A scenic view of a valley with a town, vineyards, and mountains under a cloudy sky. The foreground shows a close-up of green and yellowing grape leaves. The middle ground features a town with a mix of residential and commercial buildings, surrounded by fields and vineyards. The background shows a range of mountains under a bright, slightly hazy sky.

# Slow Food Travel

—  
UN TOURISME GOURMAND  
ET DURABLE EN VALAIS  
—

# Le Valais est la première destination suisse à se lancer dans le projet international Slow Food Travel. Il entend proposer des séjours-expériences gourmands et culturels pour valoriser la richesse d'un terroir et ses artisans.

Texte, Sophie Dorsaz – Photos, VWP

Les racines culturelles de toute population humaine sont intimement liées à sa production agricole et à la manière de s'alimenter. Le meilleur moyen d'appréhender un territoire et ses habitants revient à découvrir ses traditions gastronomiques. L'industrialisation générant une standardisation de l'alimentation, Slow Food Travel a pour but de valoriser le patrimoine et de préserver les traditions culinaires à travers des séjours-expériences. Il ne s'agit plus seulement de se régaler d'un produit, mais d'explorer toute la chaîne de valeur qui se cache derrière tout en créant du lien avec le producteur ou l'artisan. Le projet s'inscrit dans le mouvement mondial Slow Food regroupant un million de sympathisants dans 160 pays.

## Après l'Autriche, le Valais

Le concept existe déjà en Autriche en Carinthie depuis 2015. « Cela a permis à des vallées alpines quasiment désertées de se repeupler et de développer du tourisme doux », avance Jean-Marc Imhof, chef du projet Slow Food Travel pour la Suisse. « Les savoir-faire traditionnels, tels que la culture de plantes aromatiques et médicinales, leur séchage et leurs utilisations ont été revalorisés. Désormais, c'est même enseigné dans les écoles. En plus d'être une expérience touristique, cela pérennise un héritage agricole. »

Convaincu par la recette Slow Food Travel, Jean-Marc Imhof l'a importée en Suisse et plus particulièrement en Valais. « Il s'agit d'une destination aux traditions culinaires riches et variées. D'ailleurs, le canton a lancé plusieurs projets de développement régional (PDR), visant à soutenir la production et la promotion de

produits indigènes. C'est une excellente base sur laquelle le projet Slow Food Travel peut s'appuyer. »

Pour ce faire, de nombreux partenaires ont été mis en réseau pour créer des produits touristiques complets, de l'hébergement à la restauration en passant par des activités avec des producteurs ou des visites. Concrètement, une dizaine d'offres régionales sous la forme de week-ends pour des groupes de 8 à 15 personnes seront proposées dès cet automne.

## Fully et le Grand Entremont au cœur du projet

Deux régions ont été choisies pour démarquer le programme Slow Food Travel en Suisse : Fully et le Grand Entremont, réunissant le Pays du Saint-Bernard et la vallée de Bagnes.

La première est la patrie de nombreux cépages valaisans. Fully est une terre où s'épanouit la fameuse Petite Arvine, mais pas seulement. Des crûs plus confidentiels, parfois cultivés en biodynamie, s'y retrouvent comme la Grosse Arvine ou le Durize. À Fully, les participants au Slow Food Travel pourront se balader dans le vignoble en terrasses et découvrir le travail en cave des nombreux vigneron. « Et pourquoi pas participer à des vendanges ! », ajoute Jean-Marc Imhof.

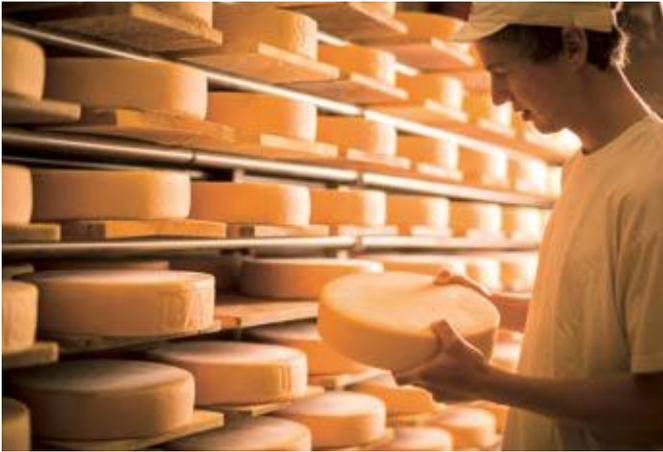
Quant à la région du Grand Entremont, trait d'union entre la Suisse et l'Italie, elle est réputée pour ses fromages d'alpage ou de laiterie, ses plantes médicinales et aromatiques ainsi que ses salaisons traditionnelles. Elle est d'ailleurs un des « Grands Sites du Goût » sélectionné par la Fondation pour la Promotion du

Goût. La vallée a su conserver des villages authentiques qui se laissent parcourir à pied. « Slow Food Travel peut y proposer la confection d'un pain au four banal de Sarreyer, de la pêche au lac de Champex ou encore une initiation à l'art de la raclette. »

Pour Jean-Marc Imhof, les possibilités sont infinies. Car loin d'être un produit touristique imposé à une région, les offres de Slow Food Travel émergent des producteurs eux-mêmes. « Nous travaillons du bas vers le haut. Comme les artisans sont au cœur même du projet, ils doivent avoir envie de partager un peu de leur quotidien. Cela leur donne l'occasion d'être proactifs et créatifs pour attirer des visiteurs. » Dans chaque région, Slow Food Travel a mené plusieurs séances pour informer et encourager les potentiels partenaires. « Des guides du patrimoine, hébergeurs ou accompagnateurs en montagne sont aussi les bienvenus pour enrichir et diversifier les expériences. »

## Des critères pour une alimentation « bonne, propre et juste »

Pour prendre part au Slow Food Travel, les partenaires doivent toutefois s'engager à respecter quelques principes. « Il s'agit des critères de base du mouvement Slow Food qui défend une alimentation bonne, propre et juste », précise Jean-Marc Imhof. « L'objectif n'est pas d'exclure des partenaires, mais au contraire de les encourager à se rapprocher d'un mode de production le plus respectueux possible de l'environnement. » Ainsi, les partenaires doivent garantir une production sans produit chimique et de synthèse ou justifier une utilisation limitée. Les OGM



—  
LE PROJET SE DÉVELOPPE EN  
COLLABORATION  
AVEC VALAIS WALLIS  
PROMOTION  
—



sont interdits des préparations destinées au fourrage des animaux. Les additifs et les conservateurs sont exclus et l'emballage doit être aussi sobre que possible.

**Une place de marché commune avec Valais Wallis Promotion**

Slow Food Travel dispose d'un budget d'environ 900'000 francs (400'000 francs de la Confédération – 260'000 francs de Slow Food Suisse et 120'000 francs de

l'Etat du Valais). Le projet se développe en collaboration avec Valais Wallis Promotion qui y participe à hauteur de 120'000 francs sous forme de prestations. « Nous avons l'expérience du terrain et Slow Food apporte une visibilité nationale et internationale », s'enthousiasme le directeur, Damian Constantin. Pour lui, Slow Food Travel est « une magnifique opportunité de fédérer des acteurs du tourisme et du patrimoine. Le client

va au-delà des destinations, il cherche des expériences authentiques et nous avons tout dans ce canton pour lui offrir des moments uniques ». Pour vendre ces voyages, VWP et Slow Food Travel développent une place de marché commune qui facilitera les réservations. « Tout sera réservable en quelques clics ! »

---

[www.slowfood.ch](http://www.slowfood.ch)

---

**Slow Food, un mouvement joyeux et positif**

Le mouvement Slow Food a démarré sur le ton d'une boutade. En 1986, Rome ouvre son premier restaurant Mc Donald's. En réponse à l'expansion de la culture fast-food, le journaliste Carlo Petrini et un groupe d'amis réunissant œnologues, historiens, sociologues lancent une énorme « spaghetтата »

dans la capitale italienne. Le but : sensibiliser les Italiens à la richesse de leur tradition culinaire. Le mouvement Slow Food est né.

Aujourd'hui, il est présent dans 160 pays et continue de défendre la variété du patrimoine alimentaire régional face à la standardisation des denrées induite par l'industrialisation. Son slogan : « Bon, propre et juste ». Bon pour des aliments régionaux et de saison. Propre pour une production durable

qui ne doit pas porter atteinte à l'environnement, à l'être humain et à l'animal. Juste pour des conditions et des prix équitables à tous les niveaux (production, commerce et consommation).

Dans les différents pays, le mouvement s'organise en « conviviaux » qui sont des antennes régionales. Les projets « Presidi » soutiennent des productions alimentaires de qualité menacées de disparition en encourageant la sauvegarde des techniques traditionnelles.

En Suisse, on retrouve notamment le saucisson Chantzet du Pays d'Enhaut, les prunes du Jura tabulaire ou encore le fromage Zieger d'alpage. « Slow Food est un mouvement joyeux et positif soutenu par des personnes désirant conserver une alimentation saine, locale et savoureuse », résume Jean-Marc Imhof.