

innovation
tourism



UN PROJET NOVATEUR ET PORTEUR POUR LE TOURISME DE LA RÉGION DE MORGES:

CRÉATION D'UNE « SLOW DESTINATION »



1^{ÈRE} RENCONTRE DU DISTRICT DE MORGES : SAMEDI 1^{ER} OCTOBRE 2016 À APPLES

LES 3 GRANDES ÉTAPES DE L'ORGANISATION TOURISTIQUE RÉGIONALE



MAI 2014: CRÉATION DE MORGES RÉGION TOURISME

- 1 OFFICE DU TOURISME RÉGIONAL EN CHARGE DE LA PROMOTION D'UNE SEULE DESTINATION: LE DISTRICT DE MORGES
- DES «MAISONS DU EN CHARGE DE L'ACCUEIL, DE L'INFORMATION ET DE L'ANIMATION LOCALES
- DES FINANCEMENTS CLAIRS ET ÉGAUX POUR TOUS DE 3.- /HABITANT



AOÛT 2015: VALIDATION DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE RÉGIONALE 2015-2020

- 5 AXES STRATÉGIQUES
- 42 PROJETS À RÉALISER



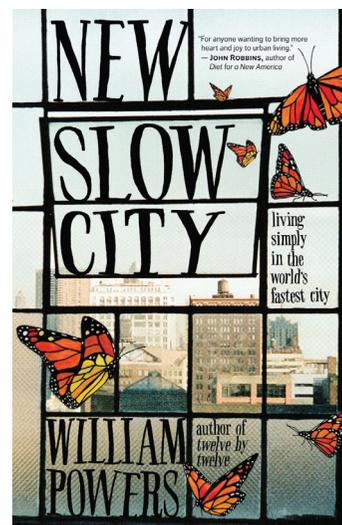
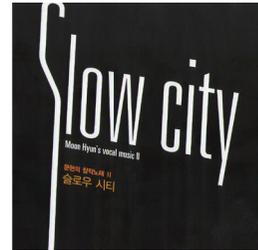
SEPTEMBRE 2016: CRÉATION D'UNE SLOW DESTINATION

- 4 PARTENAIRES
- 10 PROJETS À RÉALISER
- UNE AIDE FINANCIÈRE DU FONDS FÉDÉRAL INNOTOUR

VOUS AVEZ DIT SLOW ... ?



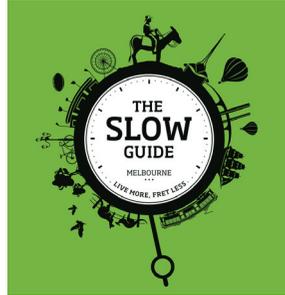
Slow Food



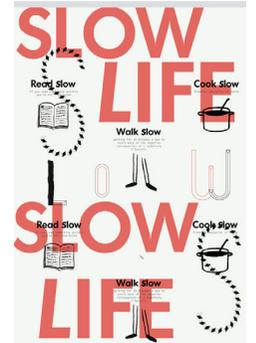
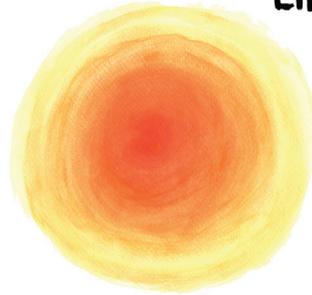
7th Annual
SLOW FOOD CYCLE SUNDAY
pemberton, british columbia



LET'S GO RIDE BIKES



**SLOW
LIFE**



cittaslow



Slow Travel Tip
Dinner & A Show In The City



**slow
wine**



**SlowRiding®
Cycling Tours**
- It's Awesome Tourism

SLOW TOURISME, LE TOURISME LENT: UNE TENDANCE DE FOND

Le **slow movement** est apparu dans les années 1980 en réaction à l'accélération de la vie moderne. La première déclinaison du *slow movement* est le **slow food**, créé en 1986 pour lutter contre la «malbouffe». Aujourd'hui, l'association est présente dans une centaine de pays, compte près de 100 000 adhérents et est reconnue par l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). En 1999, les **slow cities** voient le jour, suivies par le *slow movement* en voyage, le **slow travel**.

QU'EST-CE QUE LE SLOW TOURISME?

- un tourisme **plus authentique**, qui porte aussi une **dimension écologique et responsable**.
- un tourisme où l'**authenticité et la qualité de l'expérience vécue** prime sur la **rapidité et la quantité des activités**.
- un tourisme qui va à la **rencontre des populations locales**
- un tourisme qui savoure les plaisirs de la table, qui **déguste les produits et les vins locaux**, qui s'immerge dans la culture et le patrimoine de la région que l'on visite.
- un tourisme préfère l'**itinérance douce** en se déplaçant en train, à pied, à cheval ou en vélo.
- un tourisme qui laisse de la place à **l'imprévu, à la surprise et à l'émotion**.

LE SLOW TOURISME, C'EST SAVOURER LE LUXE DE PRENDRE SON TEMPS...



POURQUOI FAIRE DE LA RÉGION DE MORGES UNE *SLOW DESTINATION* ?

- Le tourisme lent correspond parfaitement à l'**identité de la région** et au type de tourisme que les **acteurs touristiques souhaitent développer**
- Le tourisme lent répond aux **aspirations de la population urbaine** qui est le **public cible principal** du tourisme régional
- Le tourisme lent permet aux **acteurs locaux** de valoriser les **produits du terroir et de développer l'oenotourisme**
- Le tourisme lent garantit des **retombées économiques** concrètes pour les prestataires touristiques et les producteurs locaux
- Le tourisme lent est une démarche non standardisée, qui encourage la **créativité, l'émotion, l'innovation**, qui permet au tourisme régional de se **démarrer de la concurrence**
- Le tourisme lent **valorise la qualité** à tous les niveaux, celle de l'accueil, du produit touristique et de la prestation, de la plus simple à la plus luxueuse
- Le tourisme lent rassemble sous une **image fédératrice, valorisante et porteuse** l'ensemble de son offre touristique

MORGES RÉGION, *SLOW DESTINATION*, DOIT RELEVER TROIS DÉFIS !

LE DÉFI DE LA QUALITÉ ...

NE PAS FAIRE PLUS MAIS FAIRE MIEUX!



LE DÉFI DE L'INNOVATION ...

NE PAS COPIER MAIS INVENTER!



LE DÉFI DE LA MISE EN RÉSEAU ...

NE PAS FAIRE SEUL MAIS COLLABORER!





SLOW CITY

MORGES, CAPITALE RÉGIONALE, PORTE D'ENTRÉE DE LA RÉGION ET «CITÉ DU BIEN VIVRE»

LE BAM, train régional et touristique, le réseau de location de vélos électrique, les itinéraires de randonnée pédestre et les croisières sur le Léman.



SLOW TRAVEL

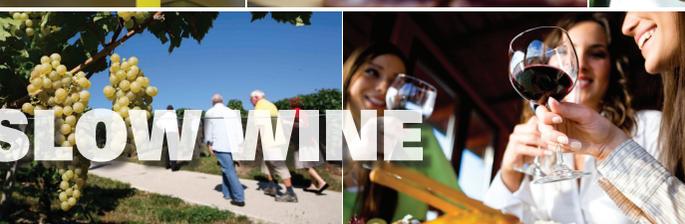


SLOW FOOD



LES PRODUITS RÉGIONAUX, à la Fromagerie Gourmande de Montricher ou à l'huilerie de Sévery, se retrouvent sur les marchés et les bonnes tables de la région

LES VINS, de l'appellation «Vins de Morges» et le développement de l'oénotourisme



SLOW WINE



SLOW SLEEP



LES HÉBERGEMENTS, des cabanes dans les arbres, des villages de PODS, des chambres d'hôtels, des auberges de campagnes, ... à la recherche de l'originalité!



SLOW TOURISME & SLOW DESTINATION

DIX PROJETS STRUCTURANTS POUR LA *SLOW DESTINATION*

SLOW CITY, LE TOURISME URBAIN À MORGES, CAPITALE RÉGIONALE.

- 1 CRÉATION D'UNE MAISON DU TOURISME, CONCEPT INNOVANT D'ACCUEIL TOURISTIQUE
- 2 FAIRE DES HABITANTS LES AMBASSADEURS DE LA DESTINATION TOURISTIQUE: CRÉATION D'UN RÉSEAU DE «GREETERS»

SLOW TRAVEL, LA MOBILITÉ DOUCE AUTOUR DU TRAIN RÉGIONAL BAM.

- 3 CRÉATION D'UN PROGRAMME D'ACCUEIL ET D'ANIMATION TOURISTIQUE DANS LES GARES ET DANS LES TRAINS
- 4 CRÉATION D'UN RÉSEAU DE LOCATION DE VÉLOS ÉLECTRIQUES DANS LES GARES

SLOW FOOD, LES PRODUITS DU TERROIR SUR LES MARCHÉS ET DANS LES RESTAURANTS.

- 5 CRÉATION D'UN RÉSEAU «TABLES DU TERROIR»
- 6 VALORISER NOS «GRANDES TABLES»: LA RÉGION DE MORGES, UNE TERRE D'EXCELLENCE GASTRONOMIQUE...

SLOW WINE, LES VINS ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OEUNOTOURISME.

- 7 CRÉATION D'UN PROGRAMME D'ANIMATION AFIN DE DÉVELOPPER L'ATTRACTIVITÉ DU SENTIER OENOTOURISTIQUE
- 8 DÉVELOPPER UNE GAMME DE PRODUITS OENOTOURISTIQUE IDENTITAIRES ET THÉMATISÉS

SLOW SLEEP, LES HÉBERGEMENTS ORIGINAUX RÉPARTIS SUR TOUT LE TERRITOIRE.

- 9 RÉALISER UN VILLAGE DE PODS AU CAMPING DE LA SARRAZ
- 10 ACCUEIL TOURISTIQUE, CULTURE ET CHAMBRES D'HÔTES DANS LA VIEILLE VILLE DE SAINT-PREX

RETOMBÉES ATTENDUES

- ➔ **Inaugurer de nouvelles pratiques** avec comme fondements la recherche de l'originalité, de l'innovation, de la qualité et de la satisfaction des publics
- ➔ Renforcer une logique **de coopération** entre les organismes actifs dans le développement touristique régional
- ➔ Enclencher, à partir de la réalisation des **10 premiers projets pilotes**, une mobilisation et une dynamique des acteurs touristiques afin de **poursuivre et même d'amplifier la démarche**
- ➔ Utiliser le programme INNOTOUR comme un **laboratoire de projets touristiques durables** pouvant servir de modèles à d'autres régions suisses
- ➔ Constituer, sous la dénomination *SLOW DESTINATION*, une **image de marque et une identité forte**, commune à tous les acteurs du tourisme régional
- ➔ Diffuser le projet morgien afin de **créer un réseau de SLOW DESTINATIONS** avec d'autres régions suisses

1.

LE RÉSEAU RÉGIONAL

CRÉATION DU «MODÈLE»
RÉGION DE MORGES: SLOW DESTINATION

- MISE EN RÉSEAU DES PRESTATAIRES LOCAUX
- CRÉATION DE PRODUITS INNOVANTS
- CONSTITUTION DE LA NOUVELLE IDENTITÉ TOURISTIQUE RÉGIONALE

2.

RÉDACTION DE LA CHARTE

DIFFUSION & ADHÉSIONS
CONSTITUTION DU RÉSEAU

- INFORMATION ET DIFFUSION DU MODÈLE
- CONSEIL ET ENCADREMENT
- DÉFINITION DU FONCTIONNEMENT DU RÉSEAU

3.

LE RÉSEAU NATIONAL

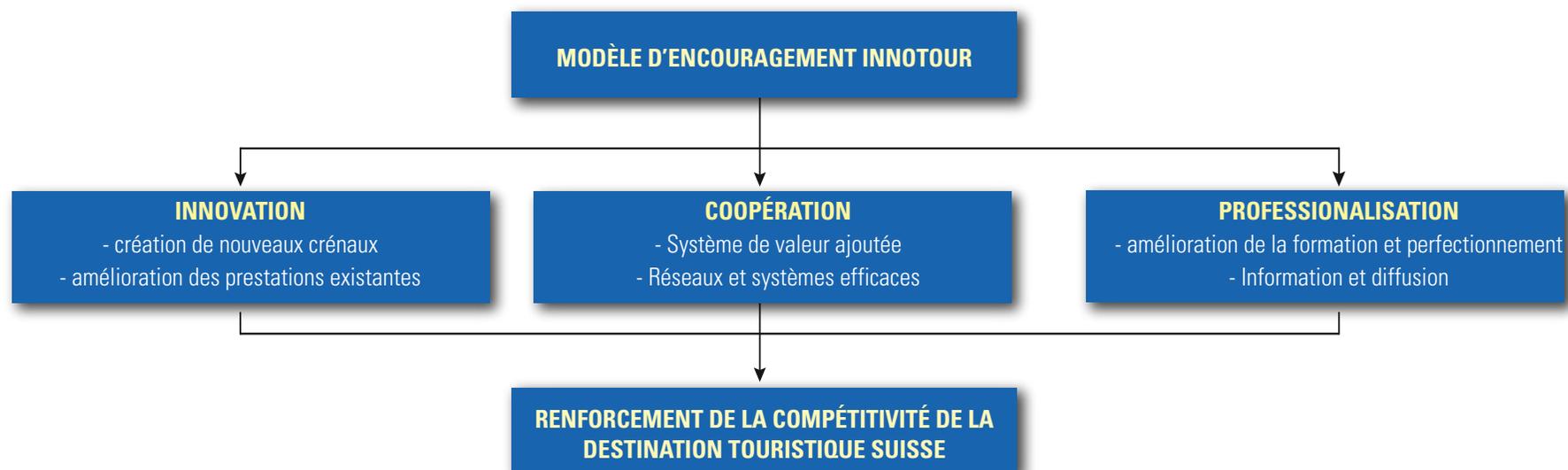
CRÉATION DE L'ASSOCIATION
«SWISS SLOW DESTINATION»

- ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES
- COMMUNICATION ET PROMOTION COMMUNES
- NOTORIÉTÉ ET IMAGE DE MARQUE

SOUTIEN DU FOND FÉDÉRAL INNOTOUR

Les trois piliers de la politique touristique suisse:

- **SUISSE TOURISME**: promotion de la Suisse à l'étranger
- **SOCIÉTÉ SUISSE DE CRÉDIT HÔTELIER (SCH)**: financement par l'octroi des prêts aux établissements hôteliers situés dans les régions touristiques
- **INNOTOUR**: améliorer la compétitivité des destinations touristiques en soutenant la réalisation de projets innovants



UN PROJET UNIQUE EN SUISSE, ET PEUT-ÊTRE AU MONDE...

Si le terme «SLOW» est couramment utilisé dans le secteur touristique, celui de SLOWDESTINATION n'a pas d'équivalent en Suisse et, à notre connaissance dans le monde. SLOW-DESTINATION n'est pas un simple terme générique; **c'est un modèle stratégique, organisationnel et promotionnel qui concerne l'ensemble des acteurs d'un territoire touristique.** C'est aussi une **identité forte qui répond aux attentes d'un public toujours plus large et aux mutations de nos sociétés.**

APPRÉCIATION DE LA SLOW DESTINATION PAR LE SECO

- *Le caractère innovant du projet réside dans la mise sur pied et le développement d'une offre étendue couvrant 5 domaines de la thématique SLOW. Certains existent depuis longtemps, par exemple Slow Food ou Slow City. **Ce qui est novateur et unique**, c'est la volonté de positionner et de commercialiser ces cinq domaines en tant qu'offre globale en exploitant les spécificités locales.*
- *le projet représente un **caractère exemplaire** pour la suisse. **Il n'existe aucune «Slow Destination» dans notre pays.** Les enseignements qui seront retirés du projet pourront bénéficier à d'autres destinations.*

➔ **BUDGET TOTAL DU PROJET SLOW DESTINATION: 515'000.-**

➔ **SOUTIEN FINANCIER INNOTOUR: 220'000.-**

➔ **DURÉE DU PROGRAMME: 4 ANS (2017-2020)**

