

Tendances dans le tourisme gastronomique

Social dining

Dans cette mouvance de l'économie collaborative où sont prônés les notions de partage, de découverte de l'autre, de « bons plans » et d'entre-aide, la cuisine a trouvé sa place : c'est ce que l'on appelle le *social dining*. Les plateformes pour découvrir la cuisine locale d'une destination fleurissent et se déclinent en différentes options. Parmi elles, [Voulezvousdîner](#), [EatWith](#), [VizEat](#) ou encore [Feastly](#) qui met en relation un inconnu avec un habitant qui cuisine chez lui. Le repas se déroule souvent en petit comité. Des plateformes s'essaient à de nouveaux concepts en proposant des rencontres thématiques. La start-up Cooknmeet reprend l'esprit du *social dining* en ajoutant une dimension alternative puisque qu'elle organise aussi des rendez-vous dans des lieux insolites (galerie d'art, toit, concert, etc.) de capitales européennes.



<https://fr.vizeat.com/>

Le concept séduit en Suisse. En l'occurrence, [Surfing Dinner](#) est une plateforme dont l'offre est totalement helvétique. On peut manger chez des résidents de Genève, Lausanne, Vevey ou encore Bâle. Plusieurs ambassadeurs culinaires sont inscrits sur les sites de [EatWith](#) et [BonAppetour](#) à Bern, Lausanne et Lugano. Le social dining commence à faire de l'œil au Valais. Des membres de la communauté de [VizEat](#) sont répertoriés à Sion et Sierre.

Bloggeurs

Si la cuisine, et plus largement la nourriture, est devenu un phénomène sociétal, c'est aussi grâce à l'avènement des réseaux sociaux. On parle désormais de « journalisme citoyen », où chacun peut s'exprimer sur un sujet et devenir un acteur de la communication sur internet. Ainsi, de nombreux internautes, et [bloggeurs](#), font la part belle à la nourriture en partageant leurs découvertes et leurs préférences notamment avec le *Selfy food* ou *pornfood*, ces portraits photo qui valorisent le repas sur les réseaux sociaux comme Facebook, Flickr, Instagram, Pinterest ou encore YouTube. Selon une étude sur l'influence des photographies alimentaires dans le processus de planification de voyages sur Flickr, 63% des répondants aiment aller dans de nouveaux endroits pour essayer de nouveaux plats et les prendre en photo. Pour 54% des répondants au sondage, les photos de nourritures les motivent à aller dans une nouvelle destination et 47 % d'entre eux recherchent des photos de nourriture quand ils planifient un voyage.

A Taste for Adventure: Top 25 Culinary Travel Bloggers to Follow for 2014

For Travelers "Best of" Lists Latest Post Mar 25, 2014

0 40603



<https://www.flipkey.com/blog/2014/03/25/a-taste-for-adventure-top-25-culinary-travel-bloggers-to-follow-for-2014/>

Événementiel

A constater le nombre croissant de manifestations thématiques sur les produits culinaires et la cuisine locale, l'événementiel est un indicateur qui dynamise le tourisme gourmand. La cuisine est plus que jamais reconnue dans la culture des sociétés. Ainsi, des événements interdisciplinaires font leur apparition. Ces événements qui n'avaient, à première vue, pas de liens particuliers avec le milieu de la restauration, la combinent à présent avec le milieu du DJing, de l'art, de la littérature, de la bande dessinée ou encore de « startupeurs ». La tenue de points de vente de cuisine locale (sous forme de tentes, de containers, de food truck, etc.) créent une véritable valeur ajoutée pour le visiteur. En France voisine, la slowUp de la Route des Vins d'Alsace combine élégamment cyclotourisme, œnologie et gastronomie locale, avec un succès grandissant.

Le restaurant, cet endroit éphémère et insolite

Émerge une nouvelle approche du restaurant pour laquelle le consommateur souhaite se laisser surprendre par une cuisine locale, de manière non conventionnelle. Bousculés par l'arrivée de nouveaux acteurs et concepts dans le paysage de la restauration, les professionnels, y compris de grands noms de la gastronomie, se convertissent à ces nouvelles pratiques.

Les restaurants éphémères fleurissent partout et sont appelés aujourd'hui « *supper club* », « *underground restaurant* », « *pop-up restaurant* », « *secret restaurant* », « *guerrilla dinner* », ou « *anti-restaurant* ». Ces établissements prennent vie dans un endroit insolite ou original, l'espace d'une ou plusieurs soirées. Les lieux fréquents sont des salons ou appartements privés, des galeries d'art, ouverts par des particuliers. Les participants, principalement contactés par bouche à oreille ou via les réseaux sociaux, réservent à l'avance et s'acquittent du prix du repas sur place. S'il revêt un caractère illégal, puisque non contrôlé sur le plan de l'hygiène, des taxes, etc., le restaurant éphémère a fait décoller la carrière de plusieurs grands chefs, qui ont fait connaître leur talent grâce à ce type de manifestation.

Afin de promouvoir leur patrimoine culinaire, un groupe de Finlandais a lancé en 2011 le [Restaurant Day](#), dont le principe est le suivant : le temps d'une journée, tout un chacun peut installer son restaurant, son bar ou encore son café. Fort de son succès, le concept a largement dépassé les frontières finlandaises pour s'étendre à 75 pays aux quatre coins du globe, dont la Suisse. Sur le site internet Restaurant Day, les participants géo-localisent leurs restaurants éphémères, dressent la carte des menus et publient les horaires de leurs événements.

QUOI FAIRE > SORTIES > 2015-08-16



Restaurant Day à Montréal

2

J'aime

Tweet



dimanche 16 août 2015



12h00



www.restaurantday.org



Centre-ville



Plusieurs endroits

Montréal, QC



<http://www.nightlife.ca/quoi-faire/2015/08/16/restaurant-day-montreal-2>

Food Trucks

Le phénomène des « *Food Trucks* » bat son plein. Comme leur nom l'indique en anglais, les *food trucks* sont des camionnettes mobiles équipées d'une cuisine. Le concept, né aux Etats-Unis, est particulièrement bien implanté en Amérique du Nord. On estime d'ailleurs les revenus générés par l'industrie des *food trucks*, atteindront 2.7 milliards de dollars d'ici 2017 aux Etats-Unis. Les *food trucks* gagnent en popularité en Asie, en Australie, au Mexique et dans certains pays d'Europe comme la Belgique, le Royaume-Uni et la France, où ils sont plus ou moins bien accueillis.

Initialement, les repas servis, destinés aux employés pressés des quartiers d'affaires, ravissaient par leur côté pratique et leur service rapide. De plus en plus, ils se distinguent par d'autres caractéristiques comme les plats gourmets ou encore leur excentricité. Dans certaines villes, ils deviennent des attractions touristiques. A Portland, les 500 camionnettes ont autant modifié le paysage urbain que l'offre culinaire de la destination ; tandis qu'à Austin, des tours guidés sont dédiés à la visite des *food trucks*. En septembre 2014, [l'office de tourisme d'Australie](#) a décidé d'utiliser le *food truck* comme outil de promotion touristique à Paris. La camionnette a sillonné les rues de la capitale pendant une dizaine de jour, afin de valoriser la cuisine australienne.

Le phénomène des Food trucks émerge maintenant dans les zones rurales. Ces engins s'offrent un nouveau look pour conquérir la clientèle des stations de ski. Dernière innovation en date, la première dameuse food truck de France arrive cet hiver 2016/17 dans les Pyrénées, au Grand Tourmalet, et aussi dans les Alpes, à Val Thorens plus précisément. Cette cuisine mobile sur un domaine skiable est censée séduire une clientèle jeune. La station de ski de Bormio en Italie propose également une dameuse gourmande, la *snowlicious*.



<http://www.lafoliedouce.com/fr/actu-val-thorens/461-folie-food-ratrack.html>