

Gesundheitsförderung  
Schweiz



Schweiz Tourismus.  
MySwitzerland.com



# slowUp

[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)



## slowUp

die autofreien  
Erlebnistage der Schweiz

les journées découvertes  
sans voitures en Suisse

Vivere una giornata  
senz'auto in Svizzera

Nationale Hauptsponsoren | principaux sponsors nationaux | sponsor nazionali principali



**MIGROS**



Nationale Sponsoren | sponsors nationaux | sponsor nazionali



**suvaliv**

Sichere Freizeit





## slowUp – die regionalen autofreien Erlebnistage

Das slowUp-Rezept ist so einfach wie überzeugend: Man nehme rund 30 km Strassen in einer attraktiven Landschaft, sperre sie einen Tag lang für den motorisierten Verkehr und Sorge für ein vielseitiges Rahmenprogramm entlang der Strecke. Daraus wird ein Fest, anders als alle anderen: Jung und Alt, Familien und Singles, Bewegungsmenschen und Genussmenschen geniessen die fröhliche Stimmung im autofreien Ambiente und tun ihrer Gesundheit etwas zuliebe.



slowUp-Strecken sind möglichst flach. Tempo und Distanz können individuell gewählt werden. Für An- und Rückreise empfehlen sich Velo, Skates oder der öffentliche Verkehr. Die Teilnahme ist gratis.



Die slowUp-Erfolgsgeschichte ist eindrücklich. Die Idee stammt aus Deutschland, wo es über 50 autofreie Erlebnistage gibt. Im Jahr 2000 fand am Murtensee der erste slowUp in der Schweiz im Rahmen des Projektes «Human Powered Mobility» der Expo.02 statt.

2004 waren es schon sechs und 2005 bereits zehn slowUp, darunter als neue Form der slowUp Mountain Albula mit der für Motorfahrzeuge gesperrten Passstrasse.



Aus der Idee ist in wenigen Jahren ein nationaler Event geworden, einer der grössten, was die Zahl der aktiv Teilnehmenden betrifft. Über 400 000 Personen nehmen jährlich an einem der mittlerweile 18 slowUp teil (Stand 2011).

Die aktuelle Liste der slowUp-Orte und -Termine findet sich unter [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch).

## Marke, Qualitätssicherung, Trägerschaft

Um eine nationale Eventserie schaffen und vermarkten zu können, war es nötig, eine Marke zu bilden, mit einem Namen, der für alle Sprachregionen einheitlich ist. Die Wahl fiel auf das Kunstwort slowUp, das sich von «slow down – pleasure up» ableitet und soviel wie «Alltagshektik ablegen – Beflügelndes erleben» bedeutet.

Die slowUp-Marke ist geschützt. Wer einen slowUp durchführen will, muss bei der nationalen Trägerschaft ein Lizenzgesuch mit dem

Veranstaltungskonzept einreichen. Die slowUp-Qualitätskriterien gewährleisten, dass Teilnehmende, Streckengemeinden und die nationalen und regionalen slowUp-Partner gleichermaßen profitieren.

Die nationalen Träger von slowUp sind Gesundheitsförderung Schweiz, die Stiftung SchweizMobil und Schweiz Tourismus. Sie steuern die strategische Entwicklung der slowUp. Die von ihnen beauftragte Geschäftsleitung koordiniert die Anlässe und stellt die Qualität des Angebotes sicher.

Träger der einzelnen slowUp sind in der Regel Vereine, in denen die Gemeinden, der Tourismus und die Politik vertreten sind. Die regionalen Träger sind im vorgegebenen Rahmen vollumfänglich für die Organisation, Finanzierung und Durchführung ihrer Anlässe verantwortlich. Sie basieren zu einem grossen Teil auf ehrenamtlicher Arbeit. Finanziert werden die slowUp grösstenteils über Sponsoring. Dazu kommen Sachleistungen der Gemeinden und Partner.

## Ein Gewinn für alle

Ein slowUp ist eine hervorragende touristische Promotion: Zehntausende verweilen einen ganzen Tag in der Region, die Medien transportieren deren Namen schweizweit. Nicht zu unterschätzen ist die von den Teilnehmenden ausgelöste Wertschöpfung durch Verpflegung, Anreise, Übernachtung, Souvenirs und Ausrüstung.

Die slowUp-Partner profitieren von der grossen Zahl von Kundenkontakten bei einem aufmerksamen Zielpublikum. Der Auftritt an einem slowUp ist in einem sympathischen Umfeld von Freizeit, Bewegung und Erlebnis in attraktiver Landschaft positioniert.

## Die slowUp-Partner

Die Sponsoren und weitere Partner unterstützen slowUp mit Attraktionen im Rahmenprogramm, Finanzbeiträgen und in der Kommunikation. Als nationale Hauptsponsoren engagieren sich Migros, SportXX, CSS Versicherung und Rivella, als nationale Sponsoren TCS und Suva. Servicepartner sind die Behindertenorganisation Procap und Rent a Bike für die Velovermietung an allen slowUp.

### Kontaktadresse

slowUp  
c/o Stiftung SchweizMobil  
Spitalgasse 34  
3011 Bern  
Tel.: ++41 (0)31 318 01 28  
Fax: ++41 (0)31 318 01 29

[info@slowUp.ch](mailto:info@slowUp.ch)  
[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)



## slowUp – les journées découvertes régionales sans voitures

La recette des slowUp est aussi simple que convaincante: choisir environ 30 km de routes dans une contrée attrayante, les fermer pour une journée à tout trafic motorisé et prévoir un programme d'activités diverses le long du parcours. Cela donne une fête bien différente des autres où chacun y trouve son compte dans une atmosphère joyeuse et dans une ambiance sans autos, qu'il soit jeune ou moins jeune, en famille ou célibataire, porté sur le mouvement ou la contemplation.

Les parcours de slowUp sont si possible plats. Le rythme et la distance peuvent être choisis individuellement. Pour y aller et en revenir, le vélo, les rollers ou les transports publics sont recommandés. La participation est gratuite.

L'histoire du succès des slowUp est impressionnante. L'idée vient d'Allemagne où il existe plus de 50 journées découvertes sans voitures. Le premier slowUp de Suisse a eu lieu en 2000 autour du lac de Morat dans le cadre du projet «Human Powered Mobility» d'Expo.02.

Il y avait déjà six en 2004 slowUp et 10 en 2005 dont une nouvelle forme avec la fermeture de la route d'un col à la circulation automobile: le slowUp Mountain Albula.

Cette idée est devenue en quelques années un événement national, l'un des plus grands sur le plan de la participation active. Chaque année, plus de 400 000 personnes participent l'un des 18 slowUp (situation en 2011).

La liste actualisée des dates et lieux est sous [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch).

## Marque, assurance de la qualité, instances

Afin de pouvoir créer et diffuser une série nationale d'événements, il était nécessaire de trouver une marque avec un nom unique pour toutes les régions linguistiques. Le choix s'est porté sur le mot artificiel «slowUp» qui dérive de «slow down – pleasure up» ce qui signifie «diminue l'allure – augmente le plaisir».

slowUp est une marque protégée. Celui qui veut organiser un slowUp doit présenter, à l'instance

nationale, une demande de licence accompagnée du descriptif de la manifestation. Les critères de qualité des slowUp garantissent que les participants, les communes accueillant le parcours ainsi que les partenaires nationaux et régionaux en profitent de manière égale.

L'instance nationale des slowUp est constituée de Promotion Santé Suisse, de la Fondation Suisse-Mobile et de Suisse Tourisme. Elle s'occupe du développement stratégique des slowUp. Elle a mandaté une Direction nationale pour coordonner les manifestations et assurer la qualité des offres.

Pour chaque slowUp, une instance spécifique est constituée dans laquelle sont en général représentés les communes, le tourisme et la politique. Ces instances régionales sont entièrement responsables, dans le cadre prescrit, de l'organisation, du financement et du déroulement de leurs manifestations. Elles s'appuient avant tout sur le bénévolat. Les slowUp sont en grande partie financés par le sponsoring. S'y ajoutent les prestations matérielles des communes et des partenaires.

## Un plus pour tous

Un slowUp est une excellente promotion touristique: des dizaines de milliers de personnes passent une journée entière dans une région et les médias diffusent son nom dans tout le pays. La restauration, les déplacements, les nuitées, les souvenirs et l'équipement des participants représentent des revenus non négligeables.

Les partenaires slowUp profitent d'une communication avec un grand nombre de contacts et un public cible attentif. Être présent à un slowUp signifie prendre place dans un environnement sympathique de loisirs, de mouvement, de vécu et de paysages attrayants.

## Les partenaires des slowUp

Les sponsors et d'autres partenaires soutiennent les slowUp par leurs participations au programme d'activités ainsi que par leurs contributions financières et communicatives. Migros, SportXX, CSS Assurances et Rivella se sont engagés comme principaux sponsors nationaux, le TCS et la Suva sont également sponsors nationaux. En outre, l'organisation des handicapés Procap et Rent a Bike, pour la location de vélos à tous les slowUp, sont des partenaires de services.



### Adresse pour contact

slowUp  
c/o Fondation SuisseMobile  
Spitalgasse 34  
3011 Berne  
Tél.: ++41 (0)31 318 01 28  
Fax: ++41 (0)31 318 01 29

[info@slowUp.ch](mailto:info@slowUp.ch)  
[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)





## slowUp – Vivere una giornata regionale senz'auto in Svizzera

La ricetta slowUp è più semplice di quanto si pensi: Si prende un tratto di una trentina di Km di strada in una zona attraente, lo si chiude ai veicoli motorizzati e infine si organizzano programmi di animazione lungo il percorso.

Ne nasce una festa diversa da tutte le altre: giovani, anziani, famiglie, single, sportivi e non, che si godono l'atmosfera di un ambiente senz'auto, facendo inoltre qualcosa per la propria salute.

I tratti slowUp sono il più possibile pianeggianti. La velocità e la distanza da percorrere possono essere scelte individualmente. Sugeriamo di raggiungere il percorso in bicicletta o con i mezzi pubblici. La partecipazione è gratuita.

Il successo di slowUp è impressionante. L'idea proviene dalla Germania, dove esistono a tutt'oggi oltre 50 giornate senz'auto. Il tutto è cominciato nel 2000 intorno al Lago di Morat, nell'ambito del progetto «Human Powered Mobility» dell'Expo 02.

Nel 2004 gli eventi slowUp erano già sei e nel 2005 addirittura dieci. Nel 2005 è nata inoltre una nuova forma di slowUp: Mountain Albula lungo la strada dell'omonimo passo, chiusa al traffico motorizzato per l'occasione.

L'idea è diventata in pochi anni un evento nazionale, uno dei più ampi per numero di partecipanti attivi. Più di 400'000 persone prendono parte ad uno dei – nel frattempo 18 – slowUp annuali (stato 2011).

Le date e i luoghi degli slowUp sono pubblicati sul sito [www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch).

### Marchio, garanzia di qualità, istituzione responsabile

Per creare una serie di eventi nazionali e per poterla commercializzare è stato necessario creare un marchio con un nome che sia valido per ogni zona linguistica. La scelta è caduta sul nome slowUp, proveniente da «slow down – pleasure up», che significa qualcosa come «diminuire la tensione – aumentare il piacere»

slowUp è un marchio protetto. Chi vuole organizzare uno slowUp deve inoltrare una domanda corredata con un concetto procedura della ma-

nifestazione. I criteri di qualità di slowUp assicurano che i partecipanti, i comuni interessati e i partner nazionali e regionali possano approfittare equamente.

Le istituzioni nazionali responsabili di slowUp sono la Promozione della salute svizzera, la Fondazione svizzera mobile e Svizzera turismo. Queste organizzazioni gestiscono lo sviluppo strategico dello slowUp. La Direzione da loro incaricata coordina gli eventi slowUp e ne garantisce la qualità.

Le istituzioni responsabili dei singoli slowUp sono generalmente associazioni nelle quali sono rappresentati comuni, turismo e politica. Queste associazioni regionali sono interamente responsabili dell'organizzazione, del finanziamento e della messa in atto degli avvenimenti. Una parte importante del lavoro è assicurata da volontari. Il finanziamento degli slowUp avviene in gran parte grazie a sponsor, ai quali si aggiungono le prestazioni dei comuni e dei partner.

### Un successo per tutti

Uno slowUp rappresenta un'ottimale promozione turistica. Decine di migliaia di persone si trattengono per un'intera giornata nella regione, i media ne comunicano il nome in tutta la Svizzera. Da non sottovalutare è il valore aggiunto prodotto dai partecipanti: ristorazione, viaggio di andata e ritorno, pernottamenti, souvenir, equipaggiamento.

I partner di slowUp approfittano inoltre dei numerosi contatti con un pubblico interessato. La partecipazione ad uno slowUp si svolge in un'atmosfera simpatica legata al tempo libero ed al movimento, sullo sfondo di un paesaggio incantevole.

### I partner di slowUp

Gli sponsor e i diversi partner di slowUp sostengono la manifestazione attraverso eventi nell'ambito del programma d'accompagnamento, contributi finanziari e nell'ambito della comunicazione. Gli sponsor nazionali principali sono Migros, SportXX, CSS Assicurazioni e Rivella, mentre gli sponsor nazionali sono TCS e Suva. Partner di servizio per tutti gli slowUp sono la Procap (Associazione Svizzera degli Invalidi) e Rent a Bike per il noleggio delle biciclette.



#### Indirizzo di Contatto

slowUp  
c/o Fondazione SvizzeraMobile  
Spitalgasse 34  
3011 Berna  
Tel.: ++41 (0)31 318 01 28  
Fax: ++41 (0)31 318 01 29

[info@slowUp.ch](mailto:info@slowUp.ch)  
[www.slowUp.ch](http://www.slowUp.ch)