



Communiqué de presse

Berne, le 25 janvier 2018

Des solutions pour sortir le tourisme de la crise

Le tourisme alpin doit trouver des moyens pour se renouveler. L'une des approches consiste à renforcer la coopération entre les entreprises touristiques. L'évolution des besoins de la clientèle représente également une opportunité pour développer de nouvelles offres. D'autre part, le printemps et l'automne peuvent être valorisés, en les positionnant comme saisons à part entière. Enfin, avec le développement de la numérisation, il existe de nouvelles possibilités, soit pour mieux communiquer, soit pour concevoir des expériences touristiques novatrices. Ces approches, ainsi que d'autres, ont été discutées aujourd'hui lors d'une journée d'étude organisée à Berne, par le Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB) et la Fédération suisse du tourisme (FST).

Positionner le printemps et l'automne comme des saisons à part entière

Le tourisme est un secteur économique important pour l'espace alpin. Cependant, le tourisme alpin traverse une profonde crise structurelle. Le nombre de nuitées hôtelières a fortement diminué et le nombre de journées-skieurs a chuté d'un tiers, au cours des dix dernières années. Actuellement, le tourisme alpin représente environ un cinquième des prestations économiques. Dans sa forme actuelle, il ne peut être considéré comme une bouée de sauvetage pour les régions de montagne, comme l'a indiqué le Dr Monika Bandi, du Centre de recherche touristique de l'Université de Berne. Les solutions utilisées autrefois ne fonctionnent plus. C'est pourquoi il faut envisager de nouvelles façons de penser et de gérer les activités touristiques. Damian Constantin, directeur de Valais/Wallis Promotion, en a fait la démonstration. Sur la base d'une analyse des besoins de la clientèle, cette organisation cantonale veut positionner le printemps et l'automne en tant que saisons à part entière. Ces deux périodes ont été trop longtemps négligées, laissant le marché à nos concurrents étrangers. Damian Constantin a notamment cité l'oénotourisme comme le genre d'offres pouvant être développées durant la saison automnale. Cependant, la mise en place de cette idée nécessite une approche stratégique claire et la coopération de tous les acteurs concernés.

Profiter des possibilités liées à la digitalisation

Le professeur Thomas Bausch, de l'Université de Munich, est également convaincu que le tourisme d'hiver doit être repositionné. Les stations de sport d'hiver sont emprisonnées dans des modèles économiques traditionnels. Elles ne sont donc plus en mesure de répondre à une importante partie de la demande. De son point de vue, la saison d'hiver offre encore de grands potentiels. De nombreux touristes veulent profiter du soleil, de la nature, de promenades, d'une bonne cuisine régionale ou de divertissements. La numérisation peut aider les destinations à se repositionner. Grâce aux moyens numériques, il devient possible de mieux

identifier les besoins de la clientèle. Une fois cette étape franchie, les offres peuvent être adaptées. La numérisation sert aussi à développer de nouvelles expériences et de nouvelles mesures de communication. Selon Emeline Hébert, de l'Observatoire Valaisan du Tourisme, 60% des visiteurs déclarent vouloir découvrir leur destination avant d'y séjourner, par le biais d'applications de réalité virtuelle.

Des coopérations entre entreprises touristiques

Une approche importante, pour sortir le tourisme de la crise, consiste à renforcer la coopération entre les entreprises touristiques. Cette vision n'est pas nouvelle, mais jusqu'à présent, il n'y avait que peu de bons exemples. C'est pourquoi le SAB a lancé, en partenariat avec la Haute Ecole du Valais et Conim AG, des projets-pilotes dans trois régions. Dans la Vallée d'Illiez, il s'agissait de réunir les sociétés de remontées mécaniques au sein d'une même entité. Afin de financer les infrastructures, une société, appartenant aux trois communes de la vallée, a été créée sous le nom de Chablais Invest SA. Les remontées mécaniques peuvent ainsi se concentrer sur les tâches d'exploitation. Grâce à cette coopération, de nouveaux fonds ont été dégagés pour le renouvellement des installations de remontées mécaniques. A Elm, la municipalité de Glaris-Sud a lancé un projet de développement. Grâce à un Self-Checkin-Hotel, de nombreuses mini-coopérations seront mises en place. A terme, ce projet devrait réunir tous les acteurs importants de la région attenante au village d'Elm.

Un coup de pouce donné par la nouvelle stratégie touristique fédérale

Le projet de coopération susmentionné a été rendu possible grâce à une contribution financière de la Confédération. Ce soutien découle de la loi encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme (Innotour). La stratégie de la Confédération, présentée en novembre 2017, entend d'ailleurs soutenir les modèles touristiques. D'autre part, la politique touristique se concentrera encore plus fortement sur des aspects liés à l'avenir, comme la numérisation et l'esprit d'entreprise. Richard Kämpf, responsable de la politique touristique auprès du Seco, est convaincu que les grands événements, tels les Jeux olympiques d'hiver, sont l'occasion de repositionner le tourisme alpin.

Développer de nouveaux concepts

Daniel Imwinkelried, rédacteur en chef de la NZZ, a indiqué qu'une partie du secteur touristique faisait preuve d'innovation. Les nouvelles formes d'hébergement, ainsi que les nouveaux systèmes de prix en sont la preuve. Cependant, les investissements destinés aux infrastructures sont encore trop élevés, par rapport à ceux consacrés au développement de nouveaux concepts. Cette conclusion a été partiellement confirmée lors de la discussion finale. Sur le podium étaient présents : Dominique de Buman, Président de la FST et des Remontées Mécaniques Suisses, Christine Bulliard-Marbach, Conseillère nationale et Présidente du SAB, Alfred Schwarz, Directeur général du Stockhornbahn, Philippe Lathion, de Swiss Mountain Real Estate et Bruno Raselli, de Raselli Sport Hotel Le Prese.

Renseignements complémentaires :

Thomas Egger, Conseiller national et Directeur du SAB, Tél. 079 429 12 55

Barbara Gisi, Directrice de la FST, Tél. 079 775 66 10