

Un réseau gastronomique national

Grands sites du goût

La Fondation pour le goût veut positionner la Suisse comme destination culinaire incontournable. Cette stratégie s'appuie sur une vingtaine de sites dans tout le pays.

ALAIN-XAVIER WURST

Deux jours après l'adoption de la nouvelle stratégie touristique par le Conseil fédéral, la Fondation pour le goût organisait à Corseaux (VD) sa première rencontre des Grands sites du goût. Si le rapprochement temporel entre les deux événements est fortuit, Josef Zisyadis, directeur de la fondation, n'a pas manqué de relever la différence d'analyse entre les deux institutions:

«Les mots gastronomie et patrimoine culinaire sont absents du rapport de la Confédération»

Josef Zisyadis
Directeur de la Fondation pour le goût et ancien conseiller national

«Après avoir lu le rapport sur la stratégie touristique de la Confédération, je constate avec une certaine tristesse que les mots gastronomie et patrimoine culinaire ne sont pas évoqués une seule fois dans le rapport», a

commenté l'ancien conseiller national devant un parterre d'une quarantaine d'invités institutionnels et privés. Et de souligner, en contraste, que la Suisse est le pays comptant le plus grand nombre de restaurants étoilés par kilomètre carré dans le monde.

Placer la Suisse comme destination incontournable sur la carte mondiale du tourisme gastronomique, tel est en effet le but assumé que s'est fixé la fondation. Pilier de cette stratégie, le réseau des Grands sites du goût (voir carte ci-contre) a été lancé en 2019 et réunit à ce jour dix sites (huit en Romandie, un au Tessin et un dans la région italophone des Grisons). Une dizaine d'autres territoires, situés cette fois-ci en Suisse alémanique, devraient rejoindre le réseau à la fin de 2022. Qu'il s'agisse du Val-de-Travers avec l'absinthe, du Grand Entremont et sa raclette,

du Tessin et son Merlot ou de Lavaux et son Chasselas, chaque site du réseau place au cœur de son projet un produit agricole ou viticole, mais aussi des pratiques, des recettes, des traditions qui lui sont liées. Les sites peuvent également intégrer une démarche plus générale autour d'une filière, à l'image du Val Poschiavo, dans les Grisons, qui a choisi de valoriser son patrimoine agricole et culinaire en misant sur le développement durable, convertissant à ce jour la quasi-totalité (96%) de la vallée en agriculture biologique.

Structurer des offres touristiques autour de chaque site

Au-delà de sa consolidation, une question se pose désormais au réseau des Grands sites du goût: comment transformer ce que propose chaque site en offres touristiques créatrices de valeur ajoutée pour la région concernée? «Pour qu'un site du goût fonctionne, cela nécessite une coopération intersectorielle entre interprofessions agricoles et viticoles, offices du tourisme,

«Pour qu'un site du goût fonctionne, cela nécessite une coopération intersectorielle»

Jean-Marc Imhof
Coordinateur du réseau pour la Suisse romande

hôtels et restaurants, et prestataires touristiques. Si nous n'avons pas d'acteurs dans les destinations pour s'approprier le projet et défendre leurs produits, leurs valeurs liées à l'agriculture, ce sera difficile d'avoir un site du goût viable», prévient Jean-Marc Imhof, coordinateur du réseau pour la Romandie.

«Il y a beaucoup d'envie de la part des restaurateurs et des hôteliers de jouer la carte des terroirs, de même que chez les agriculteurs. Mais force est de constater, lorsque l'on regarde la carte de certains établissements qui se disent partants, que la proximité des produits n'est pas souvent au rendez-vous», relève Martine Jaques-Dufour, coordinatrice du projet de développement régional (PDR) du Grand Entremont dans le Valais et vice-présidente de la Fondation

pour le goût. Doté de 14 millions de francs, ce PDR soutient l'agriculture de montagne et en premier lieu la rénovation et modernisation d'infrastructures pour la production et la transformation de lait cru en Raclette du Valais AOP, ainsi que d'autres spécialités fromagères.

Des soutiens pour la filière viande, le séchage des herbes aromatiques ou médicinales, la mise en valeur des céréales et l'extraction du miel sont également prévus avec ce fonds. Enfin, une dernière partie est consacrée à la communication, aux circuits de commercialisation et à la coopération avec le secteur du tourisme.

Inscription au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco

«Ce n'est pas forcément facile d'accorder sa préférence aux produits locaux pour les restaurateurs, mais je crois que c'est une question de volonté, de créativité et d'innovation. Il faut avoir envie de composer avec les spécificités de la région. Je suis convaincue que c'est alors un atout pour faire venir les visiteurs et fidéliser aussi la population locale», ajoute Martine Jaques-Dufour, qui œuvre depuis 30 ans dans le secteur, après avoir participé à la mise en place du système des AOC en Suisse.

La question de l'approvisionnement des produits, aussi triviale qu'essentielle, doit aussi être abordée. «Je pense que les régions doivent s'organiser pour créer des plateformes de distribution qui soient efficaces pour les restaurants et les hôtels», précise-t-elle encore.

Le Grand Entremont et le Val Poschiavo font aussi partie d'un vaste projet réunissant des régions de six pays de l'arc alpin (Suisse, France, Italie, Allemagne, Autriche et Slovénie), dont le but est d'inscrire le patrimoine alimentaire alpin au patrimoine culturel immatériel de l'Unesco. Des centaines de recettes et un savoir-faire, mais aussi des fêtes traditionnelles autour de pratiques agricoles ont été inventoriés. La candidature internationale devrait être soumise en 2023 à l'Unesco. «Ceci

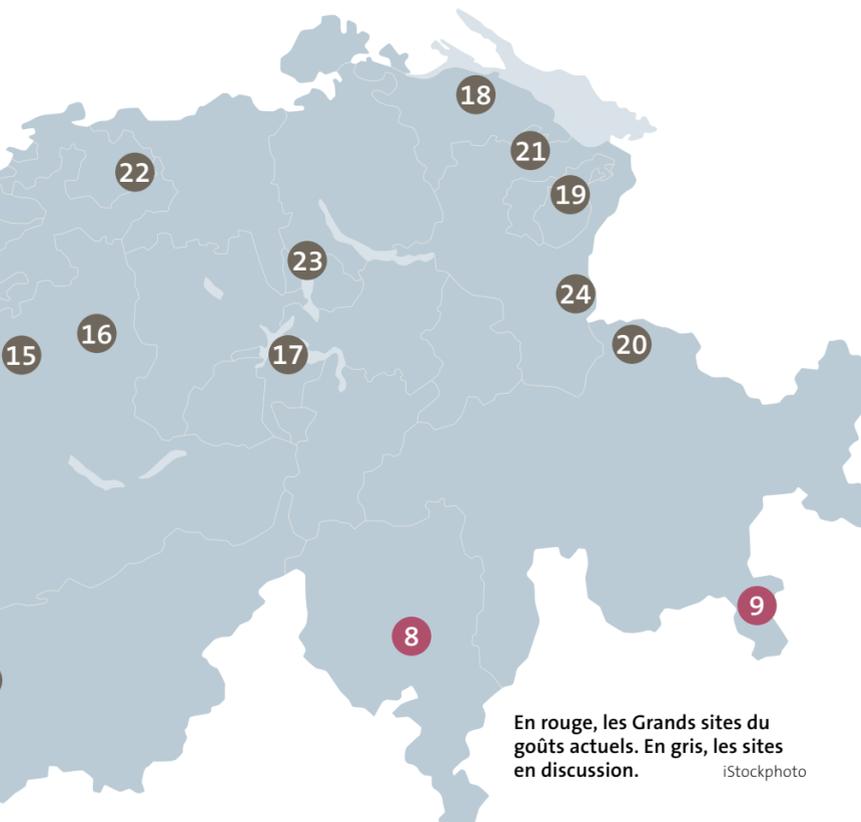
«Ce sont des leviers très puissants sur lesquels bâtir une narration et un marketing touristique»

Cassiano Luminati
Directeur du Polo Poschiavo

permettrait de mettre en réseau de très nombreux petits producteurs, dont le rôle est souvent méconnu et pourtant central pour le développement régional», explique Cassiano Luminati, directeur du Polo Poschiavo.

Ces filières du goût, transmises de génération en génération, existent pour elles-mêmes mais pas uniquement: «Ce sont aussi des leviers très puissants sur lesquels bâtir une narration et un marketing touristique respectueux des communautés locales et s'inscrivant dans la philosophie du slow tourisme», souligne encore Cassiano Luminati.

sites-du-goût.ch



En rouge, les Grands sites du goûts actuels. En gris, les sites en discussion.

iStockphoto

- 1 Le Val-de-Travers et son absinthe
- 2 Grandson et sa région de la truffe
- 3 Lavaux et son Chasselas
- 4 Le Chablais et son sel des Alpes
- 5 Le Grand Entremont et sa Raclette du Valais AOP
- 6 L'Ajoie et sa Damassine AOP
- 7 Bellelay, les Franches-Montagnes et sa Tête de Moine AOP
- 8 Le Tessin et son Merlot
- 9 Le Val Poschiavo et son agriculture 100% nature
- 10 Morges et ses noix
- 11 Genève et ses saveurs «ville-campagne»
- 12 Le Gros-de-Vaud avec son blé et son pain
- 13 Les Préalpes fribourgeoises et sa fondue
- 14 La vallée du Rhône et ses vignobles en pierres sèches
- 15 Berne et ses marchés
- 16 L'Emmental et son fromage mythique
- 17 Stans et son Sbrinz AOP
- 18 La Thurgovie et ses vergers
- 19 Appenzell et ses trois Viandes séchées IGP
- 20 La «Bündner Herrschaft» et son Pinot Noir
- 21 St-Gall et sa Saucisse de veau IGP
- 22 Bâle et ses pruniers haute-tige
- 23 Zug et son Kirsch AOP
- 24 Rheintal et son Ribelmaïs AOP

L'exemple du Tessin et son Merlot

La Corte del vino où il fait bon s'arrêter

Chaque site du goût décide de la manière de valoriser son ou ses produits d'appel. Située dans l'ancien moulin du Ghitello, aux portes du parc des Gole della Breggia dans le Mendrisio, la Corte del vino Ticino représente 45 vigneronnes et a comme principal objectif la promotion du vin tessinois au Tessin. «Pour être chez nous, la production de raisin doit être strictement tessinoise», explique

Marinella Maggetti, responsable marketing de l'œnothèque créée en 2017 dans le village de Morbio Inferiore. Pensé comme une exposition de vins permanente, avec environ 250 références, l'établissement propose également un restaurant de produits du terroir. «Nous travaillons en étroite collaboration avec l'Office du tourisme du Mendrisio, qui organise de nombreux événements auxquels

nous prenons part», dit Marinella Maggetti. Des clubs automobiles organisant des circuits dans la région ou des tours «Wine and Bike», de plus en plus demandés, font ainsi étape à la Corte del vino Ticino. «Notre établissement est la vitrine des nombreux cépages tessinois, qui ne se limitent pas au seul Merlot!» axw

cortedelvino.ticino.ch



«Le tourisme devra de plus en plus privilégier les circuits courts»

Rafael Matos-Wasem

Géographe et enseignant dans le domaine du tourisme durable à la HES-SO Valais-Wallis

Petit entretien

L'avenir du tourisme suisse sera gastronomique – ou ne le sera pas?

La gastronomie, ou encore les traditions et les singularités culinaires d'une région, constitue un véritable atout touristique, hélas parfois relégué au second plan par les responsables économiques et politiques. Ce secteur acquerra cependant une importance croissante, car le tourisme sera de plus en plus poussé à privilégier les circuits courts.

Vous plaidez pour un tourisme lent. Avec quels effets?

Je pense à la réduction de la consommation d'énergie ou à la baisse des émissions de CO₂. Dans un monde aux rythmes trépidants qui rendent malade, nous devons penser la décélération et la résonance au monde, comme le dit le philosophe et sociologue Hartmut Rosa.

Quelle place peuvent occuper les Grands sites du goût dans cette forme de tourisme?

Ce réseau peut lui-même jouer un rôle de mise en réseau, faciliter l'échange d'expériences et de savoirs. Il pourrait apporter un soutien économique, logistique et politique bienvenu à des producteurs et prestataires issus de régions situées à l'écart des grands flux touristiques.

Les Suisses se déplacent énormément. N'est-ce pas contradictoire avec l'idée de tourisme lent?

Les Suisses parcourent en moyenne 37 km par jour, dont plus de 40% dans un but touristique et de loisirs. Nous devons impérativement réduire cette boulimie dont l'impact sur la consommation d'énergie et l'empreinte carbone est indéniable. Cela passe par une réduction de la mobilité, dont les déplacements de loisirs. Le tourisme lent va dans ce sens. axw