

Gastronomia e Vinhos

Produto turístico estratégico A perspetiva institucional

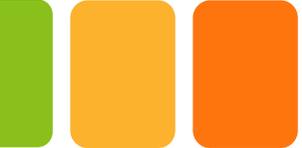
Paulo Morais Vaz – Esposende

17 Maio 2018



Gastronomia:

do grego antigo: **gastros** = estômago e **nomia** = lei ou conhecimento



Arte que engloba a culinária (ofício de preparar alimentos, bebidas) e a matéria-prima de que se valem os profissionais para a elaboração dos pratos e todos os recursos culturais ligados a esta criação.

A culinária varia de região para região, não só nos ingredientes, como também nas técnicas culinárias e nos próprios utensílios.

A GASTRONOMIA...

- **Memória dos Saberes, Sabores, Aromas e Tradições;**
- **É UMA COZINHA DE AFECTOS;**
- **Reflexo do País e das suas várias “Nações”;**
- **Imagem do Passado nos dias de Hoje;**
- **Recordação para o Futuro;**
- **Um Produto Turístico por Excelência!**
- **Mais que um momento, é uma experiência!**

O Panorama Atual...

- Falso Conhecimento
- Mensidão de variantes (reflexo da família)
- Adulteração abusiva permitida e aceite
- Desconhecimento dos Clientes (interpretação pessoal)
- Aculturação
- Opressão Económica
- Desperdício (realidade ou pré-conceito?)

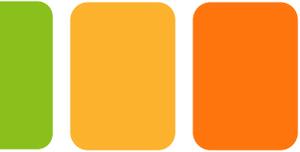
Riscos para a gastronomia

- Aparecimento novas Formas de “Comer”;
- Desvalorização da refeição em família;
- Falta de Tempo;
- Inadequação Nutricional;
- Custo.

O Futuro ...

- Valorizar o “local” - Produtos, técnicas, receitas;
- Nicho de Mercado;
- Cada vez mais cara;
- “Fechada numa Redoma” morrerá;
- Vertente mais económica será uma réplica em termos de Imagem, mas nunca em termos de Sabores, Aromas e Texturas;
- Repensar a alimentação desde o ensino pré-escolar até ao universitário;
- Comunicar as vantagens.

O **turismo gastronómico** está relacionado com a viagem feita para destinos onde a comida e as bebidas do local são atrativos suficientes para motivar a viagem, sem envolver necessariamente a experiência culinária.



O **turismo culinário** está relacionado com a experiência em torno das artes culinárias, não apenas no usufruto da refeição, mas na “procura de uma experiência única e memorável” que perdure na mente do turista.

Ian Yeoman, classifica os turistas de acordo com os seus interesses em gastronomia:

❖ **Gastro turistas:**

Especialistas / adoram fazer o papel de críticos / optam por restaurantes com oferta de alta qualidade.

❖ **Foddies:**

Entusiastas semi-dedicados / atenções voltadas para os canais de tv e revistas especializadas e destinos com a mesma cultura gastronómica / interesse na comida sazonal de boa qualidade e produzida localmente.

❖ **Interessados:**

A gastronomia é indispensável para as suas férias / Consomem comida local sem qualquer pré-plano / apreciam uma visita a um mercado de produtores locais.

❖ **Descomprometidos:**

A gastronomia contribui para a sua satisfação nas férias / Saboreiam a gastronomia local, mas sem qualquer iniciativa.

❖ **Desinteressados:**

Não consideram a gastronomia como um elemento que contribua para a sua satisfação em férias / não são negativos para com degustação de comida local.

❖ **Cépticos à experiência:**

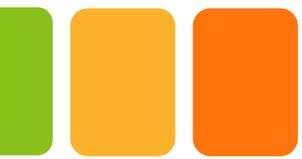
Indivíduos que não têm interesse em saborear a gastronomia local, mas procuram apenas a sua de origem / podem ter em atenção a sua oferta gastronómica nativa, na preparação de viagem.

- 
- ❖ No Reino Unido, o turismo de culinária = c. 8 biliões USD/ano, com a **street food** a ter um lugar de evidência;
 - ❖ Os **festivais gastronómicos** são já considerados um destino turístico;
 - ❖ Estimam-se em cerca de **um milhão** os turistas culinários internacionais que viajam **por ano**, num universo de 1.322 milhões de viajantes (dados de 2017);
 - ❖ Os turistas culinários tendem a ser casais com poder de compra, entre os 35 a 55 anos ou mais, mas não se limitando exclusivamente a nenhum grupo demográfico ou étnico;
 - ❖ A WFTA (World Food Travel Association) afirma que, em média, os turistas culinários gastam cerca de **980€** por viagem, com mais de um terço (36%) gasto em atividades ligadas à gastronomia, podendo mesmo atingir os **50%**.

Actividades onde o turista culinário gosta de se envolver:

- ✿ Visitas a unidades agrícolas de interesse;
- ✿ Workshops/Aulas sobre gastronomia e vinho;
- ✿ Festivais gastronómicos;
- ✿ Visitas a unidades de restauração em ambiente especial;
- ✿ Refeições ao ar livre;
- ✿ Degustação e visitas a cervejarias artesanais, mercados étnicos e mercados de produtores locais;
- ✿ Frequentar restaurantes que disponham de receitas locais e utilizem produtos típicos locais.

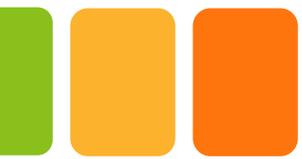
FOOD TOURISM INDUSTRY CATEGORIES



in "Manual Prático de Turismo de Culinária da APTECE"

Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18





“O prato nacional é..., um produto do génio coletivo, ninguém o inventou e inventaram-no todos...”

Fialho d’Almeida



Obrigado!

ESCOLAS DE HOTELARIA E TURISMO



QUEM SOMOS E ONDE ESTAMOS?





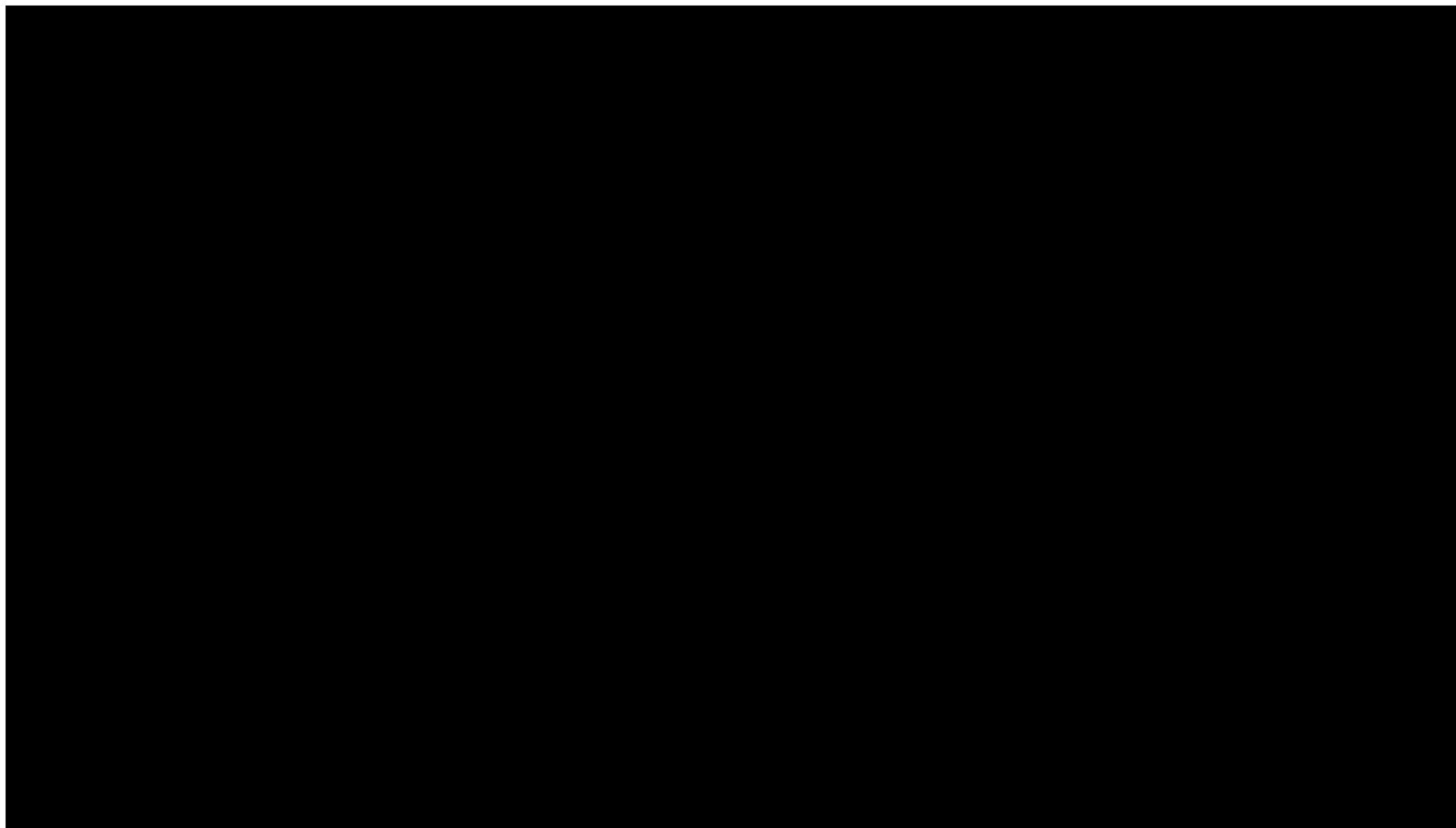
Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18





Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18



Gastronomia e Vinhos - Produto turístico estratégico - Paulo Morais Vaz/Mai18