



www.tastagandia.com



INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO



Gandia cuenta con una tradición gastronómica de gran valor, rica y muy variada y con recetas tradicionales tan internacionales como la paella o la Fideuà.

La gastronomía propia es cada vez más un recurso de primer orden para el turismo. Su influencia en los viajes es una realidad. Constituye en la actualidad un segmento de oportunidad para la competitividad y el posicionamiento turístico, contribuyendo asimismo a la sostenibilidad y al desarrollo territorial, con importantes beneficios intersectoriales. Refuerza además la esencia y los valores del estilo de vida que nos identifica como destino.

A partir de esta realidad nace **TastaGandia**, proyecto promovido por el Ayuntamiento de **Gandia** que cuenta con el inestimable liderazgo del reconocido chef Michelin, Manuel Alonso, portavoz y comisario del mismo y la participación, esencial, de DestíSafor.

El proyecto tiene como máxima la puesta en valor de los recursos gastronómicos endógenos del territorio y la potenciación de la identidad culinaria del destino, mediante acciones de difusión, divulgación, promoción y marketing de la cultura gastronómica de nuestro territorio, sin olvidar la formación y cualificación de los profesionales para desarrollar todo el potencial de la gastronomía y posicionar **Gandia** como destino gastronómico de Excelencia.



TURISMO EXPERIENCIAL, PATRIMONIO GASTRONÓMICO Y TERRITORIO

El turismo gastronómico se basa en un concepto de conocer y aprender, comer, degustar, interactuar y disfrutar de la cultura gastronómica identificada con un territorio. No se puede hablar de turismo gastronómico sin hablar de la identidad culinaria del **territorio** como elemento de diferenciación. El territorio es el eje vertebral de la oferta gastronómica. Sus paisajes, cultura, productos, técnicas y platos definen la identidad culinaria del destino. Son la base y constituyen el ADN de las experiencias turísticas que se proponen al visitante.

El turista gastronómico actual demanda llegar hasta el origen, pide autenticidad e identidad, no sólo del producto agroalimentario sino del contexto social que lo envuelve. Le preocupan el origen de los productos, las técnicas culinarias y reconoce la gastronomía como medio de socialización.

Se trata también de un turista que consume por encima de la media, que exige y valora la autenticidad y que rechaza la uniformidad.



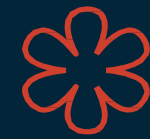
TURISMO GASTRONÓMICO COMO SEGMENTO DE MERCADO PER SE

La gastronomía del territorio y sus singularidades permiten influir de manera muy importante en la decisión del turista de viajar al destino en cuestión. Atraen a ese perfil de turista gastronómico que busca profundizar en la cultura gastronómica del territorio que visita. La gastronomía se ha convertido en uno de los principales motivos para viajar.

Según la OMT, en la motivación del turista para elegir un destino, la experiencia gastronómica es hoy tan importante como visitar un museo, disfrutar de la música o admirar la arquitectura del lugar.

En el otro lado de la moneda, la reputación online de los destinos turísticos recae mucho sobre el sector restauración. Son claves en esta línea los niveles de satisfacción de la experiencia en diferentes dimensiones como servicio, precio, ambiente, calidad de la comida.

Así, la gastronomía ha pasado a ser un reclamo imprescindible para la diferenciación y la atracción del destino turístico, y **el turismo gastronómico se ha convertido en un segmento de mercado en sí mismo.**





TastaGandia

www.tastagandia.com



OBJETIVOS DEL PROYECTO

- ✓ Poner en marcha un plan de acciones con una visión compartida y consensuada entre los actores, que contribuya al posicionamiento del destino mediante la excelencia gastronómica.
- ✓ Impulsar el reconocimiento de la gastronomía local como patrimonio cultural: potenciar la identidad culinaria, los productos locales y la gastronomía propia del destino, fomentando el orgullo gastronómico local.
- ✓ Incentivar la recuperación, mantenimiento y puesta en valor del patrimonio gastronómico: la recuperación de razas o variedades autóctonas, recetas tradicionales, y paisajes productivos, estimulando la creación y desarrollo de productos y experiencias de turismo gastronómico asociados al potencial endógeno del destino.
- ✓ Fomentar la conexión entre productores, cocineros, comercios, consumidores, etc.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- ✓ Fomentar la figura de chefs como intérpretes y EMBAJADORES del territorio.
- ✓ Potenciar el aspecto más cultural de la gastronomía y su reflejo en la vida social y económica del territorio propiciando la inmersión de los turistas en la cultura gastronómica del lugar, haciéndoles partícipes de las costumbres locales, los mercados, las fiestas y eventos y el disfrute de la cultura gastronómica popular.
- ✓ Organizar actividades de dinamización del sector: concursos de cocina, jornadas gastronómicas, premios, eventos y actividades singulares que contribuyan a atraer turistas al territorio, valoricen la cultura gastronómica local y ayuden a desestacionalizar.
- ✓ Desarrollar y promover acciones formativas de conocimiento del producto local, técnicas de marketing y comercialización, gestión, organizar foros, encuentros de reflexión y networking, etc.,



www.tastagandia.com



CONTRIBUCIONES DESTACABLES DEL PROYECTO

1. Potenciación del turismo gastronómico como herramienta de sostenibilidad y contribución a los ODS's, Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030, Naciones Unidas y Código Ético Mundial del Turismo de la OMT).

A destacar en este aspecto:

1.1 Las interrelaciones de la alimentación y la gastronomía con la cultura, la biodiversidad y el paisaje, la salud y el bienestar, la ciencia y tecnología y la educación.

1.2. Fomento del respeto a la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio cultural y valores tradicionales construidos y vivos.

1.3. Contribuye a un turismo y a una gastronomía sostenible mediante la promoción de los productos locales y de proximidad.

1.4 Incide directamente en la salud y el bienestar de la población mediante la promoción de la dieta mediterránea y la cocina saludable.

1.5 Favorece la puesta en valor de los oficios tradicionales y artesanos, así como los vinculados a la pesca, y a la agricultura, como vía de conservación del patrimonio cultural y etnográfico, parte de la identidad de cada territorio, que además tienen un alto potencial de creación de empleo y de riqueza .

CONTRIBUCIONES DESTACABLES DEL PROYECTO

2. Puesta en valor de todos los agentes de La cadena de valor.

La gastronomía no se ciñe a un plato, sino que para llegar a él se ha construido una cadena de valor que incluye a los productores del sector primario y secundario, las empresas del sector terciario, restaurantes, alojamiento, comercio especializado, las empresas de actividades y servicios gastronómicos como talleres de cocina, escuelas de cata, escuelas de cocina y hostelería, los mercados, las lonjas, las ferias, fiestas y eventos y por supuesto los recursos naturales y culturales.

3. Beneficio común mediante el esfuerzo colectivo.

El turismo gastronómico empodera a todos aquellos que configuran la cadena de valor gastronómica, especialmente a las comunidades locales y también a los profesionales en su calidad de embajadores e intérpretes del territorio, gracias al trabajo en una misma dirección y con una visión compartida y consensuada, generando relaciones de beneficio mutuo.

4. Reputación de los destinos.

Hoy en día la reputación online de los destinos turísticos recae mucho sobre el sector restauración. Son claves en esta línea los niveles de satisfacción de la experiencia en diferentes dimensiones como servicio, precio, ambiente, calidad de la comida.

Acciones del proyecto

Acciones de Divulgación y promoción de la Cultura gastronómica

- _ Entrevistas con chefs de prestigio nacional e internacional
- _ Show cookings con recetas y productos locales con la participación de DestíSafor dirigidas a RRSS i MMCC especializados.
- _ Artículos y publicaciones en RRSS i MMCC especializados.
- _ Exhibiciones/show cookings en lugares singulares que pongan en valor tanto nuestro paisaje como nuestro patrimonio histórico, cultural y arquitectónico.

Acciones de Formación

Acciones formativas de conocimiento del producto local, técnicas de marketing y comercialización, etc.

- _ Coaching de restaurantes con Destí Safor
- _ Master class para las Escuelas de hostelería nacionales
- _ Master class para Escuelas de Hosteleria del Mediterráneo

Acciones del proyecto

Eventos

Organización de foros, congresos y eventos promocionales como concursos de cocina, jornadas y ferias gastronómicas, premios y reconocimientos

- _ Jornadas gastronómicas de la Berenjena rallada de Gandia
- _ Jornadas gastronómicas de la cigala
- _ Feria Gastronómica TastaGandia con motivo del Concurso Internacional Fideuà de Gandia



www.tastagandia.com

