

1. L'ENOGASTRONOMIA RISORSA DEL TERRITORIO

Oggi, il turismo enogastronomico si caratterizza sempre più come scoperta del territorio di produzione e non solo del prodotto: il riconoscimento qualitativo, dei cibi e delle bevande è legato alla loro geografia e alla loro storia, cioè, al legame territoriale che li distingue.

L'opportunità di attivare un corso di "Guida al turismo enogastronomico" è maturata dalla consapevolezza che le aree della Valdinievole, della Lucchesia e della Garfagnana, (bacino di utenza del nostro Istituto) formino un importante "giacimento enogastronomico", a scala regionale e nazionale, basato su prodotti tipici come il farro della Garfagnana, il lardo di Colonnata, il pane di Altopascio, i fagioli di Sorana, i vini di Montecarlo, l'olio della Lucchesia.

Ciascun prodotto è ottenuto grazie ad un'esperienza umana frutto di antiche conoscenze agronomiche tramandate da generazioni, di tecniche di lavorazione e di strumenti originali.

Il "giacimento enogastronomico" riflette dunque il territorio inteso come spazio, fisico, antropico e come insieme di valori socio culturali.

L'enogastronomia deve dunque essere considerata una significativa risorsa turistica per il territorio in quanto:

- a) la tradizione culinaria comunica e serve a recuperare usi prima dimenticati;
- b) la riscoperta delle radici di un prodotto alimentare, di un piatto culinario, contribuisce a costruire l'identità di un luogo e genera valore nel territorio.

L'immagine turistica della Lucchesia della Garfagnana e della Valdinievole promuove oggi l'abbinamento delle risorse artistico monumentali alla tradizione e alla qualità alimentare: è in grado così di attirare l'interesse dei viaggiatori e dei media italiani e stranieri.

2. LA DOMANDA FORMATIVA E LE ESPERIENZE REALIZZATE

La domanda formativa di un corso di questo genere proviene dalle strutture turistiche della zona, tradizionalmente meta privilegiata dei viaggi del gusto, e da un turismo enogastronomico che identifica il prodotto col territorio di pro-

duzione e tende ad integrarsi con le altre forme di turismo, in particolare quello culturale e naturalistico, e che richiede sempre più persone capaci di interpretare adeguatamente il nuovo ruolo di guida turistica.

Al termine del corso biennale di studi, gli sbocchi professionali preferenziali del Tecnico dei Servizi riguardano le attività delle agenzie di viaggio, delle aziende di promozione e produzione di servizi turistici, delle strutture ricettive.

Un progetto didattico per formare guide al turismo enogastronomico

3. IL PROFILO PROFESSIONALE DEGLI OPERATORI TURISTICI NELLE LINEE FORMATIVE DELL'ISTRUZIONE PROFESSIONALE

Le figure previste nei piani curriculari dell'indirizzo turistico dell'Istruzione Professionale sono quelle dell'Operatore dell'Impresa Turistica (al termine del terzo anno), e quella del Tecnico dei Servizi Turistici (al termine del quinto anno). L'Operatore dell'Impresa Turistica è un soggetto professionale preparato a confrontarsi con le mutevoli esigenze della domanda turistica. Il suo profilo professionale prevede che affianchi e coadiuvi gli operatori del settore nella gestione delle diverse attività turistiche; per svolgere questo compito deve acquisire le seguenti competenze fondamentali: a) saper erogare adeguatamente un servizio ad un potenziale cliente in modo professionale; b) saper fornire esaurienti informazioni turistiche relative al territorio; c) saper proporre un pacchetto viaggio; d) saper elaborare un itinerario di visita ad una città d'arte o a un territorio.

Il profilo professionale del Tecnico dei Servizi Turistici richiede competenze più complesse, finalizzate alla gestione autonoma, flessibile e responsabile delle attività delle imprese turistiche e ricettive, alla progettazione di servizi turistici, alla strutturazione di programmi di viaggio tematici e/o personalizzati, alla valorizzazione di prodotti turistici da immettere sul mercato.

4. IL CONTESTO ISTITUZIONALE

Il contesto socioeconomico attuale è caratterizzato da un'evoluzione assai veloce che richiede da parte delle imprese di ogni settore e dimensione un'accurata capacità di adeguarsi ai cambiamenti e un'elevata flessibilità nella gestione dei flussi operativi. Tutto si svolge, ormai, all'insegna del *just in time*, secondo un principio che prevede la capacità di fornire al cliente, chiunque esso sia, il prodotto che richiede col minimo preavviso. In questa prospettiva, il settore turistico appare quello interessato in misura più rilevante che in altri settori da un simile fenomeno.

5. LA TIPOLOGIA DEL CORSO E LE ESIGENZE DEL MERCATO TURISTICO ITALIANO

Anche il tradizionale mestiere di guida turistica assume una dimensione tutta nuova. Caduti, nella vigente legislazione regionale, tutti i vincoli di un tempo che vedevano la guida turistica radicata al territorio di un solo comune, oggi tale figura professionale deve essere in grado di far fronte alla domanda del mercato dell'intera regione Toscana, dovunque abbia luogo la sua preparazione; per questo l'attività di 3ª Area di professionalizzazione deve porre una simile professionalità ai primi posti fra le possibili figure da prevedere.

La legge in vigore riserva in via esclusi-

va alla Regione Toscana e ai suoi corsi di formazione il compito di formare e omologare le guide professioniste, mentre il titolo di istituto professionale a indirizzo turistico dà di per sé accesso all'esercizio della professione di assistente turistico (un tempo definito corriere accompagnatore). Fra queste due figure è indispensabile prevederne pertanto una intermedia che possa servire da un lato a integrare e completare la preparazione propria dell'assistente turistico, dall'altro a preparare adeguatamente i candidati alla professione di guida consentendo loro di acquisire crediti spendibili sia per l'accesso ai corsi che alla loro frequenza.

Tra le nuove motivazioni di viaggio del mercato turistico italiano, in questi ultimi anni sta prendendo sempre più quota la tradizione culinaria: la cultura enogastronomia viene oggi intesa come testimonianza autentica e identificativa di molti territori.

Grazie alla programmazione televisiva e alla diffusione di riviste specializzate, la spinta allo spostamento turistico è spesso dettata dalla ricerca del prodotto alimentare o del piatto tradizionale o tipicamente locale, che come tale acquista una sua importanza in quanto manifestazione della cultura materiale di uno specifico territorio.

Una guida turistica non può dunque non avere requisiti e competenze riguardanti le risorse enogastronomiche del territorio.

Oggi, il turismo enogastronomico si caratterizza sempre più come scoperta del territorio di produzione e non solo del prodotto: il riconoscimento qualitativo, dei cibi e delle bevande è legato alla loro geografia e alla loro storia, cioè, al legame territoriale che li distingue.

Le modalità dell'offerta enogastronomia attuale si caratterizzano per la ricerca della qualità attraverso:

- l'istituzione delle Strade dei Vini e dei Sapori, a garanzia della specificità e della tipicità delle produzioni;
- la maggiore attenzione alla qualità dell'accoglienza e alla garanzia della tipicità dei prodotti;

Coerentemente con l'esigenza di qualità dell'offerta del turismo enogastronomico viene dunque organizzato questo corso.

6. IL PROFILO PROFESSIONALE

6.1. Il contesto organizzativo

Il contesto in cui opera la figura professionale è quello delle agenzie turistiche *incoming*, degli operatori specializzati in attività legate al turismo enogastronomico, delle nuove attività e imprese nel campo turistico nel contesto locale e regionale per la

realizzazione e gestione di attività agrituristiche, degli enti locali nella prospettiva del potenziamento delle proprie attività ed iniziative nell'ambito della valorizzazione delle risorse enogastronomiche (manifestazione, convegni, fiere).

In particolare, in relazione alle più recenti tendenze del mercato dei viaggi di istruzione, la guida al turismo scolastico internazionale è in grado di operare secondo le linee del turismo scolastico "responsabile", in coerenza con i principi dell'incontro tra culture, dell'equo ritorno economico per le comunità locali, della valorizzazione turistica della diversità biologica e culturale.

6.2. L'attività di ruolo

Il ruolo assunto dalla figura professionale che viene formata è quello tipico della guida turistica libero professionista corredato delle risorse professionali aggiuntive richieste dal particolare target della clientela.

6.3. Le risorse professionali

Alla fine del corso l'allievo è in grado di:

- operare con sicurezza con gli strumenti bibliografici e informatici di base necessari per acquisire e utilizzare conoscenze culturali e relazionali specifiche proprie della guida turistica;
- conoscere e gestire con sicurezza gli strumenti cartacei (cataloghi) e informatici (siti Internet) attraverso i quali predisporre semplici pacchetti di turismo enogastronomico a partire dalla richiesta del cliente;
- predisporre, organizzare e illustrare itinerari tematici significativi del territorio dal punto di vista enogastronomico, rivolgendosi a un pubblico di media cultura;
- conoscere le caratteristiche dei più significativi prodotti alimentari e dei piatti della tradizione gastronomica locale;
- collegare i prodotti agroalimentari alla costruzione della identità culturale del territorio;
- condurre gruppi, provenienti anche dall'estero, attraverso i più significativi itinerari enogastronomici offrendo il servizio di guida in almeno tre lingue;
- predisporre, organizzare, assistere su richiesta del cliente attività escursionistiche verso le aree di produzione enogastronomica del territorio, suggerendo e indicando i principali produttori;
- indicare, proporre e predisporre itinerari a tema concernenti le risorse naturali e culturali del territorio;
- in strutture agrituristiche, predisporre e organizzare attività escursionistiche e di accoglienza.

6.4. L'ambito relazionale

Nella sua attività ordinaria la figura professionale che esce dal corso si relaziona:

- dal lato cliente sia con la clientela indivi-

duale che istituzionale per l'espletamento delle mansioni sopra indicate;

- dal lato aziende con i quadri intermedi e i responsabili di strutture e imprese fornitrici di servizi necessari alla realizzazione dei prodotti richiesti dalla particolare clientela, in una prospettiva di attività libero professionale.

7. PREREQUISITI

7.1. Requisiti di partecipazione

Iscrizione all'Istituto organizzatore e promozione alla classe V; possesso di diploma di scuola media superiore e inserimento lavorativo in aziende del ramo; esperienza lavorativa in aziende del ramo di almeno tre anni in assenza del diploma di scuola media superiore.

7.2. Conoscenze e competenze in ingresso

Conoscenze e competenze equivalenti al diploma di III anno di Istituto professionale per i servizi turistici ed alberghieri.

8. STRUTTURA MODULARE DELL'ANNO DI CORSO

8.1. Filoni tematici

- Lingue straniere (spagnolo, inglese, francese, tedesco);
- Elementi di storia delle tradizioni e delle architetture religiose del territorio;
- Elementi di storia dell'arte, con particolare riguardo alla Toscana;
- Geografia del paesaggio storico-culturale;
- Geografia del turismo scolastico in Italia;
- Elementi di storia politica, istituzionale e delle tradizioni culturali del territorio;
- Elementi di legislazione turistica con particolare riguardo alle Agenzie di Promozione turistica, alle imprese di accoglienza turistica e all'esercizio della libera professione.

8.2. Descrizione sintetica dei moduli formativi

- Conversazione situazionale in lingua inglese (20 ore);
- Conversazione situazionale in lingua tedesca (20 ore);
- Conversazione situazionale in lingua francese (20 ore);
- Conversazione situazionale in lingua spagnola (40 ore);

La didattica delle lingue avrà come riferimento situazioni operative relative all'accoglienza in strutture agrituristiche, l'illustrazione di itinerari enogastronomici, la descrizione di piatti e ricette

- Elementi di tecnologia della produzione

vinicola (6 ore)

- Nuove tecnologie applicate alla promozione del turismo enogastronomico (10 ore)

Analisi dei riferimenti legati al turismo enogastronomico nei siti internet di promozione turistica

- Il turismo enogastronomico e gli itinerari enogastronomici (10 ore)

Analisi delle caratteristiche dell'offerta del turismo enogastronomico. Lezione sul terreno: "la strada del vino di Montecarlo e delle colline lucchesi"

- Elementi di storia della cultura enogastronomica del territorio (6 ore)

Illustrazione delle culture e dell'uso del territorio all'origine dei piatti della tradizione culinaria della Lucchesia, della Garfagnana e della Valdinievole

- I vini del territorio. Visita ad un produttore del vino di Montecarlo e degustazione (3 ore)

- L'accoglienza agrituristica. Visita ad una struttura agrituristica (3 ore)

- I prodotti agroalimentari tipici. Il farro. I fagioli di Sorana. I dolci. Spiegazioni di un ristoratore. Degustazione (3 ore)

- Gli oli del territorio. Visita ad un frantoio e degustazione (3 ore)

- I prodotti agroalimentari tipici: il pane toscano. Visita ad un panificio e degustazione (3 ore)

Ore totali per alunno: 130.

9. VERIFICHE E VALUTAZIONE

9.1. Verifiche in ingresso e durante il corso

Sia in ingresso che durante il corso i contenuti impartiti sono verificati dai singoli docenti.

9.2. Verifiche finali (esami)

La preparazione conseguita è verificata nel corso di un esame teorico-pratico tenuto da apposita commissione di esperti nominata dal capo d'istituto, sulla scorta dei risultati della quale verrà rilasciato il diploma finale.

10. RISORSE

Le risorse logistiche e strumentali sono fornite dall'Istituto organizzatore.

Le risorse umane sono reperite ricorrendo alle professionalità interne all'Istituto organizzatore e a professionalità esterne ormai consolidate ed acquisite da anni.

Pescia, Istituto Professionale di Stato per i Servizi Commerciali e Turistici "Jean-Charles Sismondi"; Sezione Toscana.

XV Festival Internazionale di Geografia "Nutrire gli uomini, nutrire il mondo"

Saint-Dié-des-Vosges, 30 settembre - 4 ottobre 2004

PAESE INVITATO: GIORDANIA

Il XV Festival Internazionale di Geografia (FIG) di Saint-Dié-des-Vosges, che si è svolto dal 30 settembre al 4 ottobre 2004, ha richiamato oltre 40.000 visitatori - studiosi, insegnanti, rappresentanti politici, associazioni, media, gente comune - confermandosi tra le maggiori iniziative mondiali dedicate alla geografia. Ciò che rende particolare questo evento, contribuendo al suo successo di pubblico, è la scelta di trattare tematiche geografiche in maniera trasversale, coniugando differenti approcci scientifici ed operativi e dando spazio alle più diverse iniziative di comunicazione: conferenze, dibattiti, *cafés géographiques*, esposizioni, dimostrazioni, percorsi pedagogici, spettacoli, organizzati nell'intero spazio cittadino in uno spirito e con modalità non accademiche. Saint-Dié-des-Vosges si vanta di essere un'antica capitale della geografia e "Marraine d'Amérique", poiché qui nel 1507 per la prima volta il termine «America» fu impresso su una carta geografica raffigurante il Nuovo Mondo. Il FIG, che dal 1990 vi si tiene, si divide solitamente in due sezioni: un'area tematica (nel 2004 l'alimentazione) e una sezione territoriale, destinata alla conoscenza a 360° di un Paese invitato alla *meeting*: questa volta la Giordania. "Nourrir les hommes, nourrir le monde: les géographes se mettent à table" era il titolo del XV FIG, indicazione di un campo di interesse assai vasto e, in realtà, solo a prezzo di grossolana schematizzazione si può dire che un doppio filo conduttore ha attraversato i numerosissimi interventi: il rapporto tra alimentazione e cultura territoriale locale e il problema della fame cronica che affligge vasta parte del mondo, questioni tratteggiate con gran-

de ricchezza di analisi e spunti di riflessione.

Nell'inaugurare il Festival, Christian Pierret, geografo e Presidente-fondatore del FIG, ha ricordato che, nella lunga marcia dell'umanità, il modo in cui un popolo ha imparato a produrre il proprio sostentamento connota fortemente i rapporti che esso intrattiene con l'ambiente naturale e con gli altri popoli, la guerra e la pace vi hanno spesso trovato un'origine. "Se nourrir est une des quêtes essentielles 'du vivre ensemble sur notre planète et définit le cadre des grandes problèmes économiques et sociaux, fondés sur l'échange avec l'Autre'".

A seguire, riflessioni in tema di gastronomia intesa come particolarità del territorio e fondamento di identità locale, ma anche preoccupazione per l'uniformità e la perdita di gusto provocate da una mondializzazione impersonale e aggressiva ("Nous apprécions le métissage, nous abhorrons la vulgarité de l'homogénéisation impersonnelle de la cuisine", aveva detto Pierret), il problema della sicurezza alimentare e della tracciabilità dei prodotti, i nuovi rischi sanitari e ambientali connessi alle coltivazioni e all'allevamento industriale e a quelli della manipolazione genetica.

Riguardo all'altro filone, la sottoalimentazione, questione intorno alla quale si giocano non solo la sopravvivenza di intere comunità ma anche i rapporti Nord-Sud e l'equilibrio ambientale del pianeta, dopo la relazione di Jean-Paul Charvet, vari contributi hanno evidenziato

le condizioni produttive, le pratiche alimentari, gli aspetti culturali, materiali e politici che interagiscono a determinare situazioni regionali di alimentazione quantitativamente e qualitativamente deficitarie.

La dichiarazione finale dei geografi, al termine del FIG, ha inteso rispondere a tutta l'area delle problematiche e degli interrogativi sollevati, individuando 4 aree di attività, di politiche e di studi: *educazione/formazione*, intesa come educazione alla produzione alimentare, al gusto, a ciò che favorisce la qualità della vita e la salute pubblica; *solidarietà/rispetto*: un richiamo a più equi rapporti nord-sud e tra classi sociali, per mettere fine alle crisi alimentari e alle disparità nutrizionali; *prevenzione/precauzione*: i principi europei a garanzia di sviluppo agricolo durevole e di qualità; *qualità/biodiversità*: il mantenimento della biodiversità, per preservare la ricchezza del nostro pianeta.

L'appuntamento è per l'anno prossimo, alla XVI edizione del FIG, dal 29 settembre al 2 ottobre, sul tema "Le monde en réseaux: lieux visibles, liens invisibles". Sarà presieduto da Boris Cyrulnik e il Paese invitato sarà l'Italia, con Adalberto Vallega, presidente dell'UGI, come invitato d'onore.

Napoli, Dottorato di ricerca in Geopolitica e Geoeconomia dell'Università "Federico II"; Sezione Campania

XVI Festival Internazionale di Geografia

Saint-Dié-des-Vosges, 29 settembre - 2 ottobre 2005

PAESE INVITATO: ITALIA

L'Italia sarà responsabile di buona parte degli eventi scientifici, delle attività espositive e di quant'altro potrà veicolare l'immagine del nostro Paese e della disciplina geografica presso un pubblico assai vasto nel Festival di Saint-Dié-des-Vosges (29 settembre - 2 ottobre 2005) che si può considerare la più importante iniziativa mondiale nel campo della geografia.

L'iniziativa coinvolge tutti i sodalizi geografici italiani coordinati dal prof. Sergio Conti dell'Università di Torino. La prima riunione - alla quale ha partecipato il Presidente nazionale Cino De Vecchis - si è tenuta il 4 dicembre 2003 a Roma presso la sede delle Società Geografica Italiana.

Nei prossimi numeri della Rivista e sul sito <www.aiig.it> daremo ogni informazione sull'evento e sulle modalità di partecipazione a tale iniziativa.

Per ulteriori informazioni consultate il sito <http://fig-st-die.education.fr>.