

walk the talk

Résumé

**Développement de  
produits pour des  
expériences touristiques  
de demain**

# Présentation des projets

## Matterhorn Regio AG

La Matterhorn Regio SA (MRAG) est née de la volonté de réunir les compétences des différents acteurs en Valais et de réaliser une collaboration suprarégionale en lien avec la promotion de la région valaisanne sur les marchés lointains. Pour ce faire, le projet a consciemment renoncé à créer de nouvelles structures. Au lieu de cela, les partenaires existants ont été intégrés à un centre de compétences. Les rôles ont été répartis tout au long de la chaîne de valeur afin d'utiliser efficacement les ressources disponibles et d'éviter les doublons. A chaque niveau de la chaîne de valeur (analyse, développement de produits, promotion, distribution), il existe un partenaire responsable qui, dans le cadre de la MRAG, apparaît pour l'ensemble de la région sous la marque Valais.

## Plate-forme de développement Lucerne-Lac des Quatre-Cantons

L'ouverture du Bürgenstock Resort dans le canton de Nidwald a permis de saisir l'opportunité d'exploiter le rayonnement suprarégional du projet pour toute la région. Les cantons de Lucerne et de Nidwald, en collaboration avec Lucerne Tourisme SA (LTAG), ont créé la plate-forme de développement Lucerne-Lac des Quatre-Cantons. Le but de cette dernière est de réunir les intérêts et les forces en commun, indépendamment des frontières cantonales, et d'accroître la compétitivité. Le modèle de coopération a ensuite été étendu à trois autres cantons (Obwald, Uri, Schwyz). Sur mandat des cantons de Suisse centrale, la LTAG commercialisera à l'avenir non seulement les villes, mais l'ensemble de la région. De cette manière, il sera possible de lancer le développement de produits suprarégionaux et de coordonner des projets touristiques supracantonaux de plus grande envergure.

## STRATOS

STRATOS est un réseau de destinations dans le Haut-Valais et d'autres partenaires pour le développement touristique au-delà des destinations. L'innovation de produits axés sur l'expérience est mise en avant. L'idée est de travailler sur des thèmes qui peuvent être résolus ensemble. À l'image de la MRAG, les rôles des fournisseurs de services, des destinations, du réseau STRATOS et de Valais Wallis Promotion sont testés et définis pour des produits concrets. Le but de STRATOS est de conseiller et d'impliquer les fournisseurs de services dans le processus de réflexion stratégique et de mise en œuvre. Les ressources et les compétences étant réunies dans le réseau STRATOS, de plus grands projets et activités de promotion peuvent être mis en place.

## Le développement de produits pour le tourisme: à repenser

Afin de développer des thèmes suprarégionaux, le savoir-faire en matière de développement de produits dans le tourisme doit être encouragé dans les destinations. Pour y parvenir, il faut des spécialistes qualifiés et que ces derniers génèrent le savoir-faire adéquat. Les responsables des destinations doivent aussi repenser leurs stratégies: il faut davantage mettre l'accent sur le développement des produits et moins sur la promotion. Auparavant, cette thématique relevait exclusivement des fournisseurs de services. Toutefois, pour développer une région ou une destination dans son ensemble, une stratégie à un niveau supérieur et la conscience de vouloir travailler de manière commerciale sont nécessaires. Cela inclut également les fournisseurs de services: eux aussi doivent voir la valeur ajoutée obtenue en plaçant leur produit dans le contexte de l'ensemble de la destination.

## Les centres de compétences, structures organisationnelles du futur?

Il est surprenant de constater que la «logique du centre de compétences» domine dans tous les projets présentés. Toutes les compétences spécialisées sont ainsi regroupées et les différentes destinations sont encouragées à travailler ensemble et à poursuivre une orientation commune. Mais comment mettre en place un centre de compétences? Selon les participants au Walk the talk, tous les partenaires devraient d'abord être impliqués, et la vision et la stratégie communes devraient être développées dans le cadre d'ateliers. Les partenaires doivent voir la valeur ajoutée afin d'être prêts à investir des ressources financières et humaines dans ces centres de compétences. En matière d'organisation, il y a cependant des différences parmi les divers réseaux: STRATOS repose sur le bénévolat et dispose d'une structure organisationnelle relativement souple. Le réseau n'existe que dans la mesure où il convient aux destinations et aux partenaires. La MRAG est réglementée de manière contractuelle afin de garantir un engagement des partenaires sur le long terme.

## Financement

Les projets sont en grande partie financés par des contributions provenant des destinations et des partenaires. Pour STRATOS, le financement se fait par projet: les destinations ou les partenaires impliqués dans un projet contribuent généralement aux dépenses. La MRAG reçoit aussi des contributions des destinations qui sont déterminées en fonction du nombre de nuitées commerciales. En outre, les conventions de prestations aident à régler les tâches et les revenus parmi les divers partenaires. Dans la région Lucerne-Lac des Quatre-Cantons, on travaille avec des conventions de prestations: la LTAG a donc été mandatée par les cantons pour mettre en place un développement de produits suprarégional et pour coordonner des projets à partir de 2020.

## Produits concrets

La région Lucerne-Lac des Quatre-Cantons a développé un produit suprarégional, le «Bon de Suisse centrale» (Zentralschweizer Gutschein). Le bon peut être utilisé auprès de 80 partenaires dans les cinq cantons de Suisse centrale. Outre des expériences, le bon comprend des prestataires de la gastronomie, de l'hébergement, des transports, de l'art et de la culture ou du commerce. Pour MRAG et STRATOS, le développement de produits appartient toujours aux destinations et aux fournisseurs de services. Les projets offrent le réseau, le savoir-faire et le soutien nécessaires. Certaines destinations ont compris le principe du développement de produits en collaboration avec divers partenaires (aussi suprarégionaux): par exemple, Aletsch-Arena a créé une montagne synonyme d'expériences à partir de l'Eggishorn. Les remontées mécaniques y sont désormais exploitées toute l'année.