



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Progettare, gestire e vivere l'integrazione tra cibo, viaggio e territorio

IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

UNA DEFINIZIONE

Spostarsi dalla propria località di residenza al fine di raggiungere e comprendere la cultura di destinazione nota per una produzione agroalimentare di pregio, entrare in contatto diretto con il produttore, visitare l'area destinata all'elaborazione della materia prima e al successivo confezionamento, degustare in loco, ed eventualmente approvvigionarsi personalmente della specialità per far poi rientro a casa.



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

GLI ELEMENTI

- Lo spostamento in una località eno-gastronomica di pregio
- Entrare in contatto con i produttori
- La visita dell'area nel suo complesso
- La degustare in loco
- L'eventualmente approvvigionamento diretto presso la località

IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

LE ORIGINI ITALIANE DEL FENOMENO

1841 L'Italie Comfortable, manuel du touriste

1931 Guida Gastronomica d'Italia (Touring Club Italiano)

1971 Vino al vino di Mario Soldati

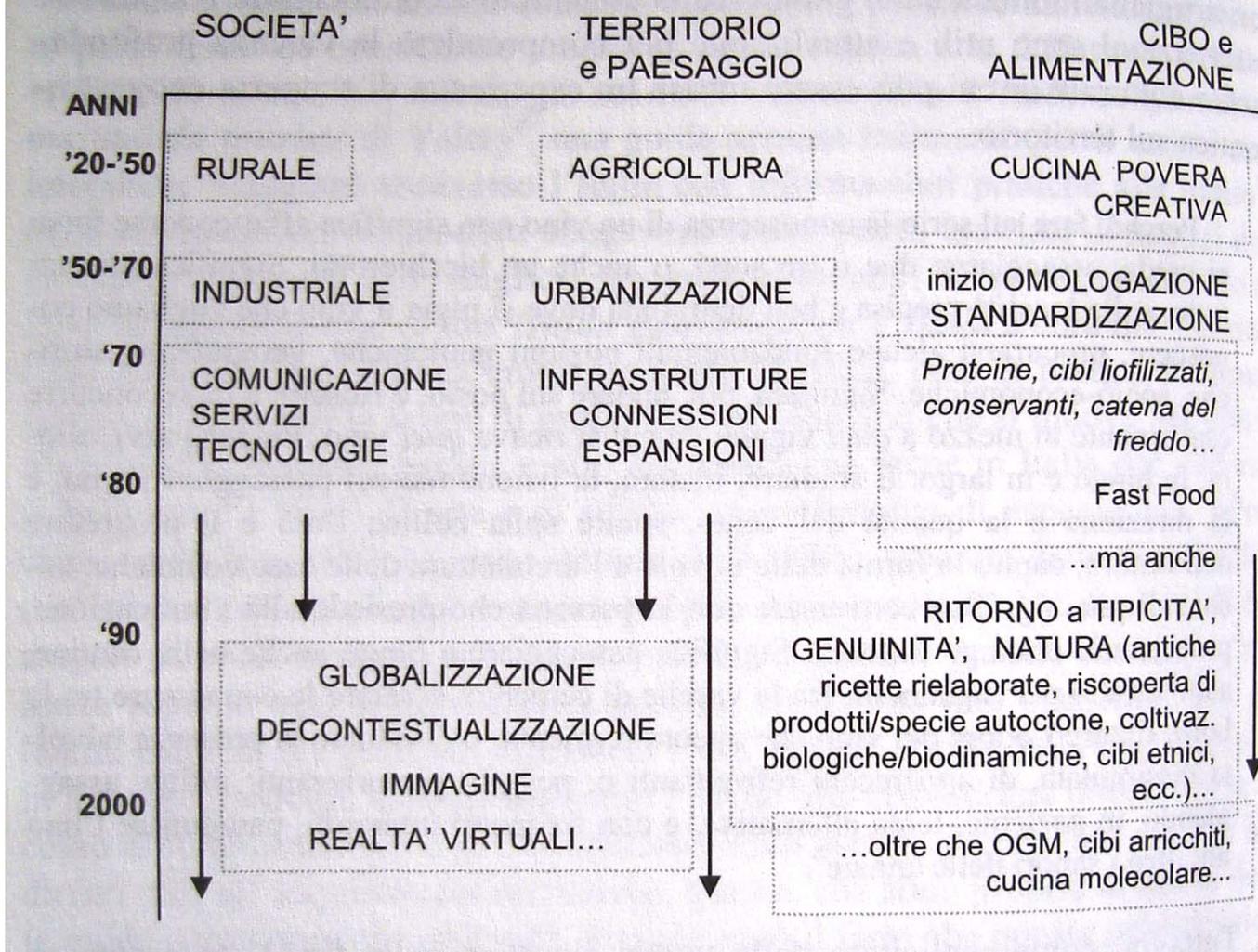
IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

LE ORIGINI ITALIANE DEL FENOMENO

Solo dopo gli anni '20, dopo aver sperimentato uno stato di benessere alimentare diffuso e la conseguente omologazione del gusto, una parte dei figli della società dei consumi e del distacco dalle società rurali, ha potuto maturare il desiderio di riappropriarsi delle proprie radici.

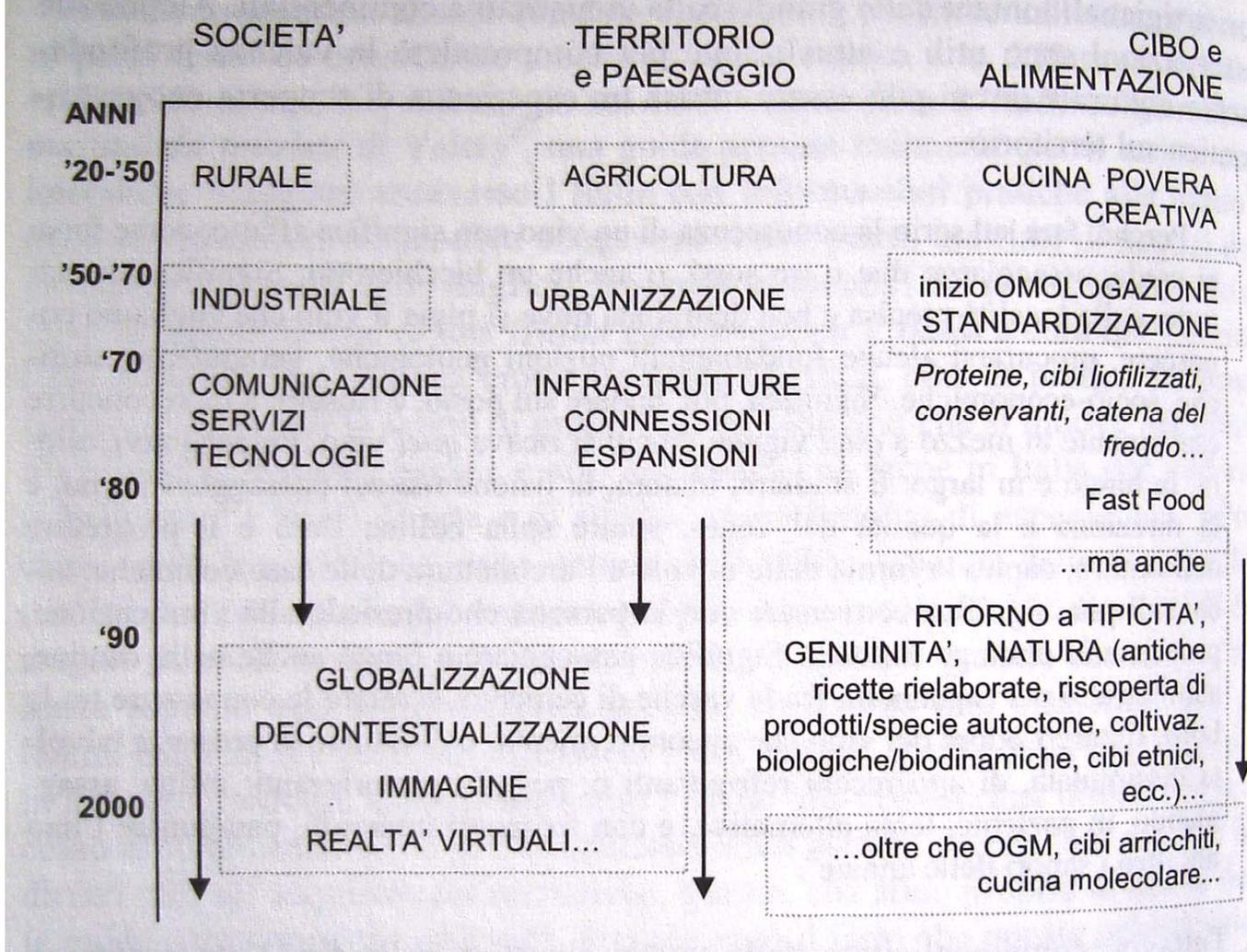
IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Fig.1 – Sintesi dei processi evolutivi legati a società, territorio e cibo in Italia dal 1920 al 2000



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Fig.1 – Sintesi dei processi evolutivi legati a società, territorio e cibo in Italia dal 1920 al 2000



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

I MAGNIFICI ANNI '80

Slow Food

Gambero Rosso

AIS

Movimento del turismo del vino

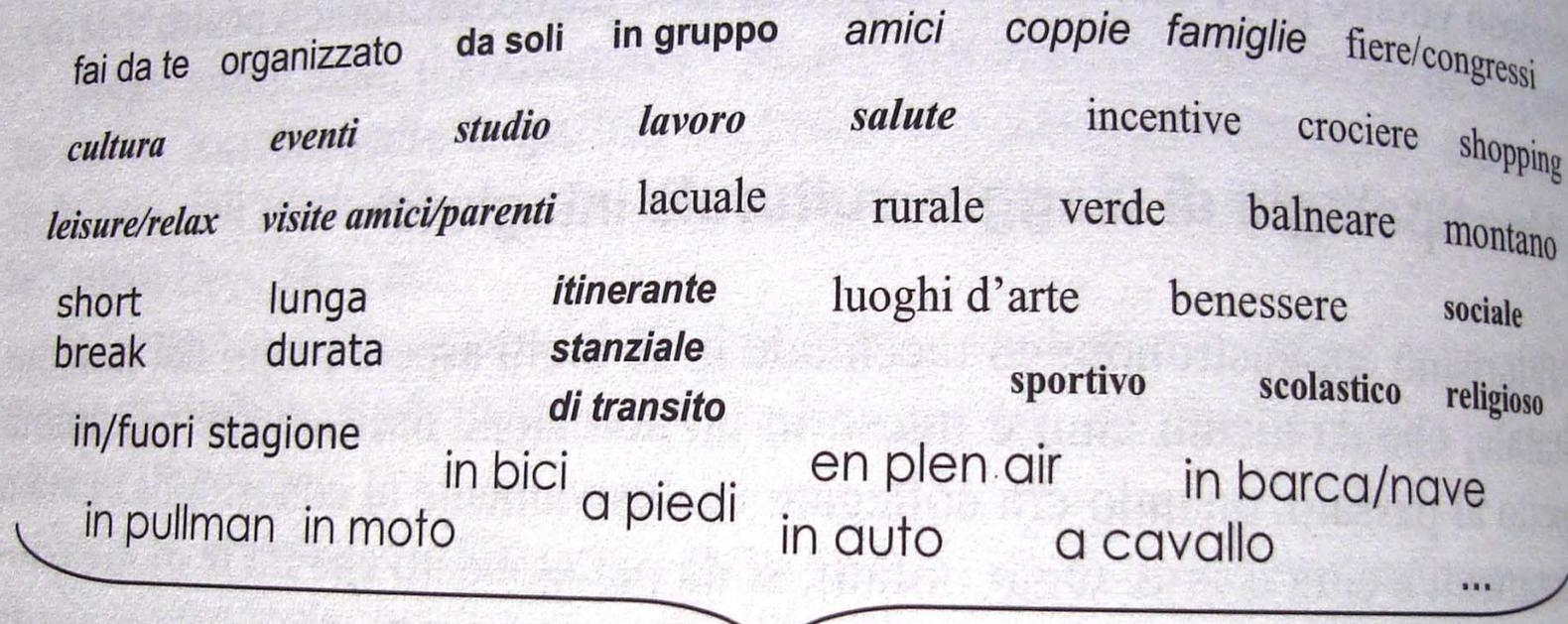
Strade del vino

Città del pane

Città dell'olio

IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Fig.2 - Integrazione tra enogastronomia e forme di turismo



ENOGASTRONOMIA

IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

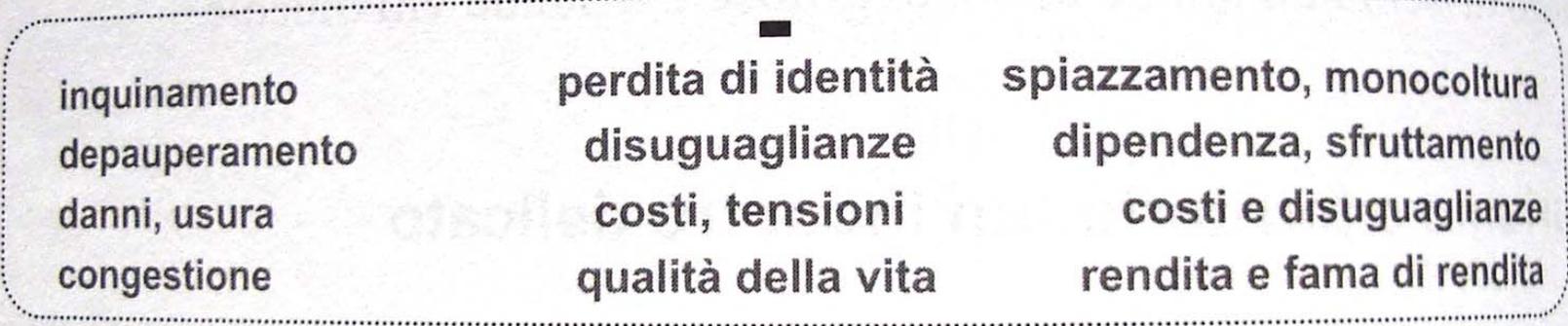
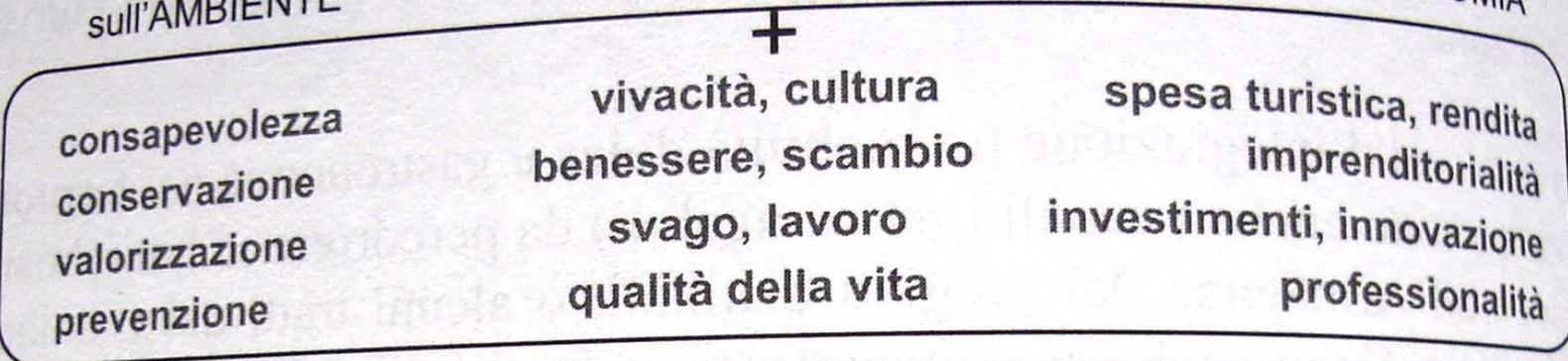
Fig.3 - I principali impatti del turismo

Il turismo si imprime nello spazio geografico, nel territorio, nel paesaggio

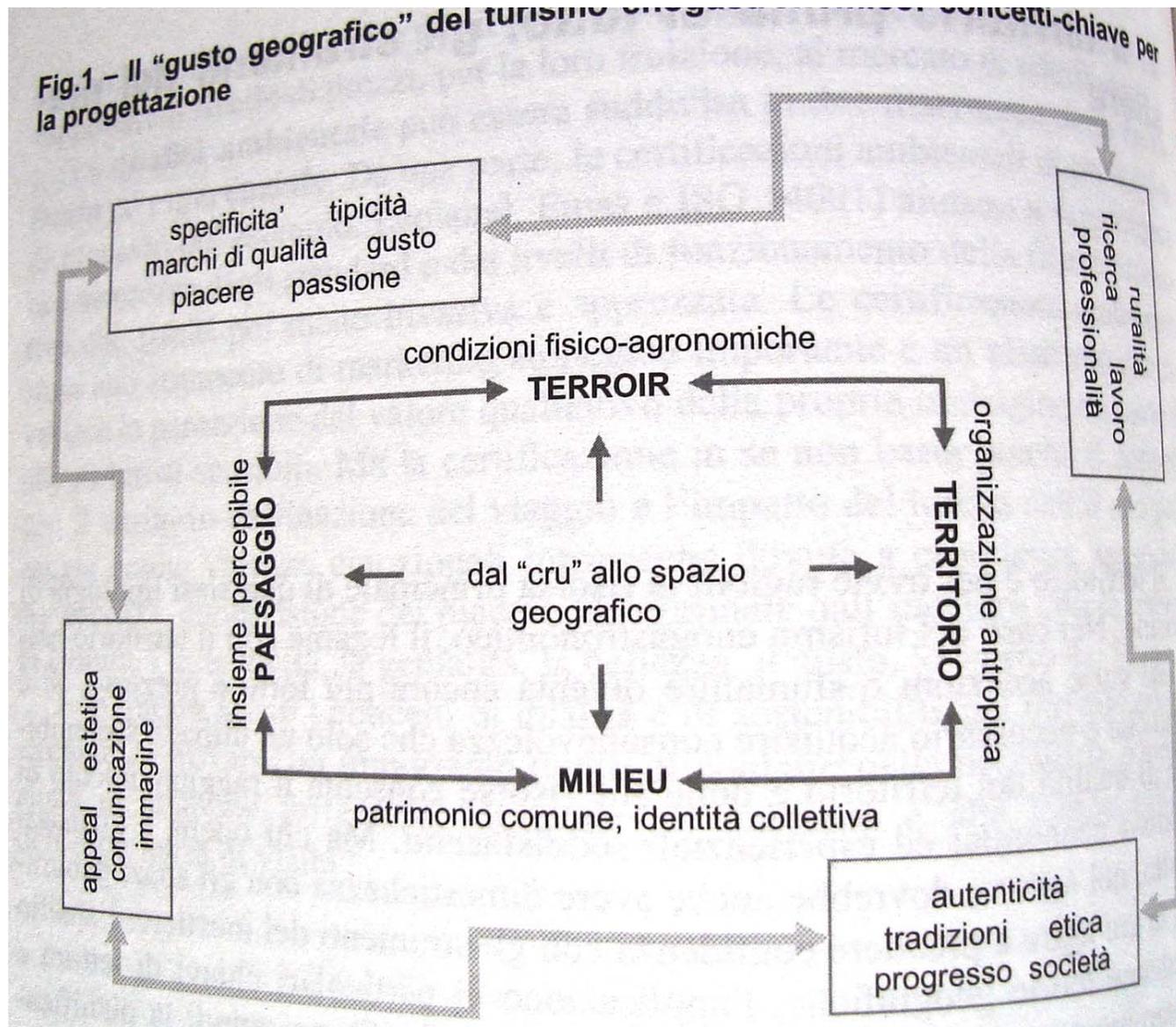
sull'AMBIENTE

GLI IMPATTI
sulla SOCIETA'

sull'ECONOMIA



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

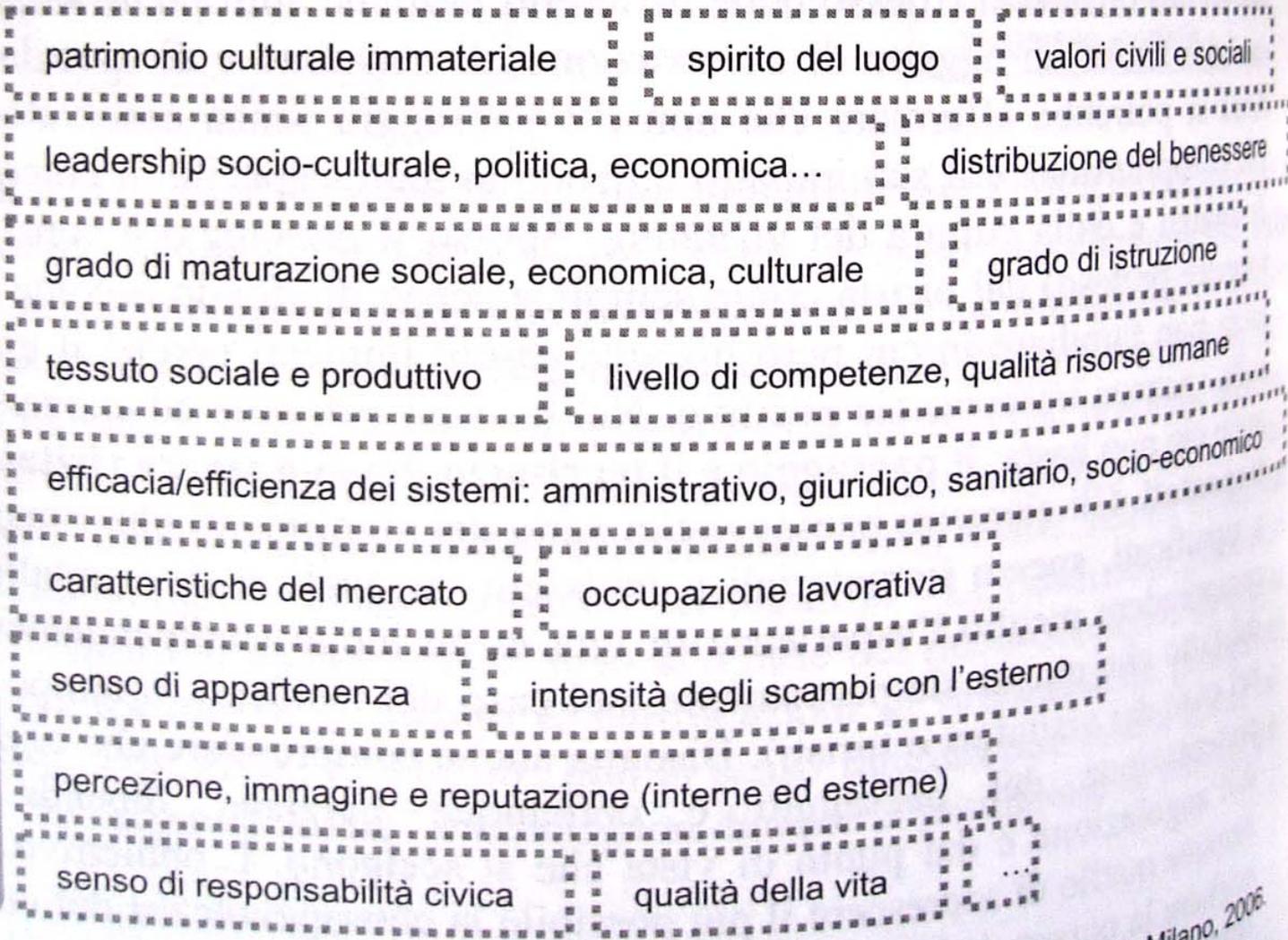
Fig.2 – Sistema di elementi tangibili e intangibili di un territorio



IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

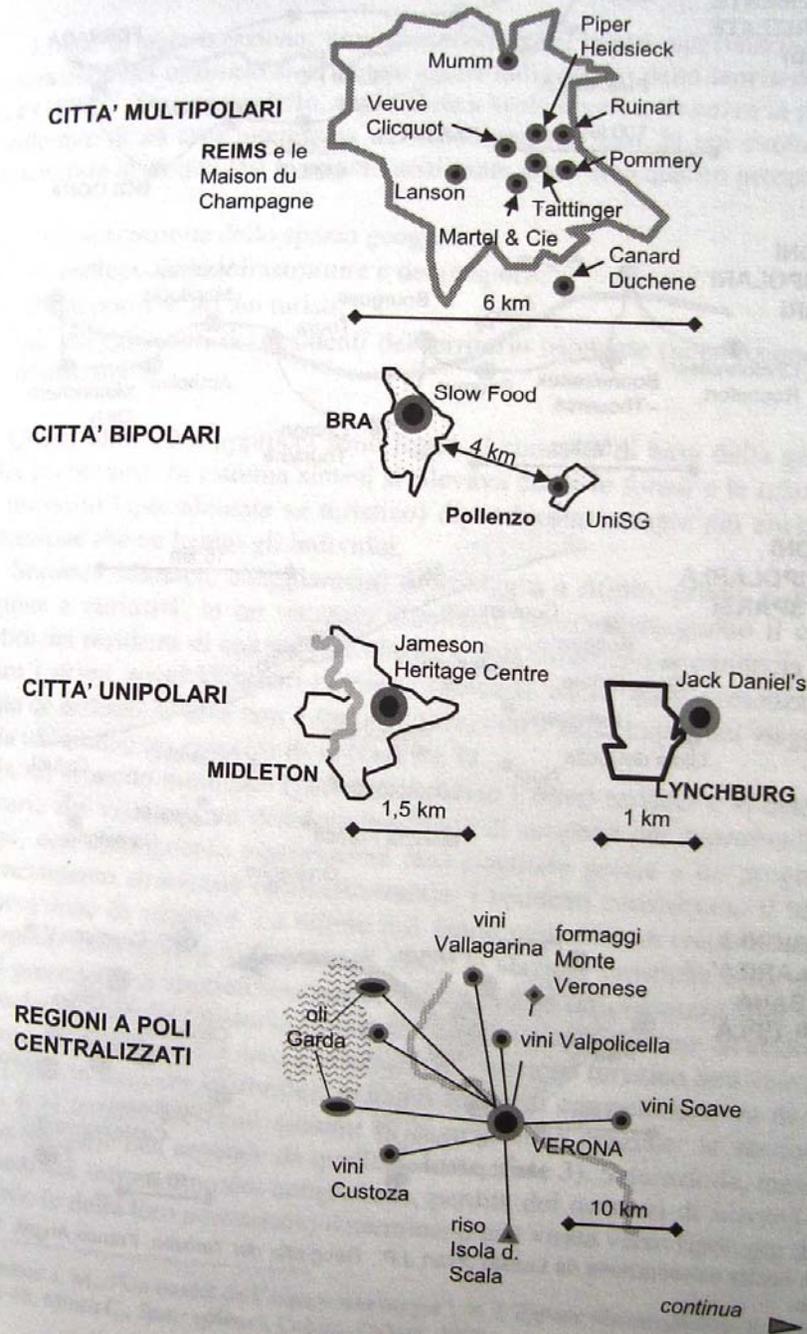
O
r
g
a
n
i
z
z
a
t
o

d
a
l
l'
u
o
m
o

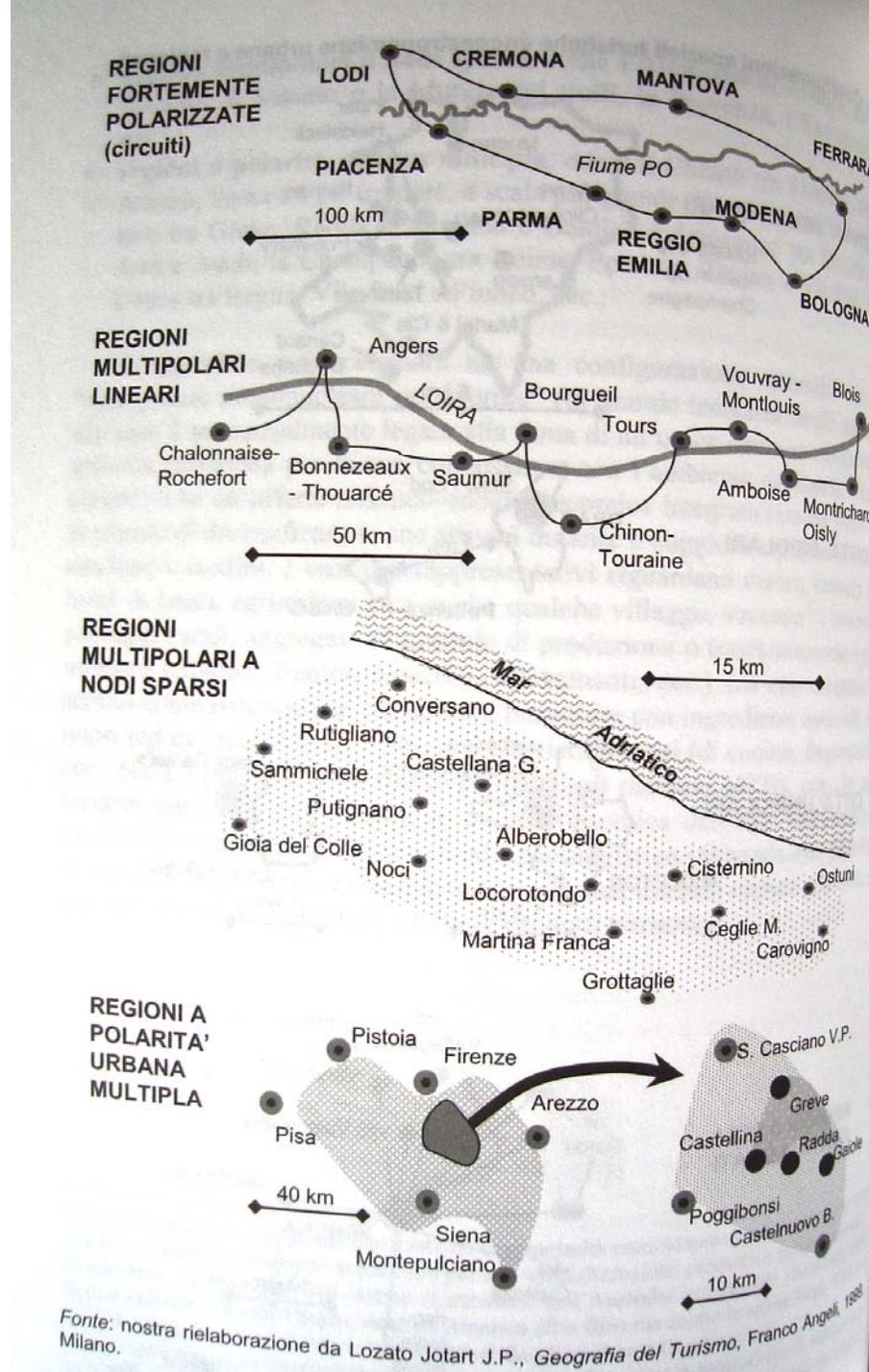


IL TURISMO ENO- GASTRON OMICO

Fig.4 – Configurazioni spaziali turistiche enogastronomiche urbane e regionali



IL TURISMO ENO- GASTRON OMICO



Fonte: nostra rielaborazione da Lozato Jotart J.P., *Geografia del Turismo*, Franco Angeli, 1988, Milano.

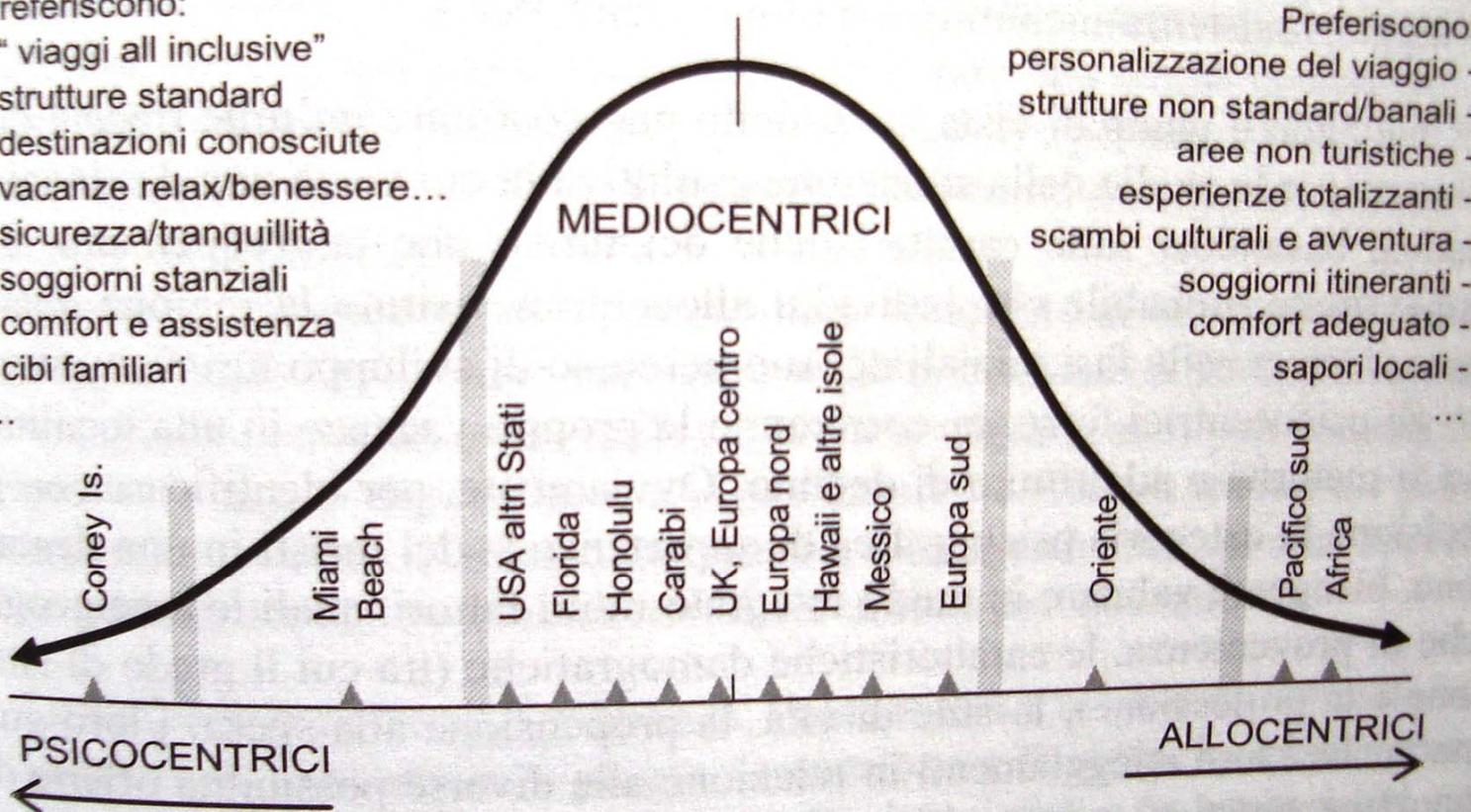
IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Fig.7 – Il modello psicografico di Plog

Preferiscono:

- "viaggi all inclusive"
- strutture standard
- destinazioni conosciute
- vacanze relax/benessere...
- sicurezza/tranquillità
- soggiorni stanziali
- comfort e assistenza
- cibi familiari

...



Fonte: nostra rielaborazione da Minca C., *Spazi effimeri*, Cedam, Padova, 1996, pagg. 20-21

IL TURISMO ENO-GASTRONOMICO

Fig.1- Piramide delle possibili tipologie di turisti enogastronomici

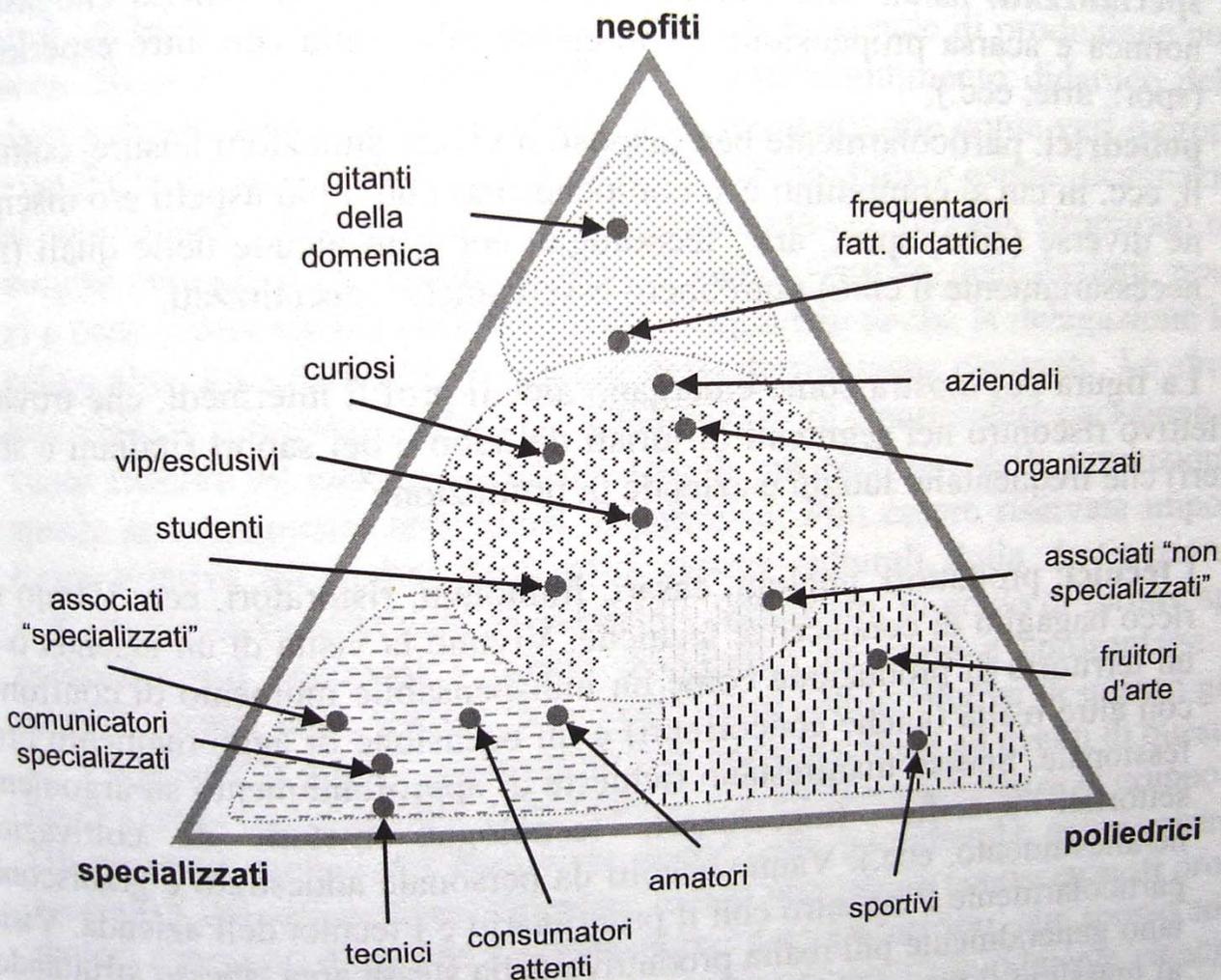


Fig.1 – Il coinvolgimento totale: visioni e parole tra prodotto-vino e territorio

- nome del vino (marchio, etichetta...)
- tipologia (rosso, bianco, spumante...)
- uvaggio (tipologia, %...)
- origine ed eventuale denominazione
- anno di produzione
- terroir-zona di produzione (area geografica, pedologia, altitudine, esposizione, clima...)
- agronomia: vitigni, tipo di allevamento, periodi e fasi di lavoro in vigna, metodi di produzione in vigna (piante per ettaro, grappoli per ceppo...), vendemmia...
- vinificazione in cantina: dal conferimento delle uve all'imbottigliamento / affinamento...
- enologia, chimica, fisica...: fermentazioni, zuccheri, temperature, alcool, solfiti, lieviti...
- note di marketing: numero bottiglie/anno, mercati di riferimento, canali di distribuzione principali (enoteche, ristoranti...), tipologia di consumatore fidelizzato, immagine dell'azienda, recensioni su guide di settore e media...

- degustazione e esame organolettico
- modalità di servizio
- modalità di conservazione
- abbinamenti
- note per acquisto

↓ ↑ ↑ ↓ ↑ ↓ ↑ ↓ ↑ ↓
SINTESI **CONDIVISIONE** **RIFLESSIONE** **EMPATIA**
DIDATTICA **SPIRITO CRITICO**

GIOCO **ORGOGGIO** **PASSIONE**
PATHOS **UMILTA'** **COLORE**

CONFRONTO
SENSIBILITA'
TECNICA

↓ ↑ ↓ ↑ ↓
 ambiente storia arte cultura storie e aneddoti novità
 persone e società identità economia tradizioni futuro altre risorse ...