Morges Région Tourisme - Charte Slow Tourisme (contrôle durabilité)

Nom de l'entreprise partenaire : **Domaine:**
Date :

Général : Quels sont les labels / certifications durables que vous avez acquises jusqu'à présent?	**Mettre "1" si applicable**	**Remarques**
Swisstainable		Niveau?
EcoCook		
Demeter		
BioSuisse		
IP-Suisse		
Vaud+		
Vaud Oenotourisme		
Vaud Ambassadeur		
MSC (pêche durable)		
MyClimate		
Autres (préciser)		

		oui	**non**		**Remarqus/Details**	
L'entreprise à une certification ISO						

Quelles démarches avez-vous entreprises pour aller dans la direction des objectifs du développement durable de la Conféderation?			

Valeur 1 : Coopération et sentiment d'appartenance à la destination touristique
L'entreprise collabore activement avec MRT et met en place des initiatives communes avec elle.
L'entreprise entretient des liens étroits avec MRT.

Thèmes	Critères	Évaluation 1-4	Pas pertinent	Je ne sais pas	Exemples / annexes (si pertinent)	Idées de développement/ projets de l'entreprise
Connexion avec MRT • Durée du partenariat avec MRT • Participation régulière aux événements de MRT (Assemblée générale, Etats généraux du tourisme, autres) • Projets communs	L'entreprise assiste annuellement aux événements MRT (assemblée générale, états généraux du tourisme, etc.) pour informer ses équipes et clients, et favorise les échanges interentreprises sur les offres et synergies potentielles. L'entreprise connaît la stratégie touristique régionale (ARCAM) L'entreprise connaît la stratégie promotionnelle de la région (MRT) L'entreprise relaie le concept de Slow Tourisme / Slow Destination et l'offre touristique durable de la région. L'entreprise communique régulièrement ses offres / projets à MRT L'entreprise partage ses statistiques de fréquentation avec MRT					
Coopération régionale • Adhésion aux réseaux économiques régionaux • Importance des chaînes d'approvisionnement jusqu'à la vente • Partenariats stratégiques	Selon le secteur, l'entreprise collabore avec d'autres organisations travaillant dans l'intérêt général de la région. L'entreprise encourage la coopération au sein de sa chaîne d'approvisionnement en participant à un réseau d'entreprises locales. Lors des discussions avec d'autres entreprises partenaires, l'entreprise présente ses offres/services afin de favoriser les synergies. L'entreprise prend part activement à la vie culturelle de la région (engagement comme prestataire de service ou sponsor local).					
Démarches déjà entreprises pour cette valeur						
Valeur moyenne par valeur		**#DIV/0!**				

Valeur 2 : Identité régionale
L'entreprise soigne son image dans la région et s'engage à promouvoir la culture, la langue et les traditions spécifiques à la région et contribue ainsi à renforcer l'identité régionale.

Thèmes	Critères	Évaluation 1-4	Pas pertinent	Exemples / annexes (si pertinent)	Idées de développement/ projets de l'entreprise
Positionnement/image de l'entreprise dans la région • Image dans la branche • Engagement pour la « régionalité » • Engagement social dans la région, p.ex. dans les associations; comme sponsor/coach/mentor	La visibilité de l'entreprise est assurée dans la région.				
Patrimoine culturel • Engagement pour le patrimoine cuturel, naturel, architectural de la région (p.ex. actions concrètes, artisanat traditionnel, architecture)	Développement et/ou vente de produits et services caractérisitiques de la région. L'entreprise soutient la préservation et l'usage durable des valeurs culturelles et paysagères régionales, p.ex. aussi les savoir-faire sur des techniques de production régionales (artisanat) ou le maintien du patrimoine architectural de la région. Construction d'éventuels bâtiments en tenant compte de l'environnement paysager et architectural.				
Démarches déjà entreprises pour cette valeur					
Valeur moyenne par valeur		**#DIV/0!**			

Morges Région Tourisme - Charte Slow Tourisme (contrôle durabilité)

Nom de l'entreprise partenaire : **Domaine:**
Date :

Valeur 3 : Valeurs sociales
L'entreprise est tenue de créer des conditions de travail équitables et satisfaisantes pour ses employés et fait également attention aux normes sociales chez les fournisseurs. L'entreprise s'efforce également de proposer des services accessibles à tous.

Thèmes	Critères	Évaluation 1-4	Pas pertinent	Exemples / annexes (si pertinent)	Idées de développement/ projets de l'entreprise
Inclusion • Coopération ou collaboration avec des personnes ayant des besoins particuliers ou issues de l'immigration • Accessibilité dans l'entreprise **Relations entrepreunariales équitables et à long terme** • Longévité et stabilité des partenariats d'affaires • Conditions de prix et de livraison équitables pour les fournisseurs et les clients • Prise en compte des critères sociaux dans l'approvisionnement **Conditions sociales à l'embauche** • Respect des contrats types de travail (si applicables) • Possibilités de formations et formations continues pour les collaborateurs, réinsertion/intégration professionnelle et compatibilité entre vie professionnelle et vie familiale	Entreprise sans obstacle / accessible aux fauteuils roulants, adaptations pour personnes âgées ou personnes ayant des difficultés à marcher, place de parc pour personnes en situation de handicap, WC accessibles en fauteuil roulant, présence sur le web accessible, prise en compte des besoins nutritionnels particuliers (allergies, diabète, cœliaquie, etc.). L'entreprise achète les produits spéciaux labélisés Fairtrade (p.ex. café, jus de fruits, produits chocolatés, bananes, noix, fruits secs, etc.) et visibilise son engagement pour le Fairtraide. Les fournisseurs sont également sélectionnés en fonction de critères sociaux. L'entreprise evite des produits et emballages à usage unique Contrat de travail général ou standard valide, revenu équitable (à travail égal, salaire égal), sécurité au travail et sécurité sociale, égalité des chances et égalité de traitement. Possibilités de formations et formations continues pour les collaborateurs, réinsertion/intégration professionnelle et compatibilité entre vie professionnelle et vie de famille. Permettre la participation / co-création au sein de l'équipe				
Démarches déjà entreprises pour cette valeur					
Valeur moyenne par valeur		**#DIV/0!**			

Valeur 4 : Sensibilisation, communication et gestion
L'entreprise informe activement ses clients et partenaires sur des thèmes portant sur la durabilité ainsi que sur les activités et offres dans la région. L'entreprise sensibilise ses clients et collaborateurs aux thèmes liés à la durabilité.

Thèmes	Critères	Évaluation 1-4	Pas pertinent	Exemples / annexes (si pertinent)	Idées de développement/ projets de l'entreprise
Sensibilisation des collaborateurs, clients et partenaires • Informations pour clients, collaborateurs et partenaires sur des thèmes liés à la durabilité • Déclarations de provenance et/ou contenu des produits • Informations sur les mesures opérationnelles visant à promouvoir la durabilité **Communication et information sur les produits et services de la région** • Promotion de la "régionalité" - visibilité pour les clients • Présentation de spécialités phares • Informations sur la région et son positionnement slow tourisme	Formation du personnel pour s'assurer que les questions de durabilité sont comprises, soutenues et mises en œuvre. Information aux clients et partenaires sur l'engagement de l'entreprise pour la durabilité, p.ex renoncement à l'huile de palme, utilisation d'énergies renouvelables, etc. L'entreprise communique au sujet de la région et de son positionnement via ses canaux de communication (Internet, flyer, newsletter, etc.). Crossmarketing: L'etreprise favorise la promotion des autres offres du district (ex. mise a dispostion de flyers, carte régionale, etc.) Mise à disposition de documents sur la région.				
Démarches déjà entreprises pour cette valeur					
Valeur moyenne par valeur		**#DIV/0!**			

Valeur 5 : Valeur ajoutée régionale
L'entreprise privilégie dans la mesure du possible les produits et services de la région. Elle s'engage à préserver ou à créer des emplois et des places de formation.

Thèmes	Critères	Évaluation 1-4	Pas pertinent	Exemples / annexes (si pertinent)	Idées de développement/ projets de l'entreprise
Utilisation de produits et de services de la région • Critères de sélection pour les fournisseurs • Importance de l'aspect "régional" dans l'approvisionnement	Prise en compte des entreprises régionales pour des mandats / investissements (sous réserve des possibilités économiques et techniques). Préférence/commercialisation de produits locaux ou de la région plutôt que des denrées importées. L'entreprise montre et présente les produits et services régionaux à ses clients. Utilisation de matériaux régionaux (en particulier le bois, les textiles) ainsi que de l'artisanat régional pour l'ameublement et l'aménagement.				
Création/préservation de places de travail dans la région	Les postes vacants sont publiés localement.				

Morges Région Tourisme - Charte Slow Tourisme (contrôle durabilité)

Nom de l'entreprise partenaire : **Domaine:**
Date :

• Nombre d'emplois actuels • Plans pour augmentation/création de plus/d'autres places de travail	Des cours de formation sont proposés pour recruter activement du personnel de la région qui ne répond pas encore pleinement aux exigences professionnelles, mais qui peut les acquérir. Création de places d'apprentissage et stages				
Démarches déjà entreprises pour cette valeur					
Valeur moyenne par valeur		**#DIV/0!**			

Valeur 6 : Impact environnemental
L'entreprise s'engage à réduire son impact environnemental et de promouvoir la biodiversité autour de ses activités.

Thèmes	Critères	Évaluation 1-4	Pas pertinent	Exemples / annexes (si pertinent)	Idées de développement/ projets de l'entreprise
Climat & énergie • Utilisation d'énergies renouvelables • Efficience énergétique des bâtiments (chauffage, isolation) • Logisitique du transport de marchandises	Achat d'électricité provenant à 100 % de sources d'énergies renouvelables, utilisation de sources d'énergies renouvelables et d'appareils économes en énergie pour le chauffage des locaux et pour l'eau chaude, utilisation de systèmes de climatisation et de pompes à chaleur économes en énergie, pas de chauffage ni de climatisation pour les zones extérieures. Régulation de la chaleur à l'intérieur (max. 22°), isolation thermique des fenêtres, isolation des bâtiments. Utilisation d'appareils (ménagers, électroniques) et de véhicules économes en énergie, utilisation d'éclairage à faible consommation d'énergie (lampes à économie d'énergie / LED), arrêt automatique des systèmes de climatisation / éclairage (détecteurs de mouvements / minuteries), éviter la mise en veille.				
Mobilité: • Mobilité du personnel et des clients	Informations sur les moyens de transport écologiques pour la mobilité locale (horaires des tp, voiture électrique, bus culturel, location de vélos, etc.) Offre d'une station de recharge pour les véhicules électriques, location de vélos/e-bikes. Favorise le transport publique				
Ressources • Eau, eaux usées • Matières premières et matériaux • Gestion des déchets, recycling • Food Waste	Lors de la conception/commercialisation de produits/services, l'entreprise est attentive à utiliser prudamment les ressources naturelles (nature, paysage, climat). Les impacts négatifs sont évités/éliminés. Installation d'équipements permettant d'économiser l'eau, p.ex. robinets, douches (max. 8.5l/min.), toilettes (max. 4.5l/chasse d'eau), utilisation d'appareils ménagers économes en eau (lave-linge, lave-vaisselle). Préférence pour les textiles (draps, serviettes, linges de table) fabriqués à partir de matériaux respectueux de l'environnement (p. ex. avec Ecolabel UE, Ökotex ou un autre écolabel ISO de type I). Utilisation de produits de nettoyage et d'articles pour les toilettes respectueux de l'environnement (p.ex. avec Ecolabel EU ou un autre écolabel ISO de type I). Pour le dégivrage en hiver les moyens mécaniques (sable, gravier) sont préférés. Éviter l'utilisation de pesticides/insecticides dans et autour de l'entreprise. Utilisation économique du papier (nettoyage, cuisine, bureau), utilisation de produits papiers FSC/recyclés (papier toilette, papier ménage, papier pour le bureau, imprimés). Création d'une stratégie pour minimiser le gaspillage alimentaire (Food Waste), favoriser les emballages réduits en déchets, et améliorer le recyclage et le tri des déchets.				
Biodiversité et paysage • Contribution à la préservation et à la promotion de la biodiversité et du paysage • Utilisation des labels écologiques	Durabilité dans l'achat et l'utilisation des produits : p.ex. achat conscient et prise en compte ciblée de produits fabriqués de manière respectueuse de l'environnement et des animaux (p.ex. label Produit Parcs suisses, Bio Suisse, IP-Suisse, Natura-Beef, KAGfreiland, MSC/ASC, EcoCook, Demeter). Promotion de la biodiversité dans ou autour des bâtiments : p.ex. utilisation de plantes indigènes pour l'aménagement extérieur, création d'habitats (prairies fleuries, petites structures), installation d'hôtels à insectes pour les abeilles sauvages, nichoirs à oiseaux, extinction automatique de l'éclairage extérieur la nuit (capteurs de mouvements).				
Développement d'offres et activités ***Démarches déjà entreprises pour cette valeur***	L'entreprise intègre des valeurs durables dans ses offres / activités existantes et futures.				
Valeur moyenne par valeur		**#DIV/0!**			

Légende valeur	
pas pertinent	**0**
non rempli	**1**
en partie rempli	**2**
rempli	**3**
rempli de manière exemplaire	**4**