View this email in your browser

Le Japon a accueilli le Forum mondial de l'OMT sur le tourisme gastronomique de 2022

© Office National du Tourisme Japonais (JNTO)

Paris, 26/01/2023 – L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Basque Culinary Center ont organisé le 7e Forum mondial sur le tourisme gastronomique du 12 au 15 décembre 2022, à Nara. La Japan Tourism Agency, l'Office National du Tourisme Japonais (JNTO) et le gouvernement préfectoral de Nara ont soutenu l'organisation du forum, qui a rassemblé plus de 450 délégués de 30 pays en personne et plus de 1 000 participants de 125 pays en ligne, en particulier les acteurs de l'alimentaire et du tourisme.

Lors de l'ouverture, le Secrétaire général de l'OMT, Zurab Pololikashvili, a déclaré : « Le Forum de cette année représente une occasion unique pour les experts de partager leurs meilleures pratiques et de renforcer le rôle du tourisme gastronomique en matière de talents, de durabilité, d'innovation et d'inclusion sociale, et de souligner son importance pour le développement régional et rural ». L'OMT définit le tourisme gastronomique comme un type d'activité touristique qui se caractérise par l'expérience du visiteur liée à la nourriture et aux produits et activités connexes lors de son voyage.

Dans le cadre de la promotion du tourisme gastronomique au Japon auprès de l'audience mondiale du

Forum, le JNTO a partagé des informations sur les destinations du pays où les visiteurs peuvent explorer la richesse de la culture alimentaire japonaise. Parmi ces destinations figurait la préfecture hôte de Nara, considérée comme l'un des berceaux de la culture alimentaire japonaise, avec notamment l'utilisation d'ingrédients indispensables tels que le saké et le dashi (un bouillon à base de flocons de bonite séchée, d'algues kombu et de champignons shiitake).

© Office National du Tourisme Japonais (JNTO)

Au cours d'une table ronde sur le tourisme gastronomique japonais animée par la vice-présidente exécutive du JNTO, Rieko Nakayama, des experts en alimentation, en brassage de saké et en tourisme ont partagé leurs meilleures pratiques. « Le JNTO utilise la nourriture comme une accroche pour la promotion du tourisme entrant, car c'est l'une des principales motivations des touristes étrangers pour visiter le Japon », a-t-elle expliqué.

« Cette table ronde était très instructive sous divers aspects, notamment sur le fait que le succès du tourisme gastronomique dépend essentiellement de la collaboration entre les acteurs locaux, tels que les restaurants, les brasseurs de saké, les agriculteurs, les lieux d'hébergement et les exploitants de sources thermales. Il est également essentiel de former des personnes possédant les compétences nécessaires. Nous avons également appris que la cuisine locale, si elle fait l'objet d'une stratégie de marque, peut contribuer à

améliorer la valeur de la marque de la région elle-même. »

Le JNTO a depuis longtemps intégré la cuisine dans sa stratégie de communication, et continue de le faire dans ses publications les plus récentes, comme sa campagne « Enjoy My Japan » (plateforme en ligne permettant aux visiteurs d'explorer les différentes facettes du Japon), ainsi que ses guides « Japan : Where Luxury Comes to Life » (version française disponible) et « Explore Deeper : Sustainable Travel Experiences in Japan ».

© Office National du Tourisme Japonais (JNTO)

De même, le Japan Convention Bureau – le département des événements professionnels du JNTO – met en avant toutes les possibilités offertes par la cuisine japonaise pour les conférences internationales comme pour les voyages incentive.

« La cuisine est un incontournable des événements, et les organisateurs peuvent en faire une formidable fenêtre sur la culture japonaise pour leurs participants ! », déclare Yoko Takano, Directrice générale du bureau de Paris du JNTO. « Les options sont innombrables, des buffets aux allures de festival dans les jardins japonais aux repas raffinés dans l'un des nombreux restaurants étoilés du Japon, sans oublier les ateliers de préparation de sushi, de nouilles ou de pâtisserie ».

Les organisateurs d'événements peuvent trouver des suggestions liées à la gastronomie dans certaines des dernières ressources publiées par le Japan Convention Bureau, comme son site de visites virtuelles (qui présente non moins de 10 villes régionales) ou son guide « Japan : Inspiration for Incentive Travel ».