

Slow tourism nella Svizzera del gusto

© Intervista, Manuella Magnin © Illustrazione, DR



La Svizzera è un paese di tradizioni culinarie, da scoprire al proprio ritmo tramite la ricca offerta dei Grandi Luoghi del Gusto. Facciamo il punto con Barbara Schneider, in carica di questo splendido progetto.

● **Barbara, Lei è alla guida dei Grandi Luoghi del Gusto dall'inizio di quest'anno, ci ricordi qual è l'essenza di questo splendido progetto ?**

BS L'idea è nata nel 2019 su iniziativa della Fondazione per la promozione del Gusto, allo scopo di valorizzare il ricco patrimonio culinario delle varie regioni della Svizzera.

● **A chi è rivolta l'offerta dei 17 Grandi Luoghi ?**

BS Si rivolge sia ai turisti svizzeri che stranieri. L'idea è di scoprire una regione tramite i suoi prodotti, i suoi produttori e artigiani del territorio. I Grandi Luoghi del Gusto sono una vera e propria cartografia delle tradizioni culinarie del nostro paese. Stiamo parlando

di slow tourism, l'esatto opposto del turismo di massa che si accontenta di sfiorare appena un paese.

● **Qual è l'esperienza proposta in ognuno di questi luoghi ?**

BS Nel cuore di ogni Grande Luogo del Gusto, ognuno è invitato a degustare e scoprire la regione al suo ritmo, a capire il processo di lavorazione di un prodotto. I prodotti di eccellenza di ogni regione appartengono quasi tutti al Patrimonio Culinario Svizzero. Sono sinonimi di antiche tradizioni secolari.

● **Come costruite gli itinerari del gusto ?**

BS Tutti i Grandi Luoghi del Gusto sono collegati agli enti locali di promozione turistica, che propongono esperienze enogastronomiche. Per promuovere queste offerte, collaboriamo con Svizzera Turismo che valorizza la Svizzera come destinazione culinaria.

● **La costruzione di ogni offerta implica un finanziamento. Chi vi sostiene economicamente ?**

BS Dal 2022 al 2024, il progetto è stato sostenuto da Innotour, il fondo di innovazione per il turismo promosso dalla SECO, la Segreteria di Stato dell'economia, nonché da una modesta partecipazione di ogni destinazione. Stiamo attualmente lavorando con esperti ad una strategia 2026-2028 per far conoscere meglio il marchio sia in Svizzera sia all'estero.