Résumé de la MÉTHODOLOGIE et du PROGRAMME

Co-funded by the European Union

Numéro de projet 2022-1-FR01-KA220-VET-000086243

Méthodologie

La gastronomie traditionnelle a été reconnue par l'UNESCO comme faisant partie du « patrimoine vivant », c'est-à-dire du patrimoine culturel immatériel.

Par ailleurs, le Parlement européen promeut la gastronomie européenne par le biais de l'éducation, en appelant les États membres à inclure, dès la petite enfance et dans l'enseignement scolaire, l'étude et l'expérience sensorielle de l'alimentation, de la santé nutritionnelle et des habitudes alimentaires. Cela inclut les dimensions historiques, géographiques, culturelles et expérientielles, afin d'améliorer la santé et le bien-être de la population, la qualité de l'alimentation et le respect de l'environnement.

Dans ce contexte, il convient de souligner que le tourisme gastronomique est l'une des principales tendances du secteur touristique et constitue un moyen de contribuer au développement durable local. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) définit le tourisme gastronomique comme « un type d'activité touristique caractérisé par l'expérience du visiteur liée à la nourriture et aux produits, ainsi qu'aux activités connexes pendant son voyage. Outre des expériences culinaires authentiques, traditionnelles et/ou innovantes, le tourisme gastronomique peut également inclure d'autres activités connexes, telles que la visite de producteurs locaux, la participation à des festivals gastronomiques et à des cours de cuisine » (Organisation mondiale du tourisme, 2019).

Les principaux groupes cibles de ce projet sont :
petits producteurs familiaux d'aliments et de boissons locaux, afin d'améliorer leurs produits et de développer des offres de produits dans le domaine du tourisme gastronomique ;
les prestataires de services touristiques qui peuvent diversifier et améliorer leur offre grâce au tourisme gastronomique et à la narration des produits et de leurs contextes culturels ;
entrepreneurs agricoles nouveaux entrants ou actifs depuis moins de 3 ans, qui cherchent à consolider le développement de leur entreprise par des stratégies commerciales innovantes ;
les artisans du secteur agroalimentaire qui cherchent à consolider leur approvisionnement local en amont et leurs débouchés en aval ;
nouveaux entrepreneurs actifs dans le secteur du tourisme rural, qui cherchent à s'intégrer dans des pôles de compétences locaux ;
entrepreneurs et travailleurs du secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des produits régionaux qui peuvent valoriser leur activité et lui apporter de la valeur ajoutée ;
les jeunes qui souhaitent améliorer leurs qualifications et s'intégrer sur le marché du travail.

- Afin de comprendre les besoins des bénéficiaires, un questionnaire en ligne a été administré via la plateforme Google Forms et 109 réponses ont été recueillies. Les questions portaient sur :
- préférences dans le processus d'enseignement/apprentissage : par exemple, quels sujets liés à la gastronomie et au tourisme intéressaient le plus les destinataires, ce qu'ils attendaient d'un formateur dans le processus d'apprentissage en ligne ou quelle était la forme d'évaluation préférée ;
- la plateforme d'apprentissage en ligne : par exemple, on leur a demandé quelle était l'importance de la navigation ou du design de la plateforme, mais aussi de la disponibilité à participer en termes d'heures par semaine.

L'analyse des réponses a révélé plusieurs informations clés qui ont été utilisées pour concevoir la structure et le contenu du programme de formation.

Les participants ont notamment exprimé leur intérêt pour les sujets et formats suivants :

Concernant les préférences en matière d'enseignement et d'apprentissage, les thématiques les plus attrayantes liées à la gastronomie et au tourisme identifiées par les participants étaient :

- le tourisme gastronomique comme opportunité d'affaires ;
- le marketing dans le tourisme gastronomique ;
- l'association mets et vins locaux ;
- l'utilisation des TIC et du marketing numérique dans le secteur touristique ;
- les techniques de communication et de coopération.

Parmi les autres sujets suggérés figuraient la promotion via les médias sociaux, les techniques de cuisine traditionnelle, la narration locale ainsi que la création de réseaux et de forfaits touristiques efficaces.
La méthode d'évaluation privilégiée était un test en ligne à réaliser à domicile ou sur le lieu de travail, sans supervision.

Concernant la plateforme d'apprentissage en ligne, les fonctionnalités les plus importantes soulignées par les répondants étaient :

- la convivialité et la facilité d'utilisation ;
- la possibilité de créer des liens entre pairs et avec d'autres organismes de formation ou de gestion du tourisme et de la gastronomie ;
- la présence d'un référentiel de bonnes pratiques.

Les participants ont également exprimé une forte préférence pour un accès gratuit à tous les modules pendant toute la durée du programme, accompagné de tests ou d'exercices à la fin de chaque module.
En termes de disponibilité, la majorité des répondants ont indiqué qu'ils pouvaient consacrer environ cinq heures par semaine à la formation, avec une préférence pour des cours en ligne courts et à rythme libre, d'une durée de 30 minutes à 1 heure.
Ce retour d'expérience a été essentiel pour adapter le programme de formation et la plateforme numérique aux besoins réels des utilisateurs cibles.

Les répondants ont également été invités à identifier les difficultés rencontrées dans leur entreprise, et beaucoup ont signalé des problèmes liés à l'accès au financement, aux aspects administratifs, à la bureaucratie, à la coopération et au réseautage.

Par ailleurs, lorsqu'on leur a demandé s'ils avaient besoin de formation, la majorité a répondu positivement, en mentionnant notamment les domaines du marketing, de la promotion des produits, de la numérisation et de la finance. Certains ont également évoqué des difficultés liées à la modernisation de la gastronomie et aux techniques agricoles modernes.

Sur la base de ces résultats, un cours en ligne semi-autonome d'une durée de 80 heures, équivalent au niveau 3 du CEC ou supérieur, a été conçu.

L'évaluation prendra la forme d'un test en ligne à effectuer à domicile ou sur le lieu de travail, sans supervision. L'obtention d'un minimum de 80 % de bonnes réponses au test final permettra de délivrer un certificat correspondant au niveau CEC 3.

Chaque thème du programme est développé selon la structure suivante :

- Témoignage d'un producteur ou d'un prestataire touristique,
- Contenu théorique,
- Exemples de bonnes pratiques,
- Activités,
- Ressources complémentaires pour approfondir le sujet,
- Quiz de vérification des acquis.

Le programme final, comprenant les objectifs et les résultats d'apprentissage, est présenté dans les pages suivantes.

PROGRAMME D'ÉTUDES

Modules	Objectifs de la leçon	Résultats d'apprentissage	Durée de la leçon*
Module 1 Stratégie de la ferme à la table	Amener l'apprenant à : - comprendre les principaux objectifs de la stratégie de la ferme à la table - identifier les opportunités qu'elle offre aux petits producteurs - apprendre à mettre en œuvre des pratiques de production et de commercialisation durables conformément aux principes de la politique « De la ferme à la table ».	L'apprenant : - sera conscient des questions environnementales et sociales liées à l'agriculture au niveau de l'UE et de la capacité d'intégrer des pratiques responsables - sera capable d'établir et de maintenir des relations avec d'autres producteurs locaux, des marchés, des restaurants et des organisations de soutien afin de renforcer la communauté agricole locale	8 heures
Module 2 Analyse des facteurs d'attraction touristiques mondiaux et locaux	Amener l'apprenant à - Analyser les préférences des touristes et valoriser l'authenticité	L'apprenant sera capable : - d'analyser et d'identifier les facteurs d'attraction distincts entre le tourisme mondial (international) et le tourisme local (régional ou national) - différencier les segments de marché en fonction des attentes et des préférences des publics cibles - de reconnaître les différentes motivations des touristes locaux et internationaux et d'y répondre - apprécier la reconnaissance du patrimoine mondial	8 heures
Module 3 Le tourisme gastronomique comme opportunité commerciale	Amener l'apprenant à -Identifier et développer des produits touristiques gastronomiques uniques - Intégrer la culture et le patrimoine locaux au voyage culinaire - Créer des offres de tourisme culinaire innovantes, durables et centrées sur le client	L'apprenant sera capable de : - de concevoir des offres de tourisme gastronomique qui combinent les traditions culinaires locales avec les besoins du tourisme moderne - intégrer la culture, l'histoire et les traditions culinaires locales dans l'expérience touristique pour la rendre plus authentique et attrayante - créer des expériences mémorables qui répondent aux besoins des touristes	6 heures

PROGRAMME D'ÉTUDES

Modules	Objectifs de la leçon	Résultats d'apprentissage	Durée de la leçon*
Module 4 Motivations psychologiques et innovation	Amener l'apprenant à : - analyser les motivations des touristes dans les expériences gastronomiques - appliquer des approches innovantes dans le tourisme gastronomique	L'apprenant sera capable de : - développer des stratégies pour influencer les choix des touristes - de créer des offres gastronomiques plus attrayantes et plus pertinentes	7 heures
Module 5 Marketing	Amener l'apprenant à : - comprendre les principes fondamentaux du marketing	L'apprenant sera capable de : - de développer une analyse critique et intégrée permettant d'optimiser les investissements (coûts/efforts) en marketing - d'analyser les stratégies de marketing - concevoir et mettre en œuvre des outils de marketing	9 heures
Module 6 Business pla,	Amener l'apprenant à : - comprendre les principes fondamentaux, les outils et les étapes de l'élaboration d'un business plan ou plan d'affaires	L'apprenant sera capable de : - planifier stratégiquement (fixer des objectifs clairs, concevoir une feuille de route détaillée, en tenant compte des ressources et des contraintes du marché) - d'analyser les aspects financiers - organiser et gérer des projets - s'adapter et résoudre des problèmes	10 heures
Module 7 TIC appliquées au tourisme gastronomique et au marketing numérique	Amener l'apprenant à: - utiliser une campagne de marketing numérique pour promouvoir les produits et obtenir de la visibilité	L'apprenant sera capable de : - poser les bases d'une campagne de marketing numérique - comprendre les avantages de l'utilisation des annonces Google et des annonces sur les médias sociaux	12 heures

PROGRAMME D'ÉTUDES

Modules	Objectifs de la leçon	Résultats d'apprentissage	Durée de la leçon*
Module 8 Qualité et processus d'étiquetage	Amener l'apprenant à : - se familiariser avec la diversité des chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes - comprendre la valeur durable (économique, sociale et écologique) des chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes	L'apprenant sera capable de : - d'analyser les avantages et les contraintes des différents modèles de CAAC pour les producteurs. - développer une chaîne d'approvisionnement courte adaptée à une entreprise spécifique ou à un groupe d'entreprises. - lier la CAAC au tourisme (marchés locaux, restaurants, etc...).	10 heures
Module 9 Chaîne d'approvisionnement alimentaires courte pour promouvoir l'alimentation locale	Amener l'apprenant à : - se familiariser avec la diversité des chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes - comprendre la valeur durable (économique, sociale et écologique) des chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes	L'apprenant sera capable de : - d'analyser les avantages et les contraintes des différents modèles de CAAC pour les producteurs. - développer une chaîne d'approvisionnement courte adaptée à une entreprise spécifique ou à un groupe d'entreprises. - lier la CAAC au tourisme (marchés locaux, restaurants, etc...).	8 heures
Module 10 Accueil et prestation de services aux touristes	Amener l'apprenant à : - se familiariser avec les éléments essentiels pour élever l'hospitalité dans le tourisme gastronomique	L'apprenant sera capable de : - d'identifier les capacités touristiques existantes liées à la production/au patrimoine culturel - développer des activités durables dans la ferme/l'entreprise offrant une expérience vivante - améliorer l'attitude envers les visiteurs (locaux et étrangers)	8 heures

*La durée de la leçon comprend la lecture de la leçon, les activités, le quiz et les ressources complémentaires.

Numéro de projet 2022-1-FR01-KA220-VET-000086243

Cultour Gastronomy

PETRA PATRIMONIA

VNiVERSiDAD D SALAMANCA

UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE

PAX RHODOPICA

MEDITERRANEAN CENTRE OF ENVIRONMENT

Retrouvez-en plus sur CultourGastronomy.eu ou sur nos comptes Facebook et Instagram.

Co-funded by the European Union

Financé par l'Union européenne. Les opinions exprimées n'engagent que leur auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement celles 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 tenues responsables.