov s prehranskimi omejitvami: ne uživajo glutena, ne uživajo laktoze (mleko in mlečni izdelki), imajo različne druge alergije …
- Gostje so različnih starosti, otroci, mladostniki, starostniki … in s pomočjo gastronomije lahko izpolnimo njihova pričakovanja – le treba je najti pravo pot.
- Lokalne surovine je potrebno postreči v primerni kombinaciji.
- Priprava brezglutenskega kruha ne sme biti v istem prostoru kakor navadni kruh.

Stiliranje hrane (estetska postavitev hrane na krožniku)

Avtor fotografije: Matevž Kostanjšek and Gruša Zorn, arhiv Turistično združenje Portorož
Vir fotografije: www.slovenia.info

Vir: **BIC Ljubljana –** https://www.kulinaricna-dozivetja.eu

Inventar in pravilna izbira kozarca

https://www.kozelj.si/nasa-ponudba/kozarci/

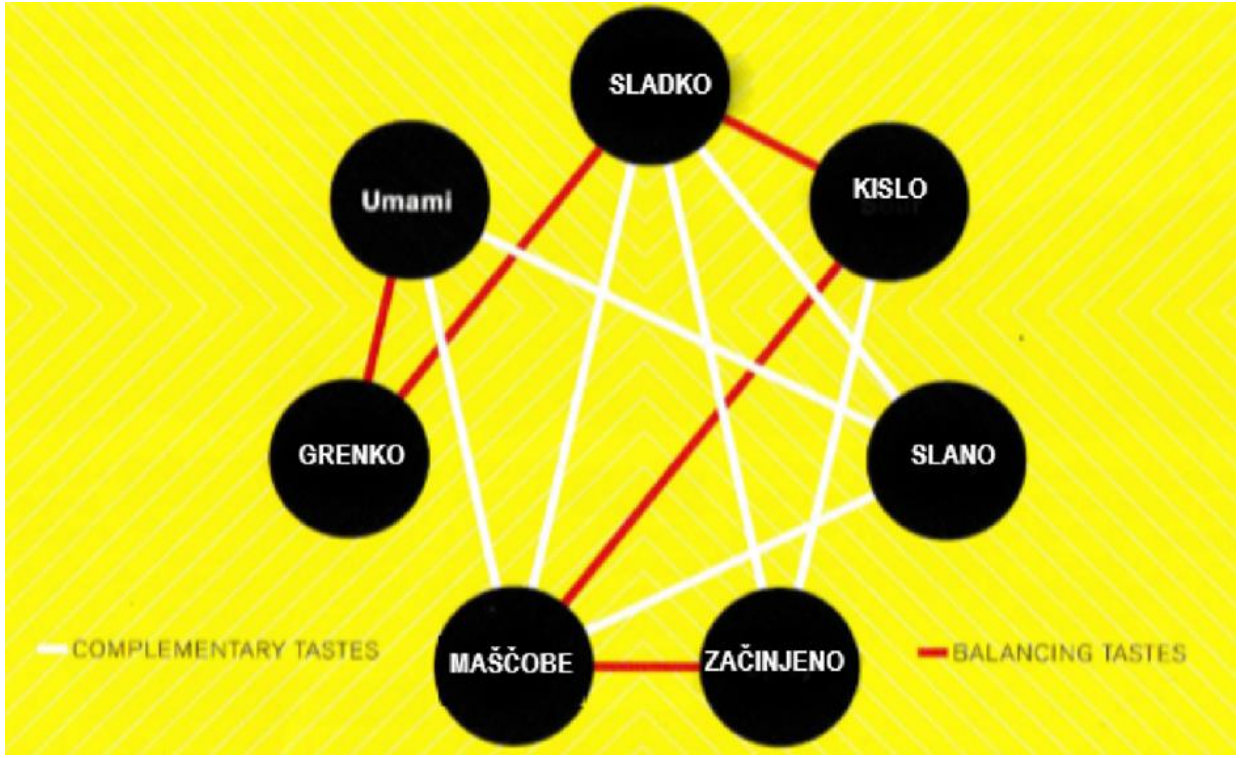
- Če bi uporabljali lesene, glinene čaše ali težke okrašene kristalne kozarce, barve sploh ne bi ocenili ali pa zelo težko.
- Sodobni kozarci so zato iz čim tanjšega stekla.
- Kozarci se od tistih, iz kakršnih so pili naši dedje, razlikujejo tudi po velikosti.
- Kozarci so precej večji in praviloma na visokih pecljih, kar omogoča udobno prijemanje, tako da s prsti vina ne grejemo in ne mažemo stene kozarca.

Inventar in pravilna izbira kozarca

https://www.fiducia.si/images/common/user/image/kelihi_josef.jpg

- Vina različnih porekel in sort potrebujejo kozarce različnih velikosti in oblik.
- Isto vino, če ga vonjamo iz dveh zelo različnih kozarcev, diši drugače.
- Za to, kako bomo dojeli večplastne vonjave vina so pomembni naslednji dejavniki: volumen kozarca in oddaljenost površine natočenega vina od njegovega roba, kar določa, koliko se z nosom lahko približamo vinu.
- Volumen kozarca pogojuje, koliko se bodo vonjave vina zmešale z zrakom, oblika kozarca pa, koliko se bomo z nosom vinu lahko približali.

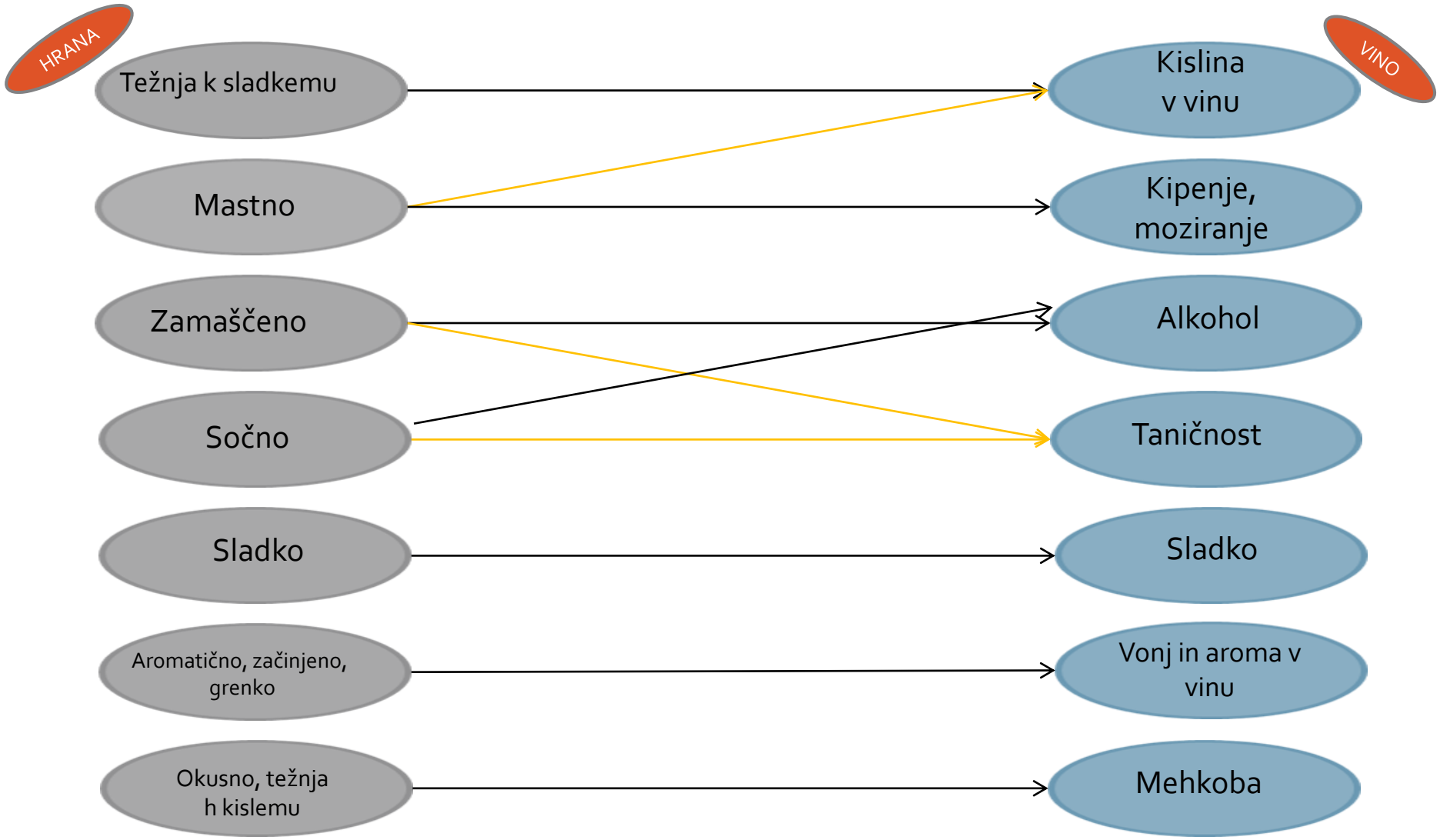
Kako povezati okuse



Vir: https://media.winefolly.com/food-wine-pairing-wine-folly-book.png

- Obstajata dve vrsti okusnih dvojic, ki dobro sodelujeta: komplementarni (dopolnjujoč) okusi in uravnovešeni okusi.
- Komplementarni okusi so tisti, ki poudarjajo drug drugega; slano in sladko sta najboljši primer.
- Uravnoteženi okusi nasprotujejo drug drugemu, da bi ustvarili harmonijo; na primer, maščoba blaži pikantnost, kislost pa zmanjšuje sladkobo.
- Diagram prikazuje vse različne komplementarne in uravnotežene okuse.

UJEMANJE HRANE IN VINA



Vir: lasten

HVALA ZA POZORNOST

KGZ POSTOJNA

BIOTEHNIŠKI IZOBRAŽEVALNI CENTER LJUBLJANA

BIOTEHNIŠKI CENTER NAKLO

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO, GOZDARSTVO IN PREHRANO

PROGRAM RAZVOJA PODEŽELJA

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja: Evropa investira v podeželje