

INSIGHT⁺

IMPULSIONS POUR UN TOURISME SUISSE PERFORMANT

AXE PRINCIPAL

CONSTRUIRE DES
SYNERGIES DURABLES
AVEC L'AGRICULTURE

VAUD ŒNOTOURISME
CRÉER UN CERCLE VERTUEUX
AUTOUR DU VIN

4

AGROTOUTISME
DÉVELOPPER LE SAVOIR-FAIRE
EN LIGNE

5

SLOW FOOD TRAVEL
UNE OFFRE DU CHAMP
À L'ASSIETTE

7

TOURISME ET AGRICULTURE, UN DUO GAGNANT

Marquées par les tendances de durabilité et d'authenticité, les synergies entre les activités touristiques et agricoles sont dans l'air du temps. Un événement original leur était récemment consacré à Berne.

Blandine Guignier, journaliste pour Insight

Comment faire coïncider les contraintes de temps et de rentabilité d'une exploitation agricole avec les exigences administratives et qualitatives d'un label touristique? Quels obstacles logistiques doivent-ils être surmontés pour la livraison de produits frais à un hôtelier? Comment un office cantonal peut-il valoriser les spécialités du terroir? Voici quelques-unes des nombreuses questions abordées lors de l'événement «Walk the Talk» du 22 août 2019 consacré aux synergies durables entre agriculture et tourisme.

BRAINSTORMING GÉANT

Deuxième volet de cette série de rencontres organisées par la division Politique du tourisme du SECO, l'événement n'avait rien d'une conférence classique. «Notre but aujourd'hui est de faire émerger de nouvelles idées et surtout des concepts concrets à mettre en œuvre», a expliqué en préambule Christoph Schlumpf, responsable d'Innotour. Avec une limite de trente participants, les échanges étaient en effet favorisés. Trois panels se sont enchaînés dans des lieux différents (au Theater Matte, à l'agence Visu'l et au Cinématte Restaurant Bar), tous entrecoupés d'une promenade de 30 minutes dans la vieille ville de Berne et au bord de l'Aar. Les «marcheurs-auditeurs» – issus d'organisations touristiques, d'administrations publiques, de syndicats et coopératives agricoles, etc. – ont pu débattre autour de deux questions centrales: «Pour quelles raisons n'y-a-t-il

pas davantage de projets avec une collaboration forte entre l'agriculture et le tourisme en Suisse à l'heure actuelle?» et «Quelle est, selon eux, l'idée la plus convaincante pour ancrer de manière durable en Suisse les synergies entre agriculture et tourisme?»

Pour servir de base à ces échanges, plusieurs projets soutenus par Innotour dont «Swiss Tavolata» (lire encadré) ont été présentés par leurs fondateurs. Trois d'entre eux – «Slow Food Travel» de l'association Slow Food Suisse, «Standards de qualité et modèles d'affaires pour l'agrotourisme suisse» de la Haute école spécialisée (HES) bernoise ainsi que «Vaud Œnotourisme» initié par l'Office du Tourisme du Canton de Vaud – sont à découvrir dans la présente newsletter.

DES ENSEIGNEMENTS CONCRETS

Outre la philosophie de ces différents programmes, les porteurs de projet ont

décrit leur mise en œuvre, les difficultés rencontrées et des enseignements concrets. Christel Porchet de Vaud Œnotourisme a souligné l'importance d'identifier des figures locales. «Dans les différentes régions du canton de Vaud, nous avons trouvé des acteurs exemplaires qui disposaient déjà de la motivation et du savoir-faire nécessaires», a-t-elle expliqué. Ils nous ont permis de mobiliser d'autres membres du réseau et de construire notre offre œno-touristique. Autre leçon apprise par Jean-Marc Imhof de Slow Food Travel: «Il est crucial de dépasser la concurrence entre les différentes entreprises et de fédérer les acteurs autour d'un projet innovant.»

**DES ACTEURS EXEMPLAIRES
DISPOSAIENT DÉJÀ DU
SAVOIR-FAIRE NÉCESSAIRE.**

À LA TABLE DES PAYSANNES HELVÉTIQUES

Lancé en septembre 2014, le projet Swiss Tavolata propose de découvrir culinairement une région aux touristes. Ces derniers réservent un repas chez une paysanne ou une femme vivant à la campagne et règlent directement en ligne. «Ils sont ensuite reçus comme des invités chez leur hôte, explique Anna Barbara Eisl-Rothenhäusler, co-fondatrice. On leur prépare des recettes traditionnelles ou des plats revisités avec au moins 80% des ingrédients de la ferme ou de la région. L'initiative surfe sur les tendances actuelles d'authenticité et de rencontre avec des locaux.»

Trente femmes sont aujourd'hui actives sur la plateforme. Le projet a été soutenu au départ par Innotour, de 2014 à 2015, et se poursuit grâce au sponsoring de grandes entreprises suisses. Une nouvelle association gérée directement par les hôtesses a pris le relais de la première organisation. «Cette activité annexe doit rapporter à ces femmes un revenu horaire de 35 à 45 francs. En échange, elles répondent à des exigences de qualité et, bien sûr, aux standards d'hygiène.»

IMAGE DE COUVERTURE

Un exemple d'agrotourisme: le B&B
Le Vigny dans le vignoble de Lavaux.

Source: Suisse tourisme/Giglio Pasqua



LES PARTICIPANTS ONT ÉCHANGÉ LEURS MEILLEURES IDÉES POUR DES COLLABORATIONS DURABLES.



Dynamique et chaleureux, l'événement Walk the Talk a fait la part belle aux discussions, que ce soit lors de la promenade au bord de l'Aar, pendant les panels à l'intérieur ou durant l'apéritif de clôture.

Il faut également veiller à innover dans toute la chaîne de valeur, a pour sa part relevé Andreas Hochuli de la HES bernoise. «L'hôtellerie-restauration a besoin de la matière première produite par l'agriculture suisse. Nous devons mettre en œuvre des modèles d'affaires qui répondent aux exigences de marché de ces deux secteurs. Il faut répondre à des enjeux très concrets, comme le lieu d'abatage des bêtes, la livraison du lait ou la commercialisation des produits du terroir par les offices du tourisme par exemple.»

UN TRONC COMMUN EN AGROTOURISME

C'est bien évidemment autour de mets locaux que la journée s'est achevée. Les participants ont également échangé leurs meilleures idées pour des collaborations durables. Les auditeurs-marcheurs ont proposé des

séjours de «digital detox» à la ferme, une plateforme de communication sur l'agrotourisme alimentée par les différentes branches, ou encore des modules de cours communs aux jeunes en formation dans le tourisme et l'agriculture. C'est cette dernière suggestion qui a remporté l'adhésion de l'assemblée lors d'un vote éclair.

INFORMATIONS

Davantage d'informations sur les événements Walk the Talk sur le site d>Innotour.
www.seco.admin.ch/innotour
 Prochain rendez-vous: 25.11.2019
 «Développer des produits en phase avec le tourisme de demain»

VAUD ŒNOTOURISME

CRÉER UN CERCLE VERTUEUX AUTOUR DU VIN

Le développement coordonné de l'œnotourisme dans le canton de Vaud et en Suisse constitue une innovation pour le tourisme et l'économie en général.



Commercialiser une bouteille de vin ou un produit du terroir revient à vendre la destination, et vice versa.

Yann Stucki, chef de projet
Vaud Œnotourisme

À l'instar de modèles à succès comme l'Alsace ou encore le Bordelais, l'objectif de Vaud Œnotourisme est de créer une véritable destination œnotouristique. Pour y parvenir, des outils sont mis à disposition des acteurs du terrain afin d'identifier, de structurer, de fédérer, d'optimiser l'offre et de mettre en place un réseau de qualité au sein des secteurs d'activité concernés (tourisme, vitiviniculture, produits du terroir, hôtellerie, restauration et culture).

Lancé par l'État de Vaud et soutenu par Innotour entre 2013 et 2018, le projet a initié de nombreuses actions et outils comme un concept de certification, une formation et un manuel œnotouristiques, ou encore une charte et un site internet professionnel. À cela s'ajoutent huit balades œnotouristiques, le Prix et les Rencontres

suisses de l'œnotourisme (3ème édition cette année), plus de 150 produits commercialisés sur internet ou encore l'intégration de Lausanne au réseau international des «Great Wine Capitals».

Comme le démontre cette expérience, l'œnotourisme n'est pas une simple niche, mais un marché économique en plein essor. Il permet aux secteurs d'activité concernés de s'adapter à l'évolution du marché et de diversifier leurs activités. Il correspond à une tendance actuelle concrète et répond aux attentes d'une clientèle en quête de découverte de terroirs et d'expériences nouvelles. Cette dynamique permet également aux acteurs d'évoluer et de quitter une mentalité individualiste.

NOUVELLE VISION

L'œnotourisme symbolise ainsi une nouvelle vision: celle de ne plus voir le produit agri-viticole d'un côté et le tourisme de l'autre. Lorsque l'on vend une bouteille de vin ou un produit du terroir, on vend automatiquement la destination et vice versa.

Le canton de Vaud est heureux d'avoir osé le pari du développement coordonné de l'œnotourisme, source de valeur ajoutée et d'innovation. Vaud Œnotourisme souhaite continuer le travail amorcé en développant dorénavant une offre à l'échelle nationale, en compagnie de tous les cantons viticoles du pays. L'objectif est clair: faire de la Suisse une destination œnotouristique reconnue à l'échelle internationale!

PANORAMA

Atout

Sept filières et l'État de Vaud ont collaboré pour profiler le canton comme une véritable destination œnotouristique. L'association «Vaud Œnotourisme» a ensuite été créée pour pérenniser les actions du projet terminé fin 2018.

Contact

Vaud Œnotourisme
079 413 42 91
yann@swisscreative.ch
www.vaud-oenotourisme.ch

**L'ŒNOTOURISME PERMET
UNE DIVERSIFICATION DES
ACTIVITÉS.**

AGROTOURISME

DÉVELOPPER LE SAVOIR-FAIRE EN LIGNE

Grâce à une nouvelle plateforme d'apprentissage en ligne, les agriculteurs peuvent se former dans le domaine du tourisme.

Andreas Hochuli, initiateur du projet,
Haute école spécialisée bernoise

Pour de nombreuses exploitations agricoles, la diversification des activités revêt toujours plus d'importance. Un grand nombre d'entre elles parviennent à générer un complément de revenu grâce à la restauration à la ferme et à des offres agrotouristiques. La qualité du tourisme suisse est promue depuis longtemps par un programme spécifique («Programme Q»), dont les expériences se révèlent utiles à l'agrotourisme.

LA FORMATION EN QUALITÉ PEUT ÊTRE SUIVIE À LA FERME COMME EN DÉPLACEMENT.



Les clients apprécient les offres combinant cuisine rurale, hébergement confortable et services touristiques.

Dans le cadre d'une initiative commune, quatre organisations cantonales d'agriculteurs, la Fédération suisse de tourisme (FST), Bed and Breakfast Switzerland, l'Union suisse des paysannes et des femmes rurales ainsi que

la Haute école spécialisée bernoise ont lancé un projet visant à promouvoir la qualité dans l'agrotourisme. L'élément principal de ce projet était la création d'une nouvelle plateforme d'apprentissage en ligne pour les agriculteurs.

allemand et en italien, mais la version française devrait être disponible l'année prochaine.

BIEN-ÊTRE ET GASTRONOMIE

Les offres agrotouristiques se situent à la frontière entre agriculture et tourisme. Tandis que l'agriculture se concentre sur l'élevage ou la production céréalière, le tourisme met l'accent sur le service fourni aux clients. Idéalement, l'agrotourisme associe la production agricole à la qualité du service touristique. Les clients apprécient les offres qui combinent la cuisine rurale réalisée avec des produits de la ferme, un hébergement confortable et d'autres services touristiques, tels que le travail à la ferme ou des offres axées sur le bien-être. Ces offres nécessitent une coopération étroite entre l'agriculture et le tourisme.

PANORAMA

Atout

Le projet, qui a été soutenu par Innotour du 1er septembre 2016 au 30 septembre 2018, vise à créer des normes de qualités spécifiques pour divers modèles d'affaires agrotouristiques et à rendre celles-ci accessibles aux exploitations agricoles grâce à une nouvelle plateforme d'apprentissage en ligne.

Contact

AGROTourismusQ
agrotourismus.hafl@bfh.ch
www.agrotourismus-q.ch
031 910 21 66

Le nouveau site internet pour l'agrotourisme suisse permet aux agriculteurs de compléter une formation autour de la qualité, qu'ils soient chez eux ou en déplacement, directement depuis une tablette ou un smartphone. Si nécessaire, ceux-ci peuvent également suivre un module sur le thème de l'agrotourisme dans de nombreux centres de formation agricoles de Suisse afin d'approfondir davantage leurs connaissances en matière de qualité. En outre, l'attestation de formation est acceptée par la FST pour l'obtention du label Q1, largement utilisé et reconnu dans le secteur touristique, ce qui constitue donc un double avantage pour les agriculteurs. Pour le moment, la plateforme d'apprentissage en ligne n'est disponible qu'en



PLACER LA SUISSE GOURMANDE SUR LA CARTE DU MONDE

Le réseau des «Grands sites du goût» réunit cinq régions suisses aux produits gastronomiques emblématiques. Une quinzaine d'autres pourraient le rejoindre d'ici trois ans. Découverte d'un concept ambitieux.

Sylvain Gaildraud, chef de projet «Grands sites du goût», Fondation pour la Promotion du Goût

Espaces touristiques dont l'identité est fortement liée à celle d'un produit emblématique agricole ou viticole, les «Grands sites du goût» mettent en évidence le rapport entre les hommes et leur territoire. Porté par la Fondation pour la Promotion du Goût, l'Office du Tourisme du Canton de Vaud et Gastrovaud, le projet a deux ambitions principales: créer un réseau de «Grands sites du goût» proposant une nouvelle géographie gourmande du pays et positionner la Suisse, au niveau national et international, comme une destination œno-gastronomique.

La gastronomie constitue en effet un pilier de l'offre touristique. Elle offre aux touristes une rencontre privilégiée avec la culture d'une région et engendre des retombées économiques importantes, avec 10 à 30% des dépenses touristiques dédiées à la consommation alimentaire.

UN PREMIER BILAN ENCOURAGEANT

La première étape du projet, soutenu par Innotour d'octobre 2018 à septembre 2021, a consisté à présenter le projet à des territoires susceptibles d'être intéressés. Sur une douzaine de sites visités, cinq ont confirmé leur volonté d'adhérer au réseau:

- le Val-de-Travers et son absinthe
- la Région de Grandson et ses truffes;
- le Chablais et son sel des Alpes;
- le Grand Entremont et son fromage à raclette;
- le Tessin et son merlot.

Un site internet (sites-du-gout.ch) vient aussi d'être lancé. Sur le plan

financier, le projet profite d'un partenariat avec le fabricant jurassien de couteaux Swiza qui assure d'ores et déjà sa viabilité à long terme.

SÉJOURS COMPLETS EN PERSPECTIVE

Prochainement, les partenaires locaux (restaurateurs, hébergeurs, prestataires touristiques) seront intégrés au projet. Une stratégie sera également réalisée pour mettre en valeur tout ce que le territoire a à offrir autour de son produit emblématique, des cours de cuisine aux événements festifs.

L'offre «slow touristique» devra, en parallèle, se mettre au diapason des attentes des visiteurs épicuriens. Hébergements insolites, tourisme «nature», visites guidées ou encore mobilité douce seront par exemple encouragés. Par la suite, grâce au partenariat avec Slow Food Travel (article en p. 7), des «séjours expérience» seront commercialisés. D'ici 2022, l'objectif est de réunir une vingtaine de territoires dans toute la Suisse.



La Région de Grandson avec ses fameuses truffes fait partie des cinq sites souhaitant adhérer au nouveau réseau.

UNE STRATÉGIE SERA RÉALISÉE POUR METTRE EN VALEUR TOUT CE QUE LE TERRITOIRE A À OFFRIR.

PANORAMA

Atout

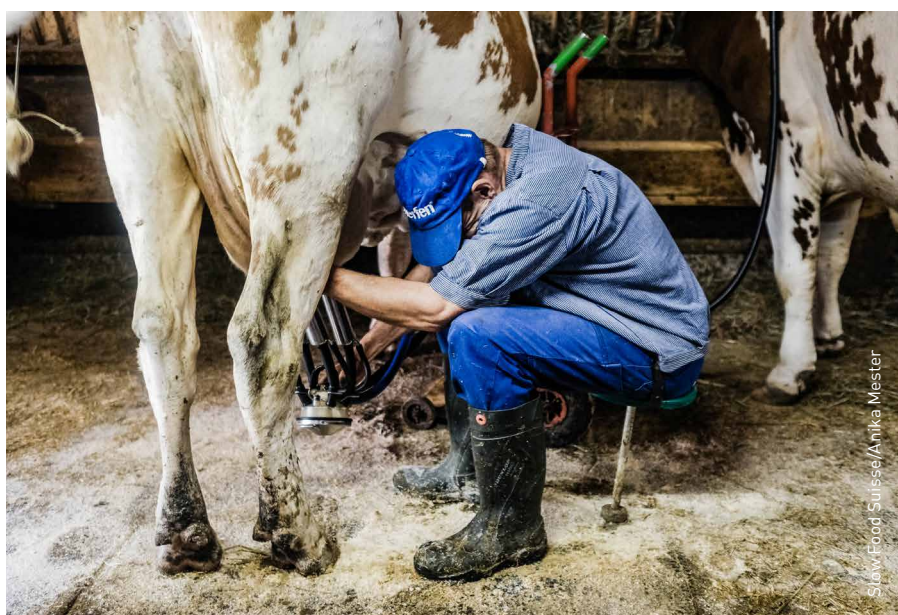
Il s'agit de vendre une destination à travers un ou plusieurs produits racontant l'histoire, la culture, le paysage et la géographie d'un lieu.

Contact

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

UNE OFFRE DU CHAMP À L'ASSIETTE

Vivre des expériences et participer de ses sens revêtent toujours plus d'importance pour les touristes actuels. Une tendance qui s'allie parfaitement au projet d'agritourisme de Slow Food Suisse.



que la structuration des acteurs des régions.

Alors que le projet s'esquisse tout juste dans une première destination, le Grand Entremont (Pays du Saint-Bernard et Bagnes), sa reproduction en d'autres lieux du pays est déjà largement sollicitée. Fort des expériences tirées dans les premières destinations impliquées, Slow Food se réjouit de proposer plus largement son expertise et le développement d'une forme de tourisme en phase avec ses protagonistes et leur cadre de vie.

L'initiative Slow Food Travel propose la mise en réseau des acteurs, de la ferme au restaurant.

Alexandre Fricker, directeur
Slow Food Suisse

Une alimentation bonne, propre et juste pour tous, voilà l'objectif que s'est fixé le mouvement international Slow Food créé en Italie en 1986 et lancé en Suisse en 1993. Forte d'un million de sympathisants dans 160 pays, son action se décline en trois pôles: préserver, enseigner et relier.

Dans un contexte qui voit l'industrialisation générer une standardisation de l'alimentation à l'échelle globale, Slow Food s'engage à promouvoir l'héritage gastronomique des différentes régions de notre planète à travers une déclinaison de projets en vue de le préserver.

SENSIBILISER LES VISITEURS

En partenariat avec les protagonistes locaux, Slow Food Travel propose la mise en réseau des acteurs de la gastronomie, du champ à l'assiette, en vue de permettre une valorisation de

leur travail auprès du public. Il invite ainsi les voyageurs à découvrir le monde par le prisme des communautés qui le composent.

Le but ultime de l'initiative est d'éduquer et de sensibiliser les visiteurs à la conservation de la biodiversité et de l'héritage culturel, des identités et de la gastronomie locale. Elle ambitionne également de développer des connexions entre les entreprises vertueuses des différents territoires, afin de dispenser un modèle touristique plus durable.

PREMIÈRES EXPÉRIENCES EN VALAIS

Le soutien d'Innotour depuis le 1er juin 2019 permet le déploiement d'un projet valaisan, appelé à être autoporteur après trois ans. Concrètement, il permet la réalisation du travail préparatoire nécessaire à la création de forfaits – des séjours-expérience – autour de l'héritage agricole ainsi

**SLOW FOOD S'ENGAGE À
PROMOUVOIR L'HÉRITAGE
GASTRONOMIQUE DES
DIFFÉRENTES RÉGIONS.**

PANORAMA

Atout

Slow Food Travel, soutenu de mi-2019 à fin 2021 par Innotour, développe des itinéraires touristiques et des services par la promotion de la biodiversité locale agroalimentaire, gastronomique et culturelle.

Contact

Association Slow Food Suisse
043 928 72 22
info@slowfood.ch
www.slowfood.ch

PÉRIODE 2016-2019

«INNOTOUR PRÉSENTE UN BILAN RÉJOUISSANT»

Les acteurs touristiques recherchent des solutions pour surmonter les défis auxquels ils sont confrontés. Eric Jakob, chef de la Direction de la promotion économique, explique comment Innotour les soutient dans ces démarches.

Interview d'Eric Jakob, ambassadeur, chef de la Direction de la promotion économique du SECO

La période d'encouragement 2016-2019 d'Innotour touche à sa fin, quel bilan en tirez-vous?

Eric Jakob: La période 2016-2019 présente un bilan réjouissant, avec un total de 81 projets soutenus par Innotour. Le nombre de demandes a augmenté par rapport à la période précédente. Les projets nationaux ont bénéficié de près de 70% des fonds alloués et, grâce à l'instrument des projets modèles, 32 projets locaux et régionaux ont également reçu un soutien.

Les porteurs de projets peuvent-ils encore déposer des demandes de subventionnement?

Eric Jakob: A ce jour, les ressources d'Innotour pour la période 2016-2019 sont épuisées, une situation déjà connue lors de la période précédente. Néanmoins, les demandes d'aide financière peuvent continuer à être déposées au SECO pour examen, sachant qu'en cas de décision positive, le versement des aides interviendra à partir de janvier 2020.

Les bases de la future période d'encouragement 2020-2023 ont-elles déjà été jetées?

Eric Jakob: Réunie en session d'automne, l'Assemblée fédérale vient d'approuver une enveloppe de 30 mil-



Selon Eric Jakob, l'aide d'Innotour entre 2020 et 2023 permettra notamment d'apporter un soutien ciblé aux processus de transformation numérique de l'industrie du tourisme.

**AU TOTAL, 81 PROJETS
ONT ÉTÉ SOUTENUS
ENTRE 2016 ET 2019.**

lions de francs pour le financement de projets Innotour entre 2020 et 2023. Il s'agit de ressources considérables pour le soutien au tourisme. Cela permettra notamment d'accorder un soutien ciblé aux processus de transformation numérique de l'industrie du tourisme, qui constitue une priorité thématique de la Politique du tourisme 2020-2023. Le soutien d'Innotour devra bénéficier à des projets de coopération qui reposent sur un modèle d'affaires éprouvé. Ils devront également se révéler extensibles et interopérables (autrement dit, capables de fonctionner et d'interagir facilement avec d'autres systèmes ou produits).

Quelles priorités le SECO a-t-il fixées pour cette prochaine phase?

Eric Jakob: Le SECO favorisera davantage l'échange d'expériences et le transfert de connaissances entre les projets. L'objectif est de mieux communiquer sur les résultats des projets modèles, afin qu'ils puissent être pris en compte par l'industrie du tourisme. Dans cette optique, le SECO a lancé en 2019 une série de quatre workshops «Walk the Talk» axés sur le transfert de connaissances. Trois d'entre eux ont déjà eu lieu et présentent des résultats réjouissants.

AUTRES IMPULSIONS :
TOUS LES PROJETS
INNOTOUR SOUS
www.seco.admin.ch/innotour



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

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