

TURISMUL GASTRONOMIC - MIJLOC DE PROMOVARE A OSPITALITĂȚII ȘI TRADIȚIILOR CULINARE DIN REPUBLICA MOLDOVA

TABUNȘCIC Olga

Departamentul "Turism, Comerț și Alimentație Publică", Facultatea Business și
Adminstrarea Afacerilor, Academia de Studii Economice, Chișinău,
Republica Moldova
e-mail: tabunscic.olga@ase.md

Abstract: This article presents several aspects related to gastronomic tourism and its importance in the promotion and valorization of gastronomic customs and traditions in the Republic of Moldova. Several definitions of this concept are analyzed, the goals are described, and it is concluded that gastronomic tourism is a form of tourism whose purpose is familiarization with local culinary customs and traditions, the peculiarities of food preparation, but also the training and increasing the level of professional knowledge in the culinary field. The types of gastronomic tourism that may be relevant for the market of tourist services in the country are identified. It is argued that for the Republic of Moldova, culinary tourism can become a powerful marketing tool, a means of promotion for certain areas, due to the fact that some foods can serve as the primary reason and impetus to visit certain localities, and all these contribute to individualization and formation a brand image of certain localities. The SWOT analysis of gastronomic tourism in the Republic of Moldova is presented, and based on theoretical approaches, the types of gastronomic tourism are identified and exposed, the development of which will be relevant for the formation of competitive gastronomic tourism products in the Republic of Moldova.

Keywords: *culinary tourism, local food, culinary traditions, tourist routes.*

1. INTRODUCERE

În ultimii ani, au apărut noi tendințe în preferințele turiștilor, asociate cu personificarea unui produs turistic și dorința unui călător modern de a obține o experiență unică într-o călătorie, de a cunoaște viața comunității locale, obiceiurile și tradițiile, inclusiv cele culinare. Iar turismul gastronomic vine în întâmpinarea tendințelor moderne privind dezvoltarea cererii ca tip de călătorie în care turistul cunoaște țări, regiuni și popoare prin bucătăria lor, dobândind o experiență unică.

Experiența culinară a ajuns definitorie pentru cei care caută senzații

gustative memorabile, care au o cultură a mâncării și a degustării unor băuturi (vin, rachiu, țuică, divin). Vacanțele “gourmet” reprezintă cele mai bune ocazii pentru descoperirea de noi feluri tradiționale de mâncare și sortimente de băuturi, dar și felul de asociere a acestora pentru a pune în evidență calitățile vinului și invers. Republica Moldova prezintă un potențial turistic gastronomic enorm care este o direcție de diversificare a produsului turistic, o modalitate de a dezvolta atractivitatea și de a atrage excursii repetate, în orice perioadă a anului. Reiterăm faptul, că turismul gastronomic este o direcție care poate îmbina eficient turismul cultural, educațional, rural și recreativ pe baza formării de produse turistice tematice sau combinate. Anume astfel de produse turistice, actualmente prezintă interes pentru consumatorul modern, care are tot mai multe preferințe și nu se limitează doar la călătoriile axate pe satisfacții din contul mâncărilor și băuturilor. Astfel, gastronomia se consolidează ca un element-cheie pentru diversificarea ofertei turistice și stimularea dezvoltării economice locale, regionale și naționale, cu valori de sustenabilitate bazate pe teritoriu, peisaj, produse locale și autenticitate, toate acestea fiind în concordanță cu tendințele actuale ale consumului cultural. Acest segment este deosebit de important pentru comunitățile rurale, care prezintă un mare avantaj competitiv atunci când servesc mâncăruri și băuturi tradiționale datorită apropierii sale de terenurile pe care se cultivă materii prime utilizate în bucătăria tradițională. În acest fel, turismul gastronomic generează venituri și locuri de muncă dar și contribuie la menținerea altor sectoare ale economiei locale, cum ar fi agricultura.

Prin urmare, în realitățile de astăzi, tema de cercetare este relevantă pentru destinațiile turistice din Republica Moldova, datorită creșterii cererii de turism intern și ca factor de creștere a competitivității destinațiilor turistice moldovenești. În perioada de pandemie mulți băștinași au apelat la destinațiile din țară, descoperind impresii culinare și locuri inedite în propria țară, iar turismul gastronomic întruchipează valorile tradiționale încorporate în dezvoltarea turismului modern în general. Acestea includ respectul pentru cultură, tradiție, autenticitate și durabilitate.

2. MATERIALE ȘI METODE

Metode de cercetare care au asigurat fiabilitatea rezultatelor lucrării sunt analiză și sinteză, analiză SWOT, analiză de conținut.

3. DISCUȚII ȘI REZULTATE

a. Proveniența și semnificația conceptului turism gastronomic

În publicațiile științifice, interesul științific și practic pentru dezvoltarea turismului gastronomic, nu este suficient abordat și necesită dezvoltarea aspectelor teoretice și aplicative ale dezvoltării acestui tip de turism.

Obiectul studiului este turismul gastronomic și potențialul său de creștere a fluxului turistic către destinație, procesele de formare și promovare a produsului turistic al turismului gastronomic și interacțiunea părților interesate ale proiectelor de dezvoltare a turismului gastronomic.

În literatura de specialitate există mai multe concepte precum: «culinary tourism» - turism culinar, «food tourism» - turism alimentar, „gastronomic tourism” - turism gastronomic [2]. Turismul gastronomic ca direcție independentă a turismului a început să se dezvolte relativ recent. Termenul de „turism culinar” a fost folosit pentru prima dată în 1998 de către L. Long, profesor la catedra de cultură populară la Universitatea Bowling Green, statul Ohio din SUA, pentru a exprima ideea că oamenii învață despre alte culturi prin mâncarea locală. [2]. În 2001, Erik Wolf, fondatorul și președintele Asociației Internaționale de Turism Culinar (ICTA), a prezentat o lucrare despre turismul culinar. E. Wolf a dat următoarea definiție: „Turismul gastronomic înseamnă să găsești și să te bucuri de mâncăruri și băuturi unice, de neuitat, atât pe cealaltă parte a Pământului, cât și pe strada alăturată. Într-adevăr, pe lângă călătoriile prin țara noastră sau prin lume, putem deveni și turiști gastronomici în regiunea, orașul sau chiar raionul nostru. „Călătoria” include chiar și călătorii în jurul orașului, nu doar în regiune, țară sau chiar planetă. Distanța pe care o parcurge un turist nu este la fel de importantă ca faptul că este în permanentă mișcare. Astfel, toți suntem „călători” și toți suntem „mâncători”, și, prin urmare, cu toții putem fi considerați turiști gastronomici” [6].

Pentru a înțelege și mai bine ce înseamnă turismul culinar și ce anume îi este specific, etimologia cuvântului „culinar” este de folos. În acest sens, Kivela, J. și Crotts, J susțin că termenul culinaria, cu origini grecești, reprezintă alimentele unei țări sau regiuni, și felul în care sunt ele gătitе, dând astfel naștere bucătăriei distinctive țării sau regiunii respective [1].

Conform sursei [4], turismul gastronomic este atunci când turiștii și vizitatorii intenționează să viziteze anumite destinații pentru a gusta parțial sau complet din bucătăria unei anumite zone sau să desfășoare activități legate de gastronomie.

Din punct de vedere al altor experți „turismul gastronomic este atunci când turiștii și vizitatorii care plănuiesc să guste parțial sau complet din

bucătăria unei anumite zone sau desfășoară activități legate de gastronomie vizitează anumite destinații” [4]. Reieșind din faptul că în Moldova există multe locații reprezentative, unde sunt expuse elemente ale patrimoniului cultural, iar oamenii sunt predispuși să impresioneze cu povestiri despre istoria și parcursul tradițiilor moldovenești, considerăm că, pentru țara noastră, turismul gastronomic trebuie îmbinat armonios cu cel cultural. Astfel, putem conchide că turismul gastronomic este o excursie de familiarizare cu bucătăria națională a țării, caracteristicile de producere a mâncărilor, precum și formarea și sporirea nivelului de cunoștințe profesionale în arta gătitului. Ținând cont de faptul că vinul a fost strâns împlețiți în cultura, miturile, folclorul și legendele țării fiind parte indispensabilă a tradițiilor, obiceiurilor și gastronomiei locale, considerăm că turismul gastronomic în țara noastră trebuie îmbinat armonios cu vinuri sau alte băuturi locale.

Pentru a putea identifica tipurile de turism gastronomic care pot fi relevante pentru piața serviciilor turistice din republica Moldova am delimitat scopurile acestui tip de turism (Figura 1).

Deci, turismul gastronomic, ca ramură a turismului, are o pondere semnificativă în acest sector. Actualmente, turismul gastronomic pe plan mondial a devenit una dintre zonele inovatoare ale turismului cu cea mai rapidă creștere.

Mâncarea și băutura au fost întotdeauna una dintre nevoile vitale ale oamenilor, iar această necesitate combinată cu setea de a cunoaște istoria și cultura poporului, ne determină să constatăm, că turismul gastronomic va fi și în republica Moldova un sector în continuă creștere.

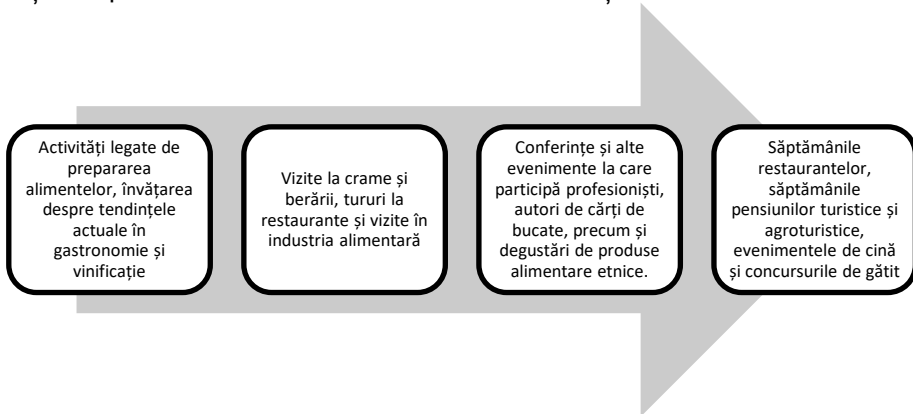


Figura 1: Scopurile turismului gastronomic

Reieșind din cele expuse, afirmăm că gastroturismul este o sinteză a ecologiei, gastronomiei și producției, care atrage activ atât turiști străini, cât și băștinași, ajută la învățarea tradițiilor regiunilor, la cunoașterea populației locale și la distrugerea stereotipurilor despre țară. Republica Moldova găzduiește mai multe naționalități, precum: ucraineni, găgăuzi, bulgari, ruși, beloruși, germani, poloneji, evrei, țigani ș.a, teritoriul țării prezintă o mare varietate de preparate și produse naționale care sunt de interes pentru toți turiștii care doresc să obțină experiențe noi și să cunoască mai bine țara. Iar faptul că Republica Moldova are toate șansele să devină o atracție turistică se explică prin ospitalitate, autenticitate și, mai ales, prin gastronomie și vinuri. În opinia unor specialiști, turismul gastro-oenologic este un atu care poate transforma Moldova într-o adevărată oază de experiențe, de gusturi și de locuri speciale pentru turiști, dar și pentru cetățenii moldoveni. [5]

În zilele noastre se observă o tendință nu doar de a promova diverse feluri noi de mâncare, dar și de a revitaliza pe cele vechi. În acest fel, întoarcerea la începuturi, la vremuri mai vechi prin prisma diverselor mâncăruri și băuturi locale permite cunoașterea specificului anumitor perioade istorice.

Datorită faptului că turismul culinar a început să se dezvolte activ și peste tot, în multe țări au fost organizate numeroase agenții de turism specializate în turismul gastronomic internațional. De exemplu, în SUA - „Gourmet on Tour” [11] și „The International kitchen” [12], în Australia – „Gourmet Getaways” [13].

Un model relevant de dezvoltare a acestui tip de turism în Republica Moldova poate fi exemplul Spaniei, care a început în 1999, când un grup de profesioniști spanioli care împărtășeau o pasiune pentru bucătăria și cultura țării lor au creat prima agenție de tip boutique „A taste of Spain” (Gustul Spaniei), care este specializată în organizarea de tururi și servicii culinare inovatoare și exclusiviste în această țară, inclusiv cursuri de gătit, ateliere de mâncare și vin și degustări care acoperă toate temele și regiunile Spaniei [10].

Un tur gastronomic este un program de vacanță culinar special selectat, care include degustarea de mâncăruri și băuturi, familiarizarea cu tehnologia și procesul de preparare a acestora, precum și oportunitatea de a învăța de la bucătari profesioniști. În funcție de scopul călătoriei, turul poate include toate punctele de mai sus, mai multe activități sau un anumit segment al turului culinar. Pentru Republica Moldova, turismul culinar poate deveni un puternic instrument de marketing, un mijloc de promovare pentru anumite zone, datorită faptului că anumite mâncăruri pot servi drept imbold și motiv

primordial pentru a vizita anumite localități și tot acestea contribuie la individualizarea și formarea unei imagini de brand a anumitor regiuni, iar combinarea acestui tip de turism cu cel cultural ar aduce mai multe beneficii și ar permite organizarea mai multor rute turistice. În susținerea acestei idei, constatăm că fiecare țară se individualizează prin mâncăruri tradiționale. De exemplu, Italia cu renumitele sortimente de pizza, paste, lasagna; Spania – tortilla, gazpacho; Grecia – fasolada, salată grecească, tzatziki, musaca; Franța – cassoulet, cușcuș, foie gras, croissant, fondue; Turcia – baklava, kebab, locum; Japonia – sushi, soba, tempura, mocha; SUA – hamburger, hot dog, American pie, pancakes, donuts etc. Republica Moldova poate fi redescoperită prin mâncărurile tradiționale, precum: zeama, mămăliga cu tocăniță de carne, cu pește, cu brânză de oi, scrob etc, sărmăluțele cu diferite umpluturi și înveliș, sortimentul vast de plăcinte, învârtite, sarailii, varzari, care au tradiții de preparare specifice, sunt diferite ca formă și umplutură, se prepară cu anumite ocazii. O altă grupă de preparate pot fi cele din carne – costița la grătar, cârnăciori, mici, toba, drobul, tochtura moldovenească, salam de casă, salam cu sânge, cavrurma, ciulama etc. Deserturile moldovenești, ca: baba neagră, baba albă, turte cu nuci, cornulețe cu petale de trandafir, cu vișine și nuci, prune umplute cu nuci, Cușma lui Guguță, plăcintele cu umpluturi dulci – mere, vișini, dovleac, nuci etc.

b. Turismul gastronomic și mâncarea locală în destinațiile turistice din Republica Moldova

Republica Moldova este la început din punct de vedere al marketingului culinar, deși potențialul pentru promovare de destinații turistice prin mâncare locală este foarte mare. Moldova este o țară primitoare, în care turiștii sunt întâmpinați de gazde cu multă căldură, dar și cu masa pusă. Țara dintre Prut și Nistru le oferă vizitatorilor experiențe unice și, fără riscul de a greși, putem spune că bucătăria tradițională poate fi un brand turistic. Mai mulți experți internaționali, care au consultat Moldova în domeniul turismului, au afirmat că turismul în țara noastră trebuie promovat în două direcții prioritare: beciurile subterane (Cricova, Mileștii Mici), vinăriile și bucătăria națională [9].

Astfel, oferta turistică se orientează tot mai mult pe turul vinăriilor și beciurilor subterane renumite, pe mâncarea locală, dar și pe tradițiile poporului moldovenesc. Iar oferta turistică care are la bază turismul vinicol trece ușor în oferta gastronomică. Bucătăria națională este extrem de apreciată de turiștii străini prin faptul că este foarte diversă, delicioasă și, cel

mai important, conține produse naturale locale, cu gust autentic. Despre acest lucru, dar și despre faptul, că Moldova trebuie să pună accent pe dezvoltarea acestui tip de turism, vorbea în unul din interviuri, Directorul General al Agenției Naționale a Turismului din R. Moldova, în perioada 2016-2018, Stanislav Rusu „unele pensiuni ne spun că deja de șase ani au oaspeți fideli din Franța doar cu scopul de a găsi liniștea sufletească și a savura gustul autentic al roșiilor pe care nu le mai găsesc în supermarketurile din Franța” [14]. Pe lângă combinația vin-bucătărie tradițională, tradițiile poporului moldovenesc, prin horele, sârbele, dansul popular, sunt preferatele turiștilor străini, deci pot fi incluse în trasee turistice, fiind combinate cu mâncarea locală. Unele agenții de turism din Republica Moldova organizează tururi gastronomice, îmbinate armonios cu vinuri moldovenești. Potrivit programului realizat de o agenție de turism, vizitatorii descoperă Moldova și prin intermediul papilelor gustative. De pildă, la un han din satul Lalova, turiștii sunt invitați să culeagă singuri câteva legume din grădina hanului – care sunt folosite apoi ca ingrediente în bucatele servite la prânz. Sunt răsplătiți cu zeamă de găină, mămligă cu tocăniță. Itinerariul include și Codrii Călărășilor, unde se află vechea mănăstirea Hârjauca. Turiștii pot participa la coacerea pâinii în cuptorul cu lemne. O altă rută turistică îmbină vizitarea mai multor obiecte culturale, precum: unica biserică din Moldova cu fresce medievale, din Căușeni; una dintre puținele mori de vânt din țară din Talmază și un prânz cu friptură de iepure și frigărui din dovlecei. [7]

În acest sens, Republica Moldova are un potențial turistic fantastic, tradiții și obiceiuri dintre cele mai diversificate, care în ultimul timp sunt promovate tot mai mult prin prisma evenimentelor gastronomice.

c. Festivalurile de vinuri și mâncare tradițională din țară

O altă direcție de promovare a turismului din țară este organizarea festivalurilor de vinuri și alte culturi dar și cele gastronomice. În ultima perioadă în Republica Moldova mai multe localități organizează festivaluri dedicate merelor, strugurilor, cireșilor, prunelor, dovleacului, vinului. Cele mai cunoscute festivaluri fiind:

✚ Gustar – se organizează în Orheiul Vechi și reprezintă o simbioză dintre etno, muzică și gastronomie accentul fiind pus pe ultima componentă.

✚ Festivalul culinar „Mai Dulce” – care se organizează în orașul Chișinău la intersecția străzilor Veronica Micle cu Vlaicu Pârcălab și promovează tradițiile de patiserie casnică, brândurilor locale care produc haine pentru copii, susține tinerii artizani și altele.

✚ Festivalul „Lavender Fest” se organizează în satul Cobusca Nouă într-un lan de levănțică, unde vizitatorii au parte de gastronomie, sesiuni yoga, târg de artizanat, sesiuni de masaj în aer liber și chiar înghețată din levănțică.

✚ Festivalul „la Mania” organizat în Holercani, Dubăsari. Și acest festival are scopul să promoveze valorile noastre tradiționale și portul popular. În cadrul evenimentului au loc competiții vestimentare, iar vizitatorii au parte de târg de bucate tradiționale, artizanat autentic și „Podul de Flori”.

✚ Festivalul etno – gastronomic „Bostaniada” se organizează anual în satul Bălăbănești, r-ul Criuleni. Festivalul sărbătorește roadele toamnei printr-o expoziție a celor mai mari și ciudați dovleci și bostani, meșteșuguri inspirate din natură, cu muzică etno, paradă, concursuri, jocuri, sculptură în dovleci, arhitectură din bostani, degustări de vin și bucate de casă.

✚ Festivalul „Mărului” care se desfășoară la Soroca. Scopul acestui festival este de a promova producătorii autohtoni de mere, a facilita schimbul de experiență și preluarea noilor tehnologii, a familiariza populația cu beneficiile consumului de alimente sănătoase.

✚ Underland wine & music fest Festival vinului și al culturii stradale se desfășoară integral sub pământ, în legendarul oraș subteran Cricova la care se adună mai mulți artiști naționali și internaționali, artiști și cântăreți de stradă, jonglorigi și magicieni, statui vii, mâncare delicioasă și multe feluri de vin roșu, alb, spumant și izvar.

✚ Toamna Cartofilor la Râșcova. Evenimentul pune în valoare cultura cartofilor, agricultorii locali și lucrul în comunitate.

✚ Festivalului Tradițiilor „Duminica Mare”- este sărbătorită tradițional în localitatea Domulgeni, pe malul râului Răut, cel mai pitoresc loc al satului. Este organizat cu ocazia sărbătorii Pogorârea Sfântului Duh, numită în popor și Duminica Mare. Este o sărbătoare tradițională din mediul rural, considerată cea mai importantă zi de duminică din an, când creștinii își înfrumusețează gospodăria cu frunzar, corovatic, pelin și alte plante mirositoare de câmp. În cadrul festivalului se promovează mâncarea locală, se organizează concursuri gastronomice, ateliere de lucru, la care participă studenți de la instituții cu profil gastronomic din țară.

✚ Festivalul Internațional al Plăcintelor și Sarmelelor, se organizează în satul Chișcăreni din raionul Sângerei la care pot fi gustate sarmale coapte pe vatră și plăcinte rumenite, gătit ca la mama acasă. Festivalul Internațional al Plăcintelor și Sarmelelor este un bun prilej de a evidenția valoarea incontestabilă a tradițiilor strămoșești, și dorința cetățenilor de a perpetua aceste tradiții din generație în generație.

✚ Festivalul Național al Prunei din Vărzărești care se organizează în a treia duminică a lunii septembrie și are drept scop promovarea Republicii Moldova ca stat cu înalt potențial privind cultivarea și procesarea prunelor.

✚ Festivalul La vatra plăcintelor, satul Cigârleni - are drept scop promovarea tradițiilor etno-folclorice și culinare din localitățile raionului Ialoveni.

✚ Festivalul de struguri din Cimișlia - devenit deja tradițional, are ca scop sporirea și promovarea sectorului producerii soiurilor de struguri pentru masă din Republica Moldova. De asemenea, contribuie la creșterea competitivității producătorilor autohtoni pentru valorificarea pieței interne și externe de desfacere a strugurilor și este un bun prilej pentru a promova producătorii de material săditor, de a realiza schimb de experiență între reprezentanții sectorului, de a identifica perspectivele de comercializare a strugurilor și exportul acestora peste hotare.

Până când, majoritatea din aceste festivaluri se organizează la nivel local. Dar promovarea și extinderea acestora, în vederea popularizării lor, pot spori esențial numărul de vizitatori, deoarece la baza acestora stau tradițiile naționale vechi și elemente autentice.

În această direcție trebuie să lucreze autoritățile locale, iar eforturile trebuie direcționate spre identificarea patrimoniului gastronomic și cultural și realizarea de proiecte cât mai interesante și atractive.

d. Analiza SWOT privind turismului gastronomic din republica Moldova

Pentru a evalua poziția strategică a turismului gastronomic în republica Moldova am utilizat tehnica SWOT, evaluând punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările pe care le poate această activitate. (Tabelul 1)

De asemenea, important este interesul tot mai mare pentru un stil de viață sănătos, ceea ce este imposibil fără o alimentație rațională, bazată pe utilizarea ingredientelor naturale. De unde și rezultă popularitatea fermelor ecologice, a produselor alimentare și băuturilor artisanale. Iar, Republica Moldova este o țară, unde tradițiile agrare și culinare sunt înrădăcinate în trecutul îndepărtat și formează o parte importantă a culturii și patrimoniul gastronomic național.

Prin urmare, dezvoltarea turismului gastronomic ca un nou interes și un nou obiectiv de călătorie poate atrage noi consumatori și respectiv crește

Tabelul 1: Analiza SWOT privind turismul gastronomic din republica Moldova

Puncte forte (S)	Puncte slabe (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. revitalizarea și păstrarea tradițiilor culinare locale; 2. proximitatea obiectelor expuse de orientare naturală, istorică, culturală, etnografică; 3. impact pozitiv asupra sănătății morale și fizice a turiștilor; 4. promovarea unui stil de viață sănătos și a tradițiilor populației locale; 5. promovarea și comercializarea produselor gastronomice și agroalimentare locale; 6. promovarea ocupațiilor din mediul rural; 7. multinaționalitatea și diversitatea tradițiilor gastronomice; 8. sporirea veniturilor populației locale; 9. crearea locurilor de muncă noi; 10. consolidarea rolului femeii în societate; 11. diversificarea bucătăriei locale. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. implicarea insuficientă a operatorilor de turism regionali și locali în dezvoltarea și promovarea turismului gastronomic; 2. informații insuficiente actualizate despre turismul gastronomic în Republica Moldova; 3. lipsa unei baze de date unificate a produselor turistice gastronomice din republica Moldova, cu informații fiabile și complete; 4. informarea insuficientă a localnicilor cu privire la importanța păstrării tradițiilor culinare; 5. lipsa unor programe de formare specializată pentru specialiștii în turism gastronomic și domeniile sale individuale; 6. lipsa unui mecanism pentru interacțiunea părților interesate în dezvoltarea și implementarea proiectelor de turism gastronomic; 7. cultură antreprenorială scăzută în mediul rural.
Oportunități (O)	Amenințări (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. existența programelor de finanțare pentru dezvoltarea turismului în mediul rural; 2. creșterea cererii pe piața internă a turismului în fața frontierelor închise și a restricțiilor din cauza pandemiei de coronavirus; 3. utilizarea produselor locale pentru formarea de tururi gastronomice; 4. utilizarea tehnologiilor inovatoare în promovarea produselor turistice gastronomice; 5. îmbunătățirea calității infrastructurii turismului gastronomic; 6. crearea Centrului pentru turism gastronomic; 7. organizarea de festivaluri și sărbători gastronomice; 8. posibilități de atragere de investiții pentru dezvoltarea turismului gastronomic; 9. promovarea mărcilor și produselor gastronomice locale, dezvoltarea sectorului agricol, viticultura, vinificație și agricultura. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. consecințele pandemiei de coronavirus ca urmare a introducerii unui sistem de restricții; 2. criza economică cauzată de consecințele pandemiei; 3. instabilitatea politică; 4. războiul din țara vecină - Ucraina; 5. apariția unor oferte alternative ale concurenților; 6. scăderea nivelului general al puterii de cumpărare; 7. migrația masivă a populației din localitățile rurale și îmbătrânirea populației; 8. promovarea insuficientă a evenimentelor gastronomice (sărbători tradiționale, festivaluri)

numărul de vizite repetate și, în cele din urmă, crește fluxul de turiști, atât a celor intern cât și externi.

Interesul pentru turismul gastronomic este în ascensiune odată cu

tendința crescândă de individualizare și personalizare a călătoriilor turistice și dorința turiștilor de a obține o experiență autentică în timpul călătoriei. Cererea de călătorii enogastronomice în Republicii Moldova se formează și sub influența unui interes din ce în ce mai mare pentru istoria și cultura țării pe fondul evenimentelor istorice din ultimii ani, precum semnarea cererii de aderare la Uniunea Europeană, promovarea imaginii țării în toată lumea de către președintele Republicii Moldova, Maia Sandu. Modul în care Republica Moldova s-a mobilizat pentru a ajuta refugiații din calea războiului declanșat de Rusia în Ucraina, a făcut ca țara să fie cunoscută în toată lumea. Aceasta ne permite să constatăm că după terminarea războiului vor exista mulți doritori de a vizita Moldova și a face cunoștință cu oamenii acestei țări, istoria, tradițiile, obiceiurile, care pot fi transmise prin organizarea de servicii turistice gastronomice competitive, capabile să creeze impresii inedite. Iar pentru aceasta e necesar să colaboreze mai multe părți, precum: statul, întreprinderi agroalimentare, unități de cazare și alimentare, subiecți interesați în dezvoltarea turismului rural și agrar, pensiunile turistice și agropensiunile, furnizori de produse și servicii HoReCa, agenții de turism, și consumatori. Turismul gastronomic trebuie plasat într-un context mai larg al schimbărilor sociale și culturale, care conduc Republica Moldova într-un circuit turistic internațional. Un exemplu elocvent în necesitatea dezvoltării turismului gastronomic în țară este traseul Drumul Vinului Moldovei, primul itinerariu turistic din Republica Moldova certificat ca rută cultural-europeană de Consiliul Europei, desemnat finalist și premiat în categoria „Destinație Turistică Culturală Durabilă în 2020”, în cadrul concursului organizat de Rețeaua Europeană de Turism Cultural (ECTN). Traseele turistice - parte a Drumului Vinului Moldovei cuprind 1560 km de circuite în cele trei regiuni viticole istorice: Codru, Valul lui Traian și Ștefan Vodă, cu vizite la 28 de crame, 12 vinoteci, 21 evenimente cultural-vinicole, 30 atracții turistice și zeci de experiențe oeno-gastronomice [8].

Pe baza abordărilor teoretice sunt identificate tipurile de turism gastronomic, a căror dezvoltare va fi relevantă pentru formarea de produse turistice gastronomice competitive în Republica Moldova (Figura 2).

Republica Moldova este o țară bogată în tradiții, dispune de un potențial turistic imens, fapt ce ar putea duce la dezvoltarea mult mai accentuată a fenomenului turistic. Dat fiind faptul că la nivel global țara noastră nu poate concura cu țările mai dezvoltate care au o industrie turistică foarte bine pusă la punct, accentul ar trebui pus pe dezvoltarea turismului eno-gastronomic, care are un potențial foarte mare și ar putea chiar să ajungă un brand în ceea ce privește imaginea Moldovei la nivel mondial. În acest sens,

Turism de evenimente gastronomice	<ul style="list-style-type: none"> •excursii cu vizite la festivaluri gastronomice, festivaluri de bucătărie națională; •excursii cu vizite la sărbători cu produse locale, festivaluri de recoltare a merilor, strugurilor, prunelor, cireșilor, dovlecilor, florilor de levențiță, etc.
Turism cultural-educativ cu orientare gastronomică	<ul style="list-style-type: none"> •tururi alcătuite din excursii la diferite destinații de importanță culturală și istorică combinate cu vizite la obiecte de turism gastronomic; •tururi gastronomice de weekend.
Turism gastronomic "verde"	<ul style="list-style-type: none"> •tururi de fitness cu o alimentație sănătoasă bazată pe produse locale și vizite la ferme ecologice și producție de alimente ecologice; •tururi de relaxare activă cu cursuri de master despre alimentația sănătoasă bazată pe produse locale.
Turism enogastronomic	<ul style="list-style-type: none"> •tururi gastronomice de grup cu vizite la crame și ferme ecologice; •tururi gastronomice individuale cu vizite la crame și ferme ecologice; excursii enogastronomice „Drumul vinului”.
Turism gastronomic de afaceri	<ul style="list-style-type: none"> •tururi de stimulare pentru team-building gastronomic (dueluri culinare, cursuri de master culinare, etc.); •excursii gastronomice pentru participanții la conferință.
Turism gastronomic de instruire	<ul style="list-style-type: none"> •excursii pentru studiul obiectelor și tehnologiilor turismului gastronomic (de ex. prepararea turtelor cu mac, utilizând marcotețul și macohonul,desertului "baba neagră, plăcintei miresei, pregătirea borșului acru etc. •tur de instruire privind tehnologia de sacrificare a porcului și prepararea specialităților din carne și organe de porc; •tur privind tehnologia de obținere a brânzei de oi, capre etc.; •scoli de somelier.

Figura 2: Tipuri de turism gastronomic și produse turistice, relevante pentru dezvoltare și promovare pe piața turistică din republica Moldova

Republica Moldova are un potențial turistic fantastic, tradiții și obiceiuri dintre cele mai diversificate, care în ultimul timp sunt promovate tot mai mult prin prisma evenimentelor gastronomice. Iar turismul gastronomic în țara noastră poate deveni una dintre zonele inovatoare ale turismului cu cea mai rapidă creștere.

4. CONCLUZII

• În ultimul timp, gastronomia a cunoscut o dezvoltare semnificativă, devenind ea însăși un serviciu principal în cadrul pachetelor turistice, deoarece un număr tot mai mare de turiști caută să trăiască noi experiențe gastronomice, descoperind prin intermediul gastronomiei locale o parte din

cultura și istoria unei anumite destinații. Principalele tipuri de turism gastronomic, a căror dezvoltare v-a fi relevantă pentru formarea de produse turistice gastronomice competitive în Republica Moldova sunt: turism de evenimente gastronomice; turism cultural – educativ cu orientare gastronomică; turism gastronomic „verde”; turism enogastronomic; turism gastronomic de afaceri, turism gastronomic de instruire. Pentru fiecare tip de turism gastronomic au fost identificate și prezentate produse turistice care trebuie valorificate și care pot deveni competitive pe piața produselor turistice din țară.

- Republica Moldova deține un potențial turistic relativ ridicat, datorită condițiilor favorabile de care dispune, a frumuseții locurilor, purității aerului, precum și a inestimabilului patrimoniu cultural și religios. Alături de frumusețea naturii, ospitalitate, tradiții populare, obiceiuri, specificul gastronomiei tradiționalele și degustările de vinuri reprezintă factori importanți pentru dezvoltarea turismului gastronomic și atragerea turiștilor străini dar și locali.

- În Moldova, conceptul de turism gastronomic, bazat pe descoperirea culturii gastronomice și tradițiilor locale a început să cunoască o dezvoltare accentuată în ultimii ani, produsele gastronomice locale fiind tot mai mult valorificate și promovate pe piața turistică.

- Gastronomia este o componentă esențială în ceea ce privește derularea actului turistic. Din acest motiv, preparatele tradiționale trebuie valorificate, promovate și protejate, pentru că fiecare preparat tradițional cuprinde o parte din istoria poporului moldovenesc, iar mâncărurile naționale, precum: zeama, sarmale, plăcinte, mămăliguța cu tocăniță și multe alte ingrediente, baba neagră, prune cu nuci etc. sunt o parte din cultura și tradițiile noastre și ne reprezintă ca popor.

- Strategia de promovare a turismului gastronomic din Moldova trebuie să urmărească realizarea unei comunicări concrete prin imagini care să sugereze originalitatea produselor turistice gastronomice, sintetizând particularitățile legate de potențialul turistic gastronomic, concepția de amenajare, posibilitățile de practicare a turismului gastronomic. Trebuie adaptată strategia promoțională la specificul fiecărei piețe și la caracteristicile fiecărui segment de consumatori vizați.

- Turismul gastronomic este cea mai nouă tendință de dezvoltare pe piața republicii Moldova și este cea mai importantă nișă prin care țara poate intra în circuitul turistic internațional.

- La nivel local, regional și național se organizează anual o serie de evenimente cu caracter gastronomic, desfășurate în special în mediul rural,

care au ca scop principal promovarea micilor producători și valorificarea produselor tradiționale locale. Considerăm că organizarea acestor evenimente este cea mai eficientă modalitate de promovare a gastronomiei locale, iar turismul gastronomic trebuie plasat într-un context mai larg al schimbărilor sociale și culturale, care ar conduce Republica Moldova într-un circuit turistic internațional.

Prin urmare, Moldova rămâne o destinație turistică de prim rang, unde turismul este în plină ascensiune, în principal cel gastronomic, care în ultimii ani s-a dezvoltat semnificativ, devenind unele cazuri factorul principal de motivație turistică în vederea alegerii destinației.

5. REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Boiță M., Ardelean D., *Experiența ecoturistică între tradiție și gastronomie*, Edit. Sitech, Timișoara, 2015, pp. 185, ISBN 6061148550
2. Юрьева В.А. *Гастрономический туризм: понятие и направления* / В сборнике: *Молодёжь Сибири – наука России*, Vol. 38 2016. pp.394 - 409, ISSN 2541-8114
3. Сычева В.О., Шпенькова К.С. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире // *Журнал Концепт*. 2016, Vol. 7. pp. 126-131, ISSN 2304-120X
4. Линькова А., Максименко А. *Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий*, *Sochi Journal of Economy*, 2020, 14(4), ISSN 2541-8114
5. https://www.ipn.md/ro/turismul-gastro-oenologic-poate-transforma-moldova-intr-o-oaza-7967_1095457.html [accesat 27.03.2023]
6. Вульф Эрик «Что такое гастрономический туризм». URL: <https://worldfoodtravel.org/ru/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/> [accesat 27.03.2023]
7. <https://www.europafm.ro/tururi-gastronomice-in-republica-moldova/> [accesat 22.03.2023]
8. <https://invest.gov.md/ro/ruta-wine/> [accesat 28.03.2023]
9. <https://mybusiness.md/ro/interviu/item/1177-nicolae-platon-%E2%80%9Eturismul-gastronomic-este-bog%C4%83%C8%9Bia-noastr%C4%83%E2%80%9D>
10. <https://atasteofspain.ie/> [accesat 12.04.2023]
11. <https://gourmetontour.com/> [accesat 12.04.2023]
12. <https://www.theinternationalkitchen.com/> [accesat 12.04.2023]
13. <http://www.gourmetgetaways.biz/> [accesat 12.04.2023]
14. https://www.ipn.md/ro/oferta-turistica-a-moldovei-vinarii-gastronomie-si-traditii-7978_1039333.html [accesat 17.04.2023]