



PARC
JURA
VAUDOIS



Slow Tourisme !



« Je n'ai pas le temps de me hâter »

Igor Stravinski (résident de Morges de 1915 – 1917)

**innovation
tourism**

Slow Destination
Morges Région

RAPPORT FINAL

Projet 545

Novembre 2020

Projet Slow Destination



Rapport final de novembre 2020 à l'intention du SECO, programme Innotour

Projet	545 Création d'une Slow Destination
Mandant	ARCAM – Oscar Cherbuin
Chef de projet	Véronique Hermanjat
Auteurs	Véronique Hermanjat / Alba Papadopoulos
Classification	Public
Etat	FINALISE

Suivi des modifications

Date	Version	Modification	Autrice(s)
22.09.2020	1	Création du document	AP
30.10.2020	11	Ajouts chapitres 4	VH
05.11.2020	12	Finalisation pour envoi COPIL	VH
19.11.2020	15	Ajouts préambule/sommaire/historiques	AP
26.11.2020	17	Intégration retours destinations / finalisation tous les chapitres / réf. Vidéo de clôture	VH

Crédits photos dossier : sources divers prestataires

Table des matières

PRÉAMBULE	5
SOMMAIRE	6
1 GESTION DE PROJET	7
1.1 Gestion des modifications – Impact du COVID-19	7
1.2 Organisation du programme de projet	9
1.3 Indicateurs de contrôle	10
1.4 Planification et avancement du programme de projet.....	10
1.5 Objectifs.....	11
2 LES PROJETS DE LA SLOW DESTINATION	13
2.1 Création d'une maison du tourisme à Morges – 100%	13
2.2 Création d'un « réseau de Greeters » – 0%.....	16
2.3 Création d'un programme d'accueil et d'animations dans les gares et les trains – 90% ...	17
2.4 Création d'un réseau de location de vélos dans les gares – 60%	21
2.5 Création d'un réseau « Tables du terroir » - 100%	22
2.6 Développer une gamme de produits oenotouristiques – 100%	25
2.7 Réaliser un village de pods au camping de La Sarraz – 40%.....	28
2.8 Accueil touristique, culture et chambres d'hôtes à St-Prex – 0%	30
2.9 Autres projets touristiques en lien avec le Slow Tourisme.....	31
3 COMMUNICATION ET PROMOTION.....	34
3.1 Création d'un concept marketing – 100%	34
3.2 Création d'un concept de communication – 100%.....	35
3.3 Application mobile -100%	36
4 INFORMATION ET DIFFUSION	37
4.1 Création d'une charte et d'un Modèle d'affaires – 90%	37
4.2 Communication externe hors médias.....	41

4.3 Médias – 100%.....	42
4.4 Ateliers « Slow Tourisme ! » (<i>projet connexe hors programme SD</i>).....	43
5 COORDINATION	45
5.1 Séances de coordination inclus séances de COPIL – 100%.....	45
5.2 Rapports de projet et clôture – 100%	46
Vidéos « témoignages ».....	46
6 COMPTABILITÉ – MOYENS FINANCIERS	47
BILAN FINAL / RÉSUMÉ / PERSPECTIVES	48
1 Gestion de projet	48
2 Les 8 projets du programme Slow Destination	48
3 Communication et promotion.....	49
4 Information et diffusion.....	50
5 Coordination.....	50
6 Comptabilité et moyens financiers	51
7 Contribution à la Stratégie Touristique de la Confédération	51
8. Héritage.....	53
9. Témoignages.....	53
REMERCIEMENTS	56
MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE	56
DURABILITE / LISTE DES SUSPENS	56
ANNEXES	57
IMPRESSUM.....	57

PRÉAMBULE

Le concept de la « Slow Destination » trouve son fondement dans le mouvement slow apparu dans les années 1980 en réaction à l'accélération de la vie moderne. Dans ce sens, le slow tourisme est un tourisme plus authentique, écologique et responsable. C'est une manière de voyager dans laquelle l'authenticité et la qualité de l'expérience vécue prime sur la rapidité et la quantité des activités.

« Le district de Morges, de par son identité, se prête parfaitement au Slow Tourisme, et ce dernier répond tout à fait aux aspirations de la population urbaine qui est le public-cible principal du tourisme régional. » C'est de ce postulat et basé sur la Stratégie touristique régionale 2015 – 2020 que les partenaires impliqués dans ce projet sont partis dans cette démarche qui avait pour but de rassembler sous une image fédératrice, valorisante et porteuse, l'ensemble de son offre touristique.

En 2016, quatre partenaires, l'Association régionale Cossonay Aubonne Morges (**ARCAM**), Morges Région Tourisme (**MRT**), les Transports de la région Morges Bière Cossonay (**MBC**) ainsi que le Parc Jura Vaudois (**PJV**) ont uni leurs compétences et créé un programme de projet pour lequel ils ont déposé au SECO une demande de financement Innoutour.

Le programme de projet comporte lors du dépôt cinq axes avec 8 sous-projets:

- **Slow City, le tourisme urbain à Morges, capitale régionale**
 - ↳ 2.1 Création d'une maison du tourisme, concept innovant d'accueil touristique
 - ↳ 2.2 Création d'un réseau de « Greeters », ambassadeurs de la destination
- **Slow Travel, la mobilité douce autour du train régional BAM**
 - ↳ 2.3 Création d'un programme d'accueil et d'animation touristique dans les gares et les trains
 - ↳ 2.4 Création d'un réseau de location de vélos dans les gares
- **Slow Food, les produits du terroir sur les marchés et dans les restaurants**
 - ↳ 2.5 Création d'un réseau « Tables du terroir »
- **Slow Wine, les vins et le développement de l'œnotourisme**
 - ↳ 2.6 Développement d'une gamme de produits œnotouristiques identitaires et thématiques
- **Slow Sleep, les hébergements originaux répartis sur tout le territoire**
 - ↳ 2.7 Réalisation d'un village de pods au camping de La Sarraz
 - ↳ 2.8 Accueil touristique, culture et chambres d'hôtes dans la vieille ville de St-Prex

Au-delà de ces actions, le programme prévoyait un concept marketing et promotionnel et une charte permettant de créer un réseau.

SOMMAIRE

Au terme de quatre années de réunions, brainstormings, actions, réalisations et autres processus indispensables à la réussite d'un projet de l'envergure de la Slow Destination, vous trouverez en ce présent rapport la restitution des nombreux résultats et enseignements à l'issue de ce projet.

Le rapport final a été construit, dans sa numérotation, avec un souci de cohérence vis-à-vis du projet. Vous trouverez donc en premier lieux les éléments ayant trait à la gestion de projet, puis les huit sous-projets constituant le programme, les éléments relatifs à la communication/promotion, à l'information et à la diffusion, à la coordination et finalement à la comptabilité. Pour faciliter la tâche du lecteur, nous avons intégré des parties « Historique » pour les huit sous-projets. La numérotation correspond par ailleurs au tableau financier.

La gestion de projet s'est bien déroulée malgré l'engagement tardif (mai 2018) d'une cheffe de projet. L'utilisation de la méthode de projet HERMES a apporté un cadrage efficient et utile. Conduit par Madame Véronique Hermanjat, cheffe de projet, les résultats de ces quatre ans affichent aujourd'hui un taux de réussite très satisfaisant pour les quatre partenaires, les prestataires et entités touristiques de la région ainsi que pour le visiteur et client final.

Pour le lecteur pressé, et dans l'optique d'un rapport de clôture aussi complet que possible et afin de pouvoir offrir au lecteur une perspective de « lessons learned » les chapitres « Bilan » et « Héritage » ont été ajoutés en deuxième partie du rapport. Ils reflètent parfaitement le déroulement du projet, avec ses difficultés et ses succès. L'on peut d'ores et déjà mettre en évidence qu'au-delà des objectifs du programme, le projet Innotour nous a permis de réunir les acteurs touristiques autour d'un dénominateur commun, de renforcer le sentiment de destination touristique et d'initier un processus pour le développement futur.



Lunidea / Spectacle Alice au Jardin des Merveilles, Château de Vullierens

1 GESTION DE PROJET

1.1 Gestion des modifications – Impact du COVID-19

Concernant le programme de projet, il est à relever l'important impact de la pandémie et du semi-confinement du printemps 2020 sur notre démarche (voir ci-dessous).

Par ailleurs, plusieurs projets qui ont été insérés dans le programme de projet ne dépendaient pas des porteurs de projets. Ainsi il n'a pas été possible de réaliser tous les projets prévus initialement, mais bien d'autres ont pu être réalisés. Ce rapport indique toutes les modifications et réalisations.

La liste des modifications formelles se trouve en **Annexe 1**.

Conséquences relatives à la crise du Coronavirus

A partir du 13 mars 2020, toute la Suisse a tourné au ralenti suite aux mesures prises par le Conseil Fédéral dans le but de limiter la pandémie de COVID-19. Depuis, certaines mesures se sont assouplies mais la présence du virus étant toujours certaines, le secteur du tourisme est inévitablement touché par ce ralentissement.

L'on constate en effet que l'hôtellerie a enregistré en Suisse 16,5 millions de nuitées de janvier à août 2020, soit 40,9% de moins (11,4 mio) par rapport à la même période de l'année précédente. Même constat du côté des visiteurs étrangers qui ont fait 5,9 millions de nuitées soit 61,7% (9,5 mio) de moins qu'en 2019. Les touristes locaux ont su faire preuve de solidarité et ont continué à voyager en Suisse, mais malgré cela l'on constate aussi que les hôtes indigènes ont généré 15,1% (10,6 mio) de nuitées en moins qu'en 2019¹.

Au niveau local, c'est-à-dire pour le district de Morges, les statistiques sont elles aussi sans appels. A la fin du mois de février 2020, le Front Office de Morges avait enregistré 225 prises de contact (guichet/email/téléphone), soit à peine 1 demande de moins qu'à la même période en 2019. En revanche, pour les mois de mars à fin août, le Front Office de Morges n'a enregistré que 1356 demandes contre 3874 en 2019, soit une baisse de presque 65%. Du côté de l'Office du Tourisme de Bière, on constate la même tendance. En effet, le nombre de visiteurs en janvier/février 2020 s'élevait à 215, soit 19 de moins qu'en janvier/février 2019 avec une variation « normale ». Par contre, pour la période mars à fin août, on constate une baisse de plus de 43% puisqu'en 2020 ce sont seulement 599 visiteurs qui ont investis la Maison du tourisme de Bière, alors qu'en 2019 ils étaient 1056².

¹ Source : OFS, 05.10.20

² Source : Statistiques internes, Morges Région Tourisme, septembre 2020.

Dans ce climat, le programme de projet « Slow Destination » a forcément subi, lui aussi, des impacts dans ses processus, notamment :

- La personne engagée pour soutenir la cheffe de projet a travaillé en home-office les 3 premiers mois de son engagement
- Annulation du road-trip en Suisse Allemande en avril, reporté en octobre
- Annulation des Etats généraux du tourisme 2020 qui devait être l'occasion de célébrer la clôture du programme Innotour
- Annulation des 125 ans du BAM qui devait être l'occasion de faire une fête grand public et d'expérimenter le Slow Tourisme !

Face à cette situation inédite nous avons toutefois entrepris diverses actions et démarches afin de pouvoir répondre à cette nouvelle problématique :

- Séances Zoom avec divers prestataires afin de pouvoir les soutenir dans les différentes démarches qu'ils ont entrepris face à la crise sanitaire
- Aide à la réouverture des offres de loisirs tel que les Jardins du Château de Vullierens
- Soutien d'acteurs qui ont créés de nouveaux événements (ex. Alice au Jardin des Merveilles)
- Instauration d'une dynamique fédératrice par la création d'un programme hebdomadaire des animations à diffuser dans les hôtels morgiens à l'intention des hôtes de loisirs.
- Création d'une vidéo de clôture pour témoigner du chemin parcouru en 4 ans et proposer un bilan pour la suite des activités de l'ARCAM et de MR qui tous deux vont reprendre les projets en suspens afin de faire vivre et évoluer le Slow Tourisme de la région de Morges. (voir **Annexe 9**)

Malgré ce contexte difficile nous avons donc continué à travailler et à nourrir le projet Slow Destination en comptant sur la solidarité de la population indigène vis-à-vis du tourisme ainsi que sur la collaboration avec les prestataires touristiques du district de Morges.

Nous avons notamment pu organiser des ateliers de création d'offres « Slow » durant l'été (voir chapitre 4.4) et contacter des destinations en Suisse allemande afin d'imaginer un futur réseau pour la promotion du tourisme différent, respectueux et durable (voir chapitre 4.1).

1.2 Organisation du programme de projet

Pour rappel, l'organisation de projet a été mise en place selon les recommandations de la méthode HERMES, en séparant les tâches de pilotage, de conduite et d'exécution³.

Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• Le pilotage du programme est assuré par le mandant, Monsieur Oscar Cherbuin, issu de l'ARCAM, signataire de la demande de financement Innotour. Il s'est entouré d'un Comité de pilotage (COFIL) avec des représentants des quatre entreprises partenaires. • Faisant suite au départ de M. Sylvain Gaildraud, en février 2017, M. Cherbuin a assuré l'intérim durant la première année du projet, secondé par l'assistante de projet Mme Lola Bertin dès le 1^{er} juillet 2017. Mme Véronique Hermanjat prend le poste de cheffe de projet dès le 1^{er} mars 2020. Les travaux se sont déroulés dans de bonnes conditions malgré cette période de transition.
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• La structure mise en place pour piloter le projet reste la même qu'à ses débuts, en effet la méthode HERMES 5 est toujours utilisée. Il y a eu cependant quelques changements, M. Rémi Vuichard a quitté le PJV et Mme Nathalie Rizzotti a été engagée en tant que directrice, elle a donc intégré le COFIL. La nouvelle directrice de MRT, Mme Jacqueline Ritzmann a elle aussi rejoint l'équipe. L'assistante de projet, Mme Lola Bertin n'est plus dans le projet depuis le 31 juillet 2018 (fin de stage à l'ARCAM).

Etat au 27.11.20 :

En date du 16.03.2020, Madame Alba Papadopoulos a été engagée en qualité d'assistante de projet afin de soutenir la cheffe de projet, Véronique Hermanjat, dans l'exécution du programme de projet. Son taux d'activité était de l'ordre de 20% sur l'année 2020.

Au vu de l'évolution des projets, de la pandémie et des autres projets, le taux d'activité de la cheffe de projet imputable au programme Slow destination était également de l'ordre de 20% (environ 300 heures).

La moyenne sur les 4 années pour la conduite du projet était de l'ordre de 40%.

L'organisation de projet mise en place selon la méthode HERMES, avec un pilotage de projet clairement distinct de l'exécution a porté ses fruits.

³ www.hermes.admin.ch

1.3 Indicateurs de contrôle

Afin de pouvoir déterminer l'évolution et l'impact du projet « Slow Destination » au-delà des objectifs du projet, une liste d'indicateurs de contrôle a été créée et complétée sur toute la durée du projet. Il s'agit surtout d'avoir une visibilité de l'avant / après projet.

On peut voir que beaucoup d'indicateurs sont positifs, notamment le nombre de membres professionnels MRT et la fréquentation des sites touristiques (base 2019) Le document « Indicateurs de contrôles » est joint au présent rapport en **Annexe 2**.

Le plus difficile à documenter est néanmoins ce qui n'est pas tangible ou chiffrable – les contacts établis, les prestataires qui ont fait connaissance, les premières synergies qui en émergent, la dynamique de destination et la conscience touristique de toutes les parties prenantes – prestataires eux-mêmes, politiques, grand public.

De ce fait et pour disposer d'un bilan imagé de cet important projet pour notre destination, nous avons interviewé des partenaires et créé un film qui fait partie du présent rapport final (voir chapitres 5.2 et 8).

1.4 Planification et avancement du programme de projet

Aucune modification sur les jalons du programme, tous les délais ont été respectés.

Voir le tableau des Phases et Jalons en **Annexe 3**.



Merci

Madame Sommaruga

A propos de #stayathome durant le semi-confinement de 2020

1.5 Objectifs

1.5.1 Objectifs du programme et état à la clôture du programme de projets

Catégorie	Description	Grandeur de mesure	Priorité	Avancement
Programme de projet	Le soutien financier doit permettre une coordination et une commercialisation de divers prestataires et offres sous le thème « slow »	Un plan de gestion de projet est élaboré et tenu à jour tout au long du projet	1	100%
Positionnement de la région de Morges sous le thème « slow »	La marque « slow » permet un positionnement touristique de la région de Morges à l'intention d'une clientèle sensible au tourisme durable (LOHAS)	Des offres combinant les divers prestataires peuvent être commercialisés et renforcent la compétitivité de la destination	1	100%
8 projets (Voir détails dans le chapitre 2)*	Les huit projets soutiennent les objectifs du programme. Les projets sont détaillés dans des mandats de projets	Mandats de projet	2	*
	L'offre d'hébergement est améliorée	Camping de la Sarraz comprend de nouvelles capacités d'hébergement. D'autres formes d'hébergement complètent l'offre en parahôtellerie	1	40% 20%
Modèle d'affaires	Un modèle d'affaires doit être présenté lors du 2e rapport intermédiaire de juillet 2019	Une esquisse du modèle d'affaires est élaborée en juillet 2019	1	90%
Charte	Une charte doit permettre de transposer le concept à d'autres régions et de pérenniser la « Slow Destination Morges Région »	La charte est élaborée en novembre 2020	1	90%
«Transposable» à d'autres destinations	Le projet doit avoir un «caractère exemplaire» permettant une mise en œuvre ultérieure dans d'autres destinations	Les leçons apprises et la documentation de projet permet une mise en œuvre ailleurs en Suisse	1	90%

Légende : Priorité : O=obligatoire /1=haute, 2=moyenne, 3=basse
 Vert : conforme aux délais / jaune : évaluation critique / rouge : non atteint

1.5.2 Objectifs de la démarche et état à la fin du programme de projets

Catégorie	Description	Grandeur de mesure	Prio-rité	Avan- ce- ment
Délai	Le projet dure quatre ans. 3 rapports de projet sont à soumettre au SECO	. Les délais des rapports sont respectés. - 1 ^{er} rapport intermédiaire : mars 2018 - 2 ^e rapport intermédiaire : juillet 2019 - Rapport final : novembre 2020	1	100% 100% 100%
Finances	Le budget version 2 (avec 8 projets) prévoit des dépenses totales de CHF 487'700. Le SECO s'est prononcé pour un appui à hauteur de CHF 220'000 sur le principe de CHF 1.- pour CHF 1.- investi	Les partenaires s'engagent dans le projet à hauteur d'au moins CHF 440'000 afin de développer le projet	2	100%
Qualité	Une gestion de projet professionnelle permet de documenter le projet de façon à pouvoir reproduire un programme de projet similaire dans une autre destination suisse	Mise en place d'une gestion de projet. Documentation de projet qui peut être utilisée par des tiers	1	90%
Qualité	Une bonne gouvernance est mise en place, séparant clairement les rôles de pilotage et de conduite	Organigramme de programme de projet selon HERMES 5	1	100%

Légende : Priorité : O=obligatoire /1=haute, 2=moyenne, 3=basse
Vert : conforme aux délais / **jaune** : évaluation critique / **rouge** : non atteint

En résumé, nous pouvons affirmer que tous les objectifs prioritaires ont été atteints. Il est à relever que les objectifs de la démarche sont atteints, malgré la crise du COVID. Pour les détails des huit projets, veuillez-vous référer au chapitre suivant.

2 LES PROJETS DE LA SLOW DESTINATION

Notre programme de projet comportait 8 sous-projets (voir Préambule).

Afin d'avancer sur cinq des huit projets, un mandat avait été donné à une classe de troisième année de l'Ecole supérieure de tourisme de Lausanne, dans la filière Gestionnaire en tourisme. De fin août 2017 à janvier 2018, 22 étudiants ont réalisé des études préliminaires et ont transmis leurs analyses, diagnostics et recommandations dans un rapport de 360 pages (voir page 13 du Rapport intermédiaire #1).

Veuillez trouver dans les pages qui suivent le détail sur l'évolution des 8 projets.

Les pourcentages dans les titres se réfèrent à l'état du projet en question par rapport à l'objectif au contraire des taux d'atteinte en % par rapport au budget sous coûts et projets.

Pour chaque sous-projet sont décrits l'historique ainsi que l'état de situation à l'issue du programme :

2.1 Création d'une maison du tourisme à Morges – 100%

Mandant :	Monsieur Yves-Etienne Kahn, Président Morges Région Tourisme MRT
Situation de départ :	Les technologies de l'information et de la communication ont induit de nouvelles pratiques : recherche d'informations en ligne, accès à l'information en situation de mobilité. Mais les outils numériques ne remplacent pas la relation humaine. La qualité des outils n'est rien sans une information qualifiée et enrichie par les offices du tourisme. Véritable trait d'union entre le touriste et le territoire, les bureaux d'information touristique sont désormais des espaces de rencontre et des pôles d'attraction culturels et de loisirs, capables de séduire aussi bien les touristes que les habitants. C'est bien ce modèle que nous souhaitons adopter pour réaménager totalement l'office du tourisme de Morges en «Maison du Tourisme» en intégrant notamment un espace de promotion des produits du terroir. En cela notre projet va dans le sens des recommandations du projet Innotour Tourist Office 3.0 (Schlussbericht gutundgut 04/18)

Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• Elaboration d'un modèle d'affaires et des plans détaillés de la future Maison du tourisme de Morges. Calendrier initial : début des travaux fin 2017 et inauguration prévue en été 2018. Projet refusé par le Conseil communal de Morges début novembre⁴ (raison : montant total des travaux des locaux a été mis en cause par les élus). Cet état de fait retarde le projet, le temps de formuler une nouvelle mouture et un nouveau montage financier entre Morges Région Tourisme et la commune. Il sera aussi étudié des implantations différentes de l'Office (par exemple à la place de la gare). L'inauguration de la Maison sera probablement retardée d'une année.
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• Le refus du Conseil communal de la ville de Morges de rénover comme prévu a nécessité plus de ressources afin d'évaluer d'autres variantes et de mettre en place une nouvelle solution. • Une étude sera menée pour un éventuel déménagement au Château de Morges. En attendant la concrétisation de cette opportunité, il a été décidé d'effectuer des transformations au sein de l'Office afin de le rendre plus moderne et accueillant. Les peintures ont été refaites ainsi que la réfection du parquet. Le mobilier a été revu avec une disposition offrant beaucoup plus d'espace pour la clientèle, un écran publicitaire et des produits du terroir en vente donne aujourd'hui la dimension de Maison du tourisme à Morges.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 32'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 71'092.- (222%)

⁴ Voir Pressbook, articles du 10 novembre 2017

Avant



Après



Etat au 27.11.20 :

Après les travaux réalisés en intérieur qui ont abouti en mars 2020 avec la pose du nouveau guichet (voir photo ci-dessus et aussi le rapport intermédiaire #2), l'office du tourisme a été rebaptisé en «Maison du Tourisme ».

Des produits du terroir régionaux sont en vente et une vitrine est à disposition des prestataires.

Sur la façade de la Maison du Tourisme, l'écriture « Maison du Tourisme » est venue remplacer « Office du Tourisme ».

Des animations auront lieu pour créer une interface entre les hôtes et les producteurs, comme les Wine Greeters Day (voir chapitre 2.6).

Avant



Après



2.2 Création d'un « réseau de Greeters » – 0%

Mandant :	Monsieur Yves-Etienne Kahn, Président Morges Région Tourisme
Situation de départ :	La rencontre avec la population locale est une priorité du Slow tourisme. L'Office de tourisme peut faciliter ces rencontres en créant des lieux et des moments de rencontre ainsi qu'en incitant les habitants à alimenter les sites internet ou à créer des blogs. L'office du tourisme peut également animer un réseau de «Greeters». Pour rappel, le « Greeter » est un habitant qui accepte de passer quelques heures avec un visiteur pour lui faire découvrir un aspect de sa ville, de son quartier ou plus largement de sa région. Il lui fera découvrir et lui parlera des « coins » et « des bonnes adresses » de ce territoire dont il est passionné et fier. Ainsi, les habitants peuvent aussi devenir des ambassadeurs de leur région.
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• L'étude faite par les étudiants de l'IST a conclu que le besoin de développer cet axe n'est pas encore avéré. • Il s'agit donc d'approfondir l'étude pour ce projet afin d'en définir les possibles contours et développement futurs.
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• Après une analyse approfondie de la situation, d'expériences dans d'autres régions et de nouvelles conditions cadres le COPIL a décidé dans sa séance du 20 mars 2019 de retirer ce projet du programme de projet Slow Destination. • Les moyens ainsi libérés (18'950 CHF) sont reportés sur le projet 3.3 qui lui a pris de l'ampleur et de la pertinence depuis la demande faite à Innotour.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 25'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 6'350 (25%)

Etat au 27.11.20 :

Comme indiqué dans le rapport intermédiaire 2 fourni en juillet 2019, le projet Greeters n'a pas été réalisé. Les moyens de ce projet ont été reportés sur le projet 3.3.

2.3 Création d'un programme d'accueil et d'animations dans les gares et les trains – 90%

Mandant :	François Gatabin, Directeur des MBC
Situation de départ :	Au-delà de son intérêt propre de transport public, il faut dorénavant considérer la ligne de chemin de fer, non plus seulement comme un moyen de locomotion, mais comme une artère qui irrigue tout le territoire rural et autour de laquelle une foule de nouveaux produits touristiques peuvent être créés. Le train donne accès à toutes les richesses d'un territoire, forme un trait d'union entre elles, et contribuent donc à la création de forfaits attractifs et à la mise en réseau des prestataires.
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• 2.3.2 Des séances de coordination ont permis de déterminer que le partenaire principal n'est pas l'entreprise MBC, mais bien son association touristique « BAM La Voie des Sens » qui fédère outre les MBC une quinzaine de partenaires touristiques tout au long de la ligne de chemin de fer. • 2.3.3 Conception et réalisation de la Maison du Tourisme de Bière. Le Parc Jura Vaudois s'est rajouté au développement de la Maison du tourisme qui représentera ainsi une porte d'entrée au Parc Jura Vaudois. • 2.3.4 4 forfaits touristiques existent à ce jour sous l'appellation « BAM Voie des Sens » et ont généré 715 clients en 2017 (hors sorties privées). • 2.3.7/2.3.8/ Des collaborateurs (deux de chaque pour les MBC et MRT) ont suivi les formations respectives pour couvrir les jours d'exploitations du futur accueil à la gare de Bière, comprenant tant l'accueil touristique que la vente des billets MBC
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2	• 2.3.1 : Des écrans publicitaires ont été installés dans le train et les bus des MBC, permettant de faire de la promotion des offres et événements touristiques de la région. • 2.3.2 : Bière a accueilli le Tour du pays de Vaud en juin 2019. Une analyse approfondie entre MRT et MBC a par ailleurs permis d'identifier un catalogue d'animation dans et autour des gares. Chaque idée a été documentée par un mandat de projet. La première nouvelle offre aura lieu en décembre 2019 avec le « Train du Père Noël ». • 2.3.3 : La Maison du Tourisme de Bière a été officiellement inaugurée le 18 avril 2018. Le 27 mai une fête publique a été organisée à laquelle la population a été conviée. Ce fut un grand succès et la journée fut placée sous le signe de la Slow Destination à travers tous ces aspects.

Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 : (suite)	• 2.3.4 : Les 4 forfaits touristiques existant à ce jour sous l'appellation « BAM, la Voie des Sens » ont généré 860 clients en 2018. Un important projet de rénovation de l'automotrice (train historique), permettra de développer la capacité du train et de le rendre plus polyvalent pour des sorties d'entreprises, séminaires, dégustations, etc. à moindre coût. Un programme de CHF 500'000 a été établi, CHF 250'000 ont d'ores et déjà été alloués par le SPEI du canton de Vaud au titre de la LADE. La recherche de fonds est en cours auprès de fondations, entreprises et privés. La réalisation pourra avoir lieu pendant l'hiver 2019 – 2020 pour une ouverture en 2020. • 2.3.6 : Une toute nouvelle offre d'excursion «Terre nourricière» (organisée 2x sur l'année – 15 juin et 21 septembre en 2019, et autres dates sur demande pour les groupes) a été créée par les partenaires de la Slow Destination. C'est aussi la première offre de visites guidées du Parc Jura vaudois sur le territoire du district de Morges. • 2.3.7 et 2.3.8 : Les équipes de MRT et de MBC sont opérationnels. Une convention a été signée pour l'exploitation de la Maison du tourisme de Bière. Suite à des départs de collaboratrices au sein de Morges Région Tourisme, plusieurs personnes ont dû être formées pour la vente de billets CFF.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 74'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 211'309.- (286%)

Etat au 27.11.20 :

2.3.1 Création d'un concept d'information touristique dans les gares

Dû aux transformations à venir des gares dans le cadre de la LHand⁵, ce projet n'a pas pu être réalisé à fin 2020 mais sera traité ultérieurement.

5 LHand : Loi fédérale sur l'élimination des inégalités frappant les personnes handicapées

2.3.2 Concept d'animation dans les gares

Père Noël à Bière

Un manque d'animation dans les gares du chemin de fer MBC avait été constaté. Ainsi et afin de faire découvrir le train rétro et la Maison du Tourisme de Bière, une « visite du Père Noël » a été organisée à 2019 par Morges Région Tourisme en collaboration avec la société d'événementiel Flexevent.

Le programme de la journée fut riche : un tour en petit train touristique, un tour en ânes, une photo avec le Père Noël, distribution de sacs cadeaux pour les enfants et un stand « produits artisanaux ». La restauration a permis d'impliquer des partenaires locaux, soit la Jeunesse de Bière pour les boissons et l'Auberge aux 2 sapins pour la nourriture. D'autres acteurs locaux ont été sollicités et impliqués : les MBC, MesVignerons, La fromagerie Kämpf ainsi que les vins de Morges.



Cette belle journée a été couronnée de succès puisque malgré la météo catastrophique, 300 enfants sont venus faire une photo et un total d'environ 600-800 personnes sont venues participer à l'événement. A noter qu'il y a eu plusieurs retombées positives puisque des visiteurs non-Birolans ont pu découvrir la région et que la Commune était absolument ravie d'avoir ce genre d'animation proposée sur son territoire. Dû au COVID l'événement est annulé en 2020, mais sera renouvelé en 2021.

« Carré d'Expo » à la Maison du tourisme de Bière

Dans l'ancienne salle d'attente de la gare, un nouvel espace d'exposition a vu le jour, le « Carré d'Expo » créé en janvier 2020. Cet espace est proposé aux partenaires de Morges Région Tourisme, ainsi qu'aux artistes de la région.

La première exposition qui s'est déroulée de janvier à mars présentait une reconstitution du retour d'un soldat chez lui lors de la Mobilisation de la 1ère Guerre Mondiale. L'année 2020 aura accueilli la famille Tschantz de la forge du Camp qui ont exposé leur savoir-faire en matière de Toupins. Guy Voumard a présenté son travail de sérigraphie et ses techniques historiques. Pour terminer l'année, la Maison du Tourisme accueillera Lise Corthésy et présentera ses créations costumées. Le COVID aura impacté l'exposition de l'Arboretum qui est reporté en 2022. De plus, un certain nombre de rencontres ou de vernissages autour des expos ont été annulés.

L'année 2021 s'annonce déjà belle car 4 expositions s'y dérouleront : Le Château de l'Isle, les peintures de Ric Berger, La Maison de la Rivière et les peintres du Pied du Jura.

2.3.3 Création d'un espace d'accueil touristique à la gare de Bière

Opérationnel dès 2018, ceci fut une des grandes réalisations de ce programme (voir rapports intermédiaires I et II).

Le Parc Jura Vaudois s'est également approprié l'espace en 2020 pour y accueillir les visiteurs du parc naturel régional.

2.3.4 Enrichissement du programme BAM la Voie des Sens

Le train rétro de BAM, la Voie des Sens est un outil incontournable de l'offre touristique de la région morgienne. Depuis 15 ans déjà, il propose à ses passagers un cadre original et authentique pour savourer la cuisine de chefs de la région et déguster les produits du terroir. Au programme : voyage dans le temps avec produits de saison et de proximité, ambiance conviviale, vue sur les magnifiques paysages entre le Léman, les vignes, les villages et le Pied du Jura, puis, au terme du voyage, la visite d'un artisan. Au cours des dernières années, l'Association BAM, la Voie des sens a su convaincre le public, en effet, le taux de remplissage avoisine les 100% !

Afin de proposer une offre supplémentaire, l'association a lancé un nouveau projet qui vise à rénover l'intérieur d'une automotrice datant de 1943 pour y aménager un espace d'accueil supplémentaire modulable et y accueillir des événements privés ou professionnels (restauration, séminaires, formations, assemblées).

Les travaux de transformation ont redonné son charme d'antan à ce véhicule historique et ont permis d'augmenter la capacité d'accueil du train et de diversifier l'offre.

A l'heure actuelle, les travaux de l'automotrice sont donc terminés et le train complet est disponible. Au vu du contexte de crise sanitaire, l'inauguration de l'automotrice et le lancement de l'offre sont reportés pour 2021. De nouvelles offres comme un train de la bière avec les brasseries régionales est également prévu.

2.3.6 Intégration au réseau de randonnées pédestre

Plusieurs nouvelles balades au départ de la Maison du tourisme de Bière ont été créées et sont référencés sur les supports promotionnels de MRT, notamment sur l'application Morges:Guide⁶.

2.3.7 / 2.3.8 / 2.3.9 Formation

Cet objectif est complètement atteint ; le personnel des MBC a été formé à la vente de prestations touristiques et le personnel MRT est régulièrement formé à la vente des billets.

L'objectif 2.3.9, la formation des prestataires, n'a cependant pas pu être réalisé, car prévue en fin de projet en 2020.

⁶ <https://www.morges-tourisme.ch/fr/GV143/les-randonnees-du-pied-du-jura>

2.4 Création d'un réseau de location de vélos dans les gares – 60%

Mandant :	François Gatabin, Directeur des MBC
Situation de départ :	Le cyclotourisme combine plusieurs tendances. Premièrement le Slow Travel, mais aussi le transport durable, les vacances actives, les voyages éthiques et responsables ainsi que le contact avec la population locale. Dans toute l'Europe, c'est un marché en très forte croissance avec des retombées économiques importantes. Suisse Mobile a développé toute une série d'itinéraires (9 itinéraires nationaux et 11 dans le Canton de Vaud). La collaboration avec les MBC doit aboutir à la création d'un réseau de location de vélos dans les gares, ce qui permettra également un accès aisé au territoire du Parc Jura Vaudois, lui-même très engagé sur la mobilité douce.
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• Mandat à l'IST et travail des étudiants ayant permis une très bonne analyse de l'offre existante en matière d'activités liées à la pratique du vélo dans le district. • Comparatif étoffé entre Publibike et Rentabike
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• Conclusion de la séance kick-off avec tous les partenaires institutionnels et touristiques : il est nécessaire de procéder à une réflexion et analyse plus large. Réflexion sur la nécessité de coordonner les besoins entre les déplacements quotidiens (la mobilité en général) et les attentes de loisirs et touristiques. • Une nouvelle brochure A5 intitulée « L'ouest vaudois à vélo » a été concrétisée au printemps 2019 avec le PJV et Nyon Région Tourisme. • Une application « Morges Région » permet de trouver des itinéraires à vélo avec un outil de guidage (projet d'Innovation soutenu par le SPEI). • Prochaines étapes : L'ARCAM a décidé de mandater un bureau spécialisé de Berne pour réaliser une étude « Schéma directeur réseau cyclable district de Morges » qui se fera en 2020.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 45'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 17'907.- (40%)

Etat au 27.11.20 :

Le projet de développer une forte et attractive offre de cyclotourisme a été une priorité durant les quatre années. Diverses analyses et contacts ont été pris dans ce sens (p.ex. Publibike). Il s'avère que notre volume touristique n'est pas assez important, et que pour intéresser un prestataire professionnel, il faudrait lier un futur réseau aux besoins des pendulaires (trafic quotidien). La région de Morges au travers de l'ARCAM élabore des études poussées sur la mobilité. Malheureusement et même si divers projets comportaient des aspects de la mobilité douce, cette dernière n'a pu être étudiée de manière exhaustive. L'étude prévue en 2020 a été reportée, faute de ressources temps.

Par contre la demande est forte, de nouveaux magasins et lieux de location ont vu le jour, notamment au Signal de Bougy et au Mollendruz.

Divers acteurs proposent également des sorties accompagnées en vélos électriques, tel que « Why not Bike » <https://www.whynotbike.ch/> . Une association s'est créée à Aubonne et des guides ont fait des formations afin de pouvoir mettre sur pied des excursions à vélos accompagnées.

Un événement autour du vélo pourrait voir le jour à et autour de la gare de Pampigny dans un avenir proche ; ce projet a été retardé à cause du COVID.

Dû au confinement, l'essor du vélo a été très fort, et la demande en documentation et cartes a explosé.

La brochure « La Côte à vélo » est la résultante d'une collaboration entre Morges Région Tourisme, Nyon Région Tourisme et le Parc Jura Vaudois. Elle a été créée en 2019 et a alors été imprimée à 10'000 exemplaires qui ont été partagés dans les trois régions. L'entreprise a été répétée pour l'année 2020 et face au succès rencontré par la brochure, 10'000 exemplaires supplémentaires ont été commandés pour impression à la fin octobre 2020. (frais non comptabilisé dans ce décompte)

2.5 Création d'un réseau « Tables du terroir » - 100%

Mandant :	Yves-Etienne Kahn, Président Morges Région Tourisme
Situation de départ :	La clientèle touristique exprime de plus en plus une envie de découverte des terroirs et d'échanges avec les populations locales. Il s'agit de faire découvrir et de promouvoir le patrimoine culinaire de notre district en encourageant les restaurateurs à mettre en valeur la production locale et en valorisant le travail des producteurs régionaux.
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• Le projet n'a pas encore commencé, mais diverses démarches démontrent l'intérêt du projet. • Une séance de kick-off sera organisée au printemps 2018 avec des parties prenantes telles que GastroVaud (Label « Fait maison »), Vaud œnotourisme, Slow Food Switzerland.

Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• Les contacts avec les producteurs et artisans sont nombreux, une mise en réseau de certains à déjà permis de créer des synergies, par exemple en termes de transport (logistique) et de vente. • L'ARCAM a initié une réflexion sur la restauration collective (restocoll), sachant que le canton de Vaud souhaite améliorer la part des produits locaux dans les restaurants collectifs publics (hôpitaux, EMS, entreprises, etc.) • Un travail de bachelor, mandaté par MRT a permis de dégager des pistes pour intensifier le changement de paradigme qui se met gentiment en place (clientèle étant de plus en plus sensibilisée aux aspects de qualité – bio ; type d'élevage, circuits courts, etc.).
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 22'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 10'034.- (47%)

Etat au 27.11.20 :

Les produits du terroir ont pris une place importante ces quatre dernières années. Notre région est très agricole et la sensibilité aux produits de qualité, de proximité et distribués en circuit court s'est envolée, bien avant le COVID.

Un prestataire important dans ce circuit est l'entreprise « Oncle Paul », qui assure un service de logistique entre producteurs, commerçants voir consommateurs et qui a gagné un appui de Star'Terre⁷: Cette entreprise innovante a également créé des boîtes de lunch et pic-nics originaux dans des boîtes de vacherin qui peuvent ainsi être proposées à des entreprises pour des team-buildings ou pour des pic-nics dans le jardin comme au Château de Vullierens (voir photo ci-contre).



Pour ce qui est des restaurants, il n'est ainsi plus rare de trouver des plats tel que celui-ci à l'Auberge communale « Chez Yann », Etoy⁸:

Carpaccio de cerf à l'huile de noix de Sévery, copeaux de foie gras

de potimarron bio de la Ferme Fazan à Apples

⁷ www.star'terre.ch/ www.onclepaul.ch

⁸ www.auberge-hotel-etoy.ch

Les démarches de certification VAUD Oenotourisme et le Label « Fait maison » de GastroVaud ont par ailleurs permis de renforcer les ventes croisées de vins et de produits du terroir. Dans la région de Morges se ne sont pas moins de 15 établissements qui sont certifiées Vaud OE, dont Morges Région Tourisme, et 11 autres labellisés Fait maison (état 10/20)⁹.

Le Parc Jura vaudois de son côté a poussé la labellisation de ses «Produits des parcs suisses».

7 produits sont actuellement labellisés, d'autres suivront.¹⁰



En 2020, la région a obtenu la labellisation Appellation d'origine protégée AOP pour son Huile de noix vaudoise. L'inauguration a eu lieu au Moulin de Sévery, siège de l'association, le 16 septembre 2020, en présence de Monsieur l'Ambassadeur Nicolas Bideau :



D'autres produits d'ici comme la Mozzarella et la Burrata de Cuarnens (entreprise Mozza'Fiato), Dicifood à Cottens et l'Amie de Pain (boulangerie à Montricher) ont trouvé leur chemin sur les tables des restaurants, comme des privés¹¹.

⁹ <https://vaud-oenotourisme.ch/> // <https://labelfaitmaison.ch/>

¹⁰ <https://parcjuravaudois.ch/produitslabellises>

¹¹ <https://www.rts.ch/play/tv/redirect/detail/10414513?startTime=197>

<https://mozzafiato.ch> // <https://www.dicifood.ch> // <https://lamiedepain.ch/>

2.6 Développer une gamme de produits œnotouristiques – 100%

Mandant :	Yves-Etienne Kahn, Président Morges Région Tourisme
Situation de départ :	Le canton de Vaud se donne les moyens de devenir une région d'excellence en matière d'accueil de visiteurs œnophiles, gastronomes et épicuriens afin qu'il acquière une reconnaissance nationale, puis internationale pour son tourisme « œnophile » et sa production de vins de qualité. La Côte, premier vignoble de Suisse, dégage un chiffre d'affaires annuel de 200 millions de francs. Sa contribution au tourisme est déterminante en attirant la clientèle séduite par l'art de vivre de notre région. Morges Région Tourisme doit développer une collaboration étroite avec « Vaud œnotourisme » afin de faire de notre région un site pilote pour l'œnotourisme vaudois. Il faudra élaborer une gamme de produits avec le vin comme thème central mais apportant une valeur ajoutée aux autres piliers du tourisme régional (culture, art, gastronomie, patrimoine, hébergements, etc.).
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• Conclusion de l'étude de synthèse par l'IST : beaucoup d'initiatives existent dans le district et sur la Côte vaudoise, mais elles ne sont pas fédérées et manquent de visibilité. • Grâce au travail réalisé, il s'agit de concevoir de nouvelles offres forfaitaires qui pourront être commercialisées au travers des supports papiers et électroniques de Morges Région Tourisme.
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• L'œnotourisme fait partie du DAS « Art de vivre », qui est un positionnement prioritaire pour Morges Région. De ce fait, beaucoup d'offres existent déjà (Caves ouvertes vaudoises, Balade œnotouristique (application), Train des vignes, Dégustations, Salon Divinum à Morges, etc.). • Par ailleurs, le canton de Vaud a fait d'énormes efforts pour le programme Vaud œnotourisme, donnant une excellente visibilité à l'offre morgienne. • En 2019, MRT a relancé la balade œnotouristique, avec un nouveau concept et la possibilité de réserver en ligne par l'outil TOMAS.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 24'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 13'504.- (56%)

Etat au 27.11.20 :

En 4 ans, le développement de l'œnotourisme dans notre région a été fulgurante. En 2018 nous avons accueilli et co-organisé à Féchy les premières rencontres de l'œnotourisme et le 1^{er} Prix de l'Oenotourisme suisse.

Les Caves ouvertes attirent chaque année des milliers de visiteurs dans la région de Morges, ce qui représente une des plus grandes affluences du canton.

Nos vins obtiennent régulièrement des médailles, Mont-sur-Rolle accueille un des deux Conservatoires du Chasselas du canton, la foire Divinum à Morges s'agrandit, le Servagnin – le pinot noir spécifique à l'AOC de Morges - a fêté ses 600 ans en 2020.

Beaucoup de viticulteurs et domaines développent avec créativité et soins de nouvelles offres :

Château Rochefort

Le 1^{er} juillet 2020, Tania Gfeller a créé l'entreprise « Puissance Vin ». L'activité de celle-ci tourne autour de la création d'offres œnotouristiques. Avec Michel Gfeller, gérant du Château Rochefort, ils ont comme projet de participer au Prix Vaudois de l'Innovation, en présentant un concept d'expérience œnotouristique.

Plus précisément, une des offres touristiques en cours de création et qui sera présentée au Prix de l'Innovation, est de monter un film (animé) relatant l'histoire culinaire du canton de Vaud. Ce film serait ensuite diffusé lors d'ateliers/soirées dégustation au Château Rochefort.

Projet Château de La Sarraz

Olivier Schlatter a repris début 2020 le poste de responsable d'exploitation du Château de La Sarraz. Dans l'optique d'intégrer le Château de La Sarraz au réseau « Vaud Oenotourisme », M. Schlatter a développé un nouveau concept de projet : un salon annuel exclusivement réservé aux certifiés et partenaires de Vaud Oenotourisme.

Au vu de la situation sanitaire relative à COVID-19, l'initialisation de ce projet est repoussée à 2021.

VinoHelp

VinoHelp est une entreprise qui a été créée par Floriane Besse. La société propose toutes sortes d'animations autour du vin à faire en entreprise, entre amis, en famille ou avec toutes les personnes avec qui l'on aurait envie de partager un moment de plaisir autour du vin. Parmi les offres, on retrouve la dégustation de vin, des cours d'initiation, des accords vins et fromages, et d'autres encore.

Wine Greeters Day

L'idée des « Wine Greeters Day » est la suivante : proposer un accueil authentique et personnalisé aux visiteurs de la région de Morges. Pour ce faire, Morges Région Tourisme a organisé des plages horaires pendant lesquelles des vignerons de la région viendront faire déguster leurs produits, accompagnés par des produits du terroir.

Les objectifs de cet événement sont multiples : faire découvrir « autrement » la richesse de notre région aux visiteurs, valoriser et développer l'activité oenotouristique vaudoise. De plus, organiser ce type d'accueil permettra aussi de proposer dans un contexte chaleureux aux visiteurs un forfait « tulipes et vins ». Pour les vignerons, la valeur ajoutée sera de pouvoir augmenter leur nombre de ventes.

L'événement devait avoir lieu lors de la Fête de la Tulipe 2020 (moment le plus fréquenté par des touristes), celle-ci ayant été annulée en raison de COVID-19, il est reporté à la Fête de la Tulipe 2021.

Slow Wine

Le Château d'Eclépens (François de Coulon), le Domaine la Colombe (Raymond Paccot) et le Domaine Henri Cruchon (Raoul Cruchon) font déjà partie des entreprises certifiées « Slow Wine » par Slow Food Suisse. Le contact est établi avec l'association des Vins de Morges pour encourager d'autres producteurs répondant aux exigences de la charte d'y adhérer.



2.7 Réaliser un village de pods au camping de La Sarraz – 40%

Mandant :	Monsieur Claude Dutoit, Président de l'AIPCV
Situation de départ :	De 2007 à fin 2009, une réflexion de fond est conduite, aboutissant à la création de l'Association Intercommunale de la Piscine et du Camping de la Venoge (AIPCV), à laquelle 19 communes de la région ont adhéré. En 2017, la totalité des infrastructures de la piscine de La Sarraz ont été rénovées. Le coût de l'ensemble de ces travaux s'est monté à CHF 6'220'000. La nouvelle piscine a été inaugurée au printemps 2017. Cette rénovation récente des infrastructures de la piscine donne l'opportunité à l'AIPCV de réfléchir à l'amélioration de l'offre d'hébergement touristique du camping adjacent. Le camping a toujours la cote mais les vacanciers n'optent plus forcément pour la traditionnelle tente. Leurs attentes se multiplient : recherche d'émotions, de sensations fortes, envie d'originalité, de renouvellement des expériences, aspiration au bien-être, besoin d'exclusivité et désir de sens et d'éthique. Si l'intention première était d'équiper un terrain adjacent de la piscine par 16 cabanes de bergers, une visite de plusieurs campings a permis au Comité de constater que cette offre n'était pas forcément en adéquation avec la demande. Il faut donc étudier plusieurs scénarios d'hébergements en adéquation avec les publics cibles visés et établir un business plan.
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	Basé sur un rapport d'architectes de mai 2017, les étudiants de l'IST ont travaillé sur de nouvelles variantes d'hébergement et leurs coûts. Les publics-cibles potentiels ont été identifiés et les canaux de distribution précisés.
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	- Un business model canevas et un business plan détaillé a été élaboré en juin 2018 et présenté à l'AIPCV. - Le projet a été mis en stand-by par le porteur de projet (les communes propriétaires de l'AIPCV), pour des raisons de mises en adéquation aux normes actuelles d'une part, et aussi le temps de revoir la gouvernance. A ce jour, deux entités se côtoie (l'AIPCV, association de communes propriétaires de la piscine et du camping, et l'APV, l'association de gestion, administrée principalement sous forme de bénévolat). En parallèle, un groupe de travail technique a été mis en place que l'ARCAM accompagne. Un autre facteur limitatif, est la loi vaudoise sur les campings et caravanning, qui ne permet pas l'installation d'éléments construits et / ou fixes sur un emplacement. Les choix d'hébergement devront donc être adaptés à ce cadre légal.

	Un gérant d'exploitation sera engagé pour la saison 2020 par l'AIPCV. Nous espérons pouvoir mettre en place une nouvelle offre pour le tourisme de passage en 2020. En parallèle du Camping de La Sarraz, nous sommes aussi inquiets d'une possible et future fermeture du Camping de Morges (nouveau plan partiel d'affectation). Diverses variantes sont à l'étude et une séance de travail aura lieu avec les représentants du TCS en septembre 2019.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : - Budget CHF 18'000.- - Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 21'336.- (119%)

Etat au 27.11.20 :

Le projet de glamping n'a malheureusement pas abouti à ce jour, par contre au niveau gouvernance il y a eu un grand pas en avant car il ne subsiste qu'une entité: l'APV a été dissoute et l'AIPCV a repris la gestion avec l'engagement d'un responsable de piscine.

L'ARCAM a pu initier des contacts avec le TCS Section Camping pour une évaluation de la situation et des pistes pour l'avenir. Les discussions sont toujours en cours et l'objectif est de pouvoir finaliser le développement d'offres glamping pour la saison 2022 au plus tard.

Donc malgré le fait que l'offre glamping n'est pas encore en place (aussi en partie à cause du COVID), le projet devrait pouvoir se réaliser rapidement, grâce au business plan réalisé et les compétences accrues des acteurs.

Les autres projets de parahôtellerie mentionné dans le rapport #2 ont malheureusement été bloqués suite au COVID, notamment le projet du groupe ACCOR pour le produit « Eskapy » pour lequel un « Proof of concept » devait avoir lieu durant l'été 2020. Pas de nouvelles à l'heure de la rédaction du rapport final.

Du côté de Morges, le nouveau PPA du Parc des sports ayant été refusé par la population dans les urnes, le camping devrait pouvoir continuer à être exploité par le TCS ces prochaines années ; les discussions avec Morges sont en cours à l'heure de ce bilan.

2.8 Accueil touristique, culture et chambres d'hôtes à St-Prex – 0%

Mandant :	Commune de Saint-Prex
Situation de départ :	La commune de Saint-Prex souhaite réhabiliter un bâtiment historique réunissant accueil touristique, vente et dégustation de produits régionaux et des vins, chambres d'hôtes et espace culturel. Ce bâtiment sera largement ouvert à la population locale et aux visiteurs de passages. Il dote la commune d'une infrastructure touristique originale susceptible de séduire les nombreux visiteurs qui découvrent Saint-Prex. La possibilité de se loger devrait aussi permettre d'inscrire plus fortement dans les grands itinéraires de découverte régionaux, nationaux ou internationaux (Route de Saint-Jacques, Sentiers des Huguenots, itinéraires pédestres ou cyclo-touristiques, etc.). En dehors des périodes touristiques, ces chambres d'hôtes pourront accueillir le tourisme d'affaires.
Contenu et état au 31.12.17, rapport SECO #1 :	• Ce projet a été mis de côté par son mandant, à savoir la commune de Saint-Prex, qui ne souhaitait pas s'investir dans ce dossier pour le moment. La situation devrait être réévaluée en fin d'année 2018.
Contenu et état au 31.07.19, rapport SECO #2 :	• Rencontre avec la Municipalité de St-Prex qui s'interroge sur la rentabilité du projet qui a été élaboré en 2013. Le bâtiment est cependant toujours disponible et la commune prête à réenvisager le projet. • Le business plan est en cours d'analyse auprès de professionnels. Le cas échéant un nouveau montage financier sera établi pour accompagner les autorités de St-Prex.
Coûts et charges :	Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de : • Budget CHF 44'000.- • Effectif à <u>fin 2020</u> : CHF 1'906.- (4%)

Etat au 27.11.20 :

A l'issue de notre programme, la commune nous a informé de la situation comme suit (mail du 20 octobre 2020):

Nous vous informons que la Municipalité a décidé de reporter l'étude de ce projet à la prochaine législature. En l'état, elle entre en matière pour des chambres d'hôtes, une maison du terroir, mais pas pour des bureaux. Le projet sera défini en temps voulu.

2.9 Autres projets touristiques en lien avec le Slow Tourisme

En complément de la liste en page 18 du rapport intermédiaire #2, nous aimerions citer les nouvelles offres suivantes, qui ne font pas partie du programme soutenu par Innotour (et qui n'ont pas été comptabilisé dans la décompte), mais qui contribuent à positionner la région dans le slow tourisme :

Tourisme sans barrières : Slow tourisme pour tous !

Morges Région Tourisme est associé au projet innotour « Destinations sans barrières », déposé par la Fondation Claire & George. Nous sommes ainsi une des destinations pilotes suisse pour un tourisme accessible à tous !

Des synergies avec Pro Infirmis Vaud nous permettent déjà d'être une des régions les mieux auditées et de pouvoir ainsi offrir une information inclusive pour tous les publics.

Suite à notre participation au Climathon de 2019, (voir page 24 du rapport #2), l'Association « Slowlution » c'est créé et est en phase de tests des premières offres commercialisables.

Dès 2021 la région communiquera sur les offres de loisirs accessibles (exemple Kayak, patinoire, piscines, le fauteuil tout terrain JST à l'Arboretum, floralies, etc.) ainsi que les forfaits touristiques qui seront également promus au travers de Claire & George.

Nouveaux sentiers et offres de randonnée

Sentier des Huguenots : Sur les pas des huguenots de France à travers le canton de Vaud¹².

Patrimoine au fil de l'eau : La pleine de l'Orbe a fait l'objet d'un grand inventaire qui présente aujourd'hui en français et allemand le patrimoine naturel, culturel, historique et archéologique. Celui-ci est répertorié sur un site web ainsi que des panneaux qui se situent sur les communes de la Sarraz, Ferreyres, Orny, Eclépens et Pompaples¹³.

Sentier de la fourmi des bois – Marchairuz : Dans le cadre de l'ouverture de l'Espace découverte du Parc jura vaudois, une nouveau sentier a vu le jour : le Sentier de la fourmi, afin de découvrir la plus grand colonie d'Europe¹⁴.

De nombreux autres projets de sentiers de randonnée et de mise en valeur du patrimoine sont actuellement en cours. (Sentier de l'Aubonne, Au fil de la Venoge, etc.)

¹² www.via-huguenots-vd.ch

¹³ <https://www.richesses-patrimoniales.ch>

¹⁴ <https://parcjuravaudois.ch/loisir/41680>

Little Cabbage

Little Cabbage est un concept store ayant ouvert ses portes dans le courant de l'été 2020. A l'origine de cet établissement, un couple de Sarrazins ayant pour ambition de participer à la redynamisation du bourg de La Sarraz.

Little Cabbage propose des articles divers de décoration ou à vocation de cadeau, mais pas uniquement. La boutique est dotée d'un espace café et lounge, où la population locale (et les touristes !) peuvent se restaurer ou simplement se détendre sans consommer.

Little Cabbage est aussi une Association qui propose des offres touristiques puisque le magasin est le point de départ ou d'arrivée de balades. Ces dernières sont créées et commercialisées et disponibles sur Morges:Guide.

La première offre « Mythe et réalité » a d'ailleurs été imaginée lors d'un atelier de création d'offres !



Développement du site du Mollendruz (4 saisons)

Le col du Mollendruz est un site naturel exceptionnel qui dispose d'un potentiel d'attractivité touristique très grand. Le flux de véhicules empruntant le col est important. Il relie les sites touristiques de la Vallée de Joux / Vallorbe / Romainmôtier au district de Morges. L'Association du Mollendruz ski de fond assure la mise à disposition des infrastructures nécessaires pour la pratique des activités sportives sur le site du Col du Mollendruz dans le Jura vaudois. Une nouvelle infrastructure permettra une gestion efficiente du ski de fond en hiver et pourra servir de lieu de départ d'activités du Parc jura vaudois.

Le magasin Nordic'Sport situé au col est également en train de dynamiser son offre, par exemple avec des VTT électriques.

A noter aussi que la desserte en car postal des cols du Mollendruz et du Marchairuz a été considérablement améliorée ces dernières années.

Alice au Jardin des Merveilles

« Alice au Jardin des Merveilles » est un spectacle tout-public, multi-sensoriel, immersif et féérique. Projet unique en Suisse, il s'intègre parfaitement dans la dynamique du positionnement « Slow Tourisme ».

Le spectacle en plein air a permis à mille personnes de découvrir les Jardins du Château de Vullierens en petits groupes, et ce de jour comme de nuit.



Slow Art à Morges



Nous avons été très content de voir que des acteurs se sont appropriés le positionnement et le traduisent en offres « slow » : La galerie Mise en scène de Morges a développé le Slow Art « (..) une exposition qui s'inspire du slow mouvement, concept assumé par Morges, en réaction à l'accélération de la vie moderne. » (Extrait de leur site internet 26.09.2020). Exposition en plein air, gratuite, organisée avec les commerçants de Morges et leur association¹⁵.

¹⁵ <https://www.tempslibre.ch/vald/expositions/411547-slow-art-expo-100-leche-vitrines>

3 COMMUNICATION ET PROMOTION

3.1 Création d'un concept marketing – 100%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 12'000.- Effectif fin 2020 : CHF 51'496.- (429 %)

Logo et slogan

Lors du rapport intermédiaire #2 remis au SECO pendant l'été 2019, il était indiqué que le concept marketing devait être validé par le Comité directeur de Morges Région Tourisme. Cette étape ayant été franchie avec succès, le nouveau logo et le slogan ont été dévoilés le 09 octobre 2019 lors des Etats Généraux du Tourisme.

Voici donc le nouveau positionnement de Morges Région :



Prendre le temps de ...

Nehmen Sie sich Zeit für..

Take time to ...

Ce nouveau logo permet un positionnement clair, ainsi qu'une communication adaptée. Le nouveau slogan « Prendre le temps de... » quant à lui permet d'éveiller la curiosité et incite à aller plus loin. Il est décliné selon les Domaines d'activités stratégiques et traduit selon les marchés cibles.

Propriété intellectuelle

Le 24 août 2020 la marque « Slow Tourisme ! » a été enregistrée à l'IPI, comme marque individuelle, ainsi que les différents pictogrammes déposés par Morges Région Tourisme. Le logo de Morges Région Tourisme avec la baseline « Slow Tourisme ! » comme ci-dessus a lui aussi été déposée.

Noms de domaines

Les domaines ci-dessous ont été achetés, tout en renvoyant sur le site de MRT :

slowdestination.ch
slow-tourisme.ch

slow-destination.ch
slowtourisme.ch

3.2 Création d'un concept de communication – 100%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 12'000.- Effectif fin 2020 : CHF 10'800.- (90 %)

Une charte graphique a été créée afin d'accompagner le logo dans les communications et promotions d'offres et événements. Tous les supports on-line et offline ont été adaptés.

Grâce à ces nouveaux visuels, Morges Région Tourisme souhaite encourager la participation et l'adhésion de tous ses partenaires au concept de « Slow Tourisme ».

De plus, ce nouveau positionnement s'aligne parfaitement sur la stratégie touristique de Suisse Tourisme, avec une mise en avant importante de la nature et celle de l'Office du Tourisme du Canton de Vaud avec son positionnement par domaine d'activités stratégiques qui sont « la nature », « l'art de vivre », et « la culture » pour la région de Morges.

Corporate-Identity-Konzept



Erste Beispiele Print und On-line



3.3 Application mobile -100%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget (CHF 15'000¹⁶) CHF 33'650.- Effectif fin 2020 : CHF 12'947.- (38%)

En 2016, il était prévu un budget de CHF 15'000 pour une « application iphone ». Compte tenu de l'évolution fulgurante de la digitalisation, le projet a pris de l'ampleur, C'est ainsi que c'est devenu courant 2019, le programme de projet Be-Mobile. Celui-ci fait suite au projet « Signalétique et Innovation », cité dans le rapport #2.

Le programme de projets « Création de la plateforme Be-Mobile » contient trois sous-projets. Le premier, intitulé « Déploiement » a pour vocation d'équiper d'autres Offices de Tourisme du canton de Vaud avec les outils de guidage précédemment développés (application de guidage, web application, chatbot). Le projet 2, intitulé « Balades Morges Région Tourisme », s'engage à développer des balades pour la région de Morges, au travers des outils de guidage. Plus particulièrement, un des objectifs est de créer des balades commerciales, c'est-à-dire des balades pouvant provoquer des retombées économiques positives pour Morges Région Tourisme, ainsi que pour les prestataires touristiques de la région de Morges. Le projet 3 est construit sur le même modèle que le projet 2, mais est intitulé « Balades Nyon Région Tourisme » et est donc dédié à la région de Nyon.

La plateforme Be-Mobile a pour ambition d'être le canal mobile et digital de référence pour la diffusion et la promotion des randonnées dans le canton de Vaud. Le service clé en main permet aux offices du tourisme vaudois de mettre en valeur les nombreux itinéraires existants. Le tout rapidement et à moindre couts !

Le programme de projet Be-Mobile s'insère parfaitement dans l'esprit « Slow Tourisme ! ». En effet, l'utilisateur a la possibilité de faire des balades à pied, en vélo et les transports en communs sont recommandés. Ainsi, l'application permet de faire le choix parmi un panel varié de mobilité douce. De plus, l'application permettant d'avoir accès à des « points d'intérêts », l'utilisateur peut facilement accéder à toute information dont il aurait besoin afin de pouvoir visiter les lieux (culture, nature) mais aussi les producteurs et artisans de la table de la région.

Les coûts imputés au projet 3.3 dans le cadre de notre projet ne sont PAS compris dans le projet « Be-Mobile ».

¹⁶ Le budget alloué à évolué suite à l'abandon de projet 2.2 mais n'a pas été utilisé vu la création d'un autre projet Innoutour

4 INFORMATION ET DIFFUSION

4.1 Création d'une charte et d'un Modèle d'affaires – 90%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :

Budget CHF 30'000.- Effectif fin 2020 : CHF 19'971.- (67 %)

Dans notre rapport intermédiaire #2, nous avons esquissé les contours d'une charte pour créer un réseau de destinations « slow » en Suisse.

Afin de vérifier l'intérêt et la faisabilité de ce développement, nous avons entrepris un road-trip en Suisse allemande. Prévu initialement en mars 2020, le road-trip a pu se réaliser dans le courant du mois d'octobre. 3 destinations potentielles pour démarrer un réseau « Slow tourisme » en Suisse ont pu être sollicitées :

- Genussregion Schaffhouse et PNR Schaffhouse, Mme Martina Isler, Geschäftsführerin Genussregion und Leitung Fachstelle „Landschaft & Wein», à Wilchingen le 22 octobre
- Thurgau Tourismus, M. Rolf Müller, Direktor und Mme Dominique Gasser, Assistentin GF, à Frauenfeld le 22 octobre
- Solothurn Tourismus (ville), M. Jürgen Hofer, Direktor (En visio-conférence le 28 octobre)

Les trois représentants ont été séduits par le travail réalisé dans la région de Morges et nous ont félicités pour le chemin parcouru. Le fait d'avoir « osé » utiliser le terme anglais est juste et fort.

Le Slow tourisme, avec sa philosophie et le message clair qu'il véhicule, pourrait tout à fait être adopté par nos interlocuteurs. Ils sont réceptifs à l'idée de continuer la discussion pour une alliance future.

Nos destinations sont comparables : des territoires assez grands, très agricoles, une prédominance de la viticulture et des produits du terroir (« Art de vivre ») : de ce fait une offre de qualité mais dispersée, des hébergements de petites capacités, avec une importance relative de la parahôtellerie.

Des petites villes historiques bien préservées et un choix de magasins indépendants ; une proximité à des plans d'eau importante encore pas assez exploitée ; un patrimoine bâti et architectural important tels les châteaux (« Culture, Patrimoine et Traditions ») et des offres attractives dans le domaine stratégique de la « Nature » avec notamment des floralies et offres botaniques.

Un fil rouge se dessine également dans l'approche d'un tourisme de proximité qui implique la population locale et qui cherche une croissance modérée, compatible avec un développement durable de notre tourisme. Le fait que le tourisme dans nos régions ne soit pas le premier pilier de l'économie, nous donne la liberté de développer un tourisme de qualité.

Charte

Notre Comité de pilotage soulève l'enjeu majeur de la protection du terme « Slow » pour l'avenir. Nous identifions un risque élevé que le terme soit galvaudé et vidé de son sens, si des destinations ayant des moyens importants s'approprient le terme sans que cela soit en adéquation avec leur offre ou leur territoire.

De ce fait, et suite à nos échanges avec les destinations pertinentes identifiées et contactées, nous avons élaboré une proposition de charte qui se trouve en **Annexe 4**.

Il apparaît que si nous voulons « protéger » la légitimité de notre démarche et de celles des futures destinations « slow », il nous faudra établir des critères et un processus d'acceptation.

Néanmoins, notre démarche pourrait ne pas suffire et nous sollicitons le SECO pour identifier la meilleure façon possible de garder ce critère de différenciation pour des destinations dont le positionnement effectif est en adéquation avec un tourisme slow et ainsi assurer la transparence pour la clientèle. Dans le cas contraire, celle-ci pourrait être déçue par rapport à la promesse et les « vrais destinations » slow pourraient perdre toute crédibilité.

Exemple de démarche privé public : <https://www.slow-tourisme-lab.fr/fr/nous-sommes/>

Nous avons soumis le chapitre 4.1 présent et notre projet de charte aux destinations rencontrées. Les réponses de nos interlocuteurs se trouvent en **Annexe 5**.

Gouvernance

Avec les interlocuteurs, nous avons abordé la question d'une future collaboration et les synergies qui pourraient en découler.

En terme de gouvernance et de manière unanime, c'est la forme juridique d'une communauté d'intérêt (CI) – (Interessengemeinschaft IG) qui serait idéale:

- Pas d'association avec des cotisations
- Un budget commun par action (et non de fonctionnement)
- Pas de label ou logo supplémentaire
- Chaque destination garde son identité visuelle et son slogan

Slow Food Travel

Le projet Innotour « Slow Destination » de la Région de Morges a été validée par le SECO en 2016. En 2019, le projet « Slow Food Travel » a été déposé par le Valais. Depuis le début de ce projet, nous sommes en étroite collaboration avec son chef de projet Jean-Marc Imhof ; en effet, M. Imhof a été présent et s'est engagé tout au long du processus de la création « Slow tourisme ! » Morges Région en tant qu'expert mais aussi comme habitant de notre district.

Notre région compte un Presidi de Slow Food CH, l'Huile de noix de Sévery¹⁷, un membre de l'Alliance des Chefs, M. Frédéric Simond à Montricher et 3 membres Slow Wine.

Comme évoqué dans le chapitre 2.5 et 2.6 du présent rapport, l'agritourisme et les projets en lien avec l'agriculture et l'alimentation ont été prédominants et sont caractéristiques de notre territoire et terroir.

Un nouveau PDRA¹⁸ « ouest vaudois » devrait prendre son envol dès 2021 et apportera à la région de la Côte de nouveaux outils de production et une vitrine promotionnelle qui nous permettrons de développer notre offre gastronomique et agritouristique.

De ce fait, il nous apparaît comme une évidence que la région de Morges pourra être une des premières destinations « Slow Food Travel » après la première phase de projet en Valais. Ce sera même une suite logique du travail réalisé et nous permettra de profiter de la marque internationalement connu « Slow Food » et d'intégrer un réseau de professionnel de l'alimentation et du tourisme auquel nous souhaitons contribuer.



¹⁷ <https://www.slowfood.ch/fr/slow-food/presidi>

¹⁸ Projet de développement régional agricole

Dans ce contexte et outre les destinations déjà rencontrées, nous pensons que les destinations suivantes pourraient avoir un intérêt :

- Poschiavo (déjà en contact avec Slow Food Travel)
- Val de Travers – Goût et région (nommé pour le Prix montagne 2020)
- Diemtigtal / Parc Diemtigtal
- Soleure Région / Parc Thal
- Argovie / Parc Aargau

Dû à la pandémie, nous n'avons pas eu l'occasion d'établir les contacts ci-dessus ; dès 2021, nous nous engageons à poursuivre les démarches de diffusion de la démarche de « Slow Tourisme ! » afin de renforcer notre positionnement et établir un réseau touristique suisse qui nous permette de nous différencier sur le plan national et européen.

Adhérer à Slow Food Travel Switzerland est un des axes stratégiques envisagé.



Boîte de « pic-nics du terroir » dans les Jardins du Château de Vullierens



Château d'Eclépens, labellisé « Slow Wine »

4.2 Communication externe hors médias

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 18'000.- Effectif fin 2020 : CHF 31'351.- (174 %)

Nous sommes très heureux de l'intérêt de la part de la branche, des collègues du tourisme et de nos autorités politiques autour du « slow tourisme ». Le timing pour parler d'un tourisme différent, de qualité et ciblé était de plus idéal dans cette période de pandémie. Aussi avons-nous pu présenter notre démarche dans les contextes suivants durant cette dernière année :

Zéro Waste Switzerland – Rob Greenfield

Dans le cadre d'une conférence de l'Association Zéro Waste Switzerland domiciliée dans notre district, le célèbre activiste américain Rob Greenfield¹⁹ était à Lussy sur Morges. Ayant sponsorisé l'événement, nous avons pu présenter notre démarche de Slow Tourisme !.

Voilà ce que dit Rob sur son site internet à propos de son passage à Lully :

“I did manage to have one small gathering in Switzerland with Zero Waste Switzerland this week and it was an absolutely beautiful experience with humanity. Switzerland was heaven on earth and lifted my spirits.”



Suisse Tourisme

Rencontre avec quatre personnes du Business Development de Suisse Tourisme à Zurich le 18 août 2020. Jacqueline Ritzmann et Véronique Hermanjat présentent la démarche de « Slow Tourisme ! » et les possibles synergies avec l'OTV et Suisse Tourisme. Nos interlocuteurs mettent également l'accent sur la légitimité et des critères permettant d'être crédible auprès du public. Sans vouloir créer un « Label », il faut pouvoir expliquer les choix et offres « slow » au public.

HTHIC – Slow Tourism LAB²⁰

“Morges Région: Challenges to become the first Slow tourism destination of Switzerland”

Nous aurons le privilège de présenter la démarche, les succès, défis et opportunités à un public international le 9 décembre 2020 prochain.

Cette conférence en ligne en plusieurs étapes remplace le grand congrès HTHIC qui devait se tenir à Mendrisio au printemps 2020 et pour lequel nous étions invités à présenter Morges Région.

¹⁹ <https://www.robgreenfield.org/>

²⁰ <https://slowtourismmlab.org/about-the-lab>

4.3 Médias – 100%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 12'000.- Effectif fin 2020 : CHF 7'218.- (60 %)

Outre les articles parus depuis l'été 2019 qui figurent dans le Pressbook en **Annexe 6**, nous pouvons mettre en avant les réalisations médias suivantes :

RTS – On va vers le beau

Dès le 24 août 20 est parue l'émission radio de la RTS « On va vers le beau »²¹, qui emmène l'auditeur à la découverte du Slow Tourisme. Au total, se sont deux heures et demies d'émissions qui sont consacrées à la découverte du terroir de Morges région ! Les cinq émissions ont été vues entre 211 et 101 fois (état octobre 20).

Journal de Morges – concours « offres Slow Tourisme »

Pour communiquer autour des ateliers « Slow Tourisme » ayant été organisés courant été 2020, le Journal de Morges a couvert le premier workshop. Plus d'informations sur les ateliers et sur le traitement médiatique de ces événements en point 4.4 « Ateliers Slow Tourisme ! ». Un petit reportage sera réalisé fin novembre avec l'annonce des gagnants du concours.

Conférence de presse – clôture de projet

Nous avons initialement prévu d'organiser la conférence de presse le jour des Etats généraux du tourisme le 28 octobre, puis le 17.11.20. Compte tenu de la situation sanitaire, et souhaitant organiser une conférence de presse de clôture digne de ce nom, le COPIL a décidé de reporter la conférence. Elle aura lieu soit fin janvier après la séance de clôture du projet, ou alors au printemps, en même temps que les Etats généraux du tourisme.

²¹<https://www.rts.ch/play/radio/on-va-vers-le-beau/audio/tourisme-rural-et-local-15---les-joies-du-woofing-ou-comment-travailler-dur-pendant-ses-vacances?id=11540563>

4.4 Ateliers « Slow Tourisme ! » (projet connexe hors programme SD)

Alors que le positionnement et le concept marketing et communication ont été validées, il s'agissait de renforcer cette identité et d'initier la création de nouvelles offres.

Ainsi nous avons organisé, durant l'été 2020, des ateliers de création d'offres dans le district de Morges.

Ces ateliers avaient trois objectifs :

- créer une opportunité pour que les différents prestataires touristiques de la région se rencontrent (hôteliers, acteurs de la culture, nature, etc...) ;
- offrir un cadre où ses mêmes acteurs pourraient, ensemble, créer de nouvelles offres dans l'esprit « Slow Tourisme ! » ;
- sensibiliser la population locale à l'offre de loisir et touristique si proche de chez eux

Afin de permettre aux participants de travailler dans les meilleures conditions possibles dans le cadre du COVID, nous les avons regroupés en trois secteurs géographiques.

42 personnes y ont participé au total.

Ces trois ateliers ont rencontré un franc succès, les acteurs touristiques s'étant dits très satisfaits d'avoir pu aller à l'encontre des autres prestataires et construire ensemble une offre touristique. De plus, ces après-midis ont représenté une opportunité pour nous d'inciter les acteurs touristiques à s'approprier la démarche « Slow », de prendre du recul et de réfléchir ensemble à comment développer notre tourisme.

Le premier atelier, qui se tenait au Château de Vullierens, a été relaté et illustré dans le Journal de Morges :



Au terme de chaque après-midi, de nouvelles offres ont été créées. 12 offres ont ainsi été imaginées par les participantes et participants.

Quatre offres ont été retenues, développées en détail et mises au concours dans le Journal de Morges fin août 2020.

Les habitants du district de Morges et les hôtes ont ainsi été invités à aller tester ces nouvelles offres. Une page entière était dédiée au concours.

Toute la communication autour de ce concours a été faite par Morges Région Tourisme au travers de différents posts Facebook.

130 personnes ont participé au concours ! Le tirage au sort des gagnants a eu lieu et les prix qui sont deux séjours, un dans la GenussRegion Schaffhouse et un en Thurgovie, ont été transmises aux deux gagnantes, une à Morges et une à La Chaux-de-Fonds.



Madame Caroline Chiara de Morges qui reçoit son bon pour un séjour en Thurgovie



L'idée de promouvoir ces nouvelles offres au travers d'un concours nous a permis d'impliquer les habitants dans ce nouveau positionnement. En effet, il est évident pour nous que la population locale a un rôle clé à jouer, car ce sont eux les premiers ambassadeurs touristiques !

Les offres seront diffusées dès la saison 2021 à plus large échelle par Morges Région Tourisme.

Parmi les 8 autres offres, une autre a déjà été concrétisée à La Sarraz (Mythe et réalité), les autres feront l'objet d'un développement courant 2021.

5 COORDINATION

5.1 Séances de coordination inclus séances de COPIL – 100%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 24'000.- Effectif fin 2020 : CHF 35'369.- (147 %)

Etats généraux du tourisme

Le poste séance de coordination comprend notamment les Etats généraux du tourisme qui se déroulent une fois l'an. Ce forum réunit tous les prestataires touristiques et les communes membres de MRT.

Le pilotage de projet est également inclus dans ce chapitre ; voici les jalons du pilotage de projet depuis juillet 2019 :

Séance du COPIL du 27.02.2020

Séance du comité de pilotage du programme de projet « Slow Destination »

Lors de cette séance :

- Présentation du rapport d'activité 2019 par VH au COPIL et précision de certains éléments relatifs au projet 2.6 « Oenotourisme ». Les montants investis pour l'évènement « Père Noël à Bière » sont rajoutés au décompte financier ;
- Présentation du résumé du décompte financier à fin 2019 par VH au COPIL ;
- Présentation de la stratégie générale (inventaire/adhésions/développement de l'offre) par VH au COPIL ;
- Décisions relatives à divers événements (clôture du programme de projet/conférence de presse)

Séance du COPIL du 10.11.2020

Le 10.11.20 a permis au COPIL de valider le présent rapport final, inclus la partie financière. Elle aura aussi permis de tirer le bilan de ces quatre années de projet. Au vu des restrictions sanitaires, cette séance a eu lieu en visio-conférence.

Séance du 21.01.2021

Une fois la validation obtenue du SECO, le COPIL et l'équipe opérationnelle organiseront la séance formelle de clôture du projet ainsi que la partie financière après réception de la dernière tranche. Ce sera aussi l'occasion de mettre en place la transition à un fonctionnement permanent au sein de Morges Région Tourisme

Au niveau de la gestion opérationnelle, de nombreuses séances de coordination, en bilatérale ou à plusieurs, ont eu lieu durant l'année écoulée.

5.2 Rapports de projet et clôture – 100%

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 20'000.- Effectif fin 2020 : CHF17'316.- (87 %)

Comme prévu par le projet innotour, deux rapports intermédiaires et un rapport final documentent le programme. Le présent document clôt la démarche.

Vidéos « témoignages »

Les Etats Généraux du Tourisme, événement annuel pour le monde du tourisme du district de Morges, devaient avoir lieu le 28.10.2020. Malheureusement et au vu de la pandémie COVID-19, il a été impossible de maintenir cet événement.

Comme nous avons prévu de clôturer officiellement le programme « Slow Destination » lors de ce rendez-vous, nous avons choisi de communiquer sous un autre format.

A cet effet, nous avons mandaté Monsieur Mathieu Chollet qui a filmé des témoignages d'acteurs et prestataires du tourisme en rapport avec notre nouveau positionnement « Slow Tourisme ! ».

De cette manière, nous souhaitons clôturer le programme de projet en donnant un visage (des visages) et des exemples concrets de ce que le projet « Slow Destination » a représenté ainsi que des perspectives à venir. Ce sera aussi un héritage et des images qui pourront être utilisés dans les démarches promotionnelles et pour illustrer la démarche avec les destinations intéressées à adhérer à la charte.



*Tournage au
Château de Vullierens*

La vidéo de bilan du programme « Slow Destination – Morges Région » peut être visionnée sur le canal YouTube de Morges Région Tourisme.

6 COMPTABILITÉ – MOYENS FINANCIERS

Coûts et charges :

Selon le programme financier en annexe, les coûts et charges relatifs à ce projet sont de :
Budget CHF 22'000.- Effectif fin 2020 : CHF 14'740.- (67 %)

Notre programme de projet était devisé à CHF 487'700, dont CHF 220'000 pris en charge par le fonds Innotour.

Les comptes totaux présentent un total de CHF 602'168, soit + 23%.

Les principaux postes ayant été dépassés sont :

- Les projets 2.3 et 2.1, représentant la concrétisation des Maisons du tourisme de Bière et Morges et les nouvelles offres et formations y relatives
- Le chapitre 3.1 pour le concept marketing ayant été déclinée par MRT sur tous les supports et la protection de la marque

Par rapport aux 4 partenaires, les montants totaux se présentent ainsi :

4 partenaires	Budget total pour 4 ans	Effectif au terme du projet	En % du total (arrondi)
ARCAM	CHF 220'880.-	CHF 230'099.-	104 %
MBC	CHF 73'800.-	CHF 80'159.-	109 %
MRT	CHF 146'220.-	CHF 260'802.-	178 %
PJV	CHF 46'800.-	CHF 31'108.-	66 %
Total	CHF 487'700.-	CHF 602'168.-	123%

Les totaux par coûts imputables sont :

	Budget	Total	%
INNOVATION	CHF 304'700	CHF 388'748	128 %
COOPÉRATION	CHF 77'000	CHF 68'006	88 %
DIFFUSION	CHF 106'000	CHF 145'414	137 %
TOTAL	CHF 487'700	CHF 602'168	123 %

Le poste « Coopération » est légèrement inférieur au budget ; cela résulte de l'imputation des séances de coordination et d'informations aux partenaires sous le chapitre 5.1 (+20%), qui est comptabilisé dans le chapitre « Diffusion ».

Le tableau complet et détaillé est en **Annexe 7**.

BILAN FINAL / RÉSUMÉ / PERSPECTIVES

1 Gestion de projet

Méthodologie

Nous avons été très satisfaits de l'utilisation de la méthode de gestion de projet « HERMES », adaptée aux besoins de notre projet.

La liste des indicateurs de contrôle est à notre avis un outil qu'il serait intéressant de prévoir pour d'autres projets Innotour.

Organigramme

Pour tout futur projet innotour, nous recommandons d'avoir un organigramme simplifié, avec un seul pilotage pour tous les projets. En l'occurrence les organisations de projet prévues pour les sous-projets n'ont pas été activées, à part pour la Maison du tourisme de Bière. En effet, les sous-projets n'étaient pas assez importants et ont donc été gérés par le comité de pilotage du programme de projet, dans lequel toutes les parties prenantes étaient intégrées.

2 Les 8 projets du programme Slow Destination

La validation par Innotour de notre programme de projet a été le point de départ pour développer une dynamique, des synergies et des offres autour d'un dénominateur commun. Si les 8 projets pris individuellement n'ont pas été atteints selon les objectifs du départ, le résultat final est bien au-delà des espoirs et prévisions d'il y a quatre ans !

N°	Intitulé	Bilan
2.1	Maison du Tourisme - Morges	Réalisé
2.2	« Greeters »	Abandonné
2.3	Accueil et animation touristique dans les gares	Réalisé
2.4	Réseau de location de vélos électriques	En cours
2.5	Création d'un réseau « Tables du Terroir »	En cours
2.6	Développer une gamme de produits oenotouristiques	Réalisé
2.7	Camping La Sarraz	En cours
2.8	Accueil touristique et maison d'hôtes St-Prex	Reporté

Perspective – Axes principaux

Il est à relever que beaucoup de dossiers dépendent de décisions politiques et nécessitent des investissements qui dépassent largement le budget prévu dans le programme. A ce titre nous pouvons notamment mentionner les dossiers de Mobilité et d'Hébergement. Nous sommes cependant confiants que comme mentionné, les dossiers en cours pourront se réaliser à moyen terme selon des agendas et dynamiques particulières.

Tourisme sans barrières

Notre implication dans le développement d'un Tourisme sans barrières nous permettra par ailleurs de compléter l'offre existante et d'améliorer les offres existantes en terme d'accessibilité (participation au programme Innotour « Destinations sans barrières » porté par la Fondation Claire&George).

3 Communication et promotion

Les objectifs de « création d'un concept marketing et promotionnel » ont été entièrement atteints. Le logo, le slogan et la charte graphique sont mise en œuvre.

La communication dans les gares pourra être intégrée en temps voulu à l'occasion des transformations des gares MBC pour la mise en conformité avec la LHand (voir chapitre 2.3.1).

L'application pour téléphones portables a été créée au travers du projet Innotour Be-Mobile et continue à être déployée selon le planning et les modalités de ce dernier.

Perspective : Espace 81 en 2021

Cette année ayant été particulière, nous n'avons – outre le concours - pas eu le contexte favorable afin de présenter à la population locale le nouveau positionnement « Slow Tourisme ! » du district de Morges. L'objectif est donc, au travers d'une exposition à l'Espace 81 durant l'été 2021 de :

- créer une interface relative entre le public morgien et les professionnels;
- présenter les diverses actions menées, les offres et sites touristiques majeurs de la région ;
- présenter les applications de Morges Région Tourisme ;
- éventuellement organiser des dégustations de produits du terroir.

A travers cette démarche, nous souhaitons créer une belle vitrine pour le tourisme de la région de Morges et encourager la population à pratiquer le tourisme de proximité.

4 Information et diffusion

La perspective de pouvoir faire bénéficier d'autres destinations de notre travail nous réjouit ; les retours très positifs et encourageants de la part des responsables rencontrés nous confortent dans les choix effectués et nous laissent penser à ce jour que nous pourrions honorer l'objectif d'Innotour qui est de susciter les coopérations, de diffuser le savoir et de trouver des chemins innovants pour dynamiser le tourisme suisse !

Une première version de la charte « Slow Tourisme » a été transmise aux trois destinations contactées.

Morges Région pourrait, avec d'autres destinations, être incluse dans le futur développement « Slow Food Travel » hors du Valais.

Le futur Manuel « Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen »²² mentionnera la région de Morges dans les bonnes pratiques dans le chapitre communication.

5 Coordination

Ce programme a été souhaité par quatre partenaires fort c'est un défi que de maintenir un niveau d'implication de toutes les parties prenantes sur un projet de quatre ans. Les dirigeants et autres personnes impliquées sont amenés à changer en cours de route, ce qui implique des remises à niveau.

Néanmoins, l'organisation de projet a fonctionné, le Comité de pilotage a complètement pu jouer son rôle de pilotage envers la conduite et l'exécution. Sous la conduite de Véronique Hermanjat, sept séances de COPIL auront été menées d'ici à la clôture officielle du projet.

Séance #1	13.03.2018
Séance #2	26.09.2018
Séance #3	20.03.2019
Séance #4	26.06.2019
Séance #5	02.02.2020
Séance #6	10.11.2020
Séance #7	21.01.2021

La compétence en gestion de projet a été accrue dans la destination ; plusieurs personnes ont suivi des formations HERMES²³ et plusieurs collaboratrices et collaborateurs de l'ARCAM ont obtenu leur certification IPMA D²⁴ en 2020 (hors budget du programme).

²² www.engadin.com/nstd

²³ www.hermes.admin.ch

²⁴ <https://www.vzpm.ch/fr/certifications/certification-de-personnes>

6 Comptabilité et moyens financiers

Etablir un budget sur quatre ans avec quatre partenaires est ambitieux ! Le suivi financier d'un tel montage est délicat et nécessite une grande rigueur, une mise à jour régulière et un archivage impeccable.

Le découpage en beaucoup de sous-projets, eux-mêmes re-divisés est à notre sens trop complexe et devrait pouvoir être simplifié ! (dans notre projet, 46 lignes budgétaires, réparties entre ressources humaines et frais administratifs)

Le budget initial était de CHF 487'700, les dépenses imputables effectives sont de CHF 602'168 (+23%).

Le projet a cependant déclenché des montants bien supérieurs de la part des quatre partenaires mais aussi de tiers.

7 Contribution à la Stratégie Touristique de la Confédération

Promouvoir l'entrepreneuriat

Comme explicité dans la stratégie touristique de la Confédération, promouvoir l'entrepreneuriat est une priorité. Dans ce sens, nous avons accompagné des projets depuis leur création comme Little Cabbage et son concept-store qui est aussi un point de départ/arrivée pour des balades à thèmes. D'autre part, nous avons accompagné et coaché une équipe issue du Climathon, le team « Slowlution » et qui a, à l'issue du processus, créé une Association à but non lucratif proposant une offre touristique pour personnes en situation de handicap.

Plusieurs porteurs de projet nous ont contactés pour s'établir dans la région de Morges ou développé leur projet chez nous, tel le groupe ACCOR avec un projet de glamping. L'entreprise franco-suisse SNUUG souhaite également implanter des suites haut de gamme en milieu naturel pour diversifier l'offre parahôtelière. Ces personnes sont venues à nous grâce aux articles de presse sur la démarche de slow tourisme. Dû au COVID cela ne s'est pas encore concrétisé, mais c'est toujours d'actualité.

Tout comme au niveau fédéral, la fragmentation de la structure du tourisme dans la région de Morges est un vrai enjeu. Pour y répondre, nous avons entrepris plusieurs actions. D'une part, nous avons créé des ateliers « Slow Tourisme ! », qui ont permis aux acteurs touristiques de la région de se mettre en réseau et de créer ensemble des offres touristiques. D'autre part, nous avons lancé un recensement parmi les guides et accompagnateurs du tourisme afin de pouvoir créer un support promotionnel qui propose aux visiteurs un aperçu unifié et uniformisé de leurs offres.

Utiliser les opportunités du numérique

Le passage au numérique est un enjeu clé de la Stratégie Touristique de la Confédération. En effet, celle-ci permet de créer de nouveaux produits, services, processus et modèles d'affaires touristiques. Dans ce sens, nous avons initié le programme de projet Be-Mobile, autre projet soutenu par Innotour et le canton de Vaud. (voir chapitre 3.3). En effet, Be-Mobile propose un outil de guidage qui a pour vocation à être utilisé pour consolider et créer de nouvelles offres touristiques. L'application permet aussi de créer un modèle d'affaire inédit : les balades commercialisables.

L'application étant novatrice et adaptée aux besoins des hôtes, plusieurs autres destinations sont en cours d'implémenter notre application (voir projet Innotour Be-Mobile²⁵).

Pendant la durée du programme de projet « Slow Destination » le système de gestion de réservation « TOMAS » a été implémenté par Morges Région Tourisme. Cette plateforme numérique permet au visiteur de réserver des prestations touristiques en ligne. Nous avons systématiquement, dans les actions et projets de la Slow Destination, œuvré à faire connaître cette opportunité numérique aux entrepreneurs touristiques de la région. 200 offres touristiques et 200 nuitées ont été réservées en 2020.

Renforcer l'attrait de l'offre et la présence sur le marché

La crise sanitaire qui sévit durant cette année 2020 rend la prospection des marchés bien particulière. D'une part, il est évident que la pandémie COVID-19 impacte fortement la façon dont les populations se déplacent, d'autre part, cela représente une opportunité au niveau du tourisme indigène. Dans ce contexte, il semblait plus opportun que jamais de venir renforcer l'offre touristique déjà existante. Nous avons donc, pendant le cœur de la crise (mars-avril 2020) proposé aux prestataires touristiques des rencontres en visio-conférence afin de pouvoir comprendre, en collaboration avec eux, quelle(s) démarche(s) de notre part pourraient être une aide pour eux.

Au-delà du contexte de crise sanitaire, nous avons pu collaborer avec différentes entités afin de renforcer avec eux leur offre. Par exemple : le Château Rochefort nous a sollicité dans son processus de participation au Prix de l'Innovation. Nous avons aidé le Château de la Sarraz dans sa création d'offre oenotouristique. Nous avons aussi pu soutenir financièrement la production scénique « Alice au Pays des Merveilles » en plein air dans les jardins du Château de Vullierens (hors budget du programme Innotour).

25

https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour/Gefoerderte_Projekte/2016-bis-2019/creation-de-la-plateforme-be-mobile.html

8. Héritage

Rendre visible l'invisible !

Le plus difficile dans l'exercice de résumer un chemin de quatre ans, c'est de rendre visible l'invisible ! Car les mesures, actions et résultats documentés sur ces quelques pages ne permettent pas de « tout montrer ».

L'adhésion de nos partenaires, les synergies, l'identité touristique, la volonté de collaborer, les échanges d'informations sont difficilement tangibles ! Et pourtant, que de beaux témoignages ces derniers mois. Alors comme mentionné au chapitre 5.2, nous avons donné la parole aux acteurs de notre tourisme et nous avons ainsi un petit film et des séquences d'interview pour illustrer le chemin parcouru.

Aujourd'hui les acteurs se sont approprié le positionnement, ils parlent de Slow Art, de Slow culture, Slow wine et de Slow shopping dans leur communication et promotion !

La vidéo du bilan peut être visionnée sur le canal YouTube de Morges Région Tourisme.

9. Témoignages

Tout au long du projet, nous avons reçu de précieux témoignages comme celui ci-dessous, qui attestent que nous avons pu faire découvrir des lieux encore inconnus à nos prestataires, à les réunir sous une même bannière et imaginer de nouveaux projets ensemble :

Bonjour Véronique,

Encore un grand MERCI pour la journée d'hier [Atelier de création d'offre à la Fondation Jan Michalski à Montricher]. C'était très sympathique avec une superbe organisation et des échanges très intéressants... sans parler de la visite des lieux qui m'a bien impressionné.

L'atelier m'a vraiment motivé pour donner une suite plus énergique à nos différents projets à Fleur d'Epine en y intégrant, pourquoi pas, de nouvelles perspectives comme celle de Carine Roth et ses « bains de forêt ».

Merci aussi de transmettre mes remerciements pour cette rencontre à Alba.

Jean Stocker, Fleur d'Epine / Pavillon-Rucher,

Voir tous les témoignages de tiers en **Annexe 8**.

Voyons maintenant les témoignages des quatre porteurs du programme de projet :



Pour Morges Région Tourisme le projet Slow Destination mené sur 4 ans a été un réel challenge. Il nous a appris en outre que dans un tel projet complexe l'environnement peut changer rapidement et de ce fait certains sous-projets tels que pensés initialement ont dû être adaptés ou n'ont pas pu être réalisés.

Nous retenons que globalement le projet n'a été que bénéfique :

- Le processus mené pour arriver à notre nouveau positionnement Slow Tourisme ! nous a permis une approche, une écoute et un engagement actif avec les parties prenantes et nos partenaires (commune, prestataires professionnel etc.) ;
- Il a permis une implication directe des partenaires et la création de valeur humaines ;
- Il a permis la création de produits à valeur ajouté ;
- Il nous a donné un ADN ;

Le résultat de notre nouveau positionnement *Slow Tourisme !* nous permettra à la fois d'apporter une meilleure visibilité dans et pour notre région, de nous distinguer, de souligner notre engagement et de pouvoir continuer notre développement touristique avec confiance.



MBC

Le projet Slow Tourisme nous a permis d'intégrer encore plus fortement notre offre touristique « BAM La Voie des Sens » dans la région et de renforcer notre image de tourisme local dont la colonne vertébrale est notre train historique. L'idée originale de « BAM la Voie des Sens », qui est la promotion de produits du terroir le long de notre voie de chemin de fer, a été fortement renforcée par le projet de Slow tourisme. Notre train historique a véritablement trouvé un écrin dans la Slow Destination. Il irrigue toute la région en reliant les côtes du Léman au Pied du Jura dont la Maison du Tourisme, située dans la gare des MBC est la porte d'entrée pour le Parc Jura vaudois.

Le projet a contribué à positionner le district de Morges comme une destination durable et a permis au Parc naturel régional Jura Vaudois de collaborer activement à cette dynamique de renforcement des activités touristiques douces. La contribution du Parc, bien que modeste par rapport aux autres acteurs impliqués, a permis d'enrichir l'offre touristique régionale d'une excursion alliant déplacement à l'aide d'un moyen de locomotion durable et découverte du terroir et ses acteurs. De plus, la participation à l'aménagement de la Maison du tourisme de Bière a permis de réaffirmer la volonté du Parc de faire de ce lieu une porte d'entrée dans son territoire. Enfin, le travail avec les divers acteurs impliqués, ainsi que les enseignements tirés du projet, posent les bases de collaborations futures prometteuses.

Morges est connue pour sa Fête de la Tulipe, la région regorge d'offres culturelles, naturelles et gastronomiques de haute qualité, nous avons des paysages à couper le souffle entre Jura et Léman, des cours d'eau, des châteaux, un vignoble....

Des professionnels qui innovent chaque jour, un Office du tourisme financé par les communes et une taxe de séjour régionale...

Oui, MAIS, pas de proposition unique, d'identité claire, de slogan qui nous permette de nous différencier et d'attirer une clientèle touristique plus importante.

Voilà la situation dans notre région en 2016, au début du projet.

La question se posait : comment faire de nos faiblesses une force ? La stratégie touristique et le programme Innotour « Slow Destination » ont donné l'élan et l'impulsion pour une concertation, des rencontres, des réflexions et des brainstormings. Tout cela a abouti à des décisions courageuses vers une adhésion à une identité touristique et un dénominateur commun sous l'égide du « Slow tourisme ». Aujourd'hui le sentiment d'appartenir à une région touristique qui fédère et défend les intérêts de tous à beaucoup évalué. Comme illustré dans ce rapport, beaucoup d'initiatives sont venues se greffer sur le programme initial. Grâce à notre association régionale et les moyens à disposition pour développer notre tourisme, nous avons pu y donner suite et d'ores et déjà initialiser la poursuite de nos démarches.

C'est un privilège que de développer aux côtés des communes et acteurs notre tourisme de demain dans ce si riche et varié territoire qu'est la Région de Morges.

REMERCIEMENTS

Au nom de toutes les parties prenantes, nous remercions

- Les quatre partenaires porteurs du projet, leurs dirigeant-e-s, collaboratrices et collaborateurs qui ont œuvrés au sein du Comité de pilotage et des Groupes de travail
- Tous les prestataires qui ont participé activement au développement de la première destination « Slow Tourisme ! » de Suisse et qui contribuent par la qualité de l'accueil et de leur infrastructure, à façonner notre tourisme
- Aux médias qui ont suivi notre projet et qui en ont relatés les étapes majeures
- La population de la région qui a découvert les offres et participé à notre concours
- Nos hôtes pour qui nous mettons tout en œuvre pour que leur séjour soit à la hauteur de leurs attentes
- Le SECO pour son soutien prépondérant dans la réalisation du projet

MEMBRES DU COMITÉ DE PILOTAGE

Monsieur Georges Rime – Président ARCAM

Monsieur Oscar Cherbuin – Directeur ARCAM

Dans l'ordre (Directrice ou Directeurs ad intérim) : Monsieur Rémy Vuichard / Madame Nathalie Rizzotti / Monsieur Romain Suchet – Parc Jura Vaudois

Monsieur Yves-Etienne Kahn – Président Morges Région Tourisme

Madame Jacqueline Ritzmann – Directrice Morges Région Tourisme (dès 2019)

Monsieur François Gatabin – Directeur MBC

Madame Sandra Mordasini – SPEI, Canton de Vaud

Cheffe de projet : Madame Véronique Hermanjat, Déléguée tourisme, ARCAM

DURABILITE / LISTE DES SUSPENS

Afin d'établir la durabilité du projet et assurer la continuité dans les organisations permanentes, nous avons établi une liste des suspens à l'intention des partenaires et du SECO, voir l'**Annexe 9**.

ANNEXES

En annexe se trouve divers documents mentionnés tout au long du dossier :

- *Annexe 1 : Liste des modifications*
- *Annexe 2 : Indicateurs de contrôle*
- *Annexe 3 : Phases et Jalons*
- *Annexe 4 : Charte « réseau de Slow tourisme en Suisse »*
- *Annexe 5 : Réponses à la consultation de la Charte*
- *Annexe 6 : Pressbook*
- *Annexe 7 : L'aperçu financier avec budget total et comptes à fin 2020*
- *Annexe 8 : Témoignages*
- *Annexe 9 : Liste des suspens*

Autres documents disponibles sur demande.

IMPRESSUM

Projet Innotour « Slow Destination Morges Région »

c/o ARCAM, Association régionale Cossonay – Aubonne – Morges

Rue Neuve 1

1304 Cossonay

**innovation
tourism**
Slow Destination
Morges Région

Cheffe de projet : Véronique Hermanjat, Déléguée au tourisme

veronique.hermanjat@arcam-vd.ch, 021 862 22 75

Cossonay, novembre 2020

