



# INSIGHT<sup>+</sup>

IMPULSIONS POUR UN TOURISME SUISSE PERFORMANT

AXE POLITIQUE

LE DÉVELOPPEMENT  
DURABLE EN  
CARTE MAÎTRESSE

GÉNÉRATEUR D'INNOVATIONS  
CO-CRÉER POUR  
INNOVER

4

I AM PRO SNOW  
COURANT VERT POUR  
SAUVER L'OR BLANC

5

SLOW DESTINATION MORGES  
HÂTONS-NOUS  
LENTEMENT !

6

## CHECK-IN

Chère lectrice,  
Cher lecteur,

Nous avons le plaisir de vous faire parvenir la présente édition de la newsletter Insight, qui apparaît sous un tout nouveau design pour en rendre la lecture encore plus attrayante!

Parallèlement, la description des projets sur notre page Internet a été sensiblement étoffée. Je vous invite vivement à consulter le site [www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour), où vous trouverez une page descriptive spécifique à chaque projet de la période 2016–2019 soutenu par Innotour. Vous y trouverez également le lien menant à l'édition électronique de la newsletter Insight.

Cette newsletter et le site internet permettent de partager des idées novatrices et de favoriser les échanges entre acteurs touristiques. Il s'agit de donner ainsi des impulsions pour un tourisme suisse performant.

Ce premier numéro relooké est consacré au développement durable. En cette année proclamée Année internationale du tourisme durable pour le développement, nous vous présentons des projets Innotour à caractère exemplaire, qui traitent de la mise au point de nouveaux produits par la co-crédation jusqu'au financement volontaire par les hôtes de mesures de protection climatique. Pour le tourisme suisse, le développement durable devient désormais un facteur de réussite.

Eric Jakob  
Ambassadeur, chef de la Direction  
de la promotion économique



## IMAGE DE COUVERTURE

Le tourisme durable offre tout un monde d'expériences intenses et assume sa part de responsabilité envers les générations futures. Source : iStock

## AXE POLITIQUE : LA CONFÉDÉRATION ENCOURAGE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

# LE TOURISME ET LA SOCIÉTÉ Y GAGNENT

**La Suisse s'engage résolument pour la mise en oeuvre de l'Agenda 2030 des Nations Unies. Dans cette optique, la Confédération encourage le tourisme durable avec des projets en Suisse et à l'étranger.**



Le Parc national fait partie du Réseau des parcs suisses, dont le travail par projets bénéficie du soutien d'Innotour. Le réseau promeut le tourisme proche de la nature.

Mireille Lattion, SECO

## ENCOURAGEMENT PAR INNOTOUR

L'intérêt pour le tourisme durable revêt une importance grandissante en Suisse, mais aussi sur le plan international. L'Assemblée générale des Nations Unies a proclamé 2017 «Année internationale du tourisme durable pour le développement». Dans le contexte des objectifs de développement durable de l'Agenda 2030, cette année vise à mettre en avant le potentiel du secteur du tourisme durable pour contribuer au développement. Une occasion idéale de stimuler les projets dans ce domaine.

La politique du tourisme de la Confédération met l'accent sur l'aspect économique de la durabilité. Par le

biais de son activité d'encouragement à travers le programme Innotour, elle tient également compte de la responsabilité écologique et sociale du développement durable. Ainsi, des aides financières ne sont accordées que si les projets contribuent à une utilisation plus rationnelle des ressources et s'ils respectent les normes environnementales en vigueur en Suisse.

A travers les projets, Innotour encourage la mobilité douce, l'adaptation au changement climatique, l'accessibilité, mais aussi les cultures et traditions locales et la préservation du patrimoine naturel. De telles offres concourent à développer le tourisme durable en Suisse. Quatre exemples de projets figurent dans la présente édition d'Insight.





Village berbère de Guermassa dans le Sud-Est tunisien. Le SECO y travaille à la mise en place d'offres touristiques durables.

Irenka Krone-Germann, SECO

## UNE CHANCE POUR LES PAYS EN DÉVELOPPEMENT

Dans le monde entier, le tourisme génère près de 10 % du produit intérieur brut. Dans les pays en développement, le tourisme durable est très prometteur : création d'emplois, réduction de la pauvreté, meilleure protection de l'environnement et meilleure compréhension des autres cultures.

Il convient, toutefois, de prêter attention aux risques multiples auxquels le tourisme est exposé dans ces pays. On nommera ici les troubles sociaux et politiques, la surexploitation de la nature et du paysage, les dégâts à l'environnement et la violation des droits de l'homme.

Le centre de prestations Coopération et développement économiques du SECO est pleinement conscient de ces risques. Il conduit plusieurs programmes d'envergure de tourisme durable dans ses pays partenaires en s'inspirant de quatre lignes directrices :

- le renforcement des conditions générales,
- le développement de la compétitivité des destinations touristiques,
- le transfert de savoir,
- la durabilité écologique.

Avec ces programmes, le SECO consolide durablement l'économie locale et la société dans les pays partenaires.



Le Verzasca Foto Festival présente des travaux photographiques de manière insolite. Ici, œuvres de la photographe suisse Jennifer Niederhauser Schlup habillant le mur d'une maison à Sonogno.

Anne DuPasquier, ARE

## LA CULTURE, UN ÉLÉMENT CLÉ

Un rôle essentiel revient à la culture dans l'encouragement du tourisme durable. Car l'innovation créative touche aux émotions et renferme un potentiel important pour porter le message du développement durable et promouvoir un tourisme plus responsable. La ville de Zurich, par son soutien à la culture, qu'elle soit établie ou alternative, a réussi à augmenter son attrait et à enrichir son offre touristique. En Espagne et en France, les villes de Bilbao et de Nantes ont su jouer la carte de la culture et miser sur un développement urbain durable pour rompre avec leur passé industriel. Elles comptent aujourd'hui parmi les destinations de voyage les plus prisées.

La culture est aussi un formidable moteur touristique dans les régions. C'est le cas par exemple au Tessin,

dans le val Verzasca, où le festival de la photo réunit les amateurs des villes et la population locale. En Valais, le Sustainable Mountain Art sensibilise les touristes à l'enjeu que représente la protection de la montagne et au changement climatique. Ces exemples et bien d'autres encore figurent dans la nouvelle brochure éditée par l'Office fédéral du développement territorial (ARE) et l'Office fédéral de la culture consacré à la culture et à la créativité au service du développement durable.

## INFORMATIONS

[www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour)  
[www.seco-cooperation.admin.ch](http://www.seco-cooperation.admin.ch)  
[www.are.admin.ch/developpementdurable](http://www.are.admin.ch/developpementdurable)

# CO-CRÉER POUR INNOVER

Avec son générateur d'innovations, la CIPRA Suisse encourage le tourisme durable dans les régions de montagne. Les intéressés peuvent soumettre leurs suggestions d'ici à août 2017. L'idée consiste à inciter les destinations, les hautes écoles et les associations à créer ensemble des offres insolites.

Hans Weber, CIPRA Suisse

En 2017, Année internationale du tourisme durable, le générateur d'innovations entend assurer un appui technique et financier aux personnes souhaitant concrétiser des idées dans les Alpes ou dans le Jura. Le générateur d'innovations réunit différents acteurs et crée un environnement créatif pour développer des offres insolites. Les projets encouragés doivent répondre aux trois grands axes du développement durable que sont les dimensions économique, écologique et sociale.

## RÉALISATION DÈS 2018

Le projet du générateur d'innovations comprend trois étapes:

- Première étape (d'ici au 10 août 2017): réception et évaluation des idées par un jury spécialisé.
- Deuxième étape (d'ici au printemps 2018): concrétisation des idées et examen de leur faisabilité. Les pro-

jets les plus prometteurs touchent une contribution de départ pour leur mise en œuvre.

- Troisième étape (d'ici à fin 2018): évaluation des expériences réunies par la direction du projet, qui examinera s'il y a lieu d'établir un laboratoire d'innovation sur la durée. Celui-ci aurait pour mission de mettre en réseau des acteurs innovants et de les soutenir dans la mise au point de produits durables.

Les prestataires touristiques de toutes les régions de montagne seront invités à s'inspirer des projets réalisés pour les mettre en œuvre à leur tour. C'est là l'effet multiplicateur du générateur d'innovations.

## COOPÉRATIONS INÉDITES

Le projet a ceci de particulier qu'il tente de favoriser l'innovation par des méthodes de co-création. Des entreprises et leurs clients peuvent ainsi être amenés à travailler ensemble au

**SOUMETTEZ VOS IDÉES D'ICI  
AU 10 AOÛT 2017:  
WWW.INNOVATIONS  
GENERATOR.CH**

développement d'un produit. Le générateur d'innovations doit imprimer une dynamique favorisant des coopérations inédites entre destinations, hautes écoles et associations.

Ainsi, de nombreuses institutions participent au projet: la CIPRA Suisse, qui en est le promoteur, bénéficie de l'appui d'entreprises innovantes, des hautes écoles de Lucerne et de Sierre, des régions touristiques des Grisons et du pays de Vaud, de Suisse Tourisme et de la Fédération suisse du tourisme.

La réalisation du générateur d'innovations a été rendue possible grâce à Innotour. Avec l'apport personnel de tous les partenaires du projet, une grande partie de la contribution du SECO va au développement des idées.



Été 2016: le Null Stern Hotel, l'hôtel zéro étoile, dans la vallée de Safien, une création des artistes Frank et Patrik Riklin à l'occasion de l'exposition en plein air Art Safiental et en collaboration avec Safiental Tourismus. Des offres d'hébergement peu conventionnel peuvent alimenter le générateur d'innovations.

## PANORAMA

### Atout Innotour

Le générateur d'innovations donne des impulsions pour lancer des coopérations d'un genre nouveau. Entreprises, clients, hautes écoles et associations conjuguent leurs talents pour créer des produits insolites pour le tourisme durable dans les régions de montagne.

### Durée du projet

2017-2018

### Contact

CIPRA Suisse  
Commission internationale  
pour la protection des Alpes  
062 390 16 91  
schweiz@cipra.org  
www.cipra.ch  
www.innovationsgenerator.ch

PROJET INNOTOUR : CAMPAGNE « I AM PRO SNOW »

# COURANT VERT POUR SAUVER L'OR BLANC

Pas de sports d'hiver sans neige certes, mais la neige risque fort de se faire rare sous l'effet du réchauffement planétaire ! Une nouvelle campagne aide les stations de ski à passer entièrement au courant vert d'ici 2030 et, partant, à se profiler comme destinations écoresponsables.



Avec ces affiches, l'engagement de la station de Laax gagne en visibilité et sensibilise les hôtes à la protection du climat.

Daniel Lüscher, myblueplanet

Durant l'hiver 2016/2017, d'immenses miroirs paraboliques se dressaient sur les pistes de ski grisonnes pour préparer des amuse-bouche dans le respect du climat. Avec ses fours solaires, la campagne I AM PRO SNOW invitait les skieurs à échanger sur la protection du climat et le développement durable.

La campagne encourage des stations de sports d'hiver, des sociétés de remontées mécaniques et autres entreprises sportives à réduire leurs émissions de CO<sub>2</sub> et à rendre visible leur engagement pour le tourisme durable. Les destinations s'engagent à s'approvisionner exclusivement en électricité 100 % d'origine renouvelable. Ont déjà souscrit au projet les stations de Laax, Arosa-Lenzerheide et Saint-Moritz ; d'autres suivront. De célèbres athlètes tels que Seraina Boner, Sina Candrian, Jonas Hunziker et Nicolas Müller sont les visages de la campagne développée par myblueplanet, l'organisation suisse de protection du climat, en collaboration avec le Climate Reality Project d'Al Gore.

## POUR UNE MEILLEURE DURABILITÉ

La campagne favorise les échanges d'expérience entre les stations de sports d'hiver. Elle se propose aussi de former le personnel des hôtels et des remontées mécaniques dans le cadre d'I AM PRO SNOW. Ceux-ci seront invités à apporter leurs idées pour ménager les ressources et pour agir, chacun à son niveau, dans le respect de l'environnement. Un conducteur de dameuse pourra, par exemple, économiser du carburant diesel en adoptant une conduite écologique.

Les destinations de sports d'hiver communiquent leur engagement en faveur du climat à leurs hôtes et les sensibilisent à une gestion économe des ressources.

## ATOUTS ÉCONOMIQUES ET ÉCOLOGIQUES ÉVIDENTS

I AM PRO SNOW contribue au développement durable du tourisme suisse. En même temps, les stations de ski renforcent leur compétitivité internationale. L'avenir, en effet, appartient aux destinations qui privilégient les énergies renouvelables et ménagent les ressources. Les hôtes disposés à y mettre le prix sont toujours plus nombreux.



Le snowboarder Nicolas Müller, ambassadeur de la campagne I AM PRO SNOW.

Grâce au soutien d'Innotour, myblueplanet a pu réaliser la campagne. Les stations de sports d'hiver se positionnent ainsi en tant qu'acteurs touristiques à l'avant-garde et responsables en travaillant ensemble à un objectif commun : assurer l'enneigement dans une optique durable.

## PANORAMA

### Atout Innotour

Les stations de sports d'hiver assument leur part de responsabilité et associent leurs hôtes et leurs collaborateurs à leurs efforts. La protection du climat devient la norme dans le tourisme.

**Durée du projet**  
2016-2019

### Contact

myblueplanet  
052 203 02 32  
info@myblueplanet.ch  
www.myblueplanet.ch  
(Campagnes/I AM PRO SNOW)



# HÂTONS-NOUS LENTEMENT !

Bien des acteurs touristiques font depuis plusieurs années l'éloge de la lenteur. La région de Morges décline désormais le tourisme lent en cinq variantes et invite les habitants et les touristes du bassin lémanique à prendre le temps de découvrir ses charmes.



Dans la région de Morges, le tourisme lent conjugue découvertes urbaines, déplacements sereins, plaisirs de la table, dégustation des vins du terroir, ainsi que des modes d'hébergement insolites.

Oscar Cherbuin, ARCAM

Jusqu'à une date récente, les acteurs touristiques de la région de Morges ne coopéraient guère et les offres combinées étaient rares. Mais aujourd'hui, ils ont décidé d'unir leurs efforts et de commercialiser leur région sous le label de «slow destination».

## AU DIAPASON DE L'IDENTITÉ RÉGIONALE

Pourquoi miser sur une «slow destination»? Le tourisme lent est à la mode. Il agit comme un antidote au stress de la vie quotidienne. Voyager tranquillement pour aller à la rencontre des populations locales, adopter un comportement écoresponsable, tel est l'état d'esprit des «slow travellers». Ces touristes aiment à goûter aux plaisirs de la table, à déguster les produits et les vins locaux et à s'immerger dans la culture et le patrimoine de la région qu'ils visitent. Et ils privilégient l'itinérance douce en se déplaçant en train, à pied, à cheval ou à vélo.

Le concept du tourisme lent cadre parfaitement avec l'identité de la région morgienne et les priorités de ses prestataires touristiques. Il répond

aux aspirations de la population lémanique en quête de repos et de détente.

De plus, il existait déjà plusieurs offres de tourisme lent dans la région. Elles sont désormais regroupées dans un produit global (v. illustration) pour former la première «slow destination», qui fait office de modèle pour toute la Suisse. Les autres régions touristiques pourront bénéficier des enseignements tirés par la région de Morges.

## LE TOURISME LENT, UN DEVOIR DE QUALITÉ

### DES IMPULSIONS MULTIPLES

Le tourisme lent stimule la créativité et l'innovation et permet ainsi au tourisme régional de se développer et de se démarquer de la concurrence. Il est propice à une collaboration étroite et à la création de nouveaux produits. Il impose la qualité à tous les niveaux, de l'hébergement au service, en passant par la restauration. Il apporte aussi un plus aux paysans, aux viticulteurs et aux artisans, qui peuvent valoriser leurs produits du terroir et augmenter ainsi la valeur ajoutée de la région.

La réalisation du projet «slow destination» s'appuie sur les centres touristiques de Morges, Bière et Saint-Prex.

Le partenaire principal est l'Association de la Région de Cossonay-Aubonne-Morges, le Parc naturel régional du Jura vaudois, la Maison du tourisme de Morges ainsi que les transports publics de la région. Le projet est soutenu par Innotour.

## PANORAMA

### Atout Innotour

En combinant l'ensemble des offres du tourisme lent, la région touristique de Morges se donne un profil clair, tourné vers la population lémanique, son principal public cible. La «slow destination» améliore la coopération entre les acteurs touristiques et stimule la créativité et l'innovation.

### Durée du projet

2016–2020

### Contact

ARCAM (Association de la Région de Cossonay-Aubonne-Morges)  
021 862 22 75  
info@arcam-vd.ch  
www.arcam-vd.ch

# PETIT EFFORT – GRAND EFFET

L'initiative «cause we care» le rend possible : les prestataires touristiques et leurs clients investissent chacun 1% du prix d'achat de la prestation dans la protection du climat. Ils agissent ainsi, au niveau global et local, en faveur du développement durable. En 2017, la Fondation myclimate lancera la phase pilote du projet.

Basil Gantenbein, myclimate

Une entreprise touristique moderne ne peut faire fi du développement durable. Elle se doit de préserver les ressources et d'agir en faveur du climat. Un engagement qu'une clientèle toujours plus nombreuse attend aujourd'hui des hôtels ou des remontées mécaniques.

## DES OBSTACLES POUR LES ENTREPRISES

Assurément, la protection du climat et le développement durable ne forment pas le cœur de métier des entreprises touristiques. De plus, ces dernières, ne sachant pas quelles sont les mesures efficaces ou pertinentes, ont souvent tôt fait de reléguer la question au second plan. «Beaucoup d'entreprises ne disposent pas des moyens nécessaires pour bien valoriser leur engagement écologique. Du coup, elles n'y trouvent pas d'intérêt économique», relève Carol Mugli, la responsable touristique de myclimate.

Ajoutons ici qu'une entreprise a beau être exemplaire en matière de protection climatique, son comportement restera d'une utilité limitée tant que les clients n'y seront pas associés. Dès lors, comment un prestataire touristique doit-il s'y prendre pour inciter, sans les brusquer, ses clients à participer à de telles mesures ?

## LE PRINCIPE «CAUSE WE CARE»

L'initiative «cause we care» de la Fondation myclimate propose une solution simple: donner aux clients la possibilité, à l'achat d'une prestation touristique, de verser une modeste contribution volontaire en faveur de la protection climatique et du développement durable. L'apport correspond à 1 % du prix d'achat ou du montant de réservation, et l'entreprise s'engage à en doubler la somme (v. graphique).

Les apports des clients et de l'entreprise alimentent le fonds affecté à «cause we care» de l'entreprise.

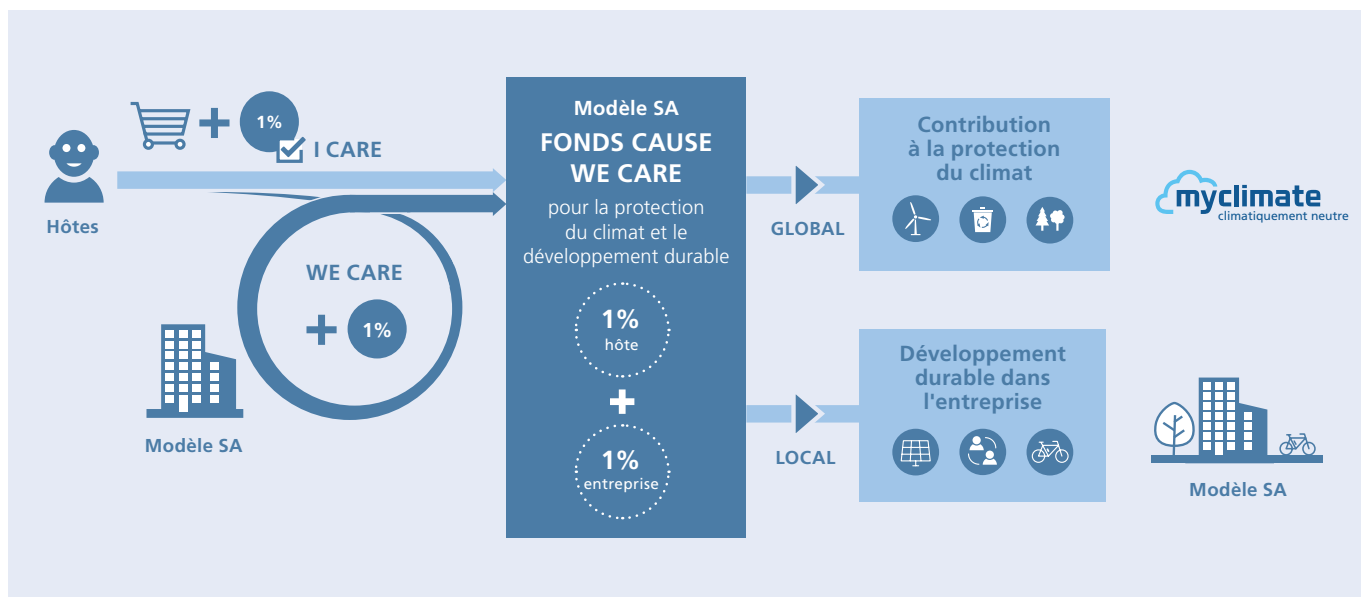
La moitié de la contribution du client est versée à un projet myclimate certifié.

L'autre moitié ainsi que la contribution du prestataire touristique restent à la disposition de ce dernier pour financer des mesures de protection climatique. Celui-ci peut s'équiper d'une installation solaire, former les collaborateurs à une utilisation parcimonieuse des ressources ou encore acheter des vélos électriques. Il peut aussi sensibiliser les hôtes ou des élèves à des comportements respectueux de l'environnement, par exemple par la préparation de «plats bons pour le climat».

## SOLUTION TRIPLEMENT GAGNANTE

En versant une contribution volontaire, l'hôte assume les émissions de gaz qu'il occasionne. Il obtient une prestation climatiquement neutre et participe à la protection mondiale du climat. Ce faisant, il anime le prestataire touristique à adopter des conduites respectueuses de l'environnement et encourage ainsi la protection climatique au niveau local.

SUITE →



Les entreprises et les hôtes œuvrent ensemble au développement durable. Grâce à «cause we care» les acteurs du tourisme proposent des prestations et des produits climatiquement neutres et obtiennent des fonds pour mettre en œuvre des mesures opérationnelles.

→ En contrepartie de son engagement, l'entreprise touristique dispose de moyens supplémentaires pour améliorer son efficacité climatique.

En tant qu'organisation d'intérêt public, myclimate garantit la bonne utilisation des fonds réunis. «Avec ce programme, nous entendons offrir un réel soutien aux prestataires touristiques en Suisse afin d'en faire les pionniers de la protection climatique. La sensibilisation des hôtes renforce à son tour la demande en offres et produits écologiques», relève René Estermann, directeur de myclimate.

En somme, avec «cause we care», tout le monde est gagnant : les clients, les entreprises et le climat.



## EXTENSION DÈS 2018

Le projet bénéficie du soutien de partenaires de renom. En 2017, six prestataires participeront à son introduction dans trois destinations (v. encadré).

C'est dans la mise en réseau de toutes les entreprises «cause we care» que se loge le potentiel de valorisation de leurs prestations. Dans un second temps, myclimate entend étendre le nombre d'entreprises et les mettre réseau pour permettre l'échange d'idées novatrices. Par ailleurs, l'approche de marketing croisé vaut aux établissements et entreprises des contacts clients intéressants. Les prestataires touristiques intéressés peuvent y prendre part dans la phase d'élargissement prévue pour 2018.

Innotour soutient le programme en contribuant aux coûts de la phase pilote.

### Destinations pilotes

Andermatt  
Heidiland  
Scuol Samnaun Val Monastero

### Prestataires pilotes

Berg+Tal AG  
Niesenbahn AG  
Vacances Reka  
Auberges de Jeunesse suisses  
Switzerland Explorer  
Wildout Naturerlebnisse

### Partenaires

hotelleriesuisse  
Suisse Tourisme  
Fédération suisse du tourisme FST  
Remontées mécaniques suisses  
Haute école zurichoise de sciences appliquées ZHAW

Le projet pilote de «cause we care» démarrera en 2017 avec les participants ci-dessus.

Un projet myclimate dans les Alpes valaisannes. La nouvelle cabane du Mont-Rose fait figure de modèle pour les modes d'hébergement soucieux de l'environnement.

## PANORAMA

### Atout Innotour

«Cause we care» donne aux acteurs touristiques la possibilité d'associer leurs clients à la protection du climat. Et l'action en réseau des différents prestataires crée de nouvelles possibilités de commercialiser des prestations respectueuses de l'environnement.

### Durée du projet

2017-2019

### Contact

Fondation myclimate  
044 500 43 50  
info@myclimate.org  
www.myclimate.org

## AUTRES IMPULSIONS : TOUS LES PROJETS INNOTOUR SOUS [www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour)



### CONTACT

Christoph Schlumpf  
Chef de programme  
christoph.schlumpf@seco.admin.ch  
058 462 27 15

### DEMANDES INNOTOUR

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO  
Politique du tourisme, Innotour  
Holzkofenweg 36  
3003 Berne