



## Check-in



Chère lectrice,  
Cher lecteur,

Le programme d'impulsion 2016–2019 est désormais réalité. Réuni en session d'automne, le Parlement vient d'en ap-

prouver les crédits. Du coup, la promotion touristique dispose de ressources nettement plus importantes pour les années 2016 à 2019. En termes concrets, l'enveloppe d'Innotour, augmentée de 10 millions de francs, se monte à 30 millions de francs. En outre, la nouvelle politique régionale met à la disposition du tourisme un montant supplémentaire de 200 millions de francs.

Pour rappel, la Confédération vise, à travers son programme d'impulsion, à créer des incitations pour des établissements d'hébergement modernes, pour des offres touristiques novatrices de qualité et des coopérations au niveau des entreprises et des destinations. Elle entend ainsi amortir et encadrer le changement structurel dont l'initiative sur les résidences secondaires a accéléré le rythme. Articulé autour de l'innovation, de la qualité et des coopérations, le programme d'impulsion contribue aussi à atténuer l'impact négatif du franc fort.

La Confédération a tenu son rôle. Elle a clairement signalé qu'elle a foi dans le tourisme. La balle est maintenant dans le camp de la branche: à elle de concevoir et de mettre en œuvre des projets prometteurs. Des projets qui propulsent le tourisme suisse dans une ère nouvelle, positive et durable, dans laquelle les subventions croisées par la vente de résidences secondaires restent certes envisageables à titre exceptionnel, mais ne conditionnent plus le succès du tourisme.

Eric Jakob  
Ambassadeur, chef de la Direction  
de la promotion économique

## Thème principal: programme d'impulsion 2016–2019

### Axe politique

1 | Une chance à saisir  
pour le tourisme

### Bonnes pratiques

4 | Promouvoir ensemble  
les châteaux  
5 | Nouveau cap pour  
le tourisme grison

### Formation initiale et continue

6 | Franc succès à tous  
les étages

## Axe politique: programme d'impulsion 2016–2019

# Une chance à saisir pour le tourisme

L'initiative sur les résidences secondaires et le franc fort contraignent les prestataires touristiques à sortir des sentiers battus. Le programme d'impulsion de la Confédération les soutient dans leurs efforts.

Richard Kämpf et  
Christoph Kuhn, SECO

Dans de nombreuses régions, la nouvelle législation sur les résidences secondaires a changé la donne en matière de développement touristique et économique. Elle limite en particulier fortement le modèle de financement naguère largement répandu pour les établissements d'hébergement: le financement croisé par la vente ou la location de résidences secondaires.

Il y a par ailleurs fort à parier que les recettes fiscales issues de la vente de résidences secondaires baissent dans beaucoup de communes, avec les consé-

quences que cela suppose pour le financement des infrastructures touristiques de base. Le risque d'une baisse des investissements, et donc de l'attrait et de la compétitivité du tourisme suisse, est bien réel.

Pourtant, l'initiative sur les résidences secondaires constitue aussi une chance pour le tourisme suisse. Elle incite le marché à créer des modèles de croissance et de financement novateurs et durables qui puissent largement se passer des financements croisés par les résidences secondaires. Mais pour saisir cette chance, le tourisme suisse doit s'adapter aux nouvelles conditions générales, entreprise d'autant plus diffi- ▶▶



Auberges de Jeunesse Suisses

Exemple d'innovation dans le tourisme: l'Auberge de jeunesse de Saas-Fee, inaugurée en 2014, dispose de 168 lits, d'un espace wellness, d'une salle de fitness et d'une piscine couverte.

## Axe politique: programme d'impulsion 2016–2019



Exemple de produit touristique de qualité: le nouveau Grand Tour of Switzerland, un circuit comprenant 44 attractions, 22 lacs et plus de 5 cols alpins.

► cile que bien des questions restent encore ouvertes par rapport aux nouveaux modèles de croissance et de financement. Sans compter que l'ajustement souhaité doit s'opérer dans le difficile contexte du franc fort. Des capacités sont ainsi mobilisées qui font défaut ailleurs, notamment pour le développement de produits novateurs de qualité.

Beaucoup d'établissements ne sont sans doute pas à la hauteur de la tâche. La mutation structurelle du tourisme suisse va encore s'accélérer, et la Confédération entend accompagner ce processus et en atténuer les effets avec son programme d'impulsion 2016–2019. Mais elle veut aussi créer des incitations claires pour que le tourisme tire le meilleur parti des opportunités qui résultent de l'initiative.

### Promotion du tourisme orientée projets

Le tourisme dispose avec Innotour et la nouvelle politique régionale (NPR) de deux instruments éprouvés axés sur des

projets. Ils couvrent ensemble un large spectre, allant de l'encouragement de l'innovation au financement des bases de savoir et des concepts d'exploitation, en passant par la promotion des coopérations ou des infrastructures.

Innotour et la NPR sont complémentaires. Combinés, ils permettent de soutenir une série de mesures favorisant la réorientation des destinations et des entreprises touristiques. La NPR privilégie les projets régionaux, tandis qu'Innotour se concentre en premier lieu sur des projets d'envergure nationale, mais peut aussi soutenir des projets locaux et régionaux qui présentent un caractère exemplaire. Pour la période 2016–2019, les moyens alloués à Innotour ont été augmentés de 10 millions de francs et portés ainsi à 30 millions de francs au total. Parallèlement, la NPR libère une enveloppe de 200 millions de francs pour le programme d'impulsion, qui vient s'ajouter aux moyens ordinaires dont une partie consi-

dérable est déjà affectée au tourisme. Le Parlement a adopté les crédits correspondants durant la session d'automne 2015.

### Quatre axes stratégiques

Compte tenu des enjeux en présence, le programme d'impulsion a identifié quatre axes stratégiques en vue d'un encouragement plus marqué. Pour assurer la compétitivité du tourisme suisse, il est capital, alors même que les conditions de financement se font plus difficiles, de préserver, voire de consolider le tissu de l'industrie de l'hébergement. La Confédération a fait un grand pas dans ce sens en étendant la mission de la Société suisse de crédit hôtelier et en assouplissant ses conditions de prêt. De plus, le programme d'impulsion vise – premier axe stratégique – à moderniser le secteur de l'hébergement via Innotour et la NPR. Les projets qui exploitent les synergies avec les infrastructures touristiques existantes (bains thermaux, infrastructures de congrès, de loisirs ou de sport) figurent parmi les plus prometteurs. La nouvelle auberge de jeunesse de Saas-Fee en est un parfait exemple.

Le tourisme suisse souffre d'un handicap au niveau des prix et des coûts, qui s'est accentué sous l'effet du franc fort. Pour imposer des prix élevés, il faut absolument que la qualité soit au rendez-vous ou que l'offre présente un caractère unique. D'où la nécessité pour le tourisme suisse de se renouveler en continu et de concentrer ses efforts sur la qualité. Dans ce sens, le deuxième axe stratégique consiste à créer des incitations pour renforcer le développement de la qualité et des produits.

Dans la logique du développement de la qualité et des produits, Innotour et la NPR contribuent à optimiser les structures et à renforcer les coopérations. Ce troisième axe vise à exploiter les synergies par une optimisation des structures de l'entreprise et par des coopérations, à surmonter les handicaps des coûts, à améliorer l'offre et à augmenter le taux d'occupation. Des coopérations judicieuses peuvent très bien se concevoir sur de grandes distances comme le montre l'exemple des Châteaux Suisses (v. page 4). Il y a lieu en outre d'adapter les structures d'une destination en fonction des flux de la demande, ce qui permet d'identifier plus aisément les lacunes et les nou- ►►

## Axe politique: programme d'impulsion 2016–2019

### Le tourisme, une priorité de la NPR

En tant qu'il constitue une branche majeure orientée vers les exportations, le tourisme joue un rôle capital dans les régions éligibles de la nouvelle politique régionale (NPR). Il compte donc parmi les priorités de la NPR, laquelle a pour mission de soutenir la mue structurelle du tourisme suisse pour accroître la capacité concurrentielle des différentes destinations et ainsi la compétitivité internationale de la place touristique suisse. La NPR encourage des prestataires et des destinations qui ont un positionnement stratégique et des caractéristiques en phase avec le marché, qui créent des offres novatrices et génératrices de valeur ajoutée et répondent de manière systématique aux besoins de la clientèle. Un accent particulier est placé sur le renforcement des coopérations.

Comme pour Innotour, la démarche d'encouragement ne concerne pas des entreprises individuelles. La NPR se focalise sur des travaux de fonds et des projets du domaine préconcurrentiel pouvant bénéficier à plusieurs entreprises, branches et chaînes de valeur ajoutée.

La statistique montre aussi l'importance de la promotion touristique via la NPR. Dans la période 2012 à 2015 en effet, 36% de l'ensemble des projets NPR, 22% des aides à fonds perdu et 80% des prêts NPR concernaient le tourisme. Le programme d'impulsion 2016–2019 augmentera le poids du tourisme dans la NPR, puisque la priorité va à l'hébergement et aux infrastructures, éléments décisifs au niveau des destinations.

### Demandes adressées au canton

Les porteurs de projet intéressés ne peuvent adresser une demande de soutien directement à la Confédération comme pour Innotour. La mise en œuvre de la NPR est en effet du ressort des cantons, lesquels concluent avec la Confédération des conventions-programmes de quatre ans pour arrêter leurs objectifs en matière de développement économique régional. Ces conventions s'appuient sur les programmes de mise en œuvre où les cantons fixent leurs priorités en matière d'encouragement. Ces programmes doivent concilier fois les exigences de la Confédération et les besoins de cantons. Dans la mise en œuvre, les cantons soutiennent les projets qui cadrent avec leurs objectifs. Les porteurs de projet ont pour interlocuteur le service chargé de la politique régionale de leur canton.

► veaux besoins de la clientèle dans la chaîne des prestations touristiques.

Concernant la nouvelle donne sur les résidences secondaires, bien des points ne sont pas encore résolus, ce qui freine le tourisme dans son processus d'ajustement. C'est pour apporter des réponses solides qu'un quatrième axe a été défini: il consiste à renforcer le développement et la diffusion du savoir. Dans cette optique, Innotour peut financer par exemple des études mandatées par le SECO, y compris des analyses externes, à l'exemple des «Stratégies pour les destinations touristiques grisonnes» (v. page 5). Le savoir ainsi produit – complété par des cas de bonnes pratiques – sera mis au service des cantons et de la branche du tourisme pour favoriser des initiatives et des mesures gagnantes.

### Les quatre axes du programme d'impulsion

- Moderniser le secteur de l'hébergement
- Renforcer le développement de la qualité et des produits
- Optimiser les structures et renforcer les coopérations
- Renforcer le développement et la diffusion du savoir

### Informations

[www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour) (Promotion de la place économique/Tourisme)



Autre exemple d'innovation: dans le Haut-Valais, les bains thermaux de Brigerbad disposent depuis fin 2014 de plusieurs nouveaux bassins intérieurs et de zones wellness, spa et fitness. L'extension des thermes, désormais ouverts toute l'année, a été soutenue par la NPR et valorise les infrastructures touristiques du Haut Valais.

## Bonnes pratiques: association «Les Châteaux Suisses»



Les Châteaux Suisses

Le château de Lenzbourg qui figure au nombre des 17 châteaux membres.

# Promouvoir ensemble les châteaux

**Jusqu'à présent, châteaux et forteresses figuraient tout au plus en tant que sites remarquables ou produits de niche sur les cartes touristiques. L'association «Les Châteaux Suisses» entend aujourd'hui les positionner sur le plan national.**

**Karin Wecke, association «Les Châteaux Suisses»**

Jadis demeures familiales, citadelles ou édifices de prestige, de nombreux châteaux et forteresses suisses constituent aujourd'hui pour un large public un but d'excursion en soi. Témoins et écrans de siècles d'histoire(s), ils affirment l'identité de leur région. Sur le plan touristique, leur exploitation commerciale s'est jusqu'ici focalisée essentiellement au niveau régional.

### Stratégie commune

Depuis janvier 2015, 17 châteaux et forteresses de neuf cantons et trois régions linguistiques se sont organisés dans l'association «Les Châteaux Suisses» en vue de mettre pleinement en valeur leur potentiel culturel et touristique. L'association entend positionner les châteaux et forteresses sur le plan national pour inviter les visiteurs suisses et étrangers à découvrir les splendeurs de cet univers. Parallèlement, elle stimule l'échange de connaissances entre les différents châteaux.

Durant la première année, l'association a mis au point des normes de qualité et développé une présence commune. Elle présente ses offres en quatre langues sur

un site internet et dans une brochure. L'affiliation à l'association est bien sûr ouverte à d'autres châteaux à vocation touristique et culturelle.

### Première Journée des châteaux

A partir de 2016, les châteaux et forteresses organiseront des programmes à caractère ludique et récréatif, notamment la première Journée des châteaux, mais aussi un parcours de vacances destiné aux enfants ou encore une série de manifestations multilingues qui marieront musique et poésie. Un historien s'emploie aujourd'hui à repérer les similarités architecturales et historiques pour étoffer ces programmes.

Un projet conjuguant randonnées et visites de châteaux figure aussi au programme de l'association. La Fédération

tue une véritable gageure. La coopération et le marketing commun sont des exercices encore inconnus des membres de l'association et de leurs collaborateurs. Ils supposent une stratégie claire, mais aussi une bonne collaboration entre le comité bénévole, les membres de l'association et la cheffe de projet.

Pendant la phase de déploiement, l'association est soutenue par Innotour et le Fonds Swisslos du canton d'Argovie. Le soutien d'Innotour a donné une précieuse visibilité au projet. Les aides financières permettent à l'association de traduire sa stratégie et ses ambitions en activités concrètes.



suisse du tourisme pédestre (Suisse Rando) prépare actuellement dix randonnées menant à un château. Celles-ci feront l'objet d'une brochure spéciale que la fédération enverra en automne 2016 à ses 300 000 donateurs et qu'elle mettra aussi en ligne.

### Terra incognita à plusieurs titres

Pour les châteaux et forteresses, le positionnement national et multilingue consti-

### Panorama

#### Atout Innotour

Sous la désignation «Les Châteaux Suisses», 17 châteaux et forteresses unissent leurs efforts pour valoriser leur potentiel culturel et touristique et promouvoir des offres à l'échelle nationale.

#### Durée du projet

Phase de construction 2015

#### Contact

Association «Les Châteaux Suisses»  
c/o Museum Aargau, Wildegg  
+41 (0)62 887 12 12,  
karin.wecke@ag.ch,  
www.dieschweizerschloesser.ch

Bonnes pratiques: Initiative «Stratégies pour les destinations touristiques grisonnes»

# Nouveau cap pour le tourisme grison

Comment les destinations touristiques grisonnes pourront-elles se maintenir dans un environnement concurrentiel très disputé? Le Forum économique des Grisons a développé trois axes stratégiques, dont d'autres régions touristiques pourraient également s'inspirer.

## Peder Plaz, Forum économique des Grisons

Le nombre de nuitées a massivement reculé ces 20 dernières années dans les Grisons (v. graphique). Face à cette situation, le Forum économique des Grisons a lancé l'initiative «Stratégies pour les destinations touristiques grisonnes» dans le but d'engager un débat devenu urgent et de contribuer au repositionnement de l'économie touristique du canton.

En été 2015, le forum économique a présenté trois axes stratégiques:

### A. Regagner le marché vacances

Sous l'effet conjugué de l'envolée du franc, de la baisse des prix du transport aérien et de la mondialisation de la concurrence, les Grisons ont presque entièrement perdu le segment «semaine de vacances» sur les marchés internationaux. La reconquête de ce segment passe nécessairement par un meilleur rapport qualité-prix. Pour le forum économique, des pistes sont à explorer dans la réduction des coûts structurels, via une exploitation commune des infrastructures ou une intégration verticale des prestations par exemple.

### B. Développer les activités de voyage

Les séjours de courte durée et le tourisme routier s'inscrivent en nette progression dans le monde entier et sont moins sensibles aux prix que le marché vacances. La clientèle actuelle est surtout en quête de

découvertes et de confort. Pour développer le tourisme routier pour les clients d'Outre-mer, notamment de Chine, il faut intégrer judicieusement les «incontournables» de notre pays (montagne et neige, shopping horloger) dans les circuits à travers l'Europe. Et pour étoffer sensiblement le nombre de visiteurs européens, les prestataires grisons sont appelés à concevoir et à commercialiser des brefs séjours à thème à caractère marquant.

### C. Maintenir l'attrait des infrastructures

La chute des nuitées a mis en péril la rentabilité de nombreuses entreprises d'infrastructure touristique. Or leur maintien est souvent déterminant pour l'attrait de la destination. Là où les propriétaires de résidences secondaires forment le gros des hôtes, on peut songer à un modèle de financement semblable à celui d'un club de golf. Tous les ménages du lieu, résidents permanents et propriétaires de résidences secondaires, devraient s'acquitter d'une taxe annuelle en échange de quoi tous les membres et amis du ménage contributeur pourraient utiliser gratuitement les infrastructures. Un tel modèle de financement suppose que l'on associe davantage les propriétaires de résidences



L'application get inspired lancée en 2015 par Davos et Klosters transmet des suggestions de découvertes, de détente et de divertissement.

secondaires aux décisions concernant la conception de l'offre touristique.

### Des stratégies suivies avec attention

Plus de 80 représentants des principales stations touristiques grisonnes ont assisté à la présentation des résultats de l'étude en été 2015 et ont vivement discuté les stratégies et les recommandations concrètes. La branche a su capter les impulsions comme en témoignent quelques premiers exemples, en particulier celui de la fonction «get inspired» intégrée sur le site de l'organisation touristique Davos-Klosters.

Au-delà des Grisons, d'autres destinations touristiques accusent une chute des nuitées. Les stratégies élaborées pourraient leur donner des idées utiles. Innotour a soutenu financièrement l'élaboration des stratégies grisonnes.

### Informations

www.wirtschaftsforum-gr.ch  
(Themen/Projekte)

## Panorama

### Atout Innotour

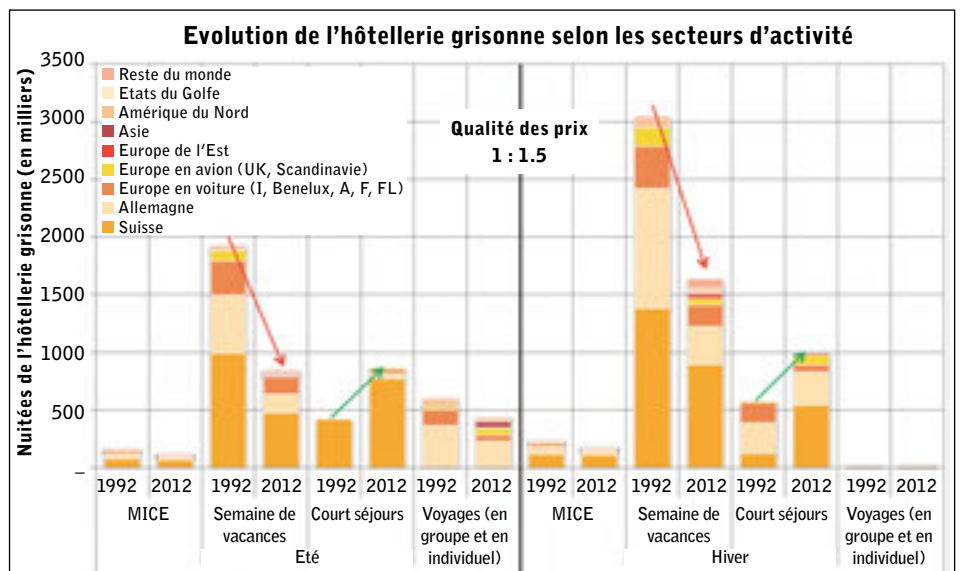
«Stratégies pour les destinations touristiques grisonnes» trace des pistes de réflexion en vue d'un repositionnement assurant la pérennité du tourisme.

### Durée du projet

Printemps 2013 – été 2015

### Contact

Forum économique des Grisons, Coire  
+41 (0)81 253 34 34,  
info@wirtschaftsforum-gr.ch  
www.wirtschaftsforum-gr.ch



Evolution de l'hôtellerie grisonne selon les secteurs d'activité. Entre 1992 et 2012, on observe une progression des séjours de courte durée en même temps qu'un net recul des séjours de vacances à la semaine.

## Formation initiale et continue dans le tourisme

# Franc succès à tous les étages

**A la faveur des nouvelles formations et de l'harmonisation des diplômes, la formation professionnelle dans le domaine du tourisme s'impose face à l'offre concurrente des autres branches. Tel est le constat que dresse une étude que le centre de recherche sur le tourisme de l'Université de Berne (CRED) a réalisée pour le SECO.**

**Therese Lehmann Friedli et Monika Bandi, Université de Berne (CRED)**

Dans le tourisme, une large palette de formations initiales et continues sont nécessaires pour garantir des prestations de qualité. La formation est donc au cœur de la politique touristique du pays.

### Harmonisation de la formation professionnelle initiale

Dans l'ensemble des domaines du tourisme, on s'est employé, ces dernières années, à unifier la structure de la formation professionnelle initiale. Aujourd'hui, tous les apprentissages débouchent sur un certificat fédéral de capacité (CFC) ou sur une attestation fédérale de formation professionnelle (AFP).

Dans le domaine de l'hôtellerie-restauration, le nombre des CFC a fait un bond en 2008, passant à plus de 3000 diplômes (v. graphique). Sur l'ensemble des CFC délivrés, la part de ceux effectués dans le tourisme est restée relativement stable jusqu'en 2012 face à la progression enregistrée dans les autres branches. En 2013, le nombre des diplômes de l'hôtellerie-restauration a légèrement baissé, et leur part au total des CFC a reculé de 5,7 à 5,3%.

Les organisations du monde du travail (Ortra) ont introduit de nouveaux métiers du tourisme ces dernières années, notamment celui de spécialiste en restauration de système CFC ou de mécatronicien de remontées mécaniques CFC. Elles ont su ainsi se mettre en phase avec les besoins du marché et de la branche pour mieux préparer les apprentis à leurs futures tâches.

### Formation professionnelle supérieure prisée

L'offre de la formation professionnelle supérieure (FPS) est restée relativement stable ces dernières années avec les diplômes de gestionnaire en tourisme ES et d'hôtelier-restauteur ES des écoles supérieures (ES), ainsi qu'avec les examens professionnels fédéraux et examens fédé-

raux supérieurs. Toutefois, deux cursus généralistes ont été supprimés (spécialiste de management en tourisme BF et expert diplômé en tourisme).

C'est dans les formations professeur de sport de neige BF et chef cuisinier BF que l'on a dénombré le plus de titres. Le nombre de diplômés s'inscrit aussi en hausse pour les spécialistes des installations de transport à câbles.

Le débat politique sur la valeur de la formation professionnelle duale n'est sans doute pas étranger à l'augmentation du nombre de titres de la formation professionnelle supérieure. L'orientation sur les compétences, l'adéquation avec les besoins de la branche et la clarté des profils professionnels sont autant d'éléments qui expliquent ce succès. Pour de plus en plus d'emplois, les diplômes de degré supérieur constituent d'ailleurs un atout sinon une condition.

Du côté des écoles supérieures (ES), la formation d'hôtelier-restauteur a le vent en poupe. Avec 450 diplômés par an, c'est aujourd'hui, toutes branches confondues, la troisième formation ES par la fréquence après celles en soins infirmiers et en économie d'entreprise.

La formation de gestionnaire en tourisme ES a accusé entre 2008 et 2010 un net recul du nombre d'étudiants. Les chiffres sont certes repartis à la hausse depuis 2010, mais n'ont plus atteint le niveau de 2007. Cette évolution s'explique par le manque de reconnaissance internationale du diplôme, mais aussi par le coût élevé de cette formation. Dans la FPS, la Confédération a certes augmenté ces dernières années sa participation aux frais d'examen et son aide aux cantons. Il n'en demeure pas moins que les taxes d'études et les frais d'examen de la FPS restent plus élevés que ceux des hautes écoles spécialisées (v. entretien page 7).

### Offre élargie des hautes écoles spécialisées

Les hautes écoles spécialisées (HES) sont désormais des acteurs qui comptent dans



Remontées Mécaniques, Suisses

Mécatronicien/mécatronicienne de remontées mécaniques, l'un des nouveaux métiers du tourisme.

le paysage de la formation touristique. Elles proposent des filières qui intéressent le tourisme au sens étroit (tourisme/acueil) ou large (services généraux, p. ex.). L'offre s'est étoffée ces dix dernières années en même temps qu'elle s'est diversifiée sur le plan thématique.

La filière bachelor en hôtellerie jouit depuis des années d'une grande popularité en Suisse et à l'étranger. En 2014, elle a délivré, comme en 2011 déjà, plus de 500 diplômes.

Les diplômes bachelor dans le tourisme sont certes moins nombreux que dans l'hôtellerie, mais ils ont littéralement bondi, passant de 33 en 2006 à 200 en 2013. Cet essor tient au contenu du cursus, qui se conçoit comme des études de gestion élargies qui permettent de passer facilement dans d'autres branches. Le risque existe toutefois que les diplômés de ces filières désertent le marché de l'emploi dans le tourisme. ▶▶

## Formation initiale et continue dans le tourisme

► Par ailleurs, beaucoup d'étudiants ont opté pour un cursus HES en raison du système de Bologne qui valide clairement les acquis de la formation. De manière générale, les HES ont pu compter sur un large soutien des cantons et de la Confédération ces dernières années, en particulier au chapitre des taxes d'études, du développement des campus ou de la participation aux coûts d'exploitation. Le soutien des pouvoirs publics a aussi donné plus de poids aux HES dans le paysage de la formation touristique.

### Le tourisme s'affirme

Conclusion: le volume de formation dans le secteur du tourisme a progressé ces dernières années aussi bien au niveau de la formation professionnelle initiale que dans certains domaines de la formation professionnelle supérieure, mais aussi et surtout dans les hautes écoles spécialisées. Dans ce secteur, le marché de la formation a réussi à garder en termes relatifs sa part à l'ensemble des titres de la formation professionnelle.

L'augmentation du nombre de diplômes est, d'une part, à mettre au compte des nouveaux métiers et de l'introduction systématique d'une filière CFC et AFP dans la forma-

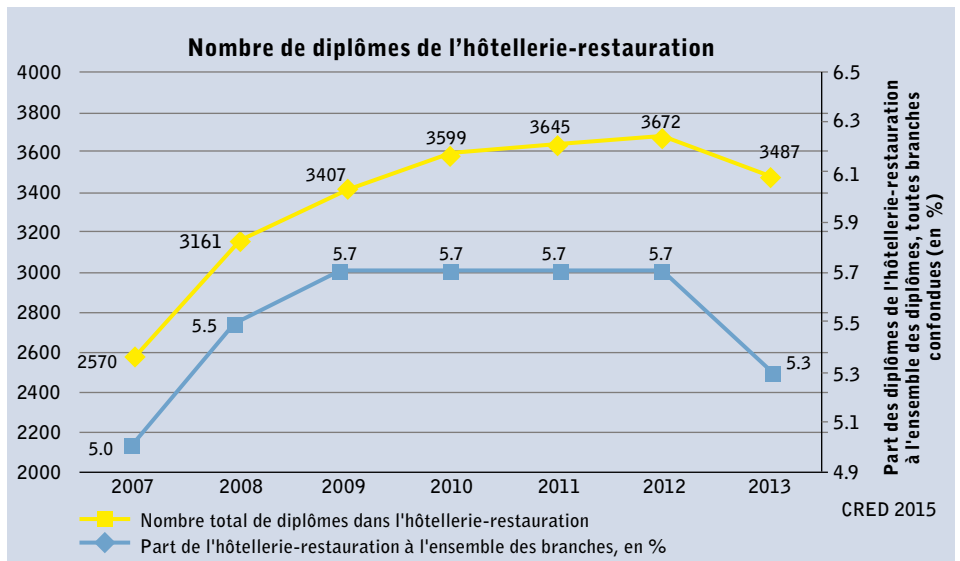
tion professionnelle initiale. D'autre part, les hautes écoles spécialisées, orientées sur la recherche appliquée, sont venues compléter et densifier le système de formation.

Si les écoles supérieures ont temporairement perdu du terrain en nombre de diplômes, les diplômes ES et les titres HES ont aujourd'hui chacun leur place.

Les consommateurs du marché de la formation distinguent et apprécient ces différents profils.

### Informations

www.seco.admin.ch  
(Thèmes – Publications)



Nombre de diplômes de l'hôtellerie-restauration et leur part à l'ensemble des branches (2007-2013). CRED 2015

### Formation professionnelle supérieure

## «La branche du tourisme appelée à agir»

*Votre étude le montre: la formation initiale et la formation continue dans le tourisme ont connu ces dernières années un formidable essor.*

**Therese Lehmann Friedli:** oui, et c'est une très bonne nouvelle. La branche a fait un excellent travail en harmonisant les diplômes, en favorisant la perméabilité entre les niveaux de formation et à l'intérieur de ceux-ci, mais aussi en créant de nouveaux métiers et en développant les hautes écoles spécialisées.

### La formation professionnelle supérieure constitue-t-elle le principal enjeu?

Les diplômes de la formation professionnelle supérieure ne sont toujours pas reconnus à l'étranger. Pour le tourisme, branche précisément ouverte sur le monde, c'est un réel problème. Bien des

cadres étrangers travaillant dans notre pays ne connaissent pas les diplômes suisses et sont donc incapables d'en apprécier la valeur. Pourtant, ces formations sont également très exigeantes.

*Il semble cependant que le bachelor professionnel ne soit plus d'actualité.*

Il faut donc à plus forte raison engager des mesures différentes pour valoriser ces diplômes sur le plan international. Le fait que la Confédération s'emploie à adapter son cadre national de qualification au cadre européen est déjà un grand pas. En plus, il est prévu de faire suivre les différents titres de leur désignation en ►►

### La recherche sur le tourisme



Therese Lehmann Friedli est directrice adjointe du Centre de recherches sur le tourisme de l'Université de Berne depuis 2013. Ses travaux portent essentiellement sur la qualité des prestations et sur l'économie expérientielle, le développement durable (climat/environnement/énergie) et l'économie régionale.

Contact: therese.lehmann@cred.unibe.ch

## Formation initiale et continue dans le tourisme

► anglais. La branche du tourisme est aussi appelée à conjuguer ses efforts avec d'autres branches pour une meilleure reconnaissance des diplômés de la formation professionnelle supérieure.

### *Votre étude voit dans les coûts un handicap majeur des formations ES.*

Pour les étudiants, les filières ES restent encore plus chères que les formations HES. Le passage prévu à un financement individuel pourrait détendre la situation, puisque l'aide de la Confédération aux frais de cours sera versée directement aux professionnels en formation. Par leur soutien financier et moral à la formation continue, les employeurs peuvent eux aussi contribuer à maintenir leurs employés sur le marché de l'emploi du tourisme. Du reste, le fait que de nombreux professionnels paient une grande part de leur formation continue de leur poche témoigne à lui seul de leur intérêt à travailler dans le tourisme.

### *Les femmes sont toujours plus nombreuses à suivre des formations professionnelles supérieures dans le tourisme.*

Les employeurs feraient bien de se mettre au diapason en facilitant le temps partiel et le retour à une activité professionnelle, y compris à des fonctions de cadres. Les prestataires touristiques contribueront ainsi à garder des spécialistes qualifiés, expérimentés et motivés dans le tourisme. Comme d'autres branches, le tourisme a



École hôtelière de Thourne

Etudiants de l'école hôtelière de Thourne. La formation professionnelle supérieure est primordiale pour le tourisme.

### *Que pourrait faire le tourisme de plus pour inciter les jeunes à se former?*

Pour toucher des jeunes avides de savoir, il faut certainement transmettre, au-delà des compétences professionnelles spécifiques, des compétences transversales globales. Le nouveau métier de l'hôtellerie actuellement en préparation englobe par exemple le vaste domaine d'activité de la réception.

Le tourisme serait aussi bien inspiré d'accorder une attention particulière à la

visibilité des métiers, en assurant une présence à des salons des métiers ou en ouvrant les portes des établissements aux jeunes qui sortent de l'école. Face aux apprentis potentiels, la branche a tout à gagner à mettre en valeur les facettes passionnantes de ses métiers, la satisfaction à répondre aux attentes des clients, voire à les dépasser, ou encore le caractère international de la branche et la diversité culturelle qui s'y rattache.

Entretien: Daniel Schnyder

### Contact

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO  
Politique du tourisme, Innotour,  
Holzikofenweg 36, 3003 Berne

Davide Codoni,  
Chef suppléant du secteur

#### Premier contact

tourismus@seco.admin.ch  
T +41 (0)58 462 27 58  
F +41 (0)58 463 12 12



#### Informations utiles

[www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour)

#### Impressum

Editeur: Secrétariat d'Etat à l'économie SECO, Direction de la promotion économique, Politique du tourisme, 3003 Berne; Coordination et rédaction: Dr. Schenker Kommunikation AG, Berne; Français: Liliane Morend, Troinex; Italien: Marina Graham, Gümligen; Mise en page et impression: Stämpfli AG, Berne; Tirage: 1500 exemplaires

### Innotour: exemples de projets

- Cellule d'innovation pour les marchés de demain – processus d'innovation et d'apprentissage pour s'adapter aux nouveaux marchés en Suisse orientale: 1<sup>re</sup> étape, St. Gallen Bodensee Tourismus, [www.st.gallen-bodensee.ch](http://www.st.gallen-bodensee.ch)
- Die Schweizer Schlösser – Les Châteaux Suisses – I Castelli Svizzeri – The Swiss Castles, Collaboration nationale entre les châteaux présentant un intérêt touristique et culturel, Museum Aargau, [www.museumaargau.ch](http://www.museumaargau.ch)
- «Grand Tour of Switzerland»: organisation destinée à l'aménagement de produits, à la sauvegarde d'intérêts et à l'encouragement de la demande en rapport avec la Suisse, pays de tourisme routier, Association Grand Tour of Switzerland, c/o Suisse Tourisme, [www.grandtourofswitzerland.com](http://www.grandtourofswitzerland.com)
- Mise en réseau des offres touristiques liées au patrimoine industriel de la

Suisse pour améliorer leur visibilité, Verein Industriekultour, alte Spinnerei, 8877 Murg am Walensee

- Plan directeur visant à exploiter le potentiel de valeur ajoutée touristique du Bürgenstock Resort Lake Lucerne, Luzern Tourismus, [www.luzern.com](http://www.luzern.com)
- Quel avenir pour les remontées mécaniques? Rapport sur les tendances et manuel proposant des perspectives pour 2025, Remontées Mécaniques Suisses, Bergbahnen Zermatt, Flumserberg, Schilthorn, c/o grischconsulta, [www.grischconsulta.ch](http://www.grischconsulta.ch)
- «Rev'Oleïna: projet hôtelier en réseau», Association Rev'Oleïna, [www.revoleinna.ch](http://www.revoleinna.ch)
- Stratégies pour les destinations touristiques grisonnes, Forum économique des Grisons, [www.wirtschaftsforum-gr.ch](http://www.wirtschaftsforum-gr.ch)