

VAUD

# Une première balade œnotouristique lancée dans le vignoble morgien

Réane Ahmad

A l'aide de leur smartphone, les promeneurs peuvent découvrir le vignoble de Morges de manière originale, au fil d'une nouvelle balade œnotouristique.

Pour répondre à la tendance touristique orientée sur les smartphones, Vaud Œnotourisme et différents partenaires viennent de lancer une nouvelle balade dans la région morgienne. Au travers de l'application Vaud:Guide, gérée par l'Office du tourisme vaudois (OTV) et développée par edsi-tech, une entreprise de l'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), les promeneurs peuvent découvrir ou redécouvrir ce coin de pays de manière originale. Des quiz et des informations factuelles permettent d'en savoir plus sur une trentaine de points d'intérêt au fil du parcours. «Le but est d'apprendre des choses, tout en s'amusant», relève Eric-Edmond Straetmans, directeur général de Vo-Swiss et concepteur de la balade. On devra par exemple estimer la contenance d'une cuve à vin visible sur le parcours ou trouver le meilleur point de vue grâce à son GPS. A noter que l'appli gratuite Vaud:Guide fonctionne à l'aide de la géolocalisation et sans connexion internet, ce qui évite les frais d'itinérance.



Eric-Edmond Straetmans, de Vo-Swiss, Jonathan Gander, d'Edsi-tech, Yann Stucki, chef de projet Vaud Œnotourisme et Christel Porchet, de l'Office du tourisme vaudois (de gauche à droite).

## Grand public

Au total, le parcours s'étend sur 4,8 kilomètres, sur lesquels plusieurs boucles sont possibles (Vuiffens-le-Château-Echichens-Morges-Vuiffens-le-Château). Cette nouvelle offre, traduite en allemand et anglais, s'adresse au grand public, particulièrement aux visiteurs suisses alémaniques et internationaux. «Il ne faut pas négliger que les gens ne surfent pas forcément avec facilité sur leur smartphone, d'où la nécessité de leur donner les outils de base dans l'application pour les prendre par la main», explique Eric-Edmond Straetmans. Développer le secteur des sorties d'entreprises est aussi envisagé. «On pourrait personnaliser temporairement

la balade avec des questions liées à l'entreprise et y ajouter des dégustations privées», s'enthousiasme le concepteur du tracé. Pas d'intrusions chez les acteurs locaux ni de frustrations pour les participants, telle est la philosophie selon laquelle la balade accessible 7 jours sur 7 a été pensée. Même si l'offre ne s'adresse qu'aux adeptes de smartphones, la mise en place d'une légère signalétique sur le terrain est en discussion.

## Produit d'appel

Au-delà de la découverte du patrimoine, le but demeure d'attirer les visiteurs dans la région de La Côte pour leur faire consommer d'autres prestations, en particulier

œnotouristiques. L'itinéraire centralise toutes les opportunités à disposition des visiteurs (caves, producteurs du terroir, restaurants, particularités touristiques, transports locaux, etc.). «Nous allons travailler pour encourager la participation des vignerons», indique Yann Stucki, chef du projet Vaud Œnotourisme.

Ce nouveau produit d'appel est pris en charge par Morges région tourisme, la promotion étant assurée par les instances cantonales existantes. L'OTV est particulièrement actif au travers de ses canaux habituels: le site internet myvaud.ch, les réseaux sociaux, la newsletter et des pushes via l'application Vaud:Guide. Les Vins de Morges et l'Asso-

ciation de la région Cossonay-Aubonne-Morges ont également collaboré à ce premier projet, destiné à faire des émules. «L'objectif d'ici à fin 2018 est de développer des balades similaires dans les six régions viticoles vaudoises ainsi qu'au Pays-d'Enhaut et à la vallée de Joux», informe Yann Stucki. Un budget de 25 000 francs est prévu par balade et par région.

## Autres réalisations

Parmi les autres réalisations liées à l'œnotourisme dans le canton de Vaud, on compte le lancement du *Petit manuel destiné aux acteurs de l'œnotourisme vaudois*, édité par GastroVaud, et la première édition du *Journal de l'œnotourisme* à l'in-

## Exploitation d'anciennes capites

Les anciennes capites de vigne peuvent désormais, sous certaines conditions, être exploitées en tant qu'espace de dégustation et de vente des produits viticoles. Ces petites constructions rudimentaires doivent s'annoncer au Service de la consommation et des affaires vétérinaires et être équipées d'eau courante et d'un réfrigérateur. Une licence auprès de la Police cantonale du commerce est aussi nécessaire pour proposer vins et accompagnements, selon plusieurs modalités.

RA

tion des voyageurs. Quant à la campagne de promotion œnotouristique de l'OTV et de l'Office des vins vaudois (OVV), elle a débuté le 15 avril en mettant l'accent sur les Caves ouvertes vaudoises et les offres estivales. Enfin, une dizaine de partenaires vitivinicoles, d'hôteliers-restaurateurs et de points de vente de produits du terroir ont suivi la formation proposée par GastroVaud, rempli le cahier des charges et obtenu leur certificat, tandis que 250 acteurs ont signé la charte de l'œnotourisme.

## SUR LE WEB

<http://apppmobile.region-du-lemman.ch>  
[www.vaud-œnotourisme.ch](http://www.vaud-œnotourisme.ch)

## Votre rubrique Autoapprovisionnement

Partage d'expériences autour de la valorisation des produits

# «Nous faisons un premier pas pour influencer notre capital santé»

A l'heure du gaspillage alimentaire, des femmes et des hommes redécouvrent l'autoapprovisionnement et ses bonnes pratiques. La troisième édition entièrement révisée du *Guide de l'autoapprovisionnement, goûts et saveurs à composer soi-même* vient de paraître et soutient cette tendance. Témoignages de passionnés qui partagent leurs expériences dans la transformation et la conservation de produits locaux de saison.

### • D'où proviennent vos produits et pourquoi ce choix de produits?

Depuis le début de mon mariage et mon arrivée à la ferme, je me suis intéressée à la transformation des produits issus de notre production, de l'exploitation et de mon jardin. Depuis ma formation au brevet fédéral de paysanne, j'ai affiné les recettes et j'ai acquis une solide expérience dans différentes techniques de conservation, notamment la stérilisation, le remplissage à chaud ainsi que le séchage. J'avais envie de partager notre passion de bien manger. Il y a dix ans, nous avons ouvert une structure de vente directe à la ferme. Depuis sept ans, nous confectifions et vendons, en plus d'autres produits, de la sauce bolognaise à base de viande de porc, issue de notre élevage. Proposant chaque semaine de la viande conditionnée en paquets à choix de 5 à 80 kilos, tous morceaux confondus, nous disposons donc en tout temps de matière première pour confectifions notre «nouveau» débouché (produit de consommation régulière et flexible d'utilisation), la sauce bolognaise stérilisée, prête en bocaux, se conservant à température ambiante.



### • Pourquoi faites-vous de l'autoapprovisionnement?

J'aime bien cuisiner et j'ai à cœur de transformer nos produits en repas sains et équilibrés. Les surplus en saison sont apprêtés dans des conserves de moyennes (encavage, congélation) et longues durées (remplissage à chaud, stérilisation) pour ne pas gaspiller cette belle matière première. Lors de nos différents contacts avec nos familles et amis, nous nous sommes rendus compte qu'ils apprécient énor-

mément nos valeurs culinaires et cela m'a encouragé à élargir la production personnelle pour faire de la vente directe. Donc en plus de la satisfaction du partage d'une matière première produite dans le respect de l'environnement, il y a aussi le partage d'un savoir-faire traditionnel à la ferme où les seuls agents conservateurs sont le sucre et le sel à petite dose, car les bonnes techniques de conservation sont la base de notre réussite.

### • La rentabilité entre-t-elle en ligne de compte dans vos choix?

En ce qui concerne notre autoapprovisionnement, je ne compte pas le temps. Le fait d'avoir des produits de qualité dont la traçabilité est connue me conforte dans mon choix. En ce qui concerne la production pour la vente directe, nous avons fait des calculs de prix de revient et de rentabilité pour fixer des prix de vente qui couvrent nos frais et rémunèrent notre temps de travail.

### • De manière générale quelle est votre philosophie en matière d'alimentation?

En mangeant bien, équilibré et avec des produits de première qualité, nous faisons un premier pas pour influencer notre capital santé. Bien sûr qu'il y a encore plein d'autres facteurs pour être en forme. Mais en tant que producteurs de céréales et viande, nous tenons à mettre en valeur une partie de notre production déjà pour nous et nos clients.

Valérie Chappuis

Paysanne brevetée  
Lusseray-Villars (VD)



### • Quelle aide vous apporte le *Guide de l'autoapprovisionnement, goûts et saveurs à composer soi-même* dans votre pratique?

Je reprends régulièrement cet ouvrage pour m'inspirer encore de quelques informations techniques, mais aussi pour déterminer les prix de revient dans le chapitre «Calculs et rentabilité». Il fait partie intégrante de ma bibliothèque d'ouvrages en cuisine.

Propos recueillis par Andrea Bory, conseillère en économie familiale à ProConseil

## Commande

Le *Guide de l'autoapprovisionnement, goûts et saveurs à composer soi-même* peut être commandé en français ou en allemand auprès d'Agriidea au prix de 79 francs. Chaque chapitre peut également être obtenu séparément, entre 10 et 22 francs selon la longueur.

Tél. 021 619 44 00  
[commande@agriidea.ch](mailto:commande@agriidea.ch)  
[www.agriidea.ch](http://www.agriidea.ch) > Shop  
(descriptif des contenus).