

Kees van der Most brengt culinair toerisme in kaart

'Gastronomie werd lange tijd als iets elitairs beschouwd'

De belangstelling voor eten en drinken neemt toe. Ook tijdens vakanties wordt dit thema belangrijker, zegt Kees van der Most, directeur van onderzoeksbureau Trends & Tourism. Van der Most is een onderzoek gestart naar het belang van eten en drinken tijdens vakanties. De uitkomsten moeten in april dit jaar op tafel liggen.

Door: **Theo de Reus**

'Lange tijd werd gastronomie als iets elitairs beschouwd', valt Van der Most met de deur in huis.

'Tegenwoordig noemen we het food tourism en is het voor veel mensen een onmisbaar aspect van hun vakantie.'

Van der Most is geen onbekende in de reiswereld. Hij werkte ruim 25 jaar als manager research bij het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) en was ook medeoprichter van NBTC-NIPO Research. Jarenlang vormde hij een onafscheidelijk duo met Ad Schalekamp bij NBTC-NIPO Research. Samen presenteerden zij talloze malen de resultaten op de Vakantiebeurs en waren ze actief op seminars en congressen. Schalekamp ging in 2016 met pensioen en Van der Most verliet NBTC in mei 2018, waarna hij zijn eigen onderzoeksbureau begon: Trends & Tourism. Hij voert veel onderzoeken uit voor partijen in de reiswereld, maar komt ook met eigen onderzoekinitiatieven. De nieuwste gaat over culinair toerisme.

'Eten en drinken vormen een thema dat steeds belangrijker wordt en waarop steeds meer wordt ingespeeld. Niet alleen

door landen en regio's, maar ook touroperators als Pharos, Kras en meer gespecialiseerde touroperators als Ambiance Travel en Cazabonne.'

Food tourism moet je daarbij breed opvatten, zegt Van der Most. 'Het gaat om een brede range van belevingen. Variërend van uit eten in een restaurant met streekgerechten, het bezoeken van een lokale markt of foodfestival tot het volgen van wijnroutes.'

Het ontdekken van lokale gerechten, bereid met ingrediënten uit de regio, versterken volgens Van der Most de aantrekkelijkheid van een bestemming. 'De vakantieganger zoekt kleinschaligheid, een authentieke beleving, maar ook contact met de lokale bevolking. Culinair toerisme kan hier een grote rol in spelen.'

Om meer inzicht te krijgen in het belang van eten en drinken tijdens vakanties is Trends & Tourism een grootschalig onderzoek gestart. In het onderzoek wordt ingegaan op een groot aantal aspecten die samenhangen met food tourism. Er wordt gekeken naar de interesse en deelname aan culinaire activiteiten tijdens

vakanties. En, niet onbelangrijk, in welke mate dit een rol speelt bij de bestemmingskeuze. Maar ook wordt gekeken naar de associaties en imago's van belangrijke vakantiebestemmingen en of consumenten de reisindustrie willen inschakelen of alles zelf regelen. Ook is er veel aandacht

voor mediagedrag, zoals influencer marketing. 'Ik denk dat we straks voor het eerst een goed beeld krijgen van dit belangrijke groeisegment', zegt Van der Most.

Meer info op www.trends-tourism.nl



Kees van der Most.