



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale

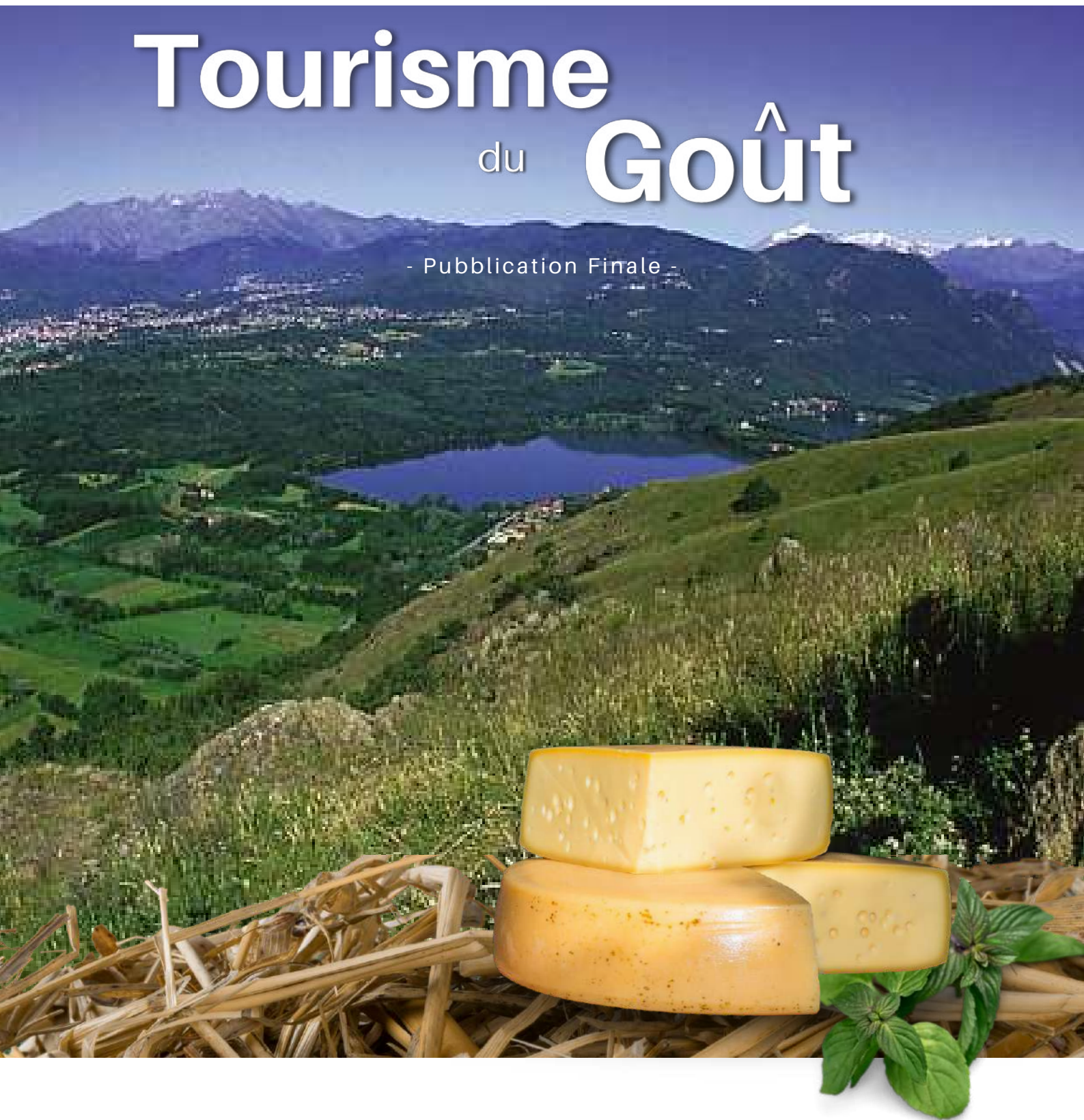


UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



Tourisme du [^]Goût

- Publication Finale -





Interreg
ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



Introduction

Nous vous présentons la synthèse des objectifs et des activités développées par les partenaires lors du Projet ALCOTRA Turismo del Gusto - Tourisme du Gout, un projet transfrontalier dans les années 2017/2021, sur la valorisation des territoires et la découverte œnogastronomique de les vallées concernées.

INTERREG V-A FRANCIA-ITALIA ALCOTRA 2014-2020
AXE 3 ATTRATTIVITE' DU TERRITOIRE
Objectif spécifique 3.1 Patrimoine naturel et culturel



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



1. Le territoire

Les vallées montagneuses de la Province de Turin

Les vallées alpines de la région de Turin concernées par le projet constituent la partie la plus occidentale du territoire italien regroupées dans les indications géographiques Alpi Cozie et Alpi Graie. Depuis l'époque pré-romaine, ce sont des territoires liés à l'autre côté de la ligne de partage des eaux. Déjà le traité par lequel Auguste fédéra les populations alpines celto-ligures dirigées par le roi Cozio témoigne d'une union politique entre les tribus des deux côtés des Alpes occidentales. A la fin du Moyen Age avec la présence du Dauphiné, entre les hautes vallées du Queyras, de la Durance, de la Dora et de la Chisone se crée une "république" de communes alpines aux règles communes (la République des Escartons).

Ce sont des territoires orographiquement italiens (selon le concept de frontières naturelles des eaux suspendues codifiées en 1713 avec le traité d'Utrecht) mais ils faisaient partie d'un espace économique et culturel unique qui a vu la vallée de la Chiusella, les vallées de l'Orco et de la Soana, les vallées de Lanzo, la basse vallée de Susa et la vallée de Sangone combinées avec les vallées savoyardes de la Maurienne, du Bianco, du Bourget et de Chambéry. Outre la haute vallée de Suse, les vallées de la Chisone et de la Germanasca, la vallée de la Pellice était reliée au Dauphiné et touchée par les mêmes mouvements religieux qui affectaient les Alpes françaises.

Turin et Chambéry sont des villes jumelles avec une très longue cohabitation dans le même état du Duché de Savoie puis du Royaume de Sardaigne : ces deux capitales du passé sont aux extrémités de cet espace alpin partagé où les familles étaient souvent apparentées et où économies étaient liées par de solides relations d'échange.

D'où la fonction historique et naturelle des vallées turinoises de charnière entre l'Italie et la France. Un espace qui, par son histoire commune, témoigne plus que d'autres territoires du Vieux Continent de ce lien entre les cultures et les économies qui est à la base de l'Union européenne.

Un espace qui présente des traditions agroalimentaires et gastronomiques similaires, aux côtés de produits touristiques identiques (ski, alpinisme, trekking, tourisme de bien-être) qui peuvent être la base de forfaits communs pour avoir plus de force vers les marchés internationaux du tourisme actif et du tourisme œnogastronomique.

La Savoie

La Savoie, dans ses deux départements de Savoie et de Haute-Savoie, comprend les zones : Albanais - Pays du Rhône, Arve - Faucigny - Genevois, Bauges, Giffre - Grand Massif, Lac d'Annecy, Massif des Aravis - Bornes, Maurienne, Pays du Mont Blanc, Région de Chambéry - Combe de Savoie, Région du Lac du Bourget, Tarentaise. Tous les quartiers à vocation touristique alpine comme les vallées turinoises. Deux domaines également unis par la centralité mondiale sur la scène du ski alpin. En Savoie, il existe de grandes stations de ski françaises d'importance internationale; dans la province de Turin se trouve le domaine skiable Via Lattea dans la haute vallée de Susa. Une image commune liée aux sports de neige qui a conduit aux deux JO. Les Jeux olympiques d'hiver d'Albertville en 1992 ont précédé les championnats du monde de ski de Sestrières en 1996 et les XX Jeux olympiques d'hiver de Turin en 2006.



Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



Le tourisme en Savoie s'appuie également sur une forte relance œnogastronomique basée sur les excellents cépages savoyards, sur une filière laitière de grand prestige international, sur les viandes et les fruits et légumes.

Tous les produits très similaires à ceux typiques des vallées turinoises.

La Savoie a aussi le même problème par rapport à la France que le Piémont a vis-à-vis de l'Italie : deux cultures gastronomiques alpines, riches en goût et savoir-faire culinaires, mais écrasées par les cultures gastronomiques nationales respectives plus larges.



La Savoie fait face à la concurrence de la grande variété laitière, de la grande école du vin répandue dans toute la France et de la biodiversité en fruits et légumes (principalement les centaines de variétés de pommes de terre, pommes, poires, abricots...) présentes dans d'autres régions françaises.

La région de Turin, comme tout le Piémont, est culturellement écrasée par la diète méditerranéenne avec son centre de gravité sur les pâtes, le pain, les légumes et les fruits ; mais elle subit aussi la concurrence de la grande richesse des fromages et charcuteries des autres régions italiennes.



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



2. Les partenaires

Tourisme AlpMed

Turismo AlpMed Srl est le chef de file du projet. AlpMed s'occupe de tourisme et a développé la plateforme BookingPiemonte pour la réservation d'hôtels en ligne.

BookingPiemonte propose une offre touristique intégrée avec la collaboration et la participation directe de Confcommercio Piemonte, Federalberghi Piemonte, Unioncamere Piemonte, le projet s'inscrit dans une recherche de solutions pour le développement du secteur touristique.

Outre la possibilité de réserver des chambres, le portail propose des forfaits touristiques qui peuvent être achetés de manière préconfigurée ou dynamique selon différents types de produits, de saisonnalité ou en relation avec des événements de grand attrait.

ASCOM Confcommercio Turin et Province

L'ASCOM est l'association la plus représentative des entrepreneurs du commerce, du tourisme et des services de Turin et de sa province avec plus de 16 000 entreprises membres.

L'ASCOM offre une représentation syndicale et une protection politique aux membres ; conseil, assistance, formation et mise à jour; services de crédit et de financement, comptabilité, gestion de la paie et du personnel, services fiscaux et juridiques. ASCOM a toujours été le créateur de projets pour promouvoir le commerce et le tourisme dans la région de Turin.

CFIQ

Le CFIQ, Consortium pour la Formation, l'Innovation et la Qualité, de Pinerolo est une entreprise spécialisée dans la formation des jeunes et des adultes, employés et chômeurs.

Afin de répondre aux demandes spécifiques du marché, le CFIQ offre chaque année de nombreux cours visant le placement, la professionnalisation et l'acquisition de qualifications et de spécialisations.

Grâce à la présence d'un personnel hautement qualifié, le CFIQ offre également des services d'accompagnement et des activités d'intégration au monde du travail. Le tout en étroite collaboration avec les entreprises et les organismes publics du Pinerolo et du territoire provincial.

Le CFIQ est hautement spécialisé dans les secteurs du tourisme et de la restauration.

Turismo Torino e Provincia

Turismo Torino e Provincia Scrl est l'Office des congrès et des visiteurs de la ville de Turin et de son territoire provincial et est l'organisme qui s'occupe de la promotion de la province de Turin en tant que destination touristique.



Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



La mission est d'organiser les activités de promotion, d'accueil et d'information touristique de Turin et de sa province tant dans le segment à travers la création de produits et services touristiques, la communication, la promotion tant vers la presse nationale et internationale que vers les opérateurs professionnels.

De plus, Turismo Torino e Provincia s'occupe directement de l'accueil des touristes par le biais des offices de tourisme et de la présentation des candidatures pour l'acquisition de grands congrès.

Réservation en Direct (RED) Fairbooking

RED est l'association qui a créé "FairBooking", une plateforme de réservation d'hôtels en ligne.

RED promeut un tourisme responsable, éthique et durable avec une attention particulière aux plus petits hébergements qui ne souhaitent pas rejoindre les grandes plateformes et chaînes touristiques. FairBooking propose avant tout des activités de bien-être, de découverte, de plein air et œnogastronomiques.

Groupe d'Action Locale Escartons et Vallées Vaudoises

IlLe groupe d'action locale GAL Escartons VV, Escartons et Valli Valdesi, est un groupe d'action qui opère depuis 2002 en tant qu'entreprise mixte publique-privée à majorité publique dans les zones de montagne des vallées Pellice, Chisone et Germanasca, piémont Pinerolese, val Sangone, vallée d'Alta Susa et vallée de Cenischia.

Le Groupe d'Action Locale - Escartons et Vallées Vaudoises a été fondé en 2002 dans le but de développer des projets de filière et des projets de valorisation de la culture locale : du tourisme à l'agriculture, de l'insertion sociale aux petites et moyennes entreprises.



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



Les problèmes à affronter

La rare identité de l'offre touristique et œnogastronomique

La zone couverte par le projet a une forte vocation touristique qui a mûri depuis le début du XXe siècle, puis s'est renforcée dans l'après-guerre et dans les années 60 et 70.

Les Alpes savoyardes, ainsi que la Haute Vallée de Suse, sont depuis plus de 60 ans des territoires de prédilection pour le ski alpin et le tourisme de neige de masse. Les vallées savoyardes sont une destination de prédilection pour les skieurs parisiens et du nord de la France mais aussi pour une clientèle du Royaume-Uni et du reste de l'Europe du Nord. La Haute Vallée de Suse, divisée depuis les années 1990 entre les domaines skiables de la Via Lattea et de Bardonecchia, est le domaine skiable de Turin mais connaît également une forte présence touristique étrangère (Sauze d'Oulx a toujours été une destination de choix depuis des générations des skieurs britanniques).

Les touristes se sont toujours rendus en Savoie et dans la Haute Vallée de Suse pour skier ainsi que pour aller à la mer pour se baigner.

Presque personne ne recherchait les spécialités gastronomiques, la culture et les traditions locales, l'art et l'histoire. Les vacances étaient le plaisir du ski et du clubbing.

Avec ce marché, les deux territoires n'ont pas développé dès le départ ces offres agro-alimentaires, gastronomiques et culturelles qui sont plutôt recherchées par un tourisme plus complet. Ils se sont ainsi retrouvés derrière des territoires comme le Trentin-Haut-Adige en Italie ou la Provence en France, où vacances bien-être rimaient immédiatement avec sport mais aussi gastronomie et culture locale.

La Savoie a toujours "vendu" une cuisine génériquement "française", tandis que les stations de ski de la province de Turin ont toujours proposé des plats "italiens" avec des expirations de table de travail (spaghettis à la sauce tomate, escalope avec un accompagnement au choix entre pommes de terre ou épinards) au lieu de faire découvrir aux touristes des plats traditionnels. Des ingrédients simples mais très savoureux et riches en nutriments (et en calories). Des plats souvent en un seul plat qui se prêtent au partage et à la convivialité.

La faible qualification des travailleurs saisonniers

Le secteur du tourisme, de par sa nature, utilise une main-d'œuvre saisonnière. Le tourisme de neige, en particulier, a toujours été caractérisé par un roulement continu du personnel de restauration (en cuisine et en salle) qui vient de loin car la zone peu peuplée ne fournit pas suffisamment de main-d'œuvre qualifiée dans ce domaine.

Habituellement, les cuisiniers, le personnel de cuisine, les serveurs, les barmans couvrent la saison hivernale et quittent ensuite les montagnes pour travailler dans les stations balnéaires. Il s'agit donc de personnels habitués à des cadences élevées mais qui ne se tournent pas vers des clients particulièrement exigeants. Des travailleurs qui, par le passé, n'étaient pas tenus d'avoir une compétence particulière en cuisine de haut niveau et qui n'avaient pas à proposer des plats inconnus aux touristes.

Les propriétaires des hôtels et restaurants eux-mêmes dans le passé n'ont pas fait preuve de compétences particulières dans la promotion du territoire : eux aussi auraient pu facilement gérer un bar sur une plage de Romagne et se retrouver ensuite à faire des sandwiches réchauffés dans un bar sur les pistes, ou ayant dirigé une pension en Ligurie pour ensuite reprendre un restaurant au cœur de Bardonecchia.



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



La méconnaissance des produits typiques

Aujourd'hui, les vallées savoyardes et les vallées turinoises se trouvent en concurrence avec d'autres territoires également en termes de redécouverte des traditions œnogastronomiques. Ils se retrouvent donc avec un vide à combler. La connaissance des ingrédients de l'agriculture alpine et la connaissance de la cuisine familiale traditionnelle se sont perdues. Il manquait une transmission orale et écrite suffisante avec une codification des recettes et un restaurant proposant des recettes locales. La conséquence est que le restaurant ne sait pas proposer la typicité recherchée par le tourisme aujourd'hui, où la composante mets et vins est essentielle.

Manque de savoir-faire

La méconnaissance de la gastronomie locale se traduit également par une incapacité à proposer des plats typiques ou à réinventer des recettes dans le sillage de la tradition et des matières premières alpines. Il y a un manque de connaissances et d'innovation pour exploiter la "biodiversité" des goûts que la montagne peut offrir avec ses produits issus de l'élevage, de la faune mais aussi sa richesse végétale ou l'utilisation traditionnelle des matières premières de la plaine comme la polenta di maïs ou du riz.

Les exemples vertueux ne manquent pas, notamment dans le monde de l'agrotourisme ou dans ces entreprises de restauration nées de l'initiative des nouvelles générations attachées 2.3 Peu d'utilisation de la montagne en saison estivale.

Peu d'utilisation de la montagne en saison estivale

La Savoie et les vallées turinoises ont basé leur développement touristique sur le sport d'hiver qu'est le ski alpin. Le paysage a été sacrifié sur l'autel du ski : en été, les cicatrices dans les bois et les pâturages des pistes de ski, des voies de service, des lignes de transport par câble, des gares de départ et d'arrivée des télécabines et des télésièges sont clairement visibles.

Aujourd'hui, le changement climatique, l'expérience de la pandémie, la croissance du travail sans bureau et la possibilité de travailler à distance, rendent la montagne de plus en plus attractive pour les séjours de moyenne et longue durée même en été. De plus, la pandémie elle-même a entraîné un essor du tourisme de bien-être et de forme physique qui trouve l'environnement le plus favorable dans la montagne avec ses pistes et ses espaces verts.

Alors si, jusqu'à récemment, la montagne était peu fréquentée en été, nous sommes aujourd'hui aux portes d'une redécouverte de l'été qui n'est plus monopolisé par la plage et les baignades en mer.

L'explosion du trekking, du VTT (également en version assistée pour les personnes âgées et pour ceux qui sont peu entraînés) ou encore le simple séjour en présence de superbes vues et d'un green reposant, vont de pair avec la demande de nourriture et vin.

L'été à la montagne s'accompagne de la consommation de produits locaux à leurs vallées.

Mais dans ces cas là, il reste encore beaucoup à faire pour allier de bonnes compétences en cuisine (souvent familiale) à une bonne capacité à accueillir les clients, à valoriser leurs plats et leurs locaux.



Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale





Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



3. Objectifs du projet

Dans l'ensemble, le projet Turismo del Gusto visait à développer l'économie des territoires italiens et français concernés en se concentrant sur trois axes stratégiques pour le tourisme œnogastronomique : favoriser la consolidation des produits typiques ; améliorer la réception ; accroître la connaissance de la région par les touristes.

Faire grandir l'identité



L'identité du territoire passe aussi par son alimentation : des produits agricoles adaptés aux conditions climatiques et pédologiques du territoire et leur élaboration gastronomique.

Le tourisme œnogastronomique recherche les caractéristiques typiques des lieux et des productions agricoles qui ont façonné ces lieux. L'œnotouriste veut visiter un territoire, comprendre comment il a été transformé par l'agriculture puis compléter l'immersion de l'esprit des lieux en dégustant les plats typiques.

La voie est donc celle de la valorisation du patrimoine gastronomique d'excellence qui, dans les zones couvertes par le projet, est peu varié et limité à quelques produits appartenant majoritairement à la filière laitière.



Meilleure qualité de réception

Le projet s'est concentré sur le renforcement des compétences des opérateurs du secteur de la restauration et de l'hôtellerie. La saisonnalité avec laquelle les employés sont embauchés et l'extrême mobilité typique des entreprises touristiques génèrent un faible attachement au territoire et une connaissance insuffisante des traditions et des caractéristiques des produits alimentaires et viticoles.

Également importante est la comparaison sur la définition de critères de qualité dans l'hospitalité qui ne se limitent pas seulement aux règles de base de l'hôtel mais qui englobent la capacité de faire apprécier aux clients les caractéristiques typiques de la région.

Une meilleure connaissance du territoire par les touristes

Le marché de l'œnotourisme ne s'adresse à un territoire que si l'on connaît ses spécificités. La promotion doit viser à diffuser la connaissance des caractéristiques historiques, artistiques, naturalistes et culturelles d'un territoire toujours accompagnée de la connaissance du patrimoine œnogastronomique local. Pour les territoires impliqués dans le projet, la limite actuelle réside dans la connaissance généralisée des stations de ski individuelles mais pas des territoires restants non touchés par le tourisme de ski.



Actions de terrain et réalisations

Le Consortium Formation, Innovation et Qualité - **CFIQ** a poursuivi activement sa collaboration avec le chef de file et les autres partenaires du projet au cours des derniers mois.

Le **CFIQ** a réalisé les activités de :

- formation des professionnels de la restauration et de l'hôtellerie

l'hôtellerie, les étudiants des formations professionnelles du secteur tourisme-hôtellerie, formateurs et enseignants de ce même secteur sur le territoire transfrontalier.

- création de produits pédagogiques multimédias

- création du catalogue de formation intégré pérenne disponible au lien suivant :

<https://catalogo.turismodelgusto.consorziofiq.it/index.php/>

Les activités et produits précités concernent les thèmes suivants :

- Tourisme durable et indicateurs de qualité au niveau européen

- Ateliers de cuisine et d'expérimentation des excellences locales et locales techniques de cuisine traditionnelle et montagnarde

- Marketing et multimédia des produits du terroir et tradition gastronomique de la montagne





Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



Réalisations (sortie)

Une collection de recettes a été créée pour encourager l'utilisation des produits typique du territoire montagneux de la Province de Turin, côté italien, et des départements de la Savoie et de la Haute-Savoie, côté français, ce qui était d'ailleurs l'un des principaux objectifs du projet Turismo del Gusto.

La collection contient 18 recettes liées à l'expérimentation des excellences locales et des techniques de cuisine traditionnelle et montagnarde, réalisées lors des activités de formation dispensées dans le cadre du projet Turismo del Gusto. Pour certaines recettes, le cas échéant, il est également possible de visionner la vidéo éducative avec toutes les étapes nécessaires à la préparation.

Il contient des propositions de cocktails sans alcool à préparer avec les produits de la zone de référence. De plus, en tant qu'analyse approfondie, il inclut les caractéristiques de certains vins possibles à combiner avec les produits.

<https://catalogo.turismodelgusto.consorziolfiq.it/tecniche-di-cucina/#video>

Renforcement de l'identité

Identification des produits locaux de qualité : réalisations (output)

39 produits typiques du territoire montagneux de la Province de Turin ont été collectés, du côté italien, et les départements de la Savoie et de la Haute-Savoie côté français, soulignant le lien fort historique-culturel et gastronomique parmi ces réalités.

L'intention était d'encourager le renforcement de l'identité et la valorisation du patrimoine culinaire le transfrontalier et l'innovation dans la gastronomie traditionnelle d'avenir, valorisant les produits agricoles et les savoir-faire locaux dans leur transformation par les restaurateurs.

L'objectif est de valoriser les produits typiques du territoire en offrant aux restaurateurs et formateurs un outil utile pour connaître, faire connaître et utiliser ces produits dans leurs activités et comment importants facteurs d'attraction du tourisme gastronomique. Enfin, nous voulons privilégier le nombre de structures qui

Inclure des produits gastronomiques locaux dans leurs menus.





Fiche produit

La liste des produits typiques sur lesquels générer de l'attractivité comprend : l'ancien maïs piémontais, le Pignoletto jaune et rouge, l'Ostenga, le Nostrano dell'Isola, le fil Otto blanc, jaune et rouge.

Crozets, carrés de pâte de 5 mm de côté, d'environ 2 mm d'épaisseur préparés avec de la farine de blé tendre et de la farine de sarrasin.

Miel des vallées alpines : flore alpine et miel avec une prédominance de châtaignier et de tilleul ; unifloral : châtaignier, rhododendron, tilleul.

Miel de haute montagne au nectar récolté dans les Alpes à plus de 1200 mètres d'altitude et produit exclusivement en été (principalement en juin et juillet).

Saras del fen, qui en dialecte signifie ricotta. La coutume d'envelopper ce produit laitier dans un foin de montagne particulier accompagne l'histoire de ce produit depuis ses origines et le nom "del Fèn" dérive de cette tradition vaudoise.

Le Beaufort au lait cru sous forme de meule à bord concave pesant de 20 à 70 kg. poids moyen en fin de maturation entre 40 et 45 kg., pâte lisse, sans ouvertures et couleur allant de l'ivoire au jaune paille, structure fondante sans être collante.

L'Abondance, fromage au lait cru, à pâte pressée mi-cuite, à parois concaves et à croûte lavée, d'une quarantaine de centimètres de diamètre et d'environ 7,5 cm de hauteur, pèse entre 7 et 12 kilos en fin d'affinage. Sa pâte doit être souple, fondante et non élastique. Il peut avoir quelques petites ouvertures régulièrement réparties.

Blu del Bonneval, fromage bleu au lait cru entier. Elle a la forme d'une "fourme" d'environ 2,5 kg, de 10 à 20 cm de haut et de 20 cm de diamètre avec un côté légèrement bombé, produite à Lanslebourg-Mont-Cenis,

Blu de Termignon, produit au lait de vache, à pâte pressée non cuite, dans une poignée de chalets d'alpage au cœur du parc national de la Vanoise.

Cevrin di Coazze, un fromage au lait cru crémeux et épicé, né de la nécessité d'utiliser un mélange de lait de vache et de chèvre (au moins 40%), trait dans les pâturages du printemps à l'automne. En fait, en dialecte piémontais, Cevrin signifie "chèvre".





Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



Chevrotin, pâte pressée non cuite à croûte lavée, recouverte en tout ou en partie d'une fine moisissure blanche après affinage. De forme cylindrique, de 9 à 12 cm de diamètre et de 3 à 4,5 cm de hauteur, d'un poids compris entre 250 et 350 grammes, il contient au moins 45 grammes de matière grasse pour 100 g de fromage.

Le Civrin della Val Chiusella, un fromage à pâte molle, caractérisé par une courte maturation, est produit exclusivement avec du lait de vache entier et cru. Il est probable qu'autrefois il était produit à partir de lait de chèvre d'où le terme « Civrin ».

https://catalogo.turismodelgusto.consorziiofiq.it/wp-content/uploads/2021/11/Catalogo-dei-Prodotti_TdG-5.pdf

Augmentation de la qualité

définition de standards communs de qualité de réception. Réalisations (sortie)

Carte de réception

La Charte Qualité Tourisme d'Accueil du Goût prend racine dans le projet Interreg transfrontalier Alcotra 2014-2020 Italie-France "Turismo del Gusto-Tourisme du Gout", impliquant les zones de montagne de la ville métropolitaine de Turin et des départements français de Savoie et Haute Savoie, et a proposé de valoriser le territoire transalpin d'un point de vue touristique par la diffusion des bonnes pratiques auprès des opérateurs du secteur, la formation des salariés à travaux, la structuration d'un dispositif d'offre coordonnée et la relance des actions de promotion et la communication.

La Charte Qualité Tourisme d'Accueil du Goût se configure comme un manifeste de valeurs décliné en actions concrètes à travers lesquelles les adhérents manifestent et concrétisent propre partage de ces valeurs fondatrices.

La Charte s'adresse à un public d'adhérents potentiels constitué d'établissements de restauration (de chaque type) et des installations d'hébergement (de tous types, mais qui comprennent au moins le petit déjeuner). En perspective, il sera possible d'imaginer une extension de la Charte qui ira à impliquer également d'autres types d'acteurs du secteur du tourisme.

Les adhérents potentiels à la Charte sont les établissements de restauration et d'hébergement, mais aussi les autres opérateurs touristiques. La Charte est axée sur la praticité et la facilité de mise en œuvre : la volonté des opérateurs individuels de changer certaines pratiques visant à une plus grande attention à la territorialité et à la typicité des produits, à la traçabilité et à la proximité de la chaîne d'approvisionnement, à la durabilité environnementale et sociale, à l'hospitalité « pour tout ».

Pour s'inscrire dans le circuit promotionnel de l'Accueil Touristique du Goût, les opérateurs s'engagent à reconnaître, partager, mettre en pratique et promouvoir un ensemble de valeurs fondamentales.

Les valeurs, expression des principes fondateurs de la Charte dans laquelle les voyageurs et l'ensemble du territoire se reconnaissent, se déclinent en deux macro-domaines : le goût et la qualité de l'accueil.

En ce qui concerne le goût, les principes fondamentaux sont : territorialité, typicité, qualité et saisonnalité, tandis qu'en ce qui concerne la qualité de l'hospitalité, les facteurs prioritaires sont : l'hospitalité, l'accessibilité, la durabilité environnementale et la durabilité sociale.

Ces valeurs donnent lieu à un ensemble d'actions concrètes qui expriment concrètement l'adhésion des opérateurs concernés aux principes fondateurs de la charte.



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



Augmentation de l'Offre

Conception de produits touristiques (Activité 4.4)

Les produits touristiques créés répondent à la nécessité d'accroître l'utilisation du tourisme de bien-être et de la culture en adéquation avec l'offre œnogastronomique.

Les itinéraires naturalistes et de randonnée identifiés par le projet sont :

Pont tibétain "Sergio Bompard", Aiguillettes des houches, Chemin des pierres blanches, Grand tour du Monviso, Tour de la flèche rouge, Via Ferrata Carlo Giorda à la Sacra di San Michele, Chemin d'Augusto Monti, Chemin des militaires, Tour des trois vallées, Rocca Candelera .

Un calendrier ad hoc d'événements gastronomiques et œnologiques a été créé. Les événements imaginés sont répétables dans le temps car économiquement pérennes.

Une promotion a été faite des structures d'hébergement qui ont rejoint le projet. Les installations sont situées dans les communes françaises et italiennes de Chambéry, Seyssel, Saint-Jean-de-Maurienne, Courchevel, Fillinges, Coise Saint Jean Pied Gauthier, Saint Julien en Genevois, Turin, Borgofranco d'Ivrea, Beinasco, Rosta, Settimo Vitton.

Les opérateurs de restauration qui ont rejoint le projet étaient : La table dlouz amis, Circolo borgata Granero, Ristorante della valle, Rifugio la Barrica, Gofree restaurant et pizzeria, Locanda di Casa Pautasso, Cantine Meana, Furnasa, La Sosta, Osteria La Mimosa , Il Ciabot , La Betulla, La Croix de Savoie, Les Balcons du lac, Les Cornettes, Auberge des Etroits, Auberge du Chaussy, Body Go Bistro, La Cabane, La p'tite Famille, L'Auberge des Turins, Le C2, Refuge l' Auberge de Bellecombe, Restaurant la Lodze, Refuge lo Tsamou, Refuge de l'Orgère.

Réalisation (sortie)

Montagne à la carte

tourisme du goût montagne à la carte

De juillet à septembre 2021, les vallées alpines de Turin et la vallée de la Maurienne ont fait connaître la cuisine de montagne avec ses produits typiques.

https://www.turismodelgusto.eu/uploads/LayoutWEPagine/TdG%20-%20calendario_esec_web.pdf



Interreg ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



Les saveurs des montagnes voyagent sur gustoTram

Entre octobre et novembre 2021, à bord du GTT GustoTram, pour découvrir la cuisine des vallées alpines en ville.

Les 8 diners gastronomiques ont eu lieu à l'occasion de l'initiative "Montagne à la carte", l'une des actions de Turismo del Gusto / Tourisme du Goût, et avaient pour objectif la valorisation de l'identité historique et la promotion du territoire alpin en lien étroit avec l'histoire de la Maison de Savoie.

Pranzo con vista sulle Alpi?
Da luglio a settembre le Valli alpine torinesi e la Valle della Maurienne ti aspettano per farti conoscere la **cucina alpina**.

Déjeuner avec vue sur les Alpes ?
De juillet à septembre les vallées alpines turinoises et la Vallée de la Maurienne vous attendent pour vous initier à la **cuisine alpine**.

I sapori di montagna viaggiano sul Gustotram
8 cene a Torino
tutti i sabati di ottobre e novembre
per scoprire in città
la cucina delle valli alpine.

Parmi les ingrédients :

des produits typiques tels que des fromages de montagne, des herbes alpines, des pommes de terre de montagne, du miel et bien plus encore accompagnés des vins de la Route Royale des vins de Turin.



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA



4. Activités de communication

La communication du projet a été divisée selon les activités suivantes :

- événement de lancement et de clôture
- plan de communication
- réalisation (sortie)
- bulletin
- publier sur les réseaux sociaux
- Communiqués de presse

1. Le projet TDG a été présenté avec un événement de lancement le 17 avril 2018 en Italie au CFIQ de Pinerolo, siège de l'institut hôtelier Il Germoglio, en présence des partenaires italiens et français, des autorités locales avec la présentation de un échange de bonnes pratiques entre les chefs des territoires impliqués dans le projet.



La soirée de clôture s'est déroulée en France, à l'hôtel La Maison Rouge de Chambéry le 15 décembre 2021, en présence des partenaires français, autorités, restaurateurs et étudiants du CFIQ. Thème du jour : Le Projet Tourisme du Goût de la programmation aux réalisations.

2. Plan de communication

Le plan de communication a suivi dans son essence l'esprit coopératif du projet Transfrontalier dont il était une expression.

L'objectif principal était de renforcer et de valoriser l'identité du territoire alpin partagé par la France et l'Italie, auquel appartient un grand patrimoine historique, géographique et social.

L'activité de communication, forte de cet esprit, visait à faire connaître le projet Tourisme du Gout, la soi-disant notoriété, à travers deux sorties principales : la visibilité et le réseau.

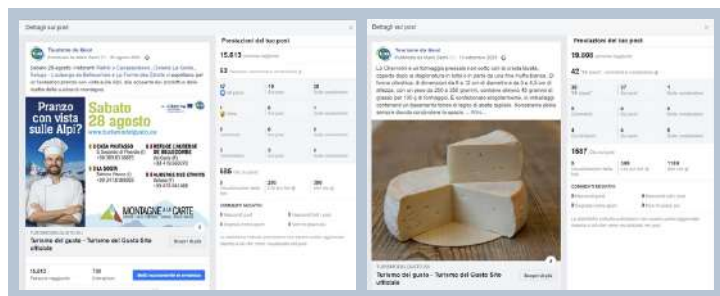
Communication institutionnelle et communication sociale ont toujours été menées en synergie afin de construire et de soutenir la valeur du projet Tourisme du Gout, en image et en substance.

Des newsletters périodiques ont été envoyées en fonction des moments les plus significatifs du projet, en s'appuyant sur une base de données d'utilisateurs des différents partenaires, sensibles au monde du tourisme, aux territoires intéressés par les institutionnels, au monde de la gastronomie et du vin.



La page Facebook a été ouverte dès le début du projet, suite au plan de communication, 2019 et 2020 ont vu la publication de posts institutionnels, qui présentaient les partenaires et le démarrage du projet.

Plus de 130 posts publiés en 2021 sur Facebook. Les publications Facebook couvraient les sujets suivants :



- Présentation des événements liés au projet TDG (Montagne à la carte)
- Présentation des structures qui ont accueilli des déjeuners et des diners avec des produits typiques
- Certaines publications ont été sponsorisées pour augmenter la couverture et donc intercepter de nouveaux utilisateurs potentiels (par exemple la publication sur les diners GustoTram a atteint 13 770 personnes)

Communiqués de presse : Les communiqués de presse ont suivi l'avancement du projet, avec un accent particulier sur l'événement de lancement en avril 2018 et l'événement de clôture en décembre 2021, et ont été diffusés en Italie et en France. De plus, en collaboration avec les partenaires individuels, des communiqués de presse ont été planifiés et lancés au fur et à mesure des activités de formation et de promotion touristique.

Développement d'un portail d'information sur Internet

Dans le cadre du projet Taste Tourism, on a immédiatement émis l'hypothèse de la création d'un portail d'information internet illustrant le projet, les objectifs et les finalités ainsi que les activités réalisées, un portail utilisable facilement accompagné d'éléments photographiques et connecté aux réseaux sociaux.

Le site, développé par une société informatique de Bergame, a vu la création d'un site vitrine qui donnerait de la visibilité et identifierait le projet, dans le cadre du programme ALCOTRA, mettant en avant les partenaires institutionnels italiens et français. Une large place a été accordée aux activités menées au cours du projet par les partenaires individuels. Le site comportait également une grande section dédiée aux produits locaux, typiques des zones impliquées dans le projet, liées à des recettes typiques pouvant être réalisées avec les produits susmentionnés. Il y avait aussi une section dédiée au territoire, avec les principaux itinéraires et points d'intérêt.

L'objectif était la diffusion et la valorisation du projet. Deuxième objectif, augmenter la visibilité des entreprises de restauration et d'accueil impliquées dans le projet grâce à un outil leur permettant de valoriser leur activité, les plats et les produits locaux utilisés. Les résultats attendus : une amélioration significative de la visibilité des restaurants présents, la valorisation de la gastronomie et des vins des deux territoires et un outil d'accueil efficace pour les touristes. **Sortie :** <https://www.turismodelgusto.eu/index.cfm/it/>

Développement d'une plateforme de réservation en ligne

Tourism Alpméd et Fairbooking ont développé une plateforme de réservation d'activités d'hébergement pour promouvoir et valoriser les territoires. L'idée était un portail de réservation en direct pour créer un lien entre l'offre touristique de la montagne (hébergement et restauration) et les clients via Internet.

La société informatique a été choisie à la fois pour la création du portail Project, par Ascom Confcommercio Torino et Provincia, et pour le développement de la plateforme de réservation. L'objectif était de mobiliser les différentes parties du territoire impliquées autour de produits éco-touristiques et gastronomiques innovants, à commencer par des outils mis à disposition sur la communication des partenaires du projet.

Le projet a donc envisagé la construction d'une plate-forme bilingue, développée à l'aide d'un CMS (Content Management System) comme base où l'utilisateur peut accéder à la version de bureau et à la version mobile.

Sortie : <https://www.turismodelgusto.eu/index.cfm/it/dove-dormire/struttura/>



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



stampa Berrino Printer srl Società a Benefit
Finito di stampare nel mese di Dicembre 2021

