



Gastronomia e turismo





Contenuti

Gastronomia e turismo

| | |
|---|-----|
| <u>Introduzione alla gastronomia e al turismo</u> | 95 |
| <u>La gastronomia come attrazione turistica</u> | 97 |
| <u>Iniziative dell'UE/UNESCO e ONU</u> | 99 |
| <u>Esempi pratici</u> | 102 |
| <u>Bibliografia</u> | 103 |



Co-funded by
the European Union

Finanziato dall'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.



CAPITOLO 6

Introduzione alla gastronomia e al turismo

La sinergia tra turismo e gastronomia è stata una direzione chiave per lo sviluppo dell'economia turistica fin dall'inizio del XX secolo, evidenziata in particolare dal Rapporto globale sul turismo alimentare (UNWTO, 2012). La gastronomia, sebbene definita in modo variabile, è fondamentale per promuovere le destinazioni turistiche e progettare prodotti turistici specializzati. Mangiare e bere non sono semplicemente bisogni naturali ma sono profondamente intrecciati con la vita sociale e l'ambiente. Il turismo gastronomico favorisce l'interazione tra turisti e comunità locali, creando opportunità di scambio culturale e di sviluppo economico. Diversifica la gamma di esperienze a disposizione dei turisti, migliorando l'attrattiva complessiva e la competitività delle destinazioni. Valorizzando la gastronomia locale, si contribuisce a preservare il patrimonio culturale e le tradizioni alimentari locali. In questo documento esploreremo il legame speciale tra gastronomia e turismo, dalla Storia alle particolari esigenze dei clienti.

Storia del rapporto tra gastronomia e turismo

La sinergia tra turismo e gastronomia è stata identificata come una direzione chiave per lo sviluppo dell'economia turistica fin dall'inizio del XX secolo. Questa partnership si è rafforzata nel tempo, in particolare alla fine del XX secolo, con l'implementazione di strategie specifiche, come evidenziato dal Global Report on Food Tourism (UNWTO, 2012). La gastronomia, sebbene la sua definizione sia ancora ampiamente dibattuta, è diventata un elemento centrale nelle politiche di promozione delle destinazioni turistiche, talvolta anche come argomento principale o pilastro fondamentale nella progettazione di prodotti turistici specializzati. Sappiamo che mangiare e bere non sono solo bisogni naturali che producono forme basilari di comportamenti culturali e appetitivi. Ci sono poi bisogni legati alla vita sociale e all'ambiente.

Sin dai tempi delle rotte commerciali medievali come la Via della Seta, i viaggiatori si scambiavano prodotti alimentari e ricette, contribuendo a diffondere le tradizioni culinarie in tutta Europa. Nelle prime guide turistiche, pensate per individuare gli itinerari di viaggio, già dal Medioevo venivano fornite informazioni sulla produzione alimentare locale e su dove fermarsi per mangiare e dormire (Csergo, 2016). A ciò seguì lo sviluppo delle arti culinarie nelle corti reali europee, dove gli chef gareggiavano per creare piatti più sofisticati. Grimod de la Reynière in Francia (1758-1837) scrisse l'Almanach des gourmands, probabilmente la prima guida gastronomica della storia.

Nel corso del tempo, ogni regione d'Europa ha sviluppato le proprie specialità culinarie, spesso basate su prodotti disponibili localmente, contribuendo a plasmare l'identità culinaria di ciascuna regione e attirando viaggiatori curiosi di scoprire nuovi sapori.

Nel corso dell'Ottocento, la preoccupazione di mangiare e bere bene durante il viaggio fece sì che, per i viaggiatori più illuminati, la gastronomia potesse trovare posto tra le motivazioni che spingevano a intraprendere un viaggio, pur non risultandone mai la motivazione principale (Csergo, 2011). Tuttavia, ciò ha alimentato il turismo con il miglioramento delle infrastrutture di trasporto, in particolare lo sviluppo delle ferrovie, rendendo più facile per i viaggiatori facoltosi viaggiare in giro per l'Europa e scoprire diverse cucine regionali. Nel 20° secolo, i governi e gli enti turistici hanno riconosciuto la gastronomia come una delle principali attrazioni turistiche. Festival gastronomici, itinerari culinari e guide di ristoranti sono nati per promuovere le destinazioni valorizzandone il patrimonio gastronomico.



CAPITOLO 6

Introduzione alla gastronomia e al turismo

Viaggi ed esperienze culinarie

Il viaggio e l'esperienza culinaria sono strettamente legati e costituiscono un aspetto essenziale dell'attrattiva turistica mondiale. Paul Bocuse, famoso chef francese, diceva "La cucina è il riflesso della cultura di un paese". Beh, è vero. La scoperta culturale è al centro di questa relazione, poiché il cibo è un'espressione viva dell'identità di una regione o di un paese. La gastronomia europea è ricca e varia, con piatti che vanno dai più semplici ai più elaborati, dai più rustici ai più raffinati, dai più leggeri ai più sostanziosi. Ogni paese ha le proprie specialità, spesso il risultato di un patrimonio ancestrale, di influenze regionali o di adattamento ai prodotti locali. Tra le cucine europee possiamo citare la cucina francese, caratterizzata dalla sua creatività, finezza e diversità; Cucina italiana, gourmet e mediterranea; Cucina spagnola, riconoscibile per il suo gusto per tapas, paella e tortillas; Cucina greca, caratterizzata dall'uso di olio d'oliva, formaggio e verdure; La cucina bulgara, con le sue zuppe fredde e insalate; e la cucina portoghese, con i suoi sapori solari influenzati dall'Oceano Atlantico.



I viaggiatori aspirano all'autenticità e all'immersione, spesso preferendo rinunciare ai ristoranti standardizzati per assaporare la genuina cucina locale, specchio fedele delle tradizioni e dello stile di vita della popolazione locale. Questa avventura culinaria alimenta un senso di avventura e scoperta, offrendo ai viaggiatori la possibilità di assaggiare nuovi sapori e creare ricordi duraturi. Inoltre, la condivisione dei pasti rappresenta una grande occasione di socializzazione e di scambio culturale, favorendo l'incontro tra viaggiatori e popolazione locale. Il turismo culinario favorisce l'interazione tra turisti e comunità locali, creando opportunità di scambio culturale e sviluppo economico. Infine, la gastronomia ha un'influenza significativa sulla scelta della destinazione, con i viaggiatori attratti da destinazioni rinomate per la loro cucina di qualità ed esperienze culinarie uniche. Il settore è in forte espansione, una recente [market research by Brainy Insight](#) prevede che il mercato globale del turismo culinario crescerà di quasi il 19% da qui al 2033. Il viaggio e l'esperienza culinaria si completano a vicenda, offrendo ai viaggiatori una finestra sulla diversità delle culture di tutto il mondo, favorendo al tempo stesso i legami interculturali. Per preservare questa diversità, l'UE ha introdotto certificazioni come la Denominazione di Origine Protetta e l'Indicazione Geografica Protetta, che rendono più facile per i consumatori identificare l'origine dei prodotti che mangiano. L'UE ha lanciato la campagna "[EuroFoodArt](#)" per promuovere queste due etichette nel periodo 2021-2023.



CAPITOLO 6

La gastronomia come attrazione turistica

Analysis of tourist motivation linked to gastronomy

Da febbraio ad aprile 2016, la World Food Travel Association (WFTA) ha condotto un sondaggio su 2.527 viaggiatori di piacere che vivono in dieci paesi diversi per acquisire una migliore comprensione del settore alimentare e delle bevande. La WFTA definisce i turisti culinari come turisti che hanno partecipato a esperienze enogastronomiche uniche e memorabili durante un recente viaggio e per i quali queste attività rappresentano una motivazione primaria nella scelta di una destinazione. In questo studio, le attività culinarie che più probabilmente motivavano un viaggio erano la degustazione di prodotti locali, la visita di un ristorante famoso, la partecipazione a un festival culinario, della birra o del vino o una visita guidata. Cresce la cultura del turismo enogastronomico. Tra tutti gli intervistati (tutti i turisti), il 59% afferma che cibo e bevande sono più importanti quando si viaggia rispetto a cinque anni fa.

Attività culinarie:

| | | | |
|------------------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Memorable experience in restaurant | Famous restaurant or bar | Food truck – Street food | Gastronomic restaurant |
| Cooking lessons | Culinary tour | Culinary festival | Wine routes or vineyard |
| Farm or orchard | Farm market | Microbrewery or beer circuit | Distillery or drinks circuit |

(World Food Travel Association, 2016)

Il profilo dei viaggiatori attratti dalle esperienze culinarie generalmente non si differenzia da quello delle altre tipologie di turisti. È quasi simile in termini di età e sesso, anche se la maggioranza appartiene alla fascia di età 30–60 anni. Tuttavia, possono essere classificati in tre gruppi distinti in base al loro interesse e alle aspettative nei confronti dell'esperienza: il volontario, l'opportunisto e l'accidentale. I volontari sono la maggior parte dei turisti culinari. Il loro obiettivo principale è esplorare la cucina locale e saperne di più. Pertanto scelgono le loro attività tenendo presente questo. Generalmente, provenienti da un contesto socio-economico elevato, uniscono la passione per la cultura culinaria al desiderio di viaggiare, che li porta a destinare al cibo una quota significativa del loro budget, fino al 50%. Gli opportunisti, invece, approfittano del viaggio per scoprire la cucina locale, ma non è questa la motivazione principale che spinge a scegliere una destinazione. In un viaggio avventuroso, ad esempio, possono includere un'esperienza culinaria unica. Questi turisti rappresentano circa un quarto dei viaggiatori culinari. Infine, i visitatori accidentali partecipano ad attività culinarie solo perché accessibili o facenti parte dell'offerta iniziale.



CAPITOLO 6

La gastronomia come attrazione turistica

Impatto della gastronomia sul turismo locale

Il turista culinario ha molte aspettative, ma tutte puntano sull'autenticità del luogo, della sua cultura e della sua storia, attraverso i pasti che consumano durante il soggiorno, e i prodotti che acquistano e consumano al ritorno, prolungando così il ricordo della loro vacanza. Hall (2006) sottolinea che i turisti culinari contribuiscono a modo loro alla diversificazione e al mantenimento di una diversità di varietà locali di frutta e verdura, e persino alla reintroduzione di vecchie varietà che sono state abbandonate dalla produzione di massa a favore di esemplari a resa più elevata. Per i turisti culinari non ha senso andare in vacanza con lo stesso cibo che mangiano ogni giorno a casa. I ristoratori locali hanno un ruolo importante da svolgere qui, poiché possono essere i primi a contribuire a far incontrare questi cibi e prodotti locali con i turisti culinari. In un senso più generale, il turismo culinario è molto importante per le zone rurali in quanto può essere un modo per diversificare le attività e le risorse economiche. Inoltre, il turismo enogastronomico contribuisce anche a rafforzare il senso di appartenenza ad una regione e a promuovere l'identità e la cultura locale (Hall, 2006). La valorizzazione dei prodotti alimentari locali sta quindi diventando un elemento essenziale per la salvaguardia di un territorio, grazie all'utilizzo di etichette e denominazioni di origine controllata o protetta. Poiché questi prodotti diventano simboli della loro regione, svolgono un ruolo cruciale nel preservare la diversità delle culture regionali a lungo termine. Hall usa il termine Slow Tourism per descrivere questa forma di turismo, che è in linea con i principi del movimento Slow Food.

L'integrazione della gastronomia locale nell'offerta turistica diversifica la gamma di esperienze a disposizione dei turisti e migliora l'attrattiva complessiva della destinazione aumentandone la competitività. Inoltre, valorizzando e valorizzando la gastronomia locale, il turismo preserva il patrimonio culturale e preserva le tradizioni alimentari locali.



foto credit: Pexels



CAPITOLO 6

Iniziative dell'UE/UNESCO e ONU

Roadmap globale per la riduzione degli sprechi alimentari nel settore del turismo

Un quadro coerente per gli stakeholder del turismo per abbracciare la gestione sostenibile del cibo in modo che non diventi mai un rifiuto "L'azione contro lo spreco alimentare deve essere una priorità assoluta per il settore del turismo. La Roadmap fornisce il quadro entro il quale le organizzazioni turistiche possono svolgere la propria parte apportando benefici alle proprie attività, agli ospiti, all'ambiente e al settore nel suo complesso". (Zurab Pololikashvili, segretario generale dell'UNWTO). L'obiettivo della Global Roadmap for Food Waste Reduction in the Tourism Sector è quello di accelerare l'adozione delle strategie di riduzione degli sprechi alimentari da parte delle parti interessate del turismo. La Roadmap mira a sensibilizzare gli stakeholder del turismo sulle opportunità derivanti da una gestione più sostenibile e circolare del cibo, con particolare attenzione alla riduzione degli sprechi alimentari come strategia economicamente vantaggiosa e responsabile dal punto di vista ambientale.

12.3: "Entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro capite a livello di vendita al dettaglio e di consumo e ridurre le perdite alimentari lungo le catene di produzione e di approvvigionamento, comprese le perdite post-raccolto".

La tabella di marcia illustra come il settore del turismo può contribuire al raggiungimento dell'obiettivo 12.3 degli Sustainable Development Goals (SDGs), che mira a dimezzare lo spreco alimentare a livello globale entro il 2030. Fornisce un quadro d'azione per accelerare la riduzione dello spreco alimentare nel turismo, condividendo approfondimenti pratici e orientamenti per il settore.

Nel complesso, la Roadmap mira a guidare il settore del turismo affinché dia un contributo verso un sistema alimentare globale più sostenibile e rigenerativo, riflettendo il ruolo del settore nella catena del valore alimentare e il suo potenziale di modellare i modelli di produzione e consumo. La tabella di marcia propone un quadro coerente per le parti interessate del turismo per ridurre gli sprechi alimentari basato sulla prevenzione, redistribuzione e diversione (circolazione).

Radicata sui principi della gerarchia dello spreco alimentare, la tabella di marcia definisce un quadro d'azione con la prevenzione dello spreco alimentare come strategia principale per evitare in primo luogo la generazione di eccedenze e rifiuti alimentari. In un secondo caso, le eccedenze alimentari devono essere ridistribuite per nutrire le persone, seguite dall'alimentazione animale o dal riutilizzo nella lavorazione dei biomateriali. In terzo luogo, laddove non sia più possibile prevenire lo spreco alimentare, esso dovrebbe essere deviato dalle discariche o scaricato in mare applicando processi circolari e a valore aggiunto, come il riciclaggio (ovvero compostaggio, digestione anaerobica e spargimento sul terreno) o il recupero energetico; in modo da evitare lo smaltimento (vale a dire in discarica, incenerimento - senza recupero di energia -, fognature o scarico in mare, o rifiuti).

Le imprese turistiche sono coinvolte in varie fasi della gestione alimentare: approvvigionamento; gestione del magazzino, preparazione e presentazione dei menù; consumi da parte degli ospiti; e la gestione dei rifiuti, poiché lo spreco alimentare si verifica in ciascuna fase e costituisce quindi una questione trasversale. Pertanto, affrontando lo spreco alimentare, è possibile innescare cambiamenti in tutte le fasi, portando a una gestione più sostenibile del cibo.



CAPITOLO 6

Iniziative dell'UE/UNESCO e ONU

#TravelTomorrow, Tourism & Gastronomy

La gastronomia è molto più del semplice cibo. Riflette la cultura, il patrimonio, le tradizioni e il senso di comunità di diversi popoli. È un modo per promuovere la comprensione tra culture diverse e per avvicinare persone e tradizioni. Anche il turismo gastronomico sta emergendo come un importante protettore del patrimonio culturale e il settore contribuisce a creare opportunità, compresi posti di lavoro, in particolare nelle destinazioni rurali.

Nell'ambito della campagna UNWTO #TravelTomorrow, chef di tutto il mondo ci mostrano come preparare piatti locali a casa. Siamo inoltre orgogliosi che gli ambasciatori dell'UNWTO per il turismo gastronomico abbiano aderito a questa iniziativa. Inoltre, il Segretario generale dell'UNWTO ha condiviso un piatto tipico della sua nativa Georgia.

Tutti questi sono piatti da gustare mentre pianifichiamo il nostro prossimo viaggio e ci prepariamo a viaggiare di nuovo una volta che sarà sicuro farlo[1].



<https://www.breakingtravelnews.com/images/sized/images/uploads/logos/TravelTomorrow - UNWTO-700x350.jpg>



CAPITOLO 6

Iniziative dell'UE/UNESCO e ONU

CODICE INTERNAZIONALE PER LA TUTELA DEI TURISTI

Adottato dalla Resolution A/RES/732(XXIV) of the General Assembly of UNWTO nella sua ventiquattresima sessione In quanto strumento di soft law di natura non giuridicamente vincolante, l'ICPT non crea obblighi per gli Stati né impone loro oneri aggiuntivi. Al contrario, intende sostenere gli sforzi compiuti dagli Stati membri per ripristinare la fiducia dei turisti e assisterli nell'accelerare la ripresa del turismo fornendo indicazioni ai governi sulle politiche, legislazioni e pratiche normative proposte a livello nazionale.



Fonte: UNWTO



CAPITOLO 6

Esempi pratici

- Diversi esempi di esperienze e imprese di turismo culinario e di prossimità presentati in questo canale Youtube: <http://www.youtube.com/@CulinaryandProximityTour-ku5vt>
- Iniziativa “Capitale spagnola della gastronomia”: si tratta di un concorso lanciato nel 2012 dalla FEPET (Federazione spagnola dei giornalisti del turismo). Si tratta di un evento unico che si distingue per la sua continuità per 365 giorni e che rappresenta una promozione speciale per i ristoranti della città. Le città che hanno detenuto il titolo sono Logroño/La Rioja (2012), Burgos (2013), Vitoria-Gasteiz (2014), Cáceres (2015), Toledo (2016), Huelva (2017), León (2018), Almería 2019, Murcia (2020/2021), Sanlúcar de Barrameda (2022) e Cuenca (2023). Nel 2024 toccherà alla città di Oviedo.
- Buone pratiche sul turismo culinario: [Food Tourism Fundamentals: Seven Global Best Practices to Celebrate & Develop Your Destination's Cuisine | Miles Partnership](#)
- Itinerario del turismo gastronomico francese: [Parcours](#) (valleedelagastronomie.com).
- Itinerario del turismo culinario spagnolo in Andalusia: [Gastronomic Routes – Official Andalusia tourism website](#) (andalucia.org).
- Suggerimenti per un itinerario gastronomico europeo in treno: [Ultimate Foodie Itinerary](#) (interrail.eu).
- La regione europea della gastronomia è un'iniziativa europea volta a valorizzare la ricchezza regionale e il patrimonio culinario in Europa: [EUROPEAN REGIONS OF GASTRONOMY](#) (europeanregionofgastronomy.org).

CAPITOLO 6

Bibliografia

- Several european INTERREG projects related to culinary tourism:
- Project [EUREGA](#), the project objective was to have food, food habits and gastronomy included and recognised in EU, regional and nation strategies and policies.
- Project [Culinary Trail](#), the project aims to improve connectivity and collaboration among tourist destinations, services, products, and stakeholders, promote short value chains, and advertise quality products from the Danube region.
- Project [BASCIL](#). The project BASCIL helps local food producers in rural areas diversify their business into sustainable culinary tourism services, and thus reach new customers.
- UN Tourism dashboard including trackers to follow tourism trends: [The UN Tourism Data Dashboard | Tourism Data \(unwto.org\)](#)
- Csergo, J. (2016, 12 décembre). *Tourisme et gastronomie. Quelques réflexions sur les conditions d'émergence d'un phénomène culturel.* <https://journals.openedition.org/teoros/2916>
- De Saint Sauveur, C. (2020, 22 avril). *Gastronomie : 1802, l'année où la cuisine acquit ses lettres de noblesse.* <https://www.leparisien.fr/societe/gastronomie-1802-l-annee-ou-la-cuisine-acquit-ses-lettres-de-noblesse-27-01-2019-7997901.php>
- Tsvetkov, T. (2023, 24 novembre). *Tourisme Culinaire en Europe : Opportunités et Perspectives.* <https://pro.regiondo.com/fr/blog/tourisme-culinaire-en-europe-opportunités-et-perspectives/>
- HALL M.-C. (2006), "Culinary tourism and regional development: from slow food to slow tourism ?", *Tourism Review International*, 9(4), 303-305.
- Culinary Tourism Market Size, Share, Analysis 2033 | The Brainy Insights. (s. d.). <https://www.thebrainyinsights.com/report/culinary-tourism-market-14100#summary>.

