

SELEZIONE PUBBLICA PER TITOLI E COLLOQUIO PER IL CONFERIMENTO DI N. 1 ASSEGNO EARLY STAGE DI 24 MESI PER LO SVOLGIMENTO DI ATTIVITA' DI RICERCA AI SENSI DELL'ART. 22 DELLA LEGGE N. 240/2010 PRESSO IL DIPARTIMENTO DI LINGUE, LETTERATURE E CULTURE STRANIERE (SC 13/B2 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE - SSD SECS-P/08 - ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE (TIPO B) - CUP: F53C18000050006

bandito con Decreto del Rettore Rep. n. 83/2019 del 06.02.2019, pubblicato all'Albo di Ateneo il 06.02.2019

PROGETTO DI RICERCA

Il turismo enogastronomico: una analisi della domanda, dell'offerta e delle professioni del settore

Struttura di ricerca: Dipartimento di Lingue, letterature e culture straniere

Durata dell'assegno: 24 mesi

Area scientifica: 13 - Scienze economiche e statistiche

Settore concorsuale: 13/B2 - Economia e gestione delle imprese

Settore scientifico disciplinare: SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese

Responsabile scientifico: Prof.ssa Roberta Garibaldi

Obiettivo:

Il progetto mira ad approfondire la conoscenza del turismo enogastronomico e delle dinamiche in essere, in termini di: i) segmentazione del mercato e dei turisti; ii) misurazione e analisi dell'offerta esistente. Un particolare enfasi verrà inoltre posta sulle professioni emergenti, anche attraverso la partecipazione a progetti di ricerca applicati.

Definizione dell'ambito della ricerca:

Il turismo enogastronomico è uno dei segmenti più dinamici e a maggiore crescita degli ultimi anni. Tanto che oggi non è più considerato un mercato di nicchia ma ha assunto una propria centralità, data dal crescente numero di turisti che ricerca esperienze enogastronomiche nel corso del viaggio. Le destinazioni e gli operatori del settore sono sempre più attenti a proporre un'offerta che possa soddisfare le richieste di questi viaggiatori del cibo.

Il turismo enogastronomico non è tuttavia un segmento di mercato omogeneo, ma presenta al suo interno differenti sfumature in termini di motivazioni, attitudini e comportamento in vacanza. Una maggiore comprensione di chi sono questi turisti, di cosa cercano e fanno appare rilevante per gli operatori - turistici e non - che per le stesse destinazioni. In aggiunta, si tratta di un settore trasversale che racchiude al suo interno operatori sia del comparto turistico che produttivo. Data la rilevanza dal punto di vista anche economico per le singole destinazioni, appare importante giungere all'identificazione di indicatori che possano quantificare l'offerta.

Un ulteriore tema della ricerca, strettamente legato ai precedenti, sono le nuove professioni. Lo sviluppo di questa forma di turismo crea nuove esperienze ed opportunità, ma al contempo richiede professionalità e competenze in grado di soddisfare le esigenze della domanda. Identificare le nuove professioni e le nuove modalità di lavoro appare quindi importante per stimolare lo sviluppo di questo turismo.

Descrizione del progetto:

L'assegnista avrà dunque l'onere di svolgere una analisi del turismo enogastronomico, della domanda, dell'offerta e delle nuove professioni partendo dalla letteratura di riferimento e strutturando indagini più approfondite. Nello specifico:

- i) Sarà approfondita la conoscenza del profilo del turista italiano, per determinarne i differenti profili e pattern di comportamento;
- ii) Sarà analizzata l'offerta ai fini di una strutturazione di un set di indicatori per una sua misurazione;
- iii) Infine, verranno svolte indagini per sulle nuove professioni.

L'assegnista avrà, inoltre, modo di inserirsi nel team del progetto Income Tourism (finanziato dalla Unione Europea, Erasmus +, E+ KA2: Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances). Alla fine dei 3 anni di progetto (2018-2020) il progetto ha la possibilità di concretizzare un nuovo percorso didattico, testato attraverso un pilot test, volto a formare sulle soft skill, attraverso un processo di cooperazione e co-lavoro non solo con i partner europei, ma anche con diverse imprese italiane, al fine di fare convergere le esigenze del settore formazione e del settore lavoro.

Parole chiave:

Turismo, competenze trasversali, formazione, gastronomia, accademia

Approccio metodologico

Lo studio si basa su una corposa letteratura, in evidente evoluzione.

Il metodo combina metodologie qualitative e quantitative al fine del reperimento delle evidenze utili agli obiettivi dello studio.

Tempi di realizzazione e calendario delle attività:

Una prima fase verrà dedicata allo studio e ricerca bibliografica (2 mesi); a seguire la raccolta dati e connesse analisi qualitative e quantitative (8 mesi); interpretazione, discussione dei dati e restituzione (10 mesi); si chiude il progetto con momenti di presentazione dei risultati (conferenze, paper, riviste, ..) (4 mesi).

Originalità e ricaduta sull'avanzamento della conoscenza:

Il progetto intende anzitutto fornire un contributo significativo agli studi sul tema del turismo enogastronomico, in un contesto internazionale e transdisciplinare, contribuendo alla configurazione di nuovi contenuti e approcci nonché individuando nuovi casi studio e problematiche. Inoltre, gli output dell'indagine potranno sollecitare nuove riflessioni e nuove prospettive sull'oggetto.

Iniziale bibliografia di riferimento

- Boix, D., Capone, F. (2005). "Sources of competitiveness in tourist local systems", paper presented at 45th Congress of the European Regional Sciences Association, Amsterdam, 23-27 August.
- Cohen, E. (1979). "A phenomenology of tourist experiences", *Sociology*, 12, pp.179-202.
- Giappichelli, Torino, pp. 41-53. Du Rand G.E., Heath E. (2006), "Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing", *Current Issues in Tourism*, vol. 9, n.3, pp.206-234.
- Everett, S. (2016). *Food and Drink Tourism: Principles and Practice*. London: Sage.
- Garibaldi, R. (2018). *Primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano*. Bergamo: CELSB - Centro Editoriale Librario Studium Bergomense.
- Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism: Management, Development, Destinations*. Cognizant, New York.
- Getz D., Robinson R., Andresson T., Vujicc, S. (2014), *Foodies & Food Tourism*, Goodfellow Publishers Limited, Oxford.
- Hall, C.M. (2005). "Rural wine and food tourism cluster and network development", in D. Hall, I. Kirkpatrick and M. Mitchell (eds.), *Rural Tourism and Sustainable Business*, pp.149-164. Clevedon: Channel View Publications.
- Hjalager, A. and Corigliano, M.A. (2000). "Food for tourists - determinants of an image", *International Journal of Tourism Research*, 2, pp.281-93.
- Jaffe, E., Pasternak, H. (2004). "Developing wine trails as a tourist attraction in Israel", *International Journal of Tourism Research*, 6, pp. 237-249.
- Ooi, C-S. (2003). "Crafting tourism experiences: Managing the attention product", Paper presented at the 12th Nordic Symposium on Tourism and Hospitality Research, Stavanger, 2-5 October.
- Richards G. (2012), "Food and the tourism experiences: major findings and policy orientations", in OECD (eds.), *Food and the Tourism Experience*, pp.13-46. Paris: OECD.
- Richards G., Wilson J. (2006), "Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?", *Tourism Management*, vol.27, pp.1209-1223.
- Richards G., Hjalager A-M., 2011, *Tourism and Gastronomy*, Routledge Advances in Tourism, 1st Edition, Londra
- Richards G., Wilson J (2014). *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge
- Selwood, J. (2003). "The lure of food: Food as an attraction in destination marketing in Manitoba, Canada", in C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis and B. Cambourne, *Food Tourism around the World*, pp. 178-91. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Stone, M. J., Migacz, S. (2016). *The American Culinary Traveler: Profiles, Behaviors, & Attitudes*. Portland, OR: World Food Travel Association.

UNWTO-WORLD TOURISM ORGANIZATION (2012), Global Report on Food Tourism. Madrid: UNWTO.
UNWTO-WORLD TOURISM ORGANIZATION (2017), Second Global Report on Gastronomy Tourism. Madrid: UNWTO, Madrid.
Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.
Wagner, H. A. (2001). "Marrying food and travel ... culinary tourism", *Canada's Food News, Foodservice Insights*,