

Le patrimoine culinaire, ingrédient-clé du tourisme

Le réseau des **Grands Sites du Goût** a tenu ses premières assises le 12 novembre, à Corseaux (VD). Objectif: promouvoir la Suisse en tant que destination mondiale du tourisme du goût.

TEXTE CAROLINE GOLDSCHMID

«Nous sommes plus convaincus que jamais qu'une partie non négligeable de l'avenir du tourisme suisse se joue autour de la gastronomie, du patrimoine culinaire vivant, au cœur des Alpes.» C'est avec ces mots que Josef Zisyadis a ouvert les festivités le 12 novembre dernier, à l'occasion de la première rencontre des Grands Sites du Goût. Initiée par la Fondation pour la Promotion du Goût, dont il est le directeur, cette journée s'est déroulée à Corseaux (VD), en présence d'une cinquantaine de participants. Regroupant d'ores et déjà dix Grands Sites du Goût en Suisse romande, au Tessin et aux Grisons, le réseau devrait en compter le double d'ici à fin 2022, notamment en Suisse alémanique. «Depuis le lancement du projet, nous nous sommes rendus compte qu'on ne construit pas un réseau de vingt Grands Sites du Goût – avec vingt produits authentiques coiffés par vingt parrains et marraines – par décret. C'est un réseau vivant qui est essentiellement fait d'amitiés et de territoires qui se dégustent», a déclaré Josef Zisyadis.

Jean-Marc Imhof, coordinateur des Grands Sites du Goût et chef de projet «Slow Food Travel», s'est lui aussi dit convaincu de la pertinence de ce nouveau réseau, qui consiste notamment à partager des bonnes pratiques et à créer de la coordination intersectorielle. «Un Grand Site du Goût, c'est quoi? C'est une région qui valorise un savoir-faire traditionnel, vivant et durable», a expliqué Jean-Marc Imhof. L'idée est que les différents acteurs d'un site coordonnent leurs actions autour de la promotion de leur terroir, avec un produit phare, le plus emblématique de la région. «Pour un site, l'objectif est de s'engager à proposer un tourisme dédié à l'œno-gastronomie», a poursuivi le

coordinateur dont le projet est financé par la Confédération, Vaud Promotion et GastroVaud. A terme, le site web de ce réseau est appelé à intégrer celui de Suisse Tourisme.

Appel aux politiques

Parmi les dix sites qui font déjà partie du réseau, citons Lavaux et son Chasselas (VD), le Grand Entremont et sa raclette AOP (VS), le Tessin et son Merlot, l'Ajoie et sa Damassine AOP (JU), ou encore le Chablais et son sel des Alpes. Le 12 novembre, ce dernier était représenté par Marcel Plattner, responsable du développement commercial des Salines Suisses, dont font partie les Mines de Sel de Bex. Le site attire plus de 80 000 visiteurs par an et l'expert a annoncé qu'une nouvelle conception de l'espace exté-

rieur est en préparation, qui comprendra un restaurant. En effet, tous les acteurs du tourisme présents à cette journée s'accordent à dire que la gastronomie – y compris les restaurateurs! – joue un rôle clé dans la promotion de la Suisse en tant que destination mondiale du tourisme du goût.

Pourtant, le mot «gastronomie» ne figure pas dans la stratégie touristique de la Confédération, adoptée le 10 novembre par le Conseil fédéral. «Sur 60 pages, pas une seule fois n'apparaît le mot <gastronomie> ni <tradition culinaire> ni <patrimoine culinaire>», se désole Josef Zisyadis. Il appelle donc les responsables politiques à prendre en compte le nombre record de tables étoilées au km² détenu par la Suisse.

sites-du-gout.ch



Dans sa présentation, Christoph Sturny, directeur de Montreux Vevey Tourisme, a rappelé que la Riviera regroupe 27% des étoilés du Guide Michelin et 29% des points GaultMillau répartis dans le canton de Vaud.