CHAPITRE SIX

Gastronomie et tourisme

CHAPITRE 6

Objectifs

- Comprendre le lien entre la gastronomie locale et le tourisme.
- Analyser l'impact de la gastronomie sur le choix des destinations touristiques.
- Expliquer l'importance de préserver et de valoriser la gastronomie traditionnelle dans le développement du tourisme.

Exigences

- Connaître les éléments de base sur la gastronomie en Europe

Contenu

Gastronomie et tourisme

Introduction à la gastronomie et au tourisme	95
La gastronomie comme attraction touristique	97
Initiatives de l'UE / de l'UNESCO et de l'ONU	99
Exemples pratiques	102
Bibliographie	103

Co-funded by the European Union

Financé par l'Union européenne. Les opinions et points de vue exprimés sont toutefois ceux des auteurs uniquement et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenus responsables.

CHAPITRE 6

Introduction à la gastronomie et au tourisme

La synergie entre tourisme et gastronomie est un axe essentiel du développement de l'économie touristique depuis le début du XXe siècle, comme le souligne notamment le Rapport mondial sur le tourisme alimentaire (OMT, 2012). La gastronomie, bien que définie de manière variable, est essentielle à la promotion des destinations touristiques et à la conception de produits touristiques spécialisés. Manger et boire ne sont pas seulement des besoins naturels, mais sont intimement liés à la vie sociale et à l'environnement. Le tourisme culinaire favorise l'interaction entre les touristes et les communautés locales, créant des opportunités d'échanges culturels et de développement économique. Il diversifie l'éventail des expériences proposées aux touristes, renforçant l'attrait général et la compétitivité des destinations. En valorisant la gastronomie locale, il contribue à préserver le patrimoine culturel et les traditions culinaires locales. Dans ce document, nous explorerons le lien particulier entre gastronomie et tourisme, de l'histoire aux besoins spécifiques des clients.

Histoire des relations entre gastronomie et tourisme

La synergie entre tourisme et gastronomie a été identifiée comme une orientation clé pour le développement de l'économie touristique depuis le début du XXe siècle. Ce partenariat s'est renforcé au fil du temps, notamment à la fin du XXe siècle, avec la mise en œuvre de stratégies spécifiques, comme en témoigne le Rapport mondial sur le tourisme alimentaire (OMT, 2012). La gastronomie, bien que sa définition soit encore largement sujette à débat, est devenue un élément central des politiques de promotion des destinations touristiques, parfois même comme argument principal ou pilier fondamental dans la conception de produits touristiques spécialisés. Nous savons que manger et boire ne sont pas seulement des besoins naturels qui produisent des formes de base de comportements culturels et appétitifs. Il existe également des besoins liés à la vie sociale et à l'environnement.
Dès l'époque des routes commerciales médiévales, comme la route de la soie, les voyageurs échangeaient des produits alimentaires et des recettes, contribuant ainsi à la diffusion des traditions culinaires à travers l'Europe. Dans les premiers guides de voyage, conçus pour identifier les itinéraires de voyage, des informations étaient déjà données sur la production alimentaire locale et sur les endroits où s'arrêter pour manger et dormir depuis le Moyen Âge (Csergo, 2016). S'en est suivi le développement des arts culinaires dans les cours royales d'Europe, où les chefs rivalisaient pour créer des plats plus sophistiqués. En France, Grimod de la Reynière (1758-1837) a écrit l'Almanach des gourmands, sans doute le premier guide gastronomique de l'histoire.

Au fil du temps, chaque région d'Europe a développé ses propres spécialités culinaires, souvent basées sur des produits disponibles localement, contribuant à façonner l'identité culinaire de chaque région et attirant les voyageurs curieux de découvrir de nouvelles saveurs.
Au XIXe siècle, le souci de bien manger et de bien boire en voyage a permis aux voyageurs les plus éclairés de faire de la gastronomie une motivation pour entreprendre un voyage, même si elle n'apparaît jamais comme la motivation principale (Csergo, 2011). Cela a néanmoins alimenté le tourisme avec l'amélioration des infrastructures de transport, notamment le développement du chemin de fer, qui a permis aux voyageurs fortunés de parcourir plus facilement l'Europe et de découvrir différentes cuisines régionales. Au XXe siècle, les gouvernements et les organismes touristiques ont reconnu la gastronomie comme une attraction touristique majeure. Des festivals gastronomiques, des itinéraires culinaires et des guides de restaurants ont été créés pour promouvoir les destinations en mettant en valeur leur patrimoine gastronomique.

CHAPITRE 6

Introduction à la gastronomie et au tourisme

Voyages et expériences culinaires

Voyage et expérience culinaire sont étroitement liés, constituant un aspect essentiel de l'attrait touristique mondial. Paul Bocuse, célèbre chef français, disait « La cuisine est le reflet de la culture d'un pays ». Et bien c'est vrai. La découverte culturelle est au cœur de cette relation, la nourriture étant l'expression vivante de l'identité d'une région ou d'un pays. La gastronomie européenne est riche et variée, avec des plats allant du plus simple au plus élaboré, du plus rustique au plus raffiné, du plus léger au plus copieux. Chaque pays possède ses propres spécialités, souvent fruit d'un héritage ancestral, d'une influence régionale ou d'une adaptation aux produits locaux. Parmi les cuisines européennes, on peut citer la cuisine française, caractérisée par sa créativité, sa finesse et sa diversité ; la cuisine italienne, gourmande et méditerranéenne ; la cuisine espagnole, reconnaissable à son goût pour les tapas, les paellas et les tortillas ; la cuisine grecque, qui se distingue par son utilisation de l'huile d'olive, du fromage et des légumes ; la cuisine bulgare, avec ses soupes froides et ses salades ; et la cuisine portugaise, aux saveurs ensoleillées influencées par l'océan Atlantique.

Les voyageurs aspirent à l'authenticité et à l'immersion, préférant souvent délaisser les restaurants standardisés pour savourer une cuisine locale authentique, reflet fidèle des traditions et du mode de vie des populations locales. Cette aventure culinaire nourrit le sens de l'aventure et de la découverte, offrant aux voyageurs la possibilité de goûter de nouvelles saveurs et de créer des souvenirs durables. De plus, le partage des repas est une formidable occasion de socialisation et d'échanges culturels, favorisant les rencontres entre voyageurs et populations locales. Le tourisme culinaire favorise les interactions entre touristes et communautés locales, créant des opportunités d'échanges culturels et de développement économique. Enfin, la gastronomie a une influence significative sur le choix de la destination, les voyageurs étant attirés par des destinations réputées pour leur cuisine de qualité et leurs expériences culinaires uniques. Le secteur est en plein essor, une récente étude de marché réalisée par Brainy Insight prédit que le marché mondial du tourisme culinaire va croître de près de 19 % d'ici 2033. Le voyage et l'expérience culinaire se complètent, offrant aux voyageurs une fenêtre sur la diversité des cultures du monde entier, tout en favorisant les liens interculturels. Pour préserver cette diversité, l'UE a mis en place des certifications telles que l'Appellation d'Origine Protégée et l'Indication Géographique Protégée, qui permettent aux consommateurs d'identifier plus facilement l'origine des produits qu'ils consomment. L'UE a lancé la campagne « EuroFoodArt » pour promouvoir ces deux labels sur la période 2021-2023.

CHAPITRE 6

La gastronomie comme attraction touristique

Analyse de la motivation touristique liée à la gastronomie

De février à avril 2016, la World Food Travel Association (WFTA) a mené une enquête auprès de 2 527 voyageurs de loisirs vivant dans dix pays différents afin de mieux comprendre l'industrie de la restauration. La WFTA définit les touristes culinaires comme des touristes de loisirs qui ont participé à des expériences culinaires et de boissons uniques et mémorables lors d'un récent voyage, et pour qui ces activités constituent une motivation principale dans le choix d'une destination. Dans cette étude, les activités culinaires les plus susceptibles de motiver un voyage sont la dégustation de produits locaux, la visite d'un restaurant célèbre, la participation à un festival culinaire, de la bière ou du vin ou encore une visite guidée. La culture du tourisme culinaire est en pleine croissance. Parmi tous les répondants (tous les touristes de loisirs), 59 % déclarent que la nourriture et les boissons sont plus importantes en voyage qu'il y a cinq ans.

Activités culinaires :

EXPÉRIENCE MÉMORABLE DANS UN RESTAURANT	RESTAURANT OU BAR CÉLÈBRE	CAMION DE NOURRITURE - NOURRITURE DE RUE	RESTAURANT GASTRONOMIQUE
COURS DE CUISINE	VISITE CULINAIRE	FESTIVAL CULINAIRE	ROUTES DES VINS OU VIGNOBLES
FERME OU VERGER	MARCHÉ À LA FERME	BRASSERIE OU CIRCUIT DE LA BIÈRE	DISTILLERIE OU CIRCUIT DES BOISSONS

(World Food Travel Association, 2016)

Le profil des voyageurs attirés par les expériences culinaires ne diffère généralement pas de celui des autres types de touristes. Il est quasiment similaire en termes d'âge et de sexe, même si la majorité se situe dans la tranche d'âge 30-60 ans. On peut cependant les classer en trois groupes distincts selon leur intérêt et leurs attentes par rapport à l'expérience : les volontaires, les opportunistes et les accidentels. Les volontaires sont la plupart des touristes culinaires. Leur objectif principal est de découvrir la cuisine locale et d'en apprendre davantage sur elle. Ils choisissent donc leurs activités dans cet esprit. Généralement issus d'un milieu socio-économique élevé, ils combinent leur passion pour la culture culinaire avec leur envie de voyager, ce qui les conduit à consacrer une part importante de leur budget à l'alimentation, jusqu'à 50 %. Les opportunistes, eux, profitent de leur voyage pour découvrir la cuisine locale, mais ce n'est pas leur motivation principale pour choisir une destination. Lors d'un voyage d'aventure, par exemple, ils peuvent inclure une expérience culinaire unique. Ces touristes représentent environ un quart des voyageurs culinaires. Enfin, les visiteurs accidentels ne participent à des activités culinaires que parce qu'elles sont accessibles ou font partie de l'offre initiale.

CHAPITRE 6

La gastronomie comme attraction touristique

Impact de la gastronomie sur le tourisme local

Les attentes des touristes culinaires sont multiples, mais elles privilégient toutes l'authenticité du lieu, sa culture et son histoire, à travers les repas qu'ils prennent tout au long de leur séjour, et les produits qu'ils achètent et consomment à leur retour, prolongeant ainsi le souvenir de leurs vacances. Hall (2006) souligne que les touristes culinaires contribuent à leur manière à la diversification et au maintien d'une diversité de variétés locales de fruits et légumes, voire à la réintroduction de variétés anciennes abandonnées par la production de masse au profit de spécimens plus productifs. Pour les touristes culinaires, il n'y a aucun intérêt à partir en vacances avec la même nourriture que celle qu'ils mangent tous les jours à la maison. Les restaurateurs locaux ont ici un rôle important à jouer, car ils peuvent être les premiers à contribuer à rapprocher ces aliments et produits locaux des touristes culinaires. De manière plus générale, le tourisme culinaire est très important pour les zones rurales car il peut être un moyen de diversifier les activités et les ressources économiques. De plus, le tourisme culinaire permet également de renforcer le sentiment d'appartenance à une région et de promouvoir l'identité et la culture locales (Hall, 2006). La valorisation des produits alimentaires locaux devient ainsi un élément essentiel de la préservation d'un territoire, grâce à l'utilisation de labels et d'appellations d'origine contrôlées ou protégées. En devenant des symboles de leur territoire, ces produits jouent un rôle crucial dans le maintien à long terme de la diversité des cultures régionales. Hall utilise le terme Slow Tourism pour décrire cette forme de tourisme, qui s'inscrit dans la continuité des principes du mouvement Slow Food.
L'intégration de la gastronomie locale dans l'offre touristique diversifie l'éventail des expériences proposées aux touristes et renforce l'attrait général de la destination, augmentant ainsi sa compétitivité. De plus, en mettant en valeur la gastronomie locale, le tourisme préserve le patrimoine culturel et préserve les traditions culinaires locales.

crédit photo : Pexels

CHAPITRE 6

Initiatives de l'UE / de l'UNESCO et de l'ONU

Feuille de route mondiale pour la réduction du gaspillage alimentaire dans le secteur du tourisme

Un cadre cohérent pour que les acteurs du tourisme adoptent une gestion durable des aliments afin qu'ils ne deviennent jamais des déchets « La lutte contre le gaspillage alimentaire doit être une priorité absolue pour le secteur du tourisme. La feuille de route fournit le cadre dans lequel les organisations touristiques peuvent jouer leur rôle tout en apportant des avantages à leurs propres activités, à leurs clients, à l'environnement et au secteur dans son ensemble. » (Zurab Pololikashvili, Secrétaire général de l'OMT).
L'objectif de la Feuille de route mondiale pour la réduction du gaspillage alimentaire dans le secteur du tourisme est d'accélérer l'adoption de stratégies de réduction du gaspillage alimentaire par les acteurs du tourisme. La Feuille de route vise à sensibiliser les acteurs du tourisme aux opportunités découlant d'une gestion plus durable et circulaire des aliments, en mettant l'accent sur la réduction du gaspillage alimentaire en tant que stratégie rentable et respectueuse de l'environnement.

12.3 : « D'ici à 2030, réduire de moitié le gaspillage alimentaire mondial par habitant au niveau du commerce de détail et de la consommation et réduire les pertes alimentaires tout au long des chaînes de production et d'approvisionnement, y compris les pertes après récolte ».

La feuille de route définit la manière dont le secteur du tourisme peut contribuer à la réalisation de la cible 12.3 des Objectifs de développement durable (ODD), qui vise à réduire de moitié le gaspillage alimentaire dans le monde d'ici 2030. Elle fournit un cadre d'action pour accélérer la réduction du gaspillage alimentaire dans le tourisme, en partageant des informations pratiques et des conseils pour le secteur.

Dans l'ensemble, la feuille de route vise à guider le secteur du tourisme pour qu'il contribue à un système alimentaire mondial plus durable et régénérateur, en reflétant le rôle du secteur dans la chaîne de valeur alimentaire et son potentiel à façonner les modes de production et de consommation. La feuille de route propose un cadre cohérent pour les acteurs du tourisme afin de réduire le gaspillage alimentaire en s'appuyant sur la prévention, la redistribution et le détournement (circulation).

Fondée sur les principes de la hiérarchie des déchets alimentaires, la feuille de route définit un cadre d'action dont la prévention du gaspillage alimentaire est la principale stratégie pour éviter la production de surplus et de déchets alimentaires. Dans un deuxième temps, les surplus alimentaires doivent être redistribués pour nourrir les populations, puis pour nourrir les animaux ou réutilisés dans le traitement des biomatériaux. Troisièmement, lorsque le gaspillage alimentaire ne peut plus être évité, il convient de le détourner des décharges ou du rejet en mer en appliquant des processus circulaires et à valeur ajoutée, tels que le recyclage (c'est-à-dire le compostage, la digestion anaérobie et l'épandage) ou la valorisation énergétique ; afin d'éviter l'élimination (c'est-à-dire la mise en décharge, l'incinération - sans valorisation énergétique -, l'égout ou le rejet en mer, ou les déchets).

Les entreprises touristiques interviennent à différentes étapes de la gestion des aliments : approvisionnement, gestion des stocks, préparation et présentation des menus, consommation par les clients et gestion des déchets. Le gaspillage alimentaire intervient à chacune de ces étapes et constitue donc un problème transversal. Par conséquent, en s'attaquant au gaspillage alimentaire, des changements peuvent être déclenchés à toutes les étapes, conduisant à une gestion plus durable des aliments.

CHAPITRE 6

Initiatives de l'UE / de l'UNESCO et de l'ONU

#TravelTomorrow, Tourisme & Gastronomie

La gastronomie ne se résume pas à la nourriture. Elle reflète la culture, le patrimoine, les traditions et le sens de la communauté de différents peuples. C'est un moyen de promouvoir la compréhension entre différentes cultures et de rapprocher les peuples et les traditions. Le tourisme gastronomique apparaît également comme un important protecteur du patrimoine culturel et le secteur contribue à créer des opportunités, notamment des emplois, notamment dans les destinations rurales.

Dans le cadre de la campagne #TravelTomorrow de l'OMT, des chefs du monde entier nous montrent comment préparer des plats locaux à la maison. Nous sommes également fiers que les ambassadeurs de l'OMT pour le tourisme gastronomique se soient joints à cette initiative. Le Secrétaire général de l'OMT a également partagé un plat typique de sa Géorgie natale.
Tous ces plats sont à déguster lors de la planification de notre prochain voyage et de nos préparatifs pour voyager à nouveau dès que nous pourrons le faire en toute sécurité[1].

https://www.breakingtravelnews.com/images/sized/images/uploads/logos/TravelTomorrow_-_UNWTO-700x350.jpg

CHAPITRE 6

Initiatives de l'UE / de l'UNESCO et de l'ONU

CODE INTERNATIONAL POUR LA PROTECTION DES TOURISTES

Adopté par la résolution A/RES/732(XXIV) de l'Assemblée générale de l'OMT à sa vingt-quatrième session En tant qu'instrument juridique non contraignant, le CIPT ne crée pas d'obligations pour les États ni ne leur impose de charges supplémentaires. Au contraire, il vise à soutenir les efforts déployés par les États membres pour rétablir la confiance des touristes et les aider à accélérer la reprise du tourisme en fournissant des orientations aux gouvernements quant aux politiques, à la législation et aux pratiques réglementaires proposées au niveau national.

Source : OMT

CHAPITRE 6

Exemples pratiques

- Plusieurs exemples d'expériences et d'entreprises de tourisme culinaire et de proximité présentés sur cette chaîne Youtube : http://www.youtube.com/@CulinaryandProximityTour-ku5vt

- Initiative « Capitale espagnole de la gastronomie » : il s'agit d'un concours lancé en 2012 par la FEPET (Fédération espagnole des journalistes du tourisme). Il s'agit d'un événement unique qui se distingue par sa continuité pendant 365 jours et qui représente une promotion spéciale pour les restaurants de la ville. Les villes qui ont remporté le titre sont Logroño/La Rioja (2012), Burgos (2013), Vitoria-Gasteiz (2014), Cáceres (2015), Tolède (2016), Huelva (2017), León (2018), Almería 2019, Murcie (2020/2021), Sanlúcar de Barrameda (2022) et Cuenca (2023). En 2024, ce sera la ville d'Oviedo.

- Bonnes pratiques en matière de tourisme culinaire : Les fondamentaux du tourisme gastronomique : sept bonnes pratiques mondiales pour célébrer et développer la cuisine de votre destination | Partenariat Miles

- Itinéraire touristique culinaire français : Parcours (valleedelagastronomie.com)

- Itinéraire touristique gastronomique espagnol en Andalousie : Routes gastronomiques - Site officiel du tourisme d'Andalousie (andalucia.org)

- Conseils pour un itinéraire gastronomique européen en train : Ultimate Foodie Itinerary (interrail.eu)

- La région européenne de la gastronomie est une initiative européenne visant à mettre en lumière la richesse régionale et le patrimoine culinaire en Europe : RÉGIONS EUROPÉENNES DE LA GASTRONOMIE (europeanregionofgastronomy.org)

CHAPITRE 6

Bibliographie

- Plusieurs projets européens INTERREG liés au tourisme culinaire :
- Projet EUREGA, l'objectif du projet était d'inclure et de reconnaître l'alimentation, les habitudes alimentaires et la gastronomie dans les stratégies et politiques de l'UE, régionales et nationales.
- Projet Culinary Trail, le projet vise à améliorer la connectivité et la collaboration entre les destinations touristiques, les services, les produits et les parties prenantes, à promouvoir les chaînes de valeur courtes et à promouvoir les produits de qualité de la région du Danube.
- Projet BASCIL, Le projet BASCIL aide les producteurs alimentaires locaux des zones rurales à diversifier leurs activités dans des services de tourisme culinaire durables, et ainsi atteindre de nouveaux clients.
- Tableau de bord des Nations Unies sur le tourisme, avec outils de suivi des tendances du tourisme : Le tableau de bord des Nations Unies sur les données du tourisme | Données sur le tourisme (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. leparisien.fr. 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. Regiondo. https://pro.regiondo.com/fr/blog/tourisme-culinaire-en-europe-opportunites-et-perspectives/*
- *HALL M.-C. (2006), « Tourisme culinaire et développement régional : du slow food au slow tourisme ? », Tourism Review International, 9(4), 303-305.*
- *Taille du marché du tourisme culinaire, part, analyse 2033 | The Brainy Insights. (s. d.). https://www.thebrainyinsights.com/report/culinary-tourism-market-14100#summary.*