

GRANDS SITES DU GOÛT

DIE SCHWEIZ ALS GASTRONOMIE-DESTINATION

Im Netzwerk «Grands sites du goût» sind fünf Schweizer Regionen mit typischen regionalen Spezialitäten vereint. Etwa 15 weitere könnten in den nächsten drei Jahren hinzukommen.

Sylvain Gaildraud, Projektleiter «Grands sites du goût», Fondation pour la Promotion du Goût

Die «Grands sites du goût» sind Tourismusregionen mit einem starken Bezug zu einem typischen Landwirtschaftsprodukt oder einem bestimmten Wein, wobei die Beziehung zwischen den Menschen und ihrer Region im Vordergrund steht. Das Projekt, das von der Fondation pour la Promotion du Goût, dem Tourismusbüro des Kantons Waadt und GastroVaud getragen wird, hat zwei Hauptziele: ein Netzwerk der «Grands sites du goût» aufzubauen und die Schweiz im In- und Ausland als Wein- und Gastronomie-Destination zu positionieren.

Die Gastronomie ist eine der tragenden Säulen im Tourismusbereich. Sie ermöglicht den Gästen eine besondere Begegnung mit der Kultur einer Region und fällt auch wirtschaftlich stark ins Gewicht: 10 bis 30% der Reiseausgaben entfallen auf Essen und Trinken.

POSITIVE ERSTE BILANZ

Die erste Phase des Projekts, das von Oktober 2018 bis September 2021 von Innotour unterstützt wird, bestand darin, das Projekt potenziell interessierten Regionen vorzustellen. Von bisher zwölf besuchten Gegenden haben fünf bestätigt, dem Netzwerk beitreten zu wollen:

- das Val-de-Travers mit seinem Absinth
- die Region Grandson mit ihren Trüffeln
- der Chablais mit seinem Alpensalz (Sel des Alpes)
- das Grand Entremont mit seinem Raclette-Käse
- das Tessin mit seinem Merlot

Ausserdem wurde eine Website lanciert (sites-du-gout.ch). Finanzielle

Unterstützung erhält das Projekt dank einer Partnerschaft mit dem Messerfabrikanten Swiza aus dem Jura, wodurch die Tragbarkeit des Projektes langfristig gesichert ist.

ERLEBNISAUFENTHALTE IN SICHT

In Kürze werden die lokalen Partner (Gastronomiebetriebe, Hotels, Tourismus-Dienstleister) in das Projekt integriert. Zudem wird eine Strategie erarbeitet, um alles, was die Region rund um ihr kulinarisches Vorzeigeprodukt zu bieten hat, zur Geltung zu bringen – von Kochkursen bis hin zu Events.

Parallel dazu soll das Angebot des «Slow Tourismus» auf die Erwartungen kulinarisch interessierter Gäste abgestimmt werden. Gefördert werden etwa ausgefallene Unterkünfte, Naturtourismus, geführte Wanderungen oder der Langsamverkehr. Dank der Partnerschaft mit Slow Food Travel (Artikel auf S. 7) werden zukünftig auch Erlebnisaufenthalte angeboten. Bis 2022 soll die Zahl der am Projekt beteiligten Gegenden schweizweit auf rund 20 ansteigen.



Die Region Grandson mit ihren Trüffeln gehört zu den fünf Gegenden, die dem neuen Netzwerk beitreten möchten.

EINE STRATEGIE, DIE ALLES, WAS DIE REGION RUND UM IHR KULINARISCHES VORZEIGEPRODUKT ZU BIETEN HAT, ZUR GELTUNG BRINGT.

PANORAMA

Pluspunkt

Das Ziel ist, eine Tourismusregion mithilfe eines oder mehrerer Produkte zu vermarkten, die etwas über die Geschichte, die Kultur, die Landschaft und die Geografie einer Gegend erzählen.

Kontakt

Grands sites du goût
021 601 58 03
info@sites-du-gout.ch
www.sites-du-gout.ch