



AgroBioCom: Valorização das variedades tradicionais com foco no acesso ao mercado, comunicação e turismo rural

Relatório do workshop: Bohinj, Eslovénia, 4 a 7 de junho de 2025

Arno Todt, Klemen Langus, Jana Vilmann, Ângela Abreu, Cristina Amaro da Costa, Sebastian Heynen, Eva Lehmann



Setembro 2025
www.agrobiocom.eu



Co-funded by
the European Union



Conteúdo

1. Introdução.....	3
1.1 Importância dos Recursos Genéticos, Raças Tradicionais e perda de Agrobiodiversidade	3
1.2 Valorização e Uso Sustentável como uma estratégia promissora para a conservação	4
2. Comunicação e acesso ao mercado	5
2.1 Ferramentas e experiências práticas	5
2.1.1 Branding e rotulagem	5
2.1.2 Património biocultural, narrativa e identidade local	12
2.1.3 Venda direta: mercados, feiras e festivais de agricultores locais	14
3. Turismo rural e gastronomia de experiências	17
3.1 Ferramentas e experiências práticas	18
3.1.1 Restaurantes e gastronomia locais	18
3.1.2 Experiências com processamento tradicional de alimentos e muito mais	20
4. Promoção das variedades locais – outras ferramentas e atividades	22
4.1 Ferramentas e experiências práticas	22
4.1.1 Projetos de preservação e valorização	22
4.1.2 Financiamento público para variedades tradicionais	24
5. Fatores de sucesso	24
6. Referências	25



Este trabalho está licenciado sob Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International. Isenção de responsabilidade: Financiado pela União Europeia. As opiniões e pontos de vista expressos são, no entanto, exclusivamente dos autores e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Agência Executiva Europeia para a Educação e a Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas por eles.



Co-funded by
the European Union



AgroBioCom: Valorização das variedades tradicionais com foco no acesso ao mercado, comunicação e turismo rural

Relatório do workshop: Bohinj, Eslovénia, 4 a 7 de junho de 2025

Arno Todt, Klemen Langus, Jana Vilmann, Ângela Abreu, Cristina Amaro da Costa, Sebastian Heynen, Eva Lehmann

As variedades tradicionais de culturas e raças de gado desempenham um papel crucial na manutenção da agrobiodiversidade nas regiões rurais europeias, e são importantes para garantir a estabilidade e a adaptabilidade agrícola em todo o mundo. No entanto, o declínio das variedades tradicionais, exacerbado pelas tendências globais e pelas práticas agrícolas intensivas, representa uma ameaça significativa para a diversidade genética. O cultivo e a utilização sustentável são vitais para preservar estes importantes elementos da biodiversidade e a resiliência de muitos serviços ecossistémicos valiosos. Aliadas a métodos de valorização sustentáveis e ligadas a cadeias de abastecimento curtas baseadas na comunidade e ao turismo gastronómico, as variedades tradicionais apresentam um potencial substancial para uma revitalização positiva da natureza das economias rurais, promovendo as tradições culinárias locais e reforçando as identidades regionais, ao mesmo tempo.

1. Introdução

1.1 Relevância dos recursos genéticos, variedades tradicionais e perda da agrobiodiversidade

As variedades e raças tradicionais são componentes fundamentais da diversidade biológica e genética nas regiões rurais europeias. Os recursos genéticos representam uma forma fundamental de capital natural essencial para a estabilidade e adaptabilidade na agricultura e no desenvolvimento rural [1]. O desafio de produzir mais alimentos de forma sustentável com menos insumos só pode ser enfrentado garantindo o fácil acesso à mais ampla diversidade possível de recursos genéticos vegetais, que servem como fontes de novas características [2]. Além disso, as variedades tradicionais muitas vezes prestam serviços culturais valiosos, como a manutenção das tradições locais, do património biocultural e da identidade regional, bem como serviços de regulação, como a gestão da paisagem e da biodiversidade. Algumas destas variedades locais apresentam características únicas em termos de sabores, aparência, características de produção ou ingredientes.

Novas formas de empreendedorismo rural que aproveitam as raças e variedades



Co-funded by
the European Union



locais, como o turismo e os cuidados ecológicos, estão a surgir e a expandir-se nas zonas rurais [3]. As variedades locais tradicionais podem servir como importantes fontes de rendimento e ajudar a revitalizar as comunidades rurais. culturas e raças de gado são componentes cruciais da diversidade rural.

Infelizmente, o cultivo de variedades locais diminuiu drasticamente em toda a Europa nas últimas décadas. Várias tendências globais contribuem para a erosão dos recursos genéticos e a perda da diversidade genética, impulsionadas por uma série de fatores sociais, económicos e ambientais. Em particular, a introdução de variedades e raças de alto rendimento resultou numa redução significativa das variedades locais tradicionais e da sua diversidade [4].

1.2 Valorização e uso sustentável como estratégia promissora para a conservação

A conservação e o uso sustentável das variedades locais tradicionais nas explorações agrícolas, representam uma estratégia promissora para a salvaguarda dos recursos genéticos [5]. A conservação das variedades locais nas explorações agrícolas está relacionada com uma variedade de fatores. Para além das suas adaptações bioclimáticas [6], as variedades locais são frequentemente mantidas devido ao seu significado cultural para os agricultores e as comunidades locais, bem como às suas características únicas, tais como sabores distintos, e utilizações em pratos regionais [7].

Muitos consumidores consideram os produtos feitos a partir de variedades locais como sendo de melhor qualidade do que aqueles produzidos com variedades de alto rendimento e estão dispostos a pagar um preço mais alto por esses itens [8]. Por exemplo, produtos derivados de «raças tradicionais» e comercializados como especialidades regionais costumam ter preços mais elevados devido ao seu sabor único e identidade cultural [9].

Muitas regiões e reservas da biosfera já estão a utilizar raças e variedades típicas no marketing turístico. Esses esforços apoiam os canais de comercialização regional de produtos diversificados, fortalecendo o processamento de alimentos e as cadeias de valor regionais, incluindo as ligadas ao turismo e à gastronomia [10]. Com a crescente preferência por alimentos locais [3] e cadeias de abastecimento alimentar curtas, é essencial melhorar o ambiente propício para a utilização de recursos genéticos diversificados. Isso inclui a formação de alianças estratégicas com o turismo e a gastronomia. O uso sustentável de raças e variedades tradicionais também tem um papel importante na revitalização de tradições regionais e herança cultural. Isto pode reforçar a identidade rural e apoiar os esforços de branding no panorama competitivo dos destinos turísticos europeus.

Em conclusão, a utilização sustentável das variedades tradicionais apresenta uma oportunidade sinérgica com imenso potencial para criar valor para os agricultores, bem como para os empresários rurais e o turismo. Esta abordagem contribui para a





diversificação das economias rurais e a preservação dos recursos genéticos, garantindo benefícios tanto para as pessoas como para o ambiente.

2. Comunicação e acesso ao mercado

Para atrair a atenção dos consumidores e visitantes, é necessário aumentar a comunicação sobre os valores acrescentados dos produtos tradicionais locais. Os consumidores precisam de informações sobre os valores acrescentados e as histórias por trás desses produtos. Os consumidores devem estar bem informados de que, ao comprar produtos feitos a partir de espécies, variedades e raças regionais tradicionais, contribuem ativamente para a preservação da diversidade genética. Apenas produtos de alta qualidade com valor acrescentado, particularmente aqueles que enfatizam o património cultural e os benefícios ecológicos, podem justificar preços mais elevados para os consumidores.

Uma marca eficaz e uma narrativa convincente criam uma identidade distinta, enfatizando qualidades únicas, como sabor, valor nutricional e significado cultural, aumentando assim o reconhecimento e a lealdade dos consumidores. A narrativa conecta os consumidores às narrativas culturais e ao contexto histórico, evocando emoções positivas e promovendo a fidelidade à marca. Também serve como uma ferramenta educativa, informando os consumidores sobre os benefícios do produto e práticas sustentáveis, e promovendo a conscientização e o consumo sustentável. A venda direta aos consumidores apresenta grandes oportunidades para comunicar uma identidade clara do produto. As atividades de venda direta dos produtores em lojas agrícolas, mercados de agricultores ou feiras de alimentos com comunicação face a face oferecem boas oportunidades de comunicação [11].

2.1 Ferramentas e experiências práticas

2.1.1 Branding e rotulagem

Os produtos provenientes de variedades locais podem tornar-se particularmente lucrativos quando associados a marcas de qualidade ou rotulagem. Essa rotulagem acrescenta valor, destacando a qualidade e a autenticidade dos produtos, criando um mercado seguro que, por vezes, permite aos produtores investir no desenvolvimento de produtos a longo prazo. Por outro lado, as variedades locais tradicionais, enquanto património biocultural com as suas tradições regionais, apoiam os esforços de branding no panorama competitivo dos destinos turísticos europeus e a revitalização da identidade rural.





Marca territorial «BOHINJSKO/FROM BOHINJ»

www.bohinj.si/en/from-bohinj/

A marca regional «Bohinjsko / From Bohinj» foi criada seguindo o modelo «Izorno slovensko» (www.izornoslovensko.si). Foi a primeira marca coletiva criada com base neste modelo e tem funcionado com sucesso desde 2012. Outras marcas locais na região dos Alpes Julianos foram desenvolvidas da mesma forma, tais como: Bled Local Selection, Kranjska Gora, Vrhunsko, From Dolina



Soče. Em toda a Eslovénia, mais marcas locais seguiram este modelo, incluindo: Srce Slovenije, Taste Laško, Sevnica Premium, Jeruzalem Slovenia, Our Finest Maribor, Brežice Selection, From Bela Krajina.

O proprietário da marca é o Município de Bohinj, e ela é gerida pelo Instituto de Turismo de Bohinj. Os produtos e serviços obtêm o direito de usar a marca assim que recebem um certificado de qualidade e origem geográfica. Os fornecedores podem receber um Certificado Bohinjsko/de Bohinj para produtos culinários, pratos e bebidas servidos na gastronomia, produtos artesanais e produtos com design contemporâneo, experiências guiadas, acomodações e eventos. Num nível superior, também podem receber o título de «Casa da Gastronomia», «Casa do Vinho» ou «Oficina de Portas Abertas». O sistema de certificação inclui a avaliação por especialistas externos, com base em formulários claramente definidos com critérios específicos para cada categoria de produto ou serviço. Este modelo permite a criação de um registo verificado de fornecedores e uma lista de produtos de alta qualidade, que são promovidos através dos canais do Turismo de Bohinj. Os critérios também exigem que os produtos tenham uma rotulagem visual adequada, embalagens técnicas e para presente, e uma história que explique a sua singularidade.



Depois de o produto ser certificado, o fornecedor adiciona o selo de qualidade «From Bohinj – Bohinjsko» ao produto e utiliza a sua própria identidade visual para o resto. Para produtos certificados e parceiros da marca, estão disponíveis atividades promocionais conjuntas. Estas incluem:

- folhetos promocionais e embalagens com o design gráfico da marca,
- participação em eventos de networking,
- inclusão no site e na loja online do destino,
- e outras atividades promocionais diretas.



Co-funded by
the European Union



Atualmente, existem 200 produtos culinários, 70 pratos e bebidas em 12 pousadas, 130 produtos artesanais e produtos de design industrial, 35 experiências guiadas e 6 fornecedores de alojamento.

A marca coletiva regional «Bohinjsko/From Bohinj» baseia-se na Estratégia de Desenvolvimento Agrícola de Bohinj 2021-2030, que se concentra na produção de alimentos de qualidade, na manutenção da identidade rural, na preservação da cooperação natural na cadeia alimentar, na preservação da identidade das montanhas, na integração das explorações agrícolas na oferta turística, na coexistência da agricultura e do turismo, no conhecimento e na digitalização, e na preservação da silvicultura.

A região de Bohinj, nos Alpes eslovenos, vai criar uma área piloto para a produção de culturas e vegetais, bem como para a expansão da produção nas áreas de vegetais existentes.



Milho Trdinka de Bohinj

O milho tradicional local Trdinka é uma variedade autóctone de Bohinj que difere das outras na aparência, pois os seus grãos são multicoloridos, variando do amarelo, laranja ao vermelho escuro e quase preto. Antigamente, o milho Trdinka era uma parte importante da dieta diária. Hoje, o cultivo do milho Trdinka de Bohinj está a ser promovido pela Bohinj Tourism.

Esta variedade local não tolera fertilizantes artificiais, razão pela qual os agricultores deixaram de a cultivar no passado. Só se preservou porque a população local continuou a plantá-la para consumo próprio. No âmbito da estratégia de desenvolvimento agrícola e preservação de variedades antigas, o cultivo do milho Trdinka é agora apoiado. Os grãos são moídos juntamente com as cascas, transformando-se em farinha de milho grossa. É mais frequentemente utilizada como matéria-prima para preparar o tradicional Bohinj žganci (mingau de milho) ou como adição a criações culinárias modernas de chefs locais. Alguns pratos conhecidos incluem: truta revestida com farinha de milho Trdinka, sopa de queijo cottage com





milho Trdinka, pudim feito com farinha de milho Trdinka. Pode experimentar esta tradição local como parte da experiência guiada com a anfitriã local Marija Žvan, intitulada «Milho Bohinj (Turšca) – Do Grão ao Žganci», que apresenta todo o processo de cultivo e preparação.

Por fim, para reforçar o perfil da marca, apoiar a biodiversidade e dar novos impulsos à gastronomia, o grupo da rede está a organizar a promoção da carne do gado Cika, conhecido como «cikasto govedo» em esloveno, que é a única raça bovina autóctone eslovena preservada, originária da região de Bohinj.

Marca coletiva territorial «Soča Valley Finest»

www.soca-valley.com/sl/navdih/certifikat-iz-doline-soce/certifikat-kakovosti/

A marca territorial «Soča Valley Finest» foi criada de acordo com o mesmo modelo «Iz vorno slovensko» (www.izvornoslovensko.si), tal como a marca «Bohinjsko / From Bohinj». Foi criada em 2020 e faz parte das marcas coletivas regionais da Eslovénia.

**Dolina
Soče**



A região do rio Soča reuniu os seus fornecedores sob a marca coletiva «Dolina Soče» («Vale do Soča»), que também conecta agricultores biológicos, produtores de alimentos, artesãos e outros através da sua identidade corporativa e atividades.

A marca «Dolina Soče» é uma iniciativa orientada para o destino que apoia os produtores locais através da cooperação, do marketing e da promoção do rótulo de identidade regional. Pretende promover a alta qualidade e uma história cativante com um design atraente. Isso significa a melhoria da qualidade em todas as etapas das cadeias de abastecimento.

A iniciativa criou uma rede de 60 fornecedores com 200 produtos e serviços de produtores, lojas e instituições, especialmente do setor de hotéis, restaurantes e catering.

A rede possui um sistema de certificação documentado e oferece aos fornecedores design visual e embalagem abrangentes, formação e consultoria individualizadas, apresentação no site de destino, outras promoções online, material fotográfico e de vídeo profissional, vendas nos postos de turismo, participação em feiras e outros eventos promocionais. Estas atividades contribuem para um aumento relevante do valor e da reputação através do certificado e da apresentação, que facilitam novas posições nos pontos de venda com melhor criação de valor.



Co-funded by
the European Union



O certificado da marca Soča Valley Finest também foi concedido à Planika Dairy e à Faronika Fish Farm, que desenvolveram produtos locais inovadores, como pasta de peixe com pedaços de truta fumada da Soča (*Salmo trutta marmoratus*) e queijo cottage Tolmin da Planika Dairy. Estas pastas de salmão foram eleitas online como o melhor produto alimentar na competição de 2020 pelos leitores do Finance e do portal Agrobiznis.

No rio Soča e seus afluentes vive a truta Soča (*Salmo trutta marmoratus*), que sobreviveu por acaso num pequeno riacho. O Clube de Pesca Tolmin está a criá-la ativamente em pisciculturas e a reintroduzi-la no sistema fluvial Soča, onde já começou a reproduzir-se.

Laticínios e Queijaria Planika

<https://www.mlekarna-planika.si/>

A Laticínios Planika, em Kobarid, não só faz parte do esquema de certificação e marcação «Soča Valley finest», como o seu queijo Tolminc também possui o rótulo de Denominação de Origem Protegida (DOP) da UE. Em 1995, a Cooperativa Agrícola de Tolmin assumiu a sua própria Mlekarna Planika. Decidiram receber apenas leite de vacas que pastam nas quintas das zonas montanhosas do Vale do Rio Soča e do Vale do Rio Idrijca. Hoje em dia, para muitas das pequenas quintas e famílias, a Leitaria Planika é a única forma de manter a produção de leite e de preservar o Vale do Soča com as suas montanhas cultivadas.

Raça bovina Bohinj Cika

Com a paisagem natural local e o contexto orientado para os agricultores, a Planika Dairy tem condições muito boas para se diferenciar de outras leiterias eslovenas já estabelecidas. Outra oportunidade para se diferenciar é receber o leite e fazer queijo com o gado Cika, que está bem adaptado ao pastoreio em pastagens montanhosas íngremes, e desenvolver e comunicar produtos que preservam a raça bovina (biodiversidade).

O gado Cika, conhecido como «cikasto govedo» em esloveno, é a única raça bovina autóctone eslovena preservada. Originária da região de Bohinj, esta raça está intimamente associada à produção leiteira alpina. Após a Segunda Guerra Mundial, a população de gado Cika começou a diminuir devido à substituição por outras raças, levando a raça à beira da extinção há duas décadas. Hoje, o gado Cika é mais uma raça de dupla finalidade, com ênfase na produção de leite. Em cerca de 1000 fazendas em toda a Eslovénia, o gado Cika pode ser encontrado com as maiores concentrações na Eslovénia Central. Apesar do seu número, a raça bovina Cika é considerada uma raça vulnerável.



Co-funded by
the European Union



Rota do Queijo do Vale do Soča

<http://www.tastycheesetour.eu/soca-valley-cheese-trails/>

Mas no Vale do Soča ainda existem algumas pequenas fazendas com queijarias de pequena escala que produzem queijo Tolminc e queijo de leite de ovelha Bovec, por exemplo, “Pri Lovrču” em Čadrg, uma vila de apenas 40 habitantes dentro do Parque Nacional Triglav. O projeto “tasty cheese tour” (rota do queijo saboroso) trouxe juntos, estes pequenos produtores promovem o dinamismo económico através da



criação de um novo produto turístico e da preservação do património cultural da produção de queijo nas zonas montanhosas. As rotas do queijo oferecem experiências únicas com as iguarias da montanha e a vida e o trabalho dos produtores de queijo do Vale do Soča.

A raça ovina Bovec

A ovelha Bovec (em esloveno: bovška ovca) é uma raça originária do vale superior do rio Soča ou Isonzo, na Eslovénia. É criada no vale do Soča, na Eslovénia, nas áreas de Resia e Tarvisio, em Friuli, na Itália, e na Estíria e Caríntia, na Áustria. A raça é criada para leite e carne. Em 2012, a população na Eslovénia era de cerca de 2000 animais. Na Áustria, esta raça é chamada de Krainer Steinschaf e tinha uma população de cerca de 3000 animais em 2012.



Rotulagem no município de S. Pedro do Sul

A sub-região central portuguesa de Viseu-Dão-Lafões desenvolveu uma rotulagem para destacar a identidade dos produtos e o contexto local das hortaliças e frutas produzidas pelos agricultores locais. O rótulo deve contribuir para o consumo de produtos locais e sazonais e incentivar a economia local, bem como uma identidade alimentar territorial. O município de S. Pedro do Sul adaptou a rotulagem para os produtos oferecidos no mercado local de S. Pedro do Sul. Os agricultores do distrito podem usar esta marca simples, mas eficiente, para dar mais identidade aos seus produtos. A abordagem apoia a produção alimentar local e a cadeia de abastecimento alimentar curta no ponto de venda ao consumidor.



Co-funded by
the European Union



A marca Cerejas do Médio Reno

<https://www.welterbe-mittelrheintal.de/mittelrhein-kirschen>

O cultivo de cerejas é uma característica marcante da região do «Vale do Alto Médio Reno», na Alemanha, Património Mundial da UNESCO, onde a variedade de cerejas é celebrada como um património cultural e natural. As tradições e histórias regionais estão entrelaçadas com variedades antigas, como a «Perle von Filsen», «Bopparder Krächer» e «Geisepitter». Turistas de todo o mundo acorrem ao Vale do Alto Reno Médio durante a época da floração das cerejeiras. O Centro de Serviços Rurais e a Associação Regional do Património Mundial desenvolveram um conceito para preservar e promover esta diversidade de variedades de cerejas. Assumiram o papel de coordenar os esforços entre produtores e transformadores sob a marca Cerejas do Médio Reno. Uma ampla variedade de produtos de cereja — incluindo compotas, sumos, chocolates, mostarda e vinho — é oferecida a lojas turísticas e restaurantes. À medida que o turismo cresce, aumenta a procura por cerejas frescas sazonais de variedades regionais, e os produtores começam a reconhecer as oportunidades económicas do cultivo desses tipos antigos de cereja, levando ao uso extensivo e à preservação de pomares ecologicamente valiosos [14].



Indicações geográficas e regimes de qualidade da UE

Há cerca de 30 anos, a União Europeia introduziu a sua política de qualidade dos produtos agrícolas, que inclui a proteção das indicações geográficas (IG) para produtos agrícolas e géneros alimentícios. Esta política visa destacar a qualidade e as características únicas dos produtos ligados a origens específicas. Do ponto de vista sociocultural

Nesta perspetiva, os produtos com indicação geográfica simbolizam a identidade ambiental e cultural distinta de uma região, combinando recursos naturais com métodos de produção tradicionais. Esta rotulagem atraiu a atenção dos consumidores para o património local e cultural de várias regiões, muitas vezes ligado ao artesanato, à gastronomia e ao turismo rural [15]. O sucesso dos produtos com indicação geográfica indica um forte interesse dos consumidores em artigos que refletem valores ambientais e sociais, incentivando muitos produtores a posicionar os seus produtos de forma a atrair esta procura.

O rótulo «Indicação geográfica protegida» (IGP) enfatiza a relação entre a região geográfica específica e o nome do produto, onde uma determinada qualidade, reputação ou outra característica é essencialmente atribuível à sua origem geográfica.





Produtos: alimentos, produtos agrícolas e vinhos.

Especificações: Para a maioria dos produtos, pelo menos uma das etapas de produção, processamento ou preparação ocorre na região. No caso do vinho, isso significa que pelo menos 85% das uvas utilizadas devem provir exclusivamente da área geográfica onde o vinho é realmente produzido.



Exemplo: O presunto «Westfälischer Knochenschinken» IGP é produzido na Vestfália utilizando técnicas ancestrais, mas a carne utilizada não provém exclusivamente de animais nascidos e criados nessa região específica da Alemanha.

Os nomes de produtos registados como «Denominação de Origem Protegida» (DOP) são aqueles que têm as ligações mais fortes ao local onde são produzidos.

Produtos: alimentos, produtos agrícolas e vinhos.

Especificações: Todas as etapas do processo de produção, transformação e preparação devem ocorrer na região específica. No caso dos vinhos, isso significa que as uvas devem provir exclusivamente da área geográfica onde o vinho é produzido.



Exemplo: O azeite Kalamata DOP é inteiramente produzido na região de Kalamata, na Grécia, utilizando variedades de azeitonas dessa área.

2.1.2 Património biocultural, narrativa e identidade local

Uma marca e uma comunicação eficazes precisam de histórias credíveis e de um contexto cultural significativo que evoquem emoções positivas, reconhecimento e fidelidade à marca. A narrativa liga os consumidores às narrativas culturais e ao contexto histórico. Muitas vezes, as variedades tradicionais e os seus produtos oferecem um contexto local impressionante ou são um património cultural ou biocultural rural, como parte da história local e da identidade das pessoas.

A utilização sustentável das variedades tradicionais e a sua marca e comunicação podem desempenhar um papel valioso na revitalização das tradições rurais e do património cultural. Isto reforça a identidade rural e apoia os esforços de marca no panorama competitivo dos destinos turísticos europeus.

A variedade de peras «Tepka» na aldeia de Zasip

Um exemplo muito impressionante é o caso bem-sucedido da preservação da variedade tradicional de peras Tepka, com a sua história cultural, na aldeia de Zasip, na região de Bled, e a sua integração nas práticas culinárias locais.





No século XVIII, a imperatriz Maria Teresa de Habsburgo quis reduzir a fome plantando culturas, especialmente em áreas pobres; uma das abordagens foi plantar pereiras Tepka. A área em torno de Bled e Zasip era tão pobre que tudo o que tinham era a colheita de peras, e os inovadores habitantes locais tiveram de inventar muitas maneiras de as utilizar. Nesta história, Zasip tornou-se o centro de preparação de uma enorme variedade de pratos à base deste tipo muito especial de pêra. Estas pêras de pomar de caule alto não são consumidas frescas, mas transformadas em aguardente de pêra, secas para uso como farinha ou recheio, ou cozidas em compotas. Os pomares de pêra também contribuem para a preservação da paisagem cultural da região.

Bojana Pipan, a avó da culinária com farinha de prga

www.bled.si/en/what-to-see-do/bled-local-selection/offer/2023091112461766/dried-pear-flour/

Quando seca, transforma-se em «Prga», que é utilizada numa grande variedade de pratos saborosos e doces e que encontrou o seu lugar na alta gastronomia da região dos Alpes Julianos. Além disso, as peras secas são moídas até se tornarem um pó que pode ser utilizado em vez da farinha de trigo. Com ela, faz-se pão e uma variedade de bolos. Bojana Pipan, de Zasip, não é apenas a avó da cozinha com farinha Prga, mas também organiza a colheita e secagem coletivas da pêra «Tepka» com os 20 agricultores que ainda possuem os antigos pomares de peras.



A quinta Trglav com aguardente de pêra «Tepkovec»

<https://www.bled.si/en/what-to-see-do/bled-local-selection/offer/2020012012141792/tr-glav-tepkovec-brandyl/>

Outro bom exemplo de preservação e utilização bem-sucedida da variedade tradicional de peras Tepka é a produção local de Tepkovec, aguardente feita a partir de peras fermentadas e destiladas. A quinta da família Trglav fica a apenas algumas centenas de metros do centro de Zasip, onde Andreja Pogačar produz aguardente e licores de pêra de alta qualidade, baseados numa tradição de longa data. Mas a família não produz apenas Tepkovec. Tem mais de trinta sabores diferentes de aguardente, desde





versões tradicionais como o Smrekovec, aromatizado com pontas de abeto jovens e suaves.

S. Pedro do Sul - Capital do Feijão de Portugal

A região centro de Portugal e, em especial, a zona montanhosa em torno de S. Pedro do Sul, é famosa pela enorme tradição e variedade de feijões. Com mais de 100 variedades de feijão, este território detém este importante património genético e tem vindo a trabalhar para o preservar. Foram feitas duas recolhas de sementes, uma em 2014, «Agricultura e desenvolvimento rural: biodiversidade e promoção da saúde» [16], e outra em 2023, «Entre feijões e outras espécies dos pomares de S. Pedro do Sul» [17], que forneceram informações sobre as variedades produzidas e os locais de produção. A recolha e o cuidado são tradições especiais do trabalho das mulheres. Caixas com amostras de feijões já estão em exposição no posto de turismo local.



Desde 2014, o município de S. Pedro do Sul organiza um festival e feira anual do feijão em cooperação com produtores locais, gastronomia e turismo. Neste festival, há feijões de 20 produtores que não podem comparecer à feira (idade, distância). Por esse motivo, o município recolhe os feijões e vende-os na feira. Antes do festival, os produtores são incentivados a produzir e recebem um apoio financeiro para a produção dos feijões. Em 2025, cinco variedades de feijão foram identificadas como estando em risco de não ter sementes e cinco agricultores foram recrutados para as produzir e, em seguida, oferecer uma parte para sementeira.

2.1.3 Venda direta: mercados locais de agricultores, feiras e festivais

A venda direta aos consumidores oferece excelentes oportunidades para comunicar a história e a qualidade muito especiais dos produtos locais provenientes de variedades tradicionais e a identidade dos seus produtos. Desde 2014, o município de S. Pedro do Sul organiza um festival e feira anual do feijão em cooperação com produtores locais, gastronomia e turismo. Neste festival, há feijões de 20 produtores que não podem comparecer à feira (idade, distância). Por esse motivo, o município recolhe os feijões e vende-os na feira. Antes do festival, os produtores são incentivados a produzir e recebem um apoio monetário para a produção dos feijões. Em 2025, cinco variedades de feijão foram identificadas como em risco de não ter sementes e cinco agricultores foram recrutados para produzi-las e, em seguida, oferecer uma parte para sementeira.





Mercados e feiras locais de agricultores

Mercado natural da reserva da biosfera da Alta Lusácia

Desde 1998, no Centro da Reserva da Biosfera da Paisagem de Charnecas e Lagoas da Alta Lusácia, realizam-se duas vezes por ano os mercados naturais. É dada especial atenção à cultura e aos intervenientes sorbios, uma minoria autóctone com tradições ricas, arte e língua própria, com raízes profundas na Alta Lusácia. São oferecidos produtos de alta qualidade, saudáveis e bonitos da região. O contacto pessoal com os produtores permite conhecer diretamente a origem, o método de produção e a qualidade dos produtos. Pequenas empresas agrícolas e artesanais, em particular, podem apresentar nos mercados a sua produção regional típica e ecológica. Restaurantes, padarias e talhos regionais, bem como lojas de quintas agrícolas e piscícolas, oferecem uma gama culinária diversificada, desde produtos de peixe a queijo de cabra e salsichas de veado.



Outros eventos de mercado dos parceiros do projeto

Eventos de mercado semelhantes são realizados com sucesso na região da Biosfera eslovena. Os produtores locais que receberam certificados sob marcas territoriais têm prioridade nas bancas do mercado. As bancas com produtos locais fazem parte de todos os eventos e, em dias selecionados, também estão presentes nos mercados locais. Na região turística croata de Bura/Zadar, o município realiza uma feira local todos os dias durante a época turística. Para os agricultores locais, a participação com bancas é gratuita. As variedades tradicionais de figos são típicas dessa região. Bolos especiais de figo e um café de figo são apresentados e vendidos como produtos inovadores. Durante a exposição turística de barcos no verão, um prémio de azeite com diferentes variedades locais de azeitonas está a aumentar a sensibilização do público para a diversidade das culturas.

Feiras B2B

A Turizem Bohinj, na Reserva da Biosfera dos Alpes Eslovenos, vai organizar eventos business to business. Estes permitirão melhores ligações locais entre agricultores, restaurantes, hotéis e outros produtores locais, a fim de melhorar a cooperação local e uma cadeia de abastecimento alimentar curta na região.





Festivais de Gastronomia Locais

Um calendário de festivais gastronómicos rurais em Portugal

Na região em torno de S. Pedro do Sul, Portugal, há um grande número de festivais gastronómicos relacionados com as raças tradicionais de gado, feijão, castanhas, laranjas e outros. A pecuária e as culturas agrícolas desempenham um papel importante na vida rural e na identidade local. O município, os agricultores e outros produtores, bem como os restaurantes, o turismo e os banhos termais, trabalham em estreita colaboração. O município gere o calendário de eventos anuais, como a Festa da Castanha e do Mel; a Feira dos Saberes e Sabores (feira de pequenos frutos); Festa da Laranja; Festa da Vitela; Vila Maior - Aldeia Bio.

Além disso, as festas oferecem à população local e aos turistas ocasiões muito interessantes para se reunirem para celebrar e viver boas experiências, bem como para provar e comprar produtos.

Aqui pode assistir a um vídeo impressionante sobre a Festa da Vitela com o tradicional gado Arouquesa raça. <https://youtu.be/aZNItFNJ3j0> Local festivais gastronómicos



A Arouquesa é uma raça tradicional de gado triplo-propósito, adaptada às montanhas. Em Portugal, ainda é utilizada como gado de tração. Mas hoje em dia, na maioria das vezes, pratica-se a criação de vacas leiteiras. Em 1902, a carne Arouquesa foi a vencedora do «Prémio para a Melhor Carne»



em Paris. A carne bovina proveniente de gado criado por métodos tradicionais numa área específica do centro de Portugal tem o estatuto de «Denominação de Origem Protegida» e pode ser comercializada como Carne Arouquesa DOP.

«Frika», festival tradicional agrícola e culinário no Vale do Soča

<https://www.soca-valley.com/en/in-search-of-adventure/traditional-events/frikafest/>

Em Tolmin, no Vale do Soča, na região da biosfera eslovena, o Festival Frika, em meados de outubro, marca o regresso simbólico dos pastores com o gado Cika das pastagens das altas montanhas, onde produziam leite em pequenas comunidades no



Co-funded by
the European Union



montanhas durante todo o verão, enquanto o gado pastava na melhor vegetação entre os Alpes e o Mediterrâneo. O povo de Tolmin combinou o tradicional Festival dos Agricultores com o festival da iguaria culinária do Vale do Soča, a «Frika», e criou o «Frika Fest». No evento de dois dias, todos podem provar e comprar queijos únicos do Vale do Soča, com o queijo Tolminc em destaque.



Festival de comida tradicional rural na Croácia

No interior rural da região turística croata de Bura/Zadar, uma vez por ano, em agosto, a aldeia de Zelengrad, com 60 habitantes locais, celebra um grande festival rural. Cerca de 3.000 pessoas reúnem-se todos os anos para saborear pão e queijo tradicionais gratuitamente. Juntamente com uma corrida tradicional de cabras e competições de remo, este evento gastronómico tradicional torna a aldeia rural uma experiência viva.

3. Turismo rural e gastronomia de experiências

Existem várias sinergias importantes entre a conservação e valorização das variedades locais tradicionais e um turismo gastronómico rural regenerativo. Atividades comunitárias como mercados de agricultores locais, feiras locais e festivais gastronómicos podem servir como experiências locais autênticas para os visitantes. Além disso, essas atividades oferecem acesso eficaz ao mercado para a valorização de produtos com variedades locais tradicionais, alcançando não só os turistas, mas também a população local. Além disso, as variedades locais tradicionais, vistas como uma espécie de biodiversidade alimentar, podem ser um componente essencial de uma gastronomia rica e diversificada, proporcionando aos restaurantes a oportunidade de trabalhar com variedades menos conhecidas, com uma história autêntica e enraizada na região, o que permite diferenciá-los de outras ofertas no mercado. Isso proporciona à gastronomia oportunidades valiosas para promover a culinária e as tradições locais e fomentar experiências autênticas enraizadas na identidade cultural local [18].

A ideia do turismo gastronómico rural, que permite «provar o sabor do lugar para sentir o lugar», segue a ideia mais ampla de «experiência gastronómica» e deve ser considerada com foco no potencial dos contextos locais [19]. A gastronomia local é parte integrante do património de uma comunidade, refletindo o estilo de vida e a essência cultural do povo, transmitidos de geração em geração. É cada vez mais reconhecida como uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento de destinos





[20]. A gastronomia local, no contexto do turismo rural regenerativo, tem o potencial de promover o empreendedorismo local e criar oportunidades através do aumento das despesas dos turistas. O turismo gastronómico que enfatiza a interação com os residentes locais (turismo comunitário) e experiências culturais autênticas estão a emergir como tendências crescentes entre os turistas europeus [21, 22].

3.1 Ferramentas e experiências da prática

3.1.1 Restaurantes locais e gastronomia

Vários restaurantes nas regiões parceiras da AgroBioCom adotaram variedades locais tradicionais e alimentos, parcialmente adaptados à culinária moderna, e adaptaram as suas ofertas a estilos individuais autênticos. O desenvolvimento baseia-se na alta qualidade dos produtos e na cooperação direta com os agricultores locais e as atividades de turismo rural local. Muitas vezes, a particularidade e a qualidade dos produtos e os valores adicionais autênticos são apresentados nos cardápios; pratos ou menus especiais com variedades tradicionais e alimentos locais são oferecidos aos hóspedes.

Restaurante Sunrose 7, Bohinjska Bistrica (Eslovénia)

<https://www.sunrose7.com/>

Revitalização do património culinário das variedades e raças tradicionais. Os menus mostram uma reativação bem-sucedida da cultura culinária tradicional em Bohinj. O primeiro chef local está a colaborar com a organização de turismo de Bohinj e a desempenhar um papel fundamental no renascimento do uso das variedades indígenas de milho «Trdinka» e «Mohant», um queijo local com denominação de origem protegida pela UE.

Restaurante Kurej, Zasip (Eslovénia)

<https://www.bled.si/sl/kaj-videti-poceti/kulinarika/gostinski-obrati/2022030315363884/gostilna-kurej/>

O restaurante está localizado na aldeia de Zasip, com uma longa história de cultivo e utilização das peras Tepka. Oferecem menus de degustação com pratos confeccionados com peras Tepka, ilustrando as melhores práticas na ligação entre os produtores locais e a oferta gastronómica.

Hiša Linhart, Radovljica (Eslovénia)

<https://www.hisalinhart.si/>

Esta pousada faz parte de um esforço local mais amplo para conectar produtores de alimentos, chefs e a comunidade em Radovljica. Trabalha com fornecedores locais (como o mercado Radol'ca), participa de iniciativas culinárias (como Okusi Radol'ce) e apoia a educação alimentar por meio de projetos como a escola de culinária de Uroš Štefelin. O chef Uroš Štefelin, uma figura-chave neste movimento, foi premiado com uma estrela Michelin e uma Estrela Verde pela sustentabilidade. A cozinha combina receitas tradicionais com abordagens modernas, ajudando a moldar uma nova





cozinha eslovena. É dada especial atenção à preservação de ingredientes do passado, incluindo variedades tradicionais, que são utilizadas para manter viva a herança alimentar local para as gerações futuras.

Pri Hrvatu, Srednja vas (Eslovénia)

<https://www.bohinj.si/ponudnik/gostilna-pri-hrvatu/>

A pousada Pri Hrvatu é famosa pelas suas especialidades caseiras, baseadas nas tradições locais e em algumas variedades autóctones. São famosos os «irovi štruklji» (bolinhos de queijo) preparados de acordo com uma receita tradicional e a truta servida em duas variações excecionais: Pijana Bohinjska postrv (truta Bohinj embriagada) e truta revestida com farinha trdinka.

Os Amigos de Covas do Monte, Covas do Monte (Portugal)

pt.restaurantguru.com/Os-Amigos-de-Covas-do-Monte-Portugal/menu

A Associação dos Amigos de Covas do Monte possui mais de 500 cabras de uma raça tradicional local. No restaurante, oferecem apenas um prato muito tradicional: carne de cabra cozida lentamente em fornos a lenha durante 5 a 10 horas, acompanhada de batatas tradicionais ou pão.

Somos aldeia, Rompecilha, São Pedro do Sul, (Portugal)

www.facebook.com/somosaldeia/

Somos Aldeia é um pequeno restaurante local com muitos pratos preparados com variedades tradicionais locais de feijão e vegetais e frutas locais. A pequena mercearia tradicional anexa oferece várias frutas e vegetais orgânicos produzidos exclusivamente na aldeia, bem como enchidos e compotas locais. Os hóspedes publicaram nas redes sociais: «SOMOS ALDEIA é um espaço com um carácter um pouco diferente».

Casa Arouquesa, Viseu (Portugal)

www.casaarouquesa.pt/

A Casa Arouquesa oferece apenas dois pratos com a excelente carne da tradicional raça bovina Arouquesa. Na sua apresentação, destacam a elevada qualidade e o sabor da carne desta raça bovina e os pratos típicos portugueses, salpicão e pataniscas, que acompanham os pratos de carne.

Tipico Do Mezio, Castro Daire (Portugal)

www.facebook.com/pages/Restaurante%20Tipico%20Do%20Mezio/2392884230937527/

O restaurante Tipico Do Mezio é gerido por uma associação local e é muito frequentado pelas variedades tradicionais da comida típica portuguesa salpicão, que é um guisado de carne com arroz e o tradicional feijão feijoca. Um museu vivo mostra as técnicas tradicionais de processamento de têxteis e produtos dos campos da região.





Wjelibik, Bautzen (Alemanha)

<https://www.wjelibik.de/sorbisches-restaurant-lausitz>

O restaurante Wjelibik (pequena abóbada) é gerido por uma família sorábica da minoria autóctone, rica em tradições, arte e língua própria, com raízes profundas na região da Alta Lusácia. Monika Lukasz/Mónika Lukašowa vive a sua sorábica de forma abrangente e saborosa nas delícias culinárias do seu restaurante, nas suas «roupas de trabalho», o traje tradicional sorábio, e muitas vezes também como embaixadora não oficial da cidade e da Sorábica em Bautzen/Budyšin. Ela oferece não só menus sorábicos especiais, como o «Jantar de Casamento Sorábio», mas também planeia servir pratos com carne de raças locais tradicionais.

Bistro Biser e quinta familiar Dedić, Maslenica (Croácia)

<https://biser.hr/>

O Bistro «Biser» e a quinta familiar Dedić são propriedade de Vladimir e Darko Dedić. Enquanto o Bistro está localizado em Maslenica (condado de Zadar), a quinta fica noutra parte da Croácia, na região da Eslavónia (perto de Cernik). Em 2013, a família decidiu criar uma quinta familiar OPG com comercialização dos produtos no seu próprio restaurante. A família cultiva uma vinha (Graševina), um pomar, um olival e uma horta. Também produzem alguns produtos de carne curada para oferecer no restaurante. O objetivo principal deste tipo de negócio é oferecer aos hóspedes algo novo e diferente, além de experiências locais de qualidade que são únicas e possíveis graças à qualidade dos produtos frescos da fazenda no restaurante.

Pet Bunara, Zadar (Croácia)

<https://petbunara.com/>

O «Pet Bunara» esforça-se por proporcionar uma experiência culinária de excelência, utilizando, tanto quanto possível, ingredientes sazonais e cultivados localmente, incluindo carne orgânica e sustentável, caça, peixe, aves, legumes e cereais. Cultivam a sua própria horta de ervas aromáticas para fornecer os ingredientes mais frescos possíveis, bem como olivais e figueiras orgânicos. Estão em constante mudança e adaptação ao longo dos anos, motivados por estarem no topo da cena gastronómica de Zadar.

3.1.2 Experiências com o processamento tradicional de alimentos e muito mais

Muitos turistas procuram experiências duradouras. Muitas vezes, as técnicas e métodos tradicionais de colheita e processamento de alimentos fazem parte do património cultural das regiões rurais. Por vezes, estas técnicas estão relacionadas com variedades ou raças tradicionais. Revitalizar as técnicas tradicionais na interação dos visitantes com os locais residentes (turismo comunitário) podem oferecer experiências rurais autênticas que podem ser facilmente combinadas com o turismo rural gastronómico e a gastronomia.





Colheita tradicional da centeio em Covas do Monte (Portugal)

Na pequena aldeia montanhosa portuguesa de Covas do Monte, perto de S. Pedro do Sul, os visitantes têm a oportunidade de participar em eventos tradicionais de colheita da cevada. Os agricultores permitem-lhes cortar e secar os cereais utilizando as antigas técnicas tradicionais. A atividade «Colheita e construção de cabanas de centeio» teve lugar em meados de junho em Covas do Monte.



Vindima e apanha da azeitona em Briševo (Croácia)

Na aldeia croata de Briševo, a apenas sete quilómetros de Zadar, a quinta familiar Butić oferece passeios turísticos de trator às suas vinhas e olivais para participar na colheita. Também é possível esmagar uvas com os pés, como parte da produção tradicional de vinho.



Caça às trufas na Ístria (Croácia)

Na pequena aldeia rural de Paladini, a família Karlić oferece aos turistas experiências de caça às trufas com cães em pomares infestados de trufas negras. Frequentemente, são realizadas visitas guiadas com cães treinados nas florestas da Ístria, onde os caçadores de trufas e os seus cães procuram trufas brancas e negras. Os visitantes podem aprender sobre as técnicas de caça às trufas e a tradição geral da caça às trufas na região e têm a oportunidade de provar pratos com trufas. Experimentar a beleza da natureza e da floresta em particular é um valor adicional.





Festival Internacional de Flores Silvestres na região alpina de Bohinj (Eslovénia)

Todos os anos, em maio e junho, o «Festival Internacional de Flores Silvestres» acontece em vários locais da região alpina de Bohinj, que compreende 24 aldeias e cobre uma área de mais de 300 km². O festival é uma composição de passeios botânicos, eventos culturais e experiências culinárias dedicadas às plantas silvestres, à riqueza floral de Bohinj e às ofertas locais. O festival integra a natureza selvagem e a biodiversidade como um fator de construção da imagem regional no desenvolvimento do turismo sustentável (1600 espécies de plantas, 72 orquídeas selvagens, 7000 espécies animais). O festival conecta a população local e os visitantes na preocupação e reconhecimento da biodiversidade e da importância de preservar a área protegida.



4. Promoção das variedades locais – outras ferramentas e atividades

4.1 Ferramentas e experiências práticas

Além das abordagens discutidas para a preservação das variedades locais tradicionais através da valorização, existem outros financiamentos públicos e atividades para promover o uso sustentável e a conscientização sobre as variedades tradicionais de culturas e raças de gado.

4.1.1 Projetos para preservação e valorização

Teste de variedades antigas de cereais (incluindo a «Champagne Rye»)

A reserva da biosfera alemã na Alta Lusácia coordena a análise de 10 variedades antigas de cereais que enfrentam a seca causada pelas alterações climáticas, uma maior diversidade agrícola e o desenvolvimento de uma cadeia de valor regional de alimentos. Parte da análise e dos testes são a papoila, o milho-miúdo, o trigo-espelta e o centeio champagne.

Há resultados muito bem-sucedidos com o centeio champagne, que é altamente resistente à seca e pode ser cultivado com muito baixo investimento. A área de cultivo na reserva da biosfera é de aproximadamente 150 hectares. Foi desenvolvida





uma cadeia de valor regional curta com agricultores, moinhos, padarias e cervejarias, além de produtos valiosos.

Preservação da «galinha saxónica»

Além disso, a reserva da biosfera da Alta Lusácia está a coordenar a preservação de raças antigas de animais domésticos. Em conjunto com a exploração avícola Schubert, os especialistas em biosfera apoiam a antiga raça de galinhas saxónicas e trazem-na de volta à Alta Lusácia. Antigamente, as galinhas saxónicas eram valorizadas por serem muito robustas devido à sua insensibilidade ao clima. Como a raça antiga põe menos ovos do que outras raças, ela não conseguiu acompanhar o desempenho ao longo do tempo. Hoje, a raça é extremamente rara e está ameaçada de extinção. A população reprodutora registrada em 2016 era de 680 animais (Alemanha). Dentro do projeto, o número aumentou para mais de 1000 animais em 2025. A comercialização da carne e dos ovos funciona bem entre os habitantes locais.



Preservação da raça bovina «Red Mountain Cattle»

Outro projeto da reserva da biosfera da Alta Lusácia refere-se à raça tradicional de gado «Red Mountain Cattle». Antigamente, a raça servia três propósitos: fornecimento de leite, carne bovina e força de tração. Os especialistas em biosfera aumentaram o número de animais de quatro em 2013 para 60 em 2025. Os campos de ação atuais são a construção de um matadouro, a comercialização de carne e enchidos e o pastoreio para cuidado da terra em áreas especiais.



Preservação da «cabra Drežniška»

No Parque Nacional Triglav, a administração apoia as raças tradicionais locais de ovelhas e cabras, tendo em conta a sua importância para a identidade da comunidade, a preservação da biodiversidade e a agricultura sustentável. Um exemplo importante é a cabra Drežnica. O seu nome deriva da aldeia de Drežnica, embora algumas pessoas chamem a estas cabras de cabras Bovec. É a única raça caprina listada entre as raças autóctones tradicionais de





animais domésticos da Eslovénia. Hoje, a cabra Drežnica é a mais comum na sua área de origem, principalmente em torno de Bovec e Drežnica, em Tolmin. Estima-se que existam entre 880 e 900 cabras desta raça, com uma tendência populacional estável. Os animais desta raça são cabras de tamanho médio e cor mais escura, que são sendo utilizadas tanto para a produção de leite e produtos lácteos como para a obtenção de carne de cabra.

4.1.2 Financiamento público para raças tradicionais

Raças tradicionais como critério de financiamento das regiões LEADER

O plano estratégico do GAL da região europeia LEADER «Bura», perto de Zadar, na Croácia, prevê um programa de investimento na produção e transformação agrícolas que contribui para melhorar a sustentabilidade económica e a qualidade dos produtos agrícolas. Os agricultores podem receber financiamento para projetos no valor de 5.000 a 30.000 euros. Um dos critérios centrais da seleção de projetos é a utilização de raças autóctones tradicionais. Existem projetos de raças autóctones tradicionais financiados, por exemplo, um agricultor com raças caprinas autóctones croatas com 350 animais envolvidos no cuidado da terra e na produção de carne.



Outros exemplos de regiões rurais europeias

Outro exemplo de financiamento público para raças tradicionais de gado vem da região portuguesa parceira de S. Pedro do Sul, onde os agricultores podem receber apoio financeiro para o nascimento de gado de raças nativas, como a raça Arouquesa.

Na área das culturas, a região croata LEADER «Bura» oferece gratuitamente variedades tradicionais de oliveiras verdes aos agricultores e outros intervenientes locais, a fim de aumentar a diversidade local desta importante espécie agrícola. Além disso, nas aldeias dessa região, são plantadas gratuitamente variedades tradicionais de figueiras, desde que os habitantes locais assumam o padrinho e cuidem delas.

5. Fatores de sucesso

Uma visão e uma mentalidade comuns

O desenvolvimento de uma ideia forte e comum, o que fazer para melhorar a comunidade — apoiar o empreendedorismo local e preservar as paisagens e a identidade cultural — requer uma visão comum clara sobre para onde ir, de onde viemos e quem somos. Isso unirá as pessoas com uma história e uma identidade únicas. Essa mentalidade comum significa tornar-se a força de um com a competência de muitos.





Cooperação

A cooperação é tudo. Para se tornar uma força com a competência de muitos, é necessária integração e cooperação. Agricultores locais, moleiros, padeiros e cervejeiros, restauradores e retalhistas passam a bola uns aos outros e jogam numa equipa. Os atores locais conhecem-se, recomendam os seus produtos e ofertas aos seus clientes e trocam ideias e conhecimentos. Particularmente importante é a ação cooperativa estreita entre a natureza, o turismo e a agricultura para a utilização e conservação da natureza e da paisagem.

Comunicação e networking

É necessário comunicar uma história de ações positivas para a natureza, a localidade, as personalidades e a identidade. Conectar-se e estabelecer redes com as partes interessadas significa alcançar os corações e as mentes e formar uma história e uma identidade únicas. A comunicação e a conexão oferecem oportunidades para experiências positivas internamente e para os visitantes ao mesmo tempo, além de ajudar a criar produtos e serviços locais de alta qualidade.

Coordenação

Alguém tem de levar a ideia adiante. Uma boa coordenação ajuda a integrar os vários atores, particularmente a natureza, o turismo e a agricultura, numa visão e atividades comuns. Existem organizações que são capazes de construir pontes como parceiros permanentes e conectores, tais como reservas da biosfera, municípios ou grupos de ação local LEADER. Manter os contactos pessoais locais é um dos desafios. É uma contribuição para uma comunidade rural local forte.

6. Referências

1. GenRes Bridge Project Consortium, ECPGR, ERF and EUFORGEN. Genetic Resources Strategy for Europe. European Forest Institute, 2021. (85 pages). <https://www.genresbridge.eu/fileadmin/templates/Genres/Uploads/Documents/GRS4E.pdf>.
2. FAO. Proceedings of the First International Multistakeholder Symposium on Plant Genetic Resources for Food and Agriculture: Technical consultation on in situ conservation and on-farm management of plant genetic resources for food and agriculture. 29–30 March 2021, Rome, Italy, 2022. <https://doi.org/10.4060/cc3716en>
3. Ovaska, U.; Soini, K. Local Breeds – Rural Heritage or New Market Opportunities? Colliding Views on the Conservation and Sustainable Use of Landraces. European Society for Rural Sociology. Sociologia Ruralis, Vol 57, Number S1, June 2026. <https://doi.org/10.1111/soru.12140>





4. Maxted, N.; Veteläinen, M.; Negri, V. European Landrace Conservation: An Introduction. In Veteläinen, M.; Negri, V.; Maxted, N. 2009. European landraces on-farm conservation, management and use. Bioversity Technical Bulletin No. 15., pp. 1-22; Bioversity International, Rome, Italy.
5. Raggi, L., Caproni, L. & Negri, V. Landrace added value and accessibility in Europe: what a collection of case studies tells us. Biodiversity and Conservation, 2021, 30:1031–1048. <https://doi.org/10.1007/s10531-021-02130-w>
6. Woldeyohannes, A., Iohannes, S., Miculan, M., Caproni, L., Ahmed, J. Data-driven, participatory characterization of farmer varieties discloses teff breeding potential under current and future climates. 2022. elife, 11, <https://doi.org/10.7554/eLife.80009>
7. Raggi, L.; Spatari, G.; Negri, V. Landrace in situ (on-farm) conservation: European Union achievements. Biodiversity and Conservation. (2024) 33: 2709-2738. <https://doi.org/10.1007/s10531-024-02893-y>
8. Gracia A., Sánchez A., Jurado F., Mallor C. Making use of sustainable local plant genetic resources: would consumers support the recovery of a traditional purple carrot? (2020) Sustainability12 (16), 6549. <https://doi.org/10.3390/su12166549>.
9. Menger, K., Feldmann, A., Dorkewitz, K., & Hamm, U. Concepts for the marketing of products from rare breeds. (2020). Universität Kassel, Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaft, Fachgebiet Agrar- und Lebensmittelmarketing & Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Nutztierassen e.V. (GEH). <https://orgprints.org/id/eprint/37582/>
10. Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL). Biologische Vielfalt stärken – Nationale Strategie für genetische Ressourcen für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Fischerei. 2024. Edit.: BMEL, Bonn. (65 pages) <https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/nationale-strategie-genetische-ressourcen.html>.
11. Oehen, B.; Meier, C.; Holzherr, P.; Förster, I. Strategies to valorise agrobiodiversity. Theme 5 – Sustainable agrifood systems, value chains and power structures. 13th European IFSA Symposium, 1-5 July 2018, Chania (Greece), https://ifsa.boku.ac.at/cms/fileadmin/Proceeding2018/Theme5_OehenMeier.pdf.
12. Chiffoleau, Y.; Dourian, T.; Enderli, G.; Mattioni, D.; Akermann, G.; Loconto, A. Reversing the trend of agrobiodiversity decline by co-developing food chains with consumers: A European survey for change. Sustainable Production and Consumption 46 (2024) 343–354, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.02.032>





13. Soini, K.; Pouta, E.; Latvala, T.; Lilja, T. Agrobiodiversity Products in Alternative Food System: Case of Finnish Native Cattle Breeds. *Sustainability* 2019, 11, 3408; doi:[10.3390/su11123408](https://doi.org/10.3390/su11123408)
14. Todt, A., Hassels, A. Creating value with old varieties and old breeds - success stories and success factors. Report. Edit. nova-Institute & Foundation Rhineland Cultural Landscape. Hürth, Bonn, 2021. 65 pages. <https://tinyurl.com/5595xaep>.
15. Pato, M.; Duque, A. Traditional agri-food products and sustainability - A fruitful relationship for the development of rural areas in Portugal, *De Gruyter Open Agriculture* vol. 8, no. 1, 2023; pp. 20220157, <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0157>
16. ANIMAR 2014, Family agriculture and rural development: biodiversity and health promotion. Coordenação Vítor Barros; Edição: ANIMAR-Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local. https://www.inia.pt/images/publicacoes/livros-manuais/caderno_agriculturafamiliar.pdf
17. Santos, C.; Ferreira, G. et al. Among beans and other species from the orchards of S. Pedro do Sul. 2023. Coordenação: Abreu, A.; Amaro da Costa, C. Edicao IVICEVERSA. <https://www.cm-spsul.pt/images/files/pagcamara/2025/manualfeijao.pdf>
18. Rinaldi, C. Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability*, 2017. 9, 1748, 1–25.
19. Leer, J. Designing sustainable food experiences: Rethinking sustainable food tourism: international journal of food design Volume 5 Numbers 1 & 2, 2020 the Author(s). Published by Intellect Ltd
20. Zhang, T.; Chen, J.; Hu, B. Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience, *Sustainability*, 2019. 11, 3437, 1–18.
21. Giampiccoli A., Mnguni M., Dłużewska A. Local food, community-based tourism and well-being: connecting tourists and hosts. 2020. *Czasopismo Geograficzne [Geographical Journal]*, 91(1-2), 249-268.
22. CBI (Centre for the Promotion of Imports from developing countries, Netherlands), 2023. The European market potential for community-based tourism <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/community-based-tourism/market-potential> (accessed on 18.03.2025).