



Sintesi della METODOLOGIA e del CURRICULUM



Metodologia



La gastronomia tradizionale è stata riconosciuta dall'UNESCO come parte del "patrimonio vivente", il cosiddetto patrimonio culturale immateriale.

Inoltre, il Parlamento Europeo promuove la consapevolezza della gastronomia europea attraverso l'educazione, invitando gli Stati membri a includere, nell'istruzione scolastica e sin dalla prima infanzia, lo studio e l'esperienza sensoriale del cibo, della salute nutrizionale e delle abitudini alimentari, comprese le dimensioni storiche, geografiche, culturali ed esperienziali, al fine di migliorare la salute e il benessere della popolazione, la qualità del cibo e il rispetto per l'ambiente.

In questo contesto, vale la pena ricordare che il turismo gastronomico è una delle principali tendenze nel settore turistico e rappresenta un modo per contribuire allo sviluppo sostenibile locale.

Il turismo gastronomico è definito dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) come "un tipo di attività turistica caratterizzata dall'esperienza del visitatore legata al cibo, ai prodotti e alle attività correlate durante il viaggio. Oltre a esperienze culinarie autentiche, tradizionali e/o innovative, il turismo gastronomico può includere anche altre attività connesse, come la visita a produttori locali, la partecipazione a festival gastronomici e la frequenza a corsi di cucina." (Organizzazione Mondiale del Turismo, 2019).



I principali gruppi target di questo progetto sono:

- piccoli produttori familiari di alimenti e bevande locali, al fine di migliorare i propri prodotti e sviluppare offerte nell'ambito del turismo gastronomico;
- fornitori di servizi turistici, che possono diversificare e migliorare la propria offerta attraverso il turismo gastronomico e la narrazione dei prodotti e dei loro contesti culturali;
- imprenditori agricoli neoentrati o attivi da meno di 3 anni, che cercano di consolidare lo sviluppo della propria attività attraverso strategie imprenditoriali innovative;
- artigiani del settore agroalimentare, che vogliono rafforzare la propria filiera locale a monte e i canali di distribuzione a valle;
- nuovi imprenditori attivi nel turismo rurale, che cercano di integrarsi nei cluster locali di competenze;
- imprenditori e lavoratori nei settori alberghiero, della ristorazione e del commercio di prodotti regionali, che possono valorizzare la propria attività e aumentarne il valore aggiunto;
- giovani che desiderano migliorare le proprie qualifiche e integrarsi nel mercato del lavoro.

Per comprendere i bisogni dei destinatari, è stato somministrato un questionario online tramite la piattaforma Google Forms, raccogliendo 109 risposte. Le domande riguardavano:

- le preferenze nel processo di insegnamento/apprendimento: ad esempio, quali argomenti legati alla gastronomia e al turismo risultavano più interessanti per i partecipanti, cosa si aspettavano da un formatore nel contesto dell'apprendimento online o quale fosse la forma di valutazione preferita;
- la piattaforma di apprendimento online: ad esempio, è stato chiesto quanto fossero importanti la navigazione o il design della piattaforma, ma anche la disponibilità a partecipare in termini di ore settimanali.

L'analisi delle risposte ha rivelato diversi spunti chiave che sono stati utilizzati per progettare la struttura e i contenuti del programma di formazione.

In particolare, i partecipanti hanno espresso interesse per i seguenti argomenti e formati:

Per quanto riguarda le preferenze nell'insegnamento e nell'apprendimento, i partecipanti hanno individuato come argomenti più interessanti legati alla gastronomia e al turismo:

- il turismo gastronomico come opportunità di business,
- il marketing nel turismo gastronomico,
- l'abbinamento tra cibo e vino locali,
- l'uso delle ICT e del marketing digitale nel settore turistico,
- le tecniche di comunicazione e cooperazione.

Tra gli altri argomenti suggeriti figurano: la promozione tramite i social media, le tecniche di cucina tradizionale, il racconto del territorio (local storytelling) e la creazione di reti efficaci e pacchetti turistici.

Il metodo di valutazione preferito è risultato essere un test online da svolgere a casa o sul luogo di lavoro, senza supervisione.

Per quanto riguarda la piattaforma di apprendimento online, le caratteristiche ritenute più importanti dai partecipanti sono state:

- la usabilità e la funzionalità complessiva,
- la possibilità di connessione peer-to-peer con altri enti di formazione o gestione nel settore del turismo e della gastronomia,
- e la funzione di repository delle buone pratiche.

Inoltre, i partecipanti hanno espresso una chiara preferenza per l'accesso gratuito a tutti i moduli per l'intera durata del programma, con domande di verifica o esercizi al termine di ciascun modulo.

In termini di disponibilità, la maggior parte degli intervistati ha dichiarato di poter dedicare circa 5 ore a settimana, e il formato preferito è risultato essere quello delle lezioni online brevi, auto-gestite, della durata compresa tra 30 minuti e 1 ora.

Questo feedback è stato essenziale per adattare il programma di formazione e la piattaforma digitale ai reali bisogni degli utenti target.



Ai partecipanti è stato anche chiesto di indicare le difficoltà che stanno affrontando nella loro attività, e molti hanno segnalato problematiche legate all'accesso ai finanziamenti, agli aspetti finanziari, alla burocrazia, nonché alla cooperazione e alla creazione di reti.

Inoltre, quando è stato chiesto se avessero bisogno di formazione, la maggior parte dei partecipanti ha risposto positivamente, in particolare nei settori del marketing, della promozione dei prodotti, della digitalizzazione e della finanza. Alcuni hanno inoltre segnalato difficoltà legate alla modernizzazione della gastronomia e alle tecniche agricole moderne.

Based on the findings, an online and semi-autonomous learning course of 80 hours of teaching at EQF level 3 or higher has been structured.

Sulla base dei risultati è stato strutturato un corso di apprendimento online e semi-autonomo di 80 ore di insegnamento a livello EQF 3 o superiore.

Ogni argomento è sviluppato attraverso:

- la testimonianza di un produttore o di un operatore turistico,
- contenuti teorici,
- buone pratiche,
- attività,
- materiali aggiuntivi per approfondire l'argomento,
- quiz per verificare le conoscenze acquisite.

Il curriculum finale, in termini di obiettivi e risultati di apprendimento, è stato quindi strutturato come segue nelle pagine successive.

CURRICULUM



Moduli	Obiettivi della lezione	Risultati di apprendimento	Durata della lezione*
Modulo 1 Strategia dal produttore al consumatore	<p>Portare il discente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendere gli obiettivi principali della strategia "Dal produttore al consumatore" • Identificare le opportunità che essa offre ai piccoli produttori • Apprendere come implementare pratiche di produzione e marketing sostenibili secondo i principi della strategia dal produttore al consumatore 	<p>Il discente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sarà consapevole delle problematiche ambientali e sociali legate all'agricoltura a livello dell'UE e avrà la capacità di integrare pratiche responsabili • Sarà in grado di stabilire e mantenere relazioni con altri produttori locali, mercati, ristoranti e organizzazioni di supporto per rafforzare la comunità agricola locale 	8 ore
Modulo 2 Analisi tra attrattori turistici globali e locali	<p>Portare il discente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizzare le preferenze dei turisti e valorizzare l'autenticità 	<p>Il discente sarà in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizzare e identificare i fattori di attrazione distintivi tra il turismo globale (internazionale) e quello locale (regionale o nazionale) • Differenziare i segmenti di mercato in base alle aspettative e preferenze dei pubblici target • Riconoscere e rispondere alle diverse motivazioni dei turisti locali e internazionali • Valorizzare il riconoscimento del patrimonio mondiale 	8 ore
Modulo 3 Il turismo gastronomico come opportunità di business	<p>Portare il discente a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificare e sviluppare prodotti unici di turismo gastronomico • Integrare la cultura e il patrimonio locali nel percorso culinario • Creare offerte di turismo gastronomico innovative, sostenibili e orientate al cliente 	<p>Il discente sarà in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettare offerte di turismo gastronomico che combinano le tradizioni culinarie locali con le esigenze del turismo moderno • Integrare cultura locale, storia e tradizioni culinarie nell'esperienza turistica per renderla più autentica e coinvolgente • Creare esperienze memorabili che rispondano ai bisogni dei turisti 	6 ore



CURRICULUM

Moduli	Obiettivi della lezione	Risultati di apprendimento	Durata della lezione*
Modulo 4 Motivazioni psicologiche e innovazione nel turismo gastronomico	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Analizzare le motivazioni dei turisti nelle esperienze gastronomiche• Applicare approcci innovativi nel turismo gastronomico	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Sviluppare strategie per influenzare le scelte dei turisti• Creare offerte gastronomiche più attraenti e di successo	7 ore
Modulo 5 Marketing	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Comprendere i fondamenti del marketing	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Sviluppare una visione critica e integrata che consenta di ottimizzare gli investimenti (costi/sforzi) nel marketing• Analizzare le strategie di marketing• Progettare e implementare strumenti di marketing	9 ore
Modulo 6 Business Plan	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Comprendere i principi fondamentali, gli strumenti e le fasi necessarie per redigere un business plan	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Pianificare strategicamente (definire obiettivi chiari, elaborare una roadmap dettagliata, considerando risorse e vincoli di mercato)• Analizzare gli aspetti finanziari• Organizzare e gestire progetti• Adattarsi e risolvere problemi	10 ore
Modulo 7 ICT applicate al turismo gastronomico e marketing digitale	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Utilizzare campagne di marketing digitale per promuovere i prodotti e ottenere visibilità	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Impostare le basi per una campagna di marketing digitale• Comprendere i vantaggi dell'uso di Google Ads e degli annunci sui social media	12 ore



CURRICULUM

Moduli	Obiettivi della lezione	Risultati di apprendimento	Durata della lezione*
Modulo 8 Processi di qualità e certificazione	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Comprendere come garantire e migliorare la qualità della propria offerta turistica gastronomica, nonché conoscere le varie etichette e programmi di certificazione	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Implementare pratiche adeguate di sicurezza alimentare• Comprendere meglio i diversi modi per garantire la qualità nel turismo gastronomico• Identificare, differenziare e applicare etichette rilevanti di qualità, sostenibilità e certificazione nel turismo gastronomico• Integrare pratiche sostenibili nelle offerte di turismo culinario	10 ore
Modulo 9 Filiera Corta per la promozione del cibo locale	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Familiarizzare con la diversità delle filiere corte agroalimentari (Short Food Supply Chains – SFSC)• Comprendere il valore sostenibile (economico, sociale ed ecologico) delle filiere corte	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Analizzare i benefici e i limiti per i produttori nei diversi modelli di filiera corta• Sviluppare una filiera corta adattata a una specifica attività o a un gruppo di imprese• Collegare la filiera corta al turismo (mercati locali, ristoranti, ecc.)	8 ore
Modulo 10 Ospitalità e offerta di servizi al turista	Portare il discente a: <ul style="list-style-type: none">• Familiarizzare con gli elementi essenziali per elevare il livello di ospitalità nel turismo gastronomico	Il discente sarà in grado di: <ul style="list-style-type: none">• Identificare le capacità turistiche esistenti collegate alla produzione e/o al patrimonio culturale• Sviluppare attività sostenibili nell'azienda agricola o nell'attività, offrendo un'esperienza autentica e vissuta• Migliorare l'atteggiamento verso i visitatori (locali e stranieri)	8 ore

*La durata della lezione include la lettura dei contenuti, lo svolgimento delle attività, il quiz e le risorse complementari.



Cultour Gastronomy



Scopri di più su CultourGastronomy.eu oppure sui nostri account Facebook e Instagram.



Co-funded by
the European Union

Finanziato dall'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espressi sono tuttavia esclusivamente quelli 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.