

# De la Guida gastronomica d'Italia au slow food Le rôle pionnier de l'Italie en tourisme gastronomique

Alberto Capatti

Volume 25, numéro 1, printemps 2006

Entre la culture du goût et le goût de la culture

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1071029ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1071029ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Capatti, A. (2006). De la Guida gastronomica d'Italia au slow food : le rôle pionnier de l'Italie en tourisme gastronomique. *Téoros*, 25(1), 19–22.  
<https://doi.org/10.7202/1071029ar>



# De la Guida gastronomica d'Italia au slow food

## Le rôle pionnier de l'Italie en tourisme gastronomique

### Alberto Capatti

Le tourisme gastronomique naît, en Italie, en 1931 : le Touring Club italien vient d'éditer la *Guida gastronomica d'Italia* (2003), qui offre à ses membres un instrument fiable et minutieux destiné à compléter la visite des sites d'arts, si nombreux dans la péninsule, avec des haltes gourmandes, tant pour l'achat que la dégustation. On n'y trouve pas les adresses de *trattorie* et d'*osterie*, mais l'inventaire des aliments, minutieusement décrits et localisés, avec la liste des plats et des vins que chaque région peut offrir. Le tableau est complet, de l'horticulture à l'œnologie, de l'élevage à la pêche et à la pâtisserie. Dans l'histoire du Touring Club italien qui n'existe que depuis 1894, après les musées et l'hôtellerie, la gastronomie occupe la troisième place. D'autres pays, la France notamment, avaient édité des guides semblables, jamais aussi complets (Richardin, 1914).

En 1931, le fascisme encourage la consommation des produits nationaux, par une politique alimentaire dénommée *autarchie*, et relance la visite des régions italiennes grâce à un réseau ferroviaire, qui permet de voyager un peu partout, ainsi qu'aux premières autoroutes, créant ainsi dans le nord un nouveau type de mobilité. Le « touriste gastronome » va naître au milieu de difficultés croissantes : certaines régions, notamment du sud de l'Italie, les Pouilles, la Calabre et la Basilicate, sont à peine représentées dans le guide gastronomique, alors que d'autres, la Lombardie en particulier, jouissent d'une image très favorable, grâce aux industries laitières, symboles d'une modernisation qui entraînera la transformation ou la disparition de nombreux petits fromages. Le travail des membres et des rédacteurs du Touring



Les pâtes : un jalon dans la cuisine italienne.

Photo : Barilla

Club italien est très précis, allant du repérage d'un chou-fleur qui constitue la spécialité d'un village sur les rives du lac de Côme, jusqu'aux pâtes de Gragnano, près de Naples, depuis deux siècles présentes dans tous les répertoires. Cet ouvrage stimule également la naissance d'un journalisme spécialisé. Toute la littérature gastronomique du fascisme, reportages et guides en particulier, fait état d'une grande participation de la bourgeoisie italienne à la découverte et à la promotion du *terroir*. Mais la curiosité des gourmands doit franchir bien des obstacles, les transports ne la favorisant pas toujours : les grandes villes, Florence, Rome, Venise, ont toujours une place privilégiée en tant que grands marchés de l'art culinaire ; les « spécialités », par contre, ont du mal à voyager, faute de réseaux de distribution appropriés. C'est au gastronome d'aller sur place et, guide à la main, d'enquêter, de repérer les « spécialités » et de faire sa commande.

Dix années, cinq de guerre et les cinq suivantes consacrées à la reconstruction des routes, des transports et des communications d'un pays ravagé, vont succéder à la décennie gastronomique des années 1930. Elles sont marquées par la raréfaction des aliments, compensée par le marché noir, par un réaménagement des consommations dont la quantité et la qualité n'ont cessé de baisser. À la fin de la guerre, en 1946, lorsque les industries alimentaires commencent à programmer le retour à la normalité, le tourisme gastronomique n'est plus qu'un souvenir, rendu particulièrement amer par la malnutrition, la pauvreté, l'incertitude. Les aides américaines, le retour à la production agricole, ne permettent pas de comprendre si le tableau tracé par le guide de 1931, qui est réédité sans changements pendant toutes les années 1950, reste encore valable. Bientôt, la reprise des productions industrielles va accentuer la mobilité de la population, l'émigration intérieure et extérieure, provoquant



l'exode des campagnes et l'abandon des alpages, créant une nouvelle culture gastronomique urbaine, surtout au nord de l'Italie où les marchés s'enrichissent de productions végétales du sud, et où la pizza commence à se répandre. Ce n'est pas encore « le miracle économique » qu'on date de 1958 (Crainz, 2005 : 57 et ss.), mais une reprise avec un lourd héritage.

Les sondages DOXA<sup>1</sup> du début des années 1950 ne permettent d'entretenir aucune illusion : l'Italie est un agrégat de cultures qui s'ignorent, l'obstacle majeur au développement de la gastronomie étant les bas salaires et un habitus alimentaire provincial et modeste. Riz au nord, pâtes au centre et au sud, vin partout avec des connaissances œnologiques diffuses ; 35 % des femmes siciliennes ne préparent jamais le *risotto* ; 54 % des interviewés dans une enquête de 1952 sur la consommation du vin, à la demande « Quels sont les vins blancs que vous préférez ? », ne donnent aucune réponse ou avouent ignorer le nom du vin blanc consommé tous les jours. Même chose pour le riz : 36 % des ménagères interrogées, en 1950, appartenant à la classe moyenne ou supérieure, ne sont en mesure d'indiquer aucune variété de riz ; le pourcentage atteint 49 % chez les classes inférieures. Si la guerre a contribué à une régression des consommations, à un appauvrissement de la culture alimentaire, l'Italie manifeste un repli sur une gastronomie familiale où la survie prime sur d'éventuelles traditions, car celles-ci représentent un privilège, un luxe.

La relance des activités industrielles, dans la deuxième moitié des années 1950, va accentuer à la fois la nostalgie (des mets perdus) et l'amnésie (des aliments disponibles). De nombreux produits commencent à se raréfier, la truffe, le gibier et le poisson d'eau douce notamment, d'autres font surface sans qu'on puisse attribuer leur existence à la reprise de l'artisanat alimentaire ou bien à une nouvelle méthode pour inventorier le patrimoine gastronomique. Parmi ceux-ci, on le verra, de nombreux produits de la charcuterie. La *tradition* va devenir le mot-clé désignant à la fois la survie et une nouvelle manière de privilégier le passé, l'avenir et la mort de la gastronomie. Les Italiens ont oublié la guerre, mais ils ont du mal à renouer les fils avec l'histoire du fascisme qu'on vient de réécrire ; on fait donc appel à des *traditions*, c'est-à-dire au passé que l'on préférerait avoir eu. Du point de vue des modèles gastronomiques, l'unité du pays est assurée par l'ensemble des

cuisines régionales, chaque région étant découpée en provinces, en communes, en terroirs. La mosaïque de 1930 reste valable, mais le marché, la consommation, la richesse, ne sont plus les mêmes.

Prenons le cas du tourisme estival dans les années soixante : la bourgeoisie urbaine se déplace à cheval vers la montagne et vers la mer. De nombreuses îles, des Tremiti (Pouilles) aux archipels napolitains, allèchent les vacanciers avec leurs paradis « naturels » et avec une offre gastronomique qu'on ne qualifie pas encore de méditerranéenne. À Ponza, les vacanciers trouvent une cuisine d'été avec des pâtes, des tomates et des aubergines qui ont fait défaut à la population pendant la guerre, et ils jugent cette table assez simple. Ils consomment également des crustacés que les habitants connaissent à peine et qu'ils importent et ils commandent tous les poissons disponibles, oubliant que l'été est la saison la moins favorable, en Méditerranée, pour la pêche. Il suffit de lire un guide de 1969 pour s'en convaincre : « Ponza. Petites tomates. Dattes de mer et oursins. Plats typiques : salade de homard ou de crabe, espadon ou denté au four avec des pommes de terre » (Cùnsolo, 1969 : 327). Qu'ils logent dans une « pension » ou chez l'habitant, ces bourgeois venant du nord imposent leur hédonisme en se payant des produits d'importation, parfaitement inconnus aux autochtones ; pendant l'hiver, ceux-ci reviendront à l'ordinaire et à une cuisine, comparée à celle du nord, de la rareté. Deux décennies après, ces mêmes îles n'auront plus besoin d'inventer leur culture gastronomique à l'usage des estivants, la recevant toute prête, surgelée et précuite, du « continent ».

La restauration pendant le « miracle économique » renoue avec des traditions illusoire ou bien répète des clichés, les adaptant à la richesse des touristes. Il ne pouvait pas en être autrement dans un pays marqué par le rationnement et par une richesse que la guerre avait appris à investir dans l'alimentation. Une industrie hôtelière, d'origine familiale, est en train de s'implanter sur la côte adriatique, entre Ravenne et Pesaro : elle se développe en improvisant, en adaptant les modèles d'avant-guerre au tourisme de masse. Alors que les grands hôtels, les palaces de la *Riviera*, vont peu à peu fermer leurs portes et se transformer en appartements, des pensions surgissent les unes à côté des autres, près des plages, alternant avec des fours à pizza et des terrasses de cafés.

Côté boissons, tout a changé en deux décennies. Pendant la période 1950-1960, on célèbre un peu partout, en Italie, la mort de l'*osteria* (Capatti, 2000). C'est le cabaret, la buvette, le bastringue des Italiens. Son histoire est ancienne. Débit de vin offrant parfois quelques plats chauds ou froids, surtout dans les villes ; c'est le refuge du peuple, un refuge bon marché, répandu un peu partout. Un guide, publié en allemand à Stuttgart, en 1908<sup>2</sup>, en avait célébré l'étendue et la diversité, de Vérone jusqu'à Naples. Les grandes villes en comptaient des centaines, dans tous les quartiers, dans tous les recoins ; Rome en particulier était fière de ses *osterie* qui offraient les petits blancs de Frascati et les quelques spécialités de la tambouille populaire, tripes et *coda alla vaccinara* (queues de bœuf), aux indigènes et aux touristes. Les *Bedecker* en conseillaient même depuis très longtemps la visite<sup>3</sup>. L'*osteria* avait été encouragée et relancée par le fascisme, comme la version nationale et populaire du restaurant, héritière de la *taberna* romaine ; après la guerre, elle ne résiste pas à la modernisation, à la concurrence des nouveaux établissements dont les symboles sont les machines à café, les tables en Formica et les boissons non alcoolisées. L'*osteria* exprimait une culture du vin achetée en tonneaux, débitée à quelques sous ; sa disparition est provoquée par la désaffection des jeunes, par la bière et le Coca-Cola, et laisse un vide vite comblé par la diffusion du café et, pendant l'été, de la glace.

Derrière le réaménagement de l'hospitalité, il y a une croissance économique qui balaie les établissements les plus modestes, leur vin et leur approvisionnement au marché local. L'*osteria* meurt d'asphyxie ; elle est remplacée par une myriade de *trattorie*, de *tavole calde*, de *ristoranti* et, bientôt, par des *pizzerie*, des *piadinerie* et des *bruscherterie* ; ces dernières, dans les années 1990, tirent leur nom d'une tranche de pain grillée, assaisonnée d'huile et d'ingrédients divers. Par un effet de contagion, la culture gastronomique s'adapte, un peu partout, à l'inculture des vacanciers. En Romagne, malgré ses pâtes farcies de fromages et d'herbes potagères, dans les années 1950, on sert les plats bolonais, lasagnes au four et *tortellini*, qui jouissent d'un prestige extraordinaire dans toute l'Italie<sup>4</sup>. La trame du tourisme étant de plus en plus tissée par des petits investisseurs qui adaptent leur offre aux circonstances, les modèles gastronomiques varient, centrés autour de quelques plats qui évoquent le ter-



roir, les *piadine* (galettes de farine et d'eau) pour la côte adriatique et une offre généraliste de pâtes farcies, de poulets rôtis et de poissons frits déclinés selon la mode, selon l'ambiance locale, sur toutes les plages d'Italie. Les vins de la Romagne, *albana* et *sangiovese*, sont choisis pour leur prix modeste plutôt que pour leur qualité. La naissance ou renaissance du tourisme de masse de l'après-guerre est une page noire de la gastronomie : l'improvisation culinaire, les prix cassés et l'imaginaire de la plage s'y enchevêtrent.

Pourtant, la mobilité des gourmands augmente grâce aux nouvelles autoroutes et aux transports maritimes, modifiant ainsi la carte gastronomique de l'Italie. En 1931, il était parfois difficile d'atteindre une boutique ou un restaurant situé hors des grandes voies de communication. En 1970, c'est à son tour la *spécialité* qui se dérobe ou qui fait défaut. Les poissons d'eau douce, une grande richesse gastronomique de 1931, ont peu à peu disparu, par effet de la pollution et de l'abandon de la pêche, laissant la place à des viviers. Ce n'est qu'à la fin du XX<sup>e</sup> siècle que la vie biologique des fleuves et des lacs va redevenir un souci pour les administrateurs des communes du Pô. Les poulets sortent désormais des batteries, à un prix dérisoire, avec leur carcasse fragile et une insipidité qu'il faut compenser avec des graisses pendant le rôtissage. Même chose pour de nombreuses productions végétales, des cerises aux pommes, abandonnées ou remplacées par des variétés plus rentables. Certaines bases alimentaires, comme la châtaigne, survivent dans les kermesses de l'automne, d'autres, comme les navets, vont plonger dans l'oubli. Pourtant, l'impression générale, c'est d'une croissance de l'offre alimentaire. D'après une enquête sur les trois guides gastronomiques du Touring Club Italiano (T.C.I.) (di Carpegna, 1990), de 1931, de 1969 et de 1984, 30 % des produits de charcuterie traditionnelle ont disparu de 1931 à 1969, mais il y en a plus de 40 % nouveaux qui appartiennent exclusivement à l'artisanat local et constituent la cible d'une chasse de plus en plus acharnée. Les grandes nouveautés de 1969 ? Les saucisses de pommes de terre piémontaises, le saucisson de chèvre des Vénéties, les jambons de lièvres toscans. Les auteurs des inventaires en sont dérouterés. « Il s'agit, conclut Cristina di Carpegna, d'un univers changeant, très difficile à inventorier. » (di Carpegna, 1990 : 342)

Dans les rééditions du guide gastronomique de 1969 et de 1984, marquées par la dérive, voire la disparition de nombreuses petites productions et par la disponibilité d'autres, jadis ignorées, l'accent est mis non sur les détails de l'élevage ou de la cuisson, mais sur le patrimoine gastronomique dans son ensemble, aliments et techniques culinaires confondus. Entre l'ingrédient et le plat, ce dernier devient l'expression originale du *terroir*, masquant les problèmes d'approvisionnement, autorisant une jouissance de l'art culinaire sans un renvoi tatillon à la filière. La *trattoria* qui, en Italie, fournit la médiation entre le restaurant – ce mot français est réadmis après le fascisme – et l'*osteria* en voie de disparition, désigne, pendant ces quinze années, le lieu réservé à l'exploration de la gastronomie provinciale. Elle se situe au croisement des approvisionnements, des techniques et des modèles culinaires, régionaux et locaux. À son acteur principal, le patron-chef, on reconnaît une parfaite connaissance du terroir et de son exploitation ; il est également le dépositaire des savoirs disparus et des vieilles recettes. Il n'est pas rare qu'une vieille cuisinière ou une femme de sa famille travaille aux fourneaux. Cette image traditionnelle n'est souvent qu'une façade : comme beaucoup de petits hôteliers, maçons ou petits fonctionnaires reconvertis, et de jeunes restaurateurs, il improvise. Il gère la mémoire collective à partir de la salle à manger, il l'oriente par la carte, se souciant beaucoup plus de l'image de sa *trattoria* que des potagers, des étangs et des élevages qu'il voit disparaître autour de lui. Son client s'oublie béat devant l'étalage des spécialités et il se contente des appels aux traditions. Cet état de choses profitant à tout le monde, aussi bien à l'industrie agroalimentaire qu'à la petite entreprise, peu d'esprits critiques crient au scandale.

Comme on peut le constater, l'*amnésie* et la *curiosité* font bon ménage dans l'histoire gastronomique. Il est tout naturel d'oublier les désastres provoqués dans le monde agricole par l'industrialisation comme de rester fidèle à une image décalée de la cuisine, jadis préparée par des femmes, approvisionnée au jardin potager ou au marché. Mais d'où vient cet engouement, toujours en veilleuse, toujours renouant, pour les productions artisanales, pour les « spécialités » difficiles à repérer et à acheter ? Il naît d'abord d'un sentiment tout nouveau, d'une valorisation des aliments raréfiés face à une industrie qui les déprécie en augmentant la production et en baissant les prix. Il tient ensuite à un repli vers le micro-

cosme du cultivateur et du berger, deux figures en voie de disparition, vers un terroir où le produit est l'homme et la qualité est l'expression d'un milieu « naturel ». Il vient enfin de l'exigence du gourmand d'élargir ses connaissances par la dégustation, de les déposer dans sa mémoire. Après la guerre et après le « miracle économique », les images d'Épinal des vignes, des prés, des potagers et, évidemment, des paysans attablés, contribuent à former la conscience du gastronome.

Ces clichés ont une valeur symbolique et, aujourd'hui encore, ils attestent du souci de maîtriser une modernité qui a changé le paysage, la table et jusqu'aux mets. Pourtant, les cinquante dernières années d'histoire viticole ont montré que la réussite se situe au croisement des technologies et du terroir. Le vin de qualité, dans la culture européenne, sert de boussole à tous les gastronomes. Sa consommation, étendue aux fromages et aux charcuteries, permet de structurer, d'un point de vue sensoriel, le champ des conserves alimentaires liquides et solides. Sur ce terrain, une nouvelle race de gastronomes se forme qui cultivent les traits distinctifs des aliments, enrichissent leur bagage culturel par la dégustation, interrogent les terroirs au-delà des frontières de leur région. La vigne depuis 1960 a changé complètement les mentalités, avec une baisse radicale de la production et une hausse de la qualité, permettant de créer, en Italie, des crus pour de nouveaux consommateurs, non seulement Italiens. Elle va fournir une méthode pour analyser, comparer, choisir les aliments, en primant les meilleurs. De vins en mets, la comparaison est une attitude critique grâce à laquelle l'individu devient un juge, se confrontant avec les guides et les répertoires qui enregistrent les jugements de la collectivité. Le rôle du journaliste en tant que représentant, médiateur, voire conseiller, est devenu, dans le marché du vin et de la restauration, fondamental. C'est lui qui trace maintenant les itinéraires, fixe les étapes, décide la fortune d'une enseigne ou d'un chef.

À la fin des années 1980, le pacte de non-agression entre la gastronomie, le développement touristique et l'industrie agroalimentaire entre en crise. L'uniformité des campagnes converties aux cultures financées par la Communauté européenne, le surpeuplement des côtes et la désertification de la montagne, les industries des vacances avec leur politique alimentaire centralisée, la naissance de formes de plus en plus agressives de restauration, des *pizzerias* aux *fast food*, font éclater le scandale



et marquent un tournant dans la culture italienne. Pour faire du tourisme gastronomique, il ne faut pas seulement un moyen de transport, un hôtel et un restaurant, il faut aussi une politique agricole durable, si l'on ne veut pas que le mot *terroir* perde toute sa signification. Depuis l'année 1992, date de naissance des AOC (appellation d'origine contrôlée) et des IGP (indication géographique protégée) européennes, les stratégies de protection du patrimoine gastronomique se multiplient : inventorier les productions, les assurer par des lois et des financements, convaincre des paysans, des bergers, des artisans, qu'il faut rester sur place.

Se faire le promoteur et le défenseur des « produits typiques », à la typologie claire et nette, cela signifie sauver la terre. Depuis les années 1980, les scandales de l'huile espagnole, du vin italien de Narzole, de la vache folle anglaise, des poulets belges à la dioxine et, *last but not least*, la menace actuelle de la grippe aviaire d'origine asiatique, ont appris aux consommateurs à avoir peur des aliments et à les connaître mieux. Le mot *filière* a été exhumé pour désigner le lien fondamental qui relie la saveur d'un aliment à son origine, dans un processus qui part de la terre ou du pré et arrive, par degrés, jusqu'à la table. La transmission des goûts et des savoirs étant la « tradition », celle-ci reprend toute sa force dans les crises qui ravagent la grande consommation, devient la sauvegarde dans le marasme des règlements et des infractions. Réponse aux traitements industriels, aux falsifications dangereuses, aux surproductions et aux stocks à liquider, la tradition est un antidote au malaise provoqué par une fausse abondance.

Sans le scandale alimentaire, il est difficile d'expliquer le succès du mot *tradition* dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle. Les savoir-faire cent fois dénoués et renoués, à la fois familiaux, paysans, culinaires et religieux, constituent le meilleur argument contre un système alimentaire qui se prétend uniforme et infailible, alors qu'il n'est que *rentable*. Les traditions réinstallent l'histoire dans la modernité et permettent de maquiller le futur alimentaire. Qu'il s'agisse de *fast food*, des champs de tournesol ou de soja imposés par les subventions de la communauté européenne, des grandes manœuvres de l'agroalimentaire ou, toute dernière, de la bataille des OGM (organismes génétiquement modifiés), le consommateur lutte contre des adversaires sans mémoire et sans racines, toujours déterminés à gagner le marché sur les plans du profit et de la sécurité. Quel rapport avec le

tourisme gastronomique ? Redessinée par les grands acteurs de la globalisation, la carte de l'Italie comporte des villages-vacances, des supermarchés, des restaurants aux enseignes folkloriques, offrant des aliments imaginaires que l'industrie a créés ailleurs et transférés dans un emballage séduisant jusqu'au lieu de leur improbable origine. Mais ce pays n'offre aucun intérêt. Il faut, au contraire, régler les petites productions et leur mobilité, codifier les savoirs culinaires, à chaque génération, pour que cette carte géo-gastronomique ressemble à celle de l'Italie que les géographes et les historiens connaissent bien, que les gourmands veulent consulter.

Toute la stratégie de l'association internationale Slow Food, depuis 1989, s'est développée à partir de ces principes. Dans un livre paru récemment, *Buono, giusto, pulito, principi di nuova gastronomia* [Bon, équitable et propre, principes pour une nouvelle gastronomie], Carlo Petrini (2005), fondateur du mouvement, a mis l'accent sur la crise du système agroalimentaire et sur la nécessité de réformer profondément la politique agricole pour affirmer le droit à la qualité et à la diversité des aliments. Il faut que tout le monde comprenne que le goût d'un fromage ou d'une poire reflète toute la filière qui les a produits. Pas de survie sans une économie durable, avec des produits de bonne qualité, parfaitement sûrs et payés au prix juste. Pour le touriste, cette action se concrétise par la transparence des aliments, par des marchés ravitaillés directement par les paysans, par une cuisine directement branchée sur le terroir, par un travail d'information, d'éducation incessant. De même que le visiteur des musées est responsable de la conservation des tableaux et des statues, le gastronome veille sur les aliments qu'il consomme, car il est l'un des rares qui en connaissent la valeur. En 1931, un pays dont la majorité des habitants étaient des agriculteurs pouvait se permettre d'ignorer la fragilité de l'économie agricole et les menaces qui pesaient sur elle ; aujourd'hui, cela n'est plus possible et nous sommes responsables d'un patrimoine qui n'existerait plus sans des consommateurs avertis.

La création de nouveaux réseaux d'*osterie* et de « sentinelles » chargées de protéger et de sauver les produits exclus de la grande distribution, la formation des gastronomes à partir du potager scolaire jusqu'à l'université, en passant par d'innombrables dégustations, sont autant de projets de Slow Food, dont chacun formule une critique au développement de ces cinquante dernières années et constitue, en

lui-même, un acquis. Il n'y a pas de « tourisme gastronomique slow », mais si on devait l'imaginer, il serait aisé de lui assigner un rôle très actif dans la conservation du patrimoine alimentaire. Aujourd'hui, de nombreux touristes ne voyagent en Italie que pour visiter et *déguster* ; il faut leur assurer la jouissance des œuvres d'art sous la forme de fioles de vinaigre, de plats de navets ou de corbeilles de cerises.

**Alberto Capatti** est professeur et recteur de l'Université de sciences gastronomiques de Pollenzo (Italie).

#### Notes

- 1 *Il consumo di riso delle famiglie italiane*, « Bollettino della Doxa », giugno, 1950, p. 160 ; *Gli italiani e il vino*, Milano, edizioni Doxa, 1952, p. 38. Voir aussi Luzzatto Fegiz, 1956 : 77-93.
- 2 Hans Barth, 1908. Cet ouvrage est traduit en italien l'année suivante avec le titre *Osteria. Guida spirituale delle osterie italiane da Verona a Capri*, Roma, Voghera (s.d.), avec une préface de Gabriele D'Annunzio.
- 3 « Pour les *osterie* (cabarets, v. Introduction), on boit un bon vin du pays (6 à 10 s.) (*La foglietta*), quelquefois on peut y avoir du pain et du fromage, ou des mets chauds (*osteria con cucina*). Ces établissements, d'une grande simplicité, se trouvent en grand nombre à Rome ; ils offrent une excellente occasion d'étudier les particularités du peuple [...] » (Baedeker, 1872 : 88).
- 4 *Turismo gastronomico, 1954, anno terzo*, Milano, Cordani, 1954 et *Turismo gastronomico, 1955, anno terzo*, Milano, Cordani, 1955.

#### Bibliographie

- Baedeker, Karl (1872), *Italie, manuel du voyageur, deuxième partie, Italie centrale et Rome*, Coblenz, p. 88.
- Barth, Hans (1908), *Osteria Kulturgeschichtlicher Führer durch italiens schenken von Verona bis Capri*, verlag Stuttgart.
- Capatti, Alberto (2000), *L'osteria nuova*, Bra, Slow Food.
- Crainz, Guido (2005), *Storia del miracolo economico*, Roma, Donzelli.
- Cünsolo, Felice (1969), *Guida gastronomica d'Italia*, Milano, Touring Club Italiano.
- di Carpegna, Cristina (1990), « Altre rilevazioni di salumi tipici », dans *Atlante dei prodotti tipici: i salumi*, Milano, Franco Angeli.
- Luzzatto Fegiz, Piepaolo (1956), *Il volto sconosciuto dell'Italia, dieci anni di sondaggi Doxa*, Milano, Giuffrè, 1956, p. 77-93.
- Petrini, Carlo (2005), *Buono, giusto, pulito, principi di nuova gastronomia*, Torino, Einaudi.
- Richardin, Edmond (1914), *Tourisme gastronomique. La Géographie des gourmets au pays de France*, Paris, Touring Club de France.
- Touring Club Italiano [1931] (2003), *Guida gastronomica d'Italia*, Milano, 2003.