

Le projet « Les Grands Sites du Goût » entend remettre la gastronomie et le vin au cœur des politiques touristiques helvétiques. L'absinthe ou le sel de Bex, la truffe ou les grands fromages sont autant d'atouts à valoriser.

La Suisse, nouvel eldorado du goût

Texte, Véronique Zbinden — Photos, DR

Aller caver la truffe dans les forêts du Nord vaudois et cuisiner sa propre cueillette, avant de visiter Grandson, un des plus beaux villages suisses, son château et son église romane. Plonger dans les entrailles de la terre, au gré du fascinant paysage souterrain des mines de sel de Bex, puis se laisser séduire par les petits bijoux du vignoble valaisan dans quelque caveau typique. Mais encore ? Partir sur les traces des pionniers helvétiques du chocolat ou assister à la fabrication, inchangée depuis des siècles, d'un formidable fromage d'alpage...

Demain, bientôt sans doute, les touristes désireux de découvrir la Suisse se verront proposer ce genre d'explorations gourmandes... Le projet « Les Grands Sites du Goût » entend valoriser tout ce patrimoine encore largement inexploité, explique Sylvain Gaildraud, chef de projet. Lancé ce printemps, il entend dévoiler « une Suisse secrète, hors du temps et loin des villes, riche de ses savoir-faire traditionnels, gourmande et festive ». On connaît

un peu ses tables étoilées, nettement moins ses grands vins, très peu exportés ; surtout, « il reste à attribuer aux produits et aux terroirs, au patrimoine alpin, la place qui leur revient. Les pays nordiques européens sont à cet égard un modèle de communication, estime Sylvain Gaildraud, qui ont su faire de territoires a priori hostiles et peu portés sur l'hédonisme des destinations gastronomiques phares... On s'inscrit ici dans une perspective de fierté et de durabilité. »

Porté par la Fondation pour la promotion du Goût, le projet a pour partenaires premiers l'OTV et Gastrovaud mais aussi leurs associations faîtières nationales, le soutien de la Confédération et son fonds de soutien à l'innovation touristique. Il a reçu le soutien moral de Présence suisse.

Plusieurs chefs de haut vol, porteurs d'image, seront mis à contribution. Les marchés étrangers, mais aussi locaux, sont ciblés. « On n'a plus envie de passer des heures dans les bouchons si on peut faire du slow tourisme dans

sa région et découvrir au passage de délicieuses spécialités, estiment en substance les responsables. Qui entendent aussi fédérer les producteurs... Le programme en est à ses débuts, mais une demi-douzaine de régions se sont déjà engagées ; à terme, le projet devrait en réunir entre vingt et trente. Les vins seront bien sûr présents, avec plusieurs appellations spécifiques.

Si l'Italie, la France ou l'Espagne sont de longue date des destinations cœno-gastro-nomique prisées, la Suisse a-t-elle autant de richesses à offrir ? Les responsables du projet sont convaincus du potentiel de ses terroirs...

Plus de Sites du goût sur
sites-du-gout.ch



3 questions à Nicolas Bideau

Ambassadeur, Chef de Présence Suisse

SDG **Quelle est l'image de la Suisse à l'étranger sur le plan de la gastronomie ?**

NB Le chocolat et le fromage sont les deux éléments cités spontanément dans le monde entier, en plus des paysages, des montres et de la neutralité. Des clichés positifs et fondés, mais qui ne reflètent pas notre diversité. Ils permettent cependant de susciter l'intérêt pour d'autres produits. Par exemple, promouvoir le fromage permet de présenter nos vins. Comme ils sont à la fois bons et différents des offres standards, la surprise positive est garantie: l'émotion est un moteur pour communiquer sur un pays et la gastronomie un des meilleurs chemins vers celle-ci.

SDG **Quelles sont les attentes des visiteurs étrangers ?**

NB La gastronomie est présente au quotidien lors de tous nos événements dans le cadre des Maisons, Pavillons suisses et ambassades: nous capitalisons sur cette image pour développer des événements focalisés sur notre patrimoine, les terroirs, les savoir-faire et les produits. Nous accordons beaucoup d'importance à la manière de les présenter et sommes devenus experts d'événements créatifs autour de la raclette!

SDG **Vient-on en Suisse pour bien manger? Quels publics faut-il convaincre ?**

NB Je ne pense pas que la première motivation soit gastronomique. Mais je suis convaincu que nous avons le potentiel pour que cela change et les nombreuses initiatives oeno-gastronomiques le démontrent. Nous nous réjouissons de projets qui tels Les Grands Sites du Goût mettent en avant la qualité et l'identité de la Suisse et espérons collaborer à l'avenir, lors d'actions dans les ambassades ou sur nos plateformes de communication.



3 questions à Josef Zisyadis

Directeur de la Fondation pour la promotion du Goût

SDG **La France ou l'Italie ont un riche patrimoine, mais la Suisse peut-elle en dire autant ?**

JZ Absolument. Son patrimoine au cœur des Alpes, désormais exploré par de nombreuses recherches, est juste méconnu. Nous n'avons rien à créer, tout est là, les grands sites et les traditions existent, mais demeurent secrets, et ne demandent qu'à être révélés et mis en réseau.

SDG **Quels sont vos objectifs et publics cibles ?**

JZ Nous ne sommes pas des organisateurs de voyage et voulons avant tout susciter l'intérêt. Convaincre le touriste qu'il peut venir découvrir certains terroirs et produits, puis revenir et en découvrir d'autres. Notre ambition était de mettre en perspective une quinzaine de sites d'ici 2021, mais nous avons déjà largement dépassé cet objectif et visons plutôt 25-30. On s'adresse à un voyageur qui prend le temps de rencontrer des producteurs, artisans, cuisiniers et entend vivre des expériences: un public suisse, européen et au-delà.

SDG **En tant que touriste, quelles sont vos attentes ?**

JZ J'aime découvrir des productions locales et originales, qui ont une histoire et un ancrage dans leur territoire, quelles qu'elles soient... La France est un exemple, mais pas plus que l'Italie, elle n'a besoin de promouvoir son patrimoine. Les Alpes, avec la Suisse en leur cœur, représentent un atout considérable pour le continent européen avec leur patrimoine biologique, culturel et gastronomique. L'intersection de ces éléments a donné naissance à des ingrédients, des écosystèmes alimentaires (vignobles en terrasse, etc), recettes, modes de conservation.



—
**LE PROJET « LES GRANDS SITES
 DU GOÛT » AMBITIONNE DE
 VALORISER UN PATRIMOINE
 ENCORE LARGEMENT
 INEXPLOITÉ.**
 —

L'exemple de l'absinthe

Après avoir longuement cultivé le secret, la fée verte a su se faire connaître et reconnaître. Histoire d'une success story qui s'inscrit parmi Les Grands Sites du Goût.

De l'eau, de la glace et tout un herbier parfumé aux noms mystérieux, une histoire faite de magie et de clandestinité, d'artistes fascinants, de femmes aux destins étonnants, d'alambics et de volutes de fumée...

Interdite durant près d'un siècle avant de renaître et de reflourir, l'absinthe est intimement liée au terroir qui l'a vue naître, le Val-de-Travers. Pour mémoire, la prohibition de la fameuse fée verte, accusée de rendre fou, a été levée en 2005, et sa région s'est attachée à lui rendre justice en lui dédiant un site. Ouverte en 2014, la Maison de l'Absinthe est à la fois un musée, un lieu culturel, historique, patrimonial et une formidable vitrine pour l'ensemble de la filière et toute la région. Une attraction touristique et un lieu de mémoire où se tiennent des

cours de cuisine et autres ateliers. Ironie de l'histoire encore, ce sanctuaire a élu domicile à la Préfecture de Môtiers, qui abrita par le passé la gendarmerie et le bureau du juge et vit passer de nombreux clandestins et trafiquants d'alcool...

La région s'est dotée par ailleurs d'une route de l'absinthe franco-suisse, qui sillonne le territoire de Pontarlier au Val-de-Travers, permettant aux visiteurs de découvrir tous les aspects de l'absinthe et de son histoire étonnante...

Le Val-de-Travers est un des premiers territoires à s'être engagé avec sa bleue emblématique dans le projet Les Grands Sites du Goût.

Cette région est un exemple de « la Suisse créative, dynamique et imaginative » qu'entend incarner le projet. Elle a su fédérer autour d'une histoire et d'un patrimoine communs, construire une offre touristique autour de l'absinthe, avec des hébergements insolites et des sentiers pédestres, mêlant

découverte, goût et culture, mettre sur pied une fête de l'absinthe et une semaine thématique, mais aussi des dégustations et autres ateliers culinaires, des initiations, des soirées Afterwork ou récemment des Murder Parties... De leur côté, les responsables de la Maison de l'Absinthe se disent ravis de cette reconnaissance et attendent « une visibilité, un rayonnement national et international, mais aussi une mise en réseau qui rend plus fort », selon Yann Klauser, directeur de la Maison de l'Absinthe.

Les producteurs se sont retrouvés autour de leur passion commune pour formuler une demande d'IGP - qui devrait aboutir dans le courant de l'année. Aujourd'hui, le Val-de-Travers est un territoire connu et reconnu à travers son produit emblématique, qui a contribué à façonner son identité et sa culture, un paysage et des traditions.