



INSIGHT⁺

IMPULSIONS POUR UN TOURISME SUISSE PERFORMANT

AXE PRINCIPAL

LE WORKATION, AVENIR DU TOURISME SUISSE ?

PERSPECTIVE HELVÉTIQUE

« LE WORKATION FAVORISERA
LE TOURISME LOCAL »

4

COWORKING ET COLIVING

DES IDÉES NOVATRICES
AU CŒUR DES ALPES

6

FUTUR INNOVANT

TRANSFORMER L'HÔTELLERIE
D'AFFAIRES

7

Valais Wallis Promotion, Pascal Gertschen



Christoph Schlumpf

À Bellinzona, les participants au «Walk the talk» ont pu profiter d'une balade sur les murailles qui entourent le château Castelgrande, classé au Patrimoine mondial de l'Unesco en 2000.

RENCONTRES WALK THE TALK

LE WORKATION, AVENIR DU TOURISME SUISSE ?

Les acteurs touristiques font face à une nouvelle tendance susceptible de redéfinir le secteur : le Workation. Innotour a organisé deux événements pour les aider à en appréhender les avantages.

Carole Berset, journaliste pour Insight

«Six employés sur dix peuvent s'imaginer combiner travail et loisirs lors d'un séjour de 'Coworkation', tandis que deux tiers des employeurs se disent prêts à leur accorder cette possibilité, selon une enquête de l'association Coworkation-Alps en 2021 dans la région D-A-CH». Voici ce qu'a détaillé le modérateur Jürg Schmid, en préambule du premier «Walk the talk». Tout en précisant: «La même année,

remote.com révélait toutefois que le pays se plaçait en 40e position des 100 destinations les plus attractives pour travailler à distance.» Que signifient ces chiffres pour le tourisme helvétique? Comment la branche peut-elle tirer parti de ces nouvelles manières de travailler et de voyager ?

Une centaine d'experts du tourisme se sont réunis pour discuter de ces questions, les 29 août et 15 septembre derniers. Organisées au Memox à Zurich et pour la première fois au

Tessin, au Castelgrande de Bellinzona, les deux rencontres ont alterné présentations et échanges inspirants. Concernant cette pratique très concurrentielle qui n'en est qu'à ses prémices en Suisse, le responsable d'Innotour Christoph Schlumpf a rappelé l'importance d'encourager le partage des savoirs. Selon le concept «Walk the talk», les événements ont été entrecoupés de balades à travers le quartier de la «Europaallee» zurichoise et au sein de la forteresse historique de Bellinzona.

OPPORTUNITÉ À SAISIR

Consultant en télétravail et président de l'association Nomades Digitaux Suisse, Lorenz Ramseyer a souligné le potentiel du Workation pour le tourisme, en citant l'exemple de Madère. «L'île portugaise a vu le nombre de nomades professionnels se multiplier par dix en une année grâce à ses nouveaux espaces de coworking. Une centaine d'entreprises ont également vu le jour grâce à ces investissements.» Si la tendance attire un public qui voyage surtout durant la saison basse et pour des périodes plus longues, elle engendre aussi un nouveau type de tourisme, qui s'oppose au «fast tourism». Par ailleurs, bien qu'une partie des voyageurs soit en quête d'interactions et de rencontres, la majorité recherche le calme pour quelques jours ou semaines afin de finaliser un projet, par exemple. Loin du fantasme de l'employé qui travaille à la plage, le Workation implique également de garantir les conditions minimales que sont un mobilier confortable et une connexion Internet rapide. Trois projets suisses, qui ont su valoriser ces divers aspects, ont ainsi été présentés : InnHub La Punt, PuraWorka (lire p. 6) et Workplayz. Légèrement différent, Alpine Sabbatical propose une démarche orientée autour de la santé (lire p. 5).

LOIN DU FANTASME DE L'EMPLOYÉ QUI TRAVAILLE À LA PLAGE, LE WORKATION IMPLIQUE DE GARANTIR UN MOBILIER CONFORTABLE ET UNE CONNEXION INTERNET RAPIDE AU MINIMUM.

Au cœur de l'Engadine, l'imposant espace de coworking InnHub La Punt entend favoriser le réseautage. Pour sa directrice Gioia Deucher, il s'agit de créer les conditions idéales pour que des collaborateurs d'horizons divers puissent se retrouver et s'inspirer mutuellement. Avec 70 lits, des offres sportives et éducatives, l'InnHub La Punt permet à ses clients d'expérimenter un équilibre entre le corps, l'esprit et l'intellect.

La plateforme Workplayz propose pour sa part des prestations de Workation de deux à cinq jours dans 20 hôtels partenaires que les entreprises peuvent réserver pour leurs employés. Cofondatrice du projet, Deborah Luetolf Van



Timo Magyar

La promenade à travers le quartier zurichois de la «Europaallee» a été l'occasion pour les «marcheurs-auditeurs» de se rencontrer et d'échanger à l'extérieur.

Zee précise : «Le Workation est d'autant plus pertinent pour le tourisme que les millenials et la génération Z, adeptes d'une grande flexibilité au travail, représenteront 75% des employés d'ici 2025. Les entreprises ont donc un intérêt à évoluer vers de nouvelles normes.»

ATTRACTIVITÉ DES EMPLOYEURS ET ENJEUX FUTURS

Une deuxième partie de la rencontre à Zurich était consacrée aux défis que représentent ces nouvelles façons de travailler pour les employeurs. À titre d'exemple, l'entreprise informatique Redguard donne la possibilité à ses 80 employés de partir en Workation une fois par année, durant quatre à six semaines. L'un des associés, Sven Vetsch a cependant mentionné la nécessité d'établir des directives claires, notamment en matière de ressources humaines et de travail à fournir sur place afin que le séjour soit réussi. «Saluée par nos employés, cette démarche nous permet aussi de nous distinguer sur un marché de l'emploi de plus en plus exigeant.»

Directrice d'Hotelplan, Laura Meyer se réjouit de cette évolution : «Une agence de voyage peut profiter du Workation non seulement d'un point de vue de sa clientèle, mais également pour ses employés. Le concept doit être envisagé comme une manière d'augmenter l'attractivité du secteur et de séduire de nouveaux talents.» Depuis février 2022, le groupe met ainsi à disposition de ses équipes une villa à Chypre dont elles peuvent bénéficier pour des séjours qui mêlent travail et loisirs.

Laura Meyer est toutefois revenu sur l'un des défis qui attend à la fois les entreprises et les acteurs touristiques ces prochaines années : rendre accessible le Workation à toutes les personnes intéressées par la démarche. Certaines fonctions professionnelles se prêtent moins bien que d'autres à cette éventualité, et l'enjeu consistera à trouver des solutions innovantes afin de proposer des offres adaptées. Les familles, elles aussi, font partie du public cible à considérer.

« LE WORKATION FAVORISERA LE TOURISME LOCAL »

Le nomadisme digital offre de nouvelles opportunités au secteur, en particulier en montagne. Jürg Schmid, co-fondateur de Schmid, Pelli & Partner AG et modérateur des «Walk the talk», revient sur les enjeux de ce nouveau marché.

Interview de Jürg Schmid, co-fondateur de Schmid, Pelli & Partner AG et modérateur des événements «Walk the talk»

En quoi les workshops des événements «Walk the talk» sont-ils fondamentaux ?

Jürg Schmid : Le concept de «Workation» n'est pas nouveau mais la pandémie, qui a modifié notre rapport au travail, a eu pour effet de démocratiser la démarche. Les acteurs touristiques n'ont toutefois pas encore pris conscience de l'opportunité économique que représente cette nouvelle tendance pour les années à venir. Les workshops visaient donc à les sensibiliser à cette réalité et à partager des connaissances afin qu'ils puissent répondre aux attentes de cette nouvelle clientèle.

Quels sont les clients types, adeptes de Workation ?

Jürg Schmid : Les nomades digitaux étrangers qui séjournent plusieurs semaines en Suisse restent une infime minorité et ne font pas partie du principal public cible. La majorité des clients recherche la tranquillité à proximité de chez eux. Cette clientèle désire se retirer au calme – très souvent en montagne – durant quelques jours ou une semaine pour finaliser un projet, par exemple. En ce sens, le Workation favorisera le tourisme local.

À quel point est-ce rentable pour les établissements ?

Jürg Schmid : Le marché est immense dans la mesure où cette clientèle voyage durant la saison basse. Un établissement qui propose une infrastructure adaptée – un grand bureau, une chaise ergonomique et un réseau stable au minimum – verra donc son taux d'occupation augmenter significative-



Timo Magyar

Selon Jürg Schmid, la majorité des clients adeptes de Workation recherche la tranquillité à proximité de chez eux et désire se retirer au calme, en montagne.

ment durant cette période. Les stations ont cependant aussi un rôle à jouer, en adaptant leurs offres au rythme de ces clients : des horaires d'ouverture plus tardifs pour les musées ou des abonnements de ski valables pour une heure ou deux, par exemple.

Y-a-t-il des risques ?

Jürg Schmid : J'en vois peu. Certains établissements ne disposent toutefois pas toujours des conditions nécessaires pour adapter leur infrastructure à cette demande. Il peut donc s'avérer risquer pour eux d'envisager une telle transformation. Selon les sondages que nous avons menés, les maisons de vacances – qui offrent plus de place qu'une simple chambre d'hôtel – se prêtent souvent mieux que d'autres établissements à ce type de séjour.

Comment envisagez-vous plus généralement l'évolution du tourisme suisse ?

Jürg Schmid : Malgré les différentes crises que nous traversons actuellement, le secteur reste concurrentiel,

d'autant plus avec le Workation, que je considère comme une évolution sociale majeure, vouée à perdurer. Par ailleurs, le réchauffement climatique va engendrer un inversement de l'attractivité des stations de montagne, dont la fraîcheur attirera de plus en plus de clients en été.

INFORMATIONS

Ancien directeur de Suisse Tourisme, Jürg Schmid accompagne aujourd'hui les acteurs touristiques dans l'acquisition de nouveaux hôtes au travers de son agence de communication et de marketing Schmid, Pelli & Partner. Il est également l'organisateur et le modérateur des événements Innotour «Walk the talk» depuis 2020.

Contact

Jürg Schmid, co-fondateur de Schmid, Pelli & Partner AG
schmid@schmidPELLIPARTNER.ch

DÉFI ALPIN

RÉINVENTER LE CONGÉ SABBATIQUE

Alpine Sabbatical propose des offres innovantes de séjours longue durée dans les régions de montagne. La plateforme conjugue promotion de la santé, de la basse saison touristique et des logements inoccupés.

Gerlinde Zuber, initiatrice d'Alpine Sabbatical

Besoin de faire une pause? Familier dans le monde du travail depuis longtemps, le congé sabbatique séduit de plus en plus tous ceux qui souhaitent marquer un temps d'arrêt pour se ressourcer. L'association Alpine Sabbatical s'est donné pour mission de se consacrer à ce groupe cible jusqu'ici laissé quelque peu de côté. À cet effet, elle a créé une plateforme d'intermédiation innovante pour proposer des séjours sur mesure dans les régions de montagne.

Le concept du projet tient à intégrer les questions de durabilité à tous les niveaux et à tirer parti du potentiel existant dans les endroits choisis de façon respectueuse. Dans deux régions pilotes des Grisons, le Prättigau et la Surselva, les visiteurs peuvent ainsi organiser

leur séjour autour d'un thème particulier consacré à la « Pleine conscience », à l'« Art&Artisanat », aux « Alpagnes&Forêts » ou encore à la « Spiritualité ». Avec un total de 40 logements et 50 activités, ces quatre offres mettent en avant les divers talents des partenaires régionaux et entendent inspirer les visiteurs dans leur temps libre.

LE RÉSEAU AU CENTRE DU PROJET

Le projet pilote se concentre volontairement sur les avantages qu'offre la basse saison : les appartements de vacances sont vides et peuvent être loués pour de plus longues périodes à des conditions plus avantageuses. Le nombre restreint de touristes facilite également le contact avec les locaux. Plus que de simples touristes, les hôtes de ces séjours sont en effet invités à jeter un coup d'œil « derrière les coulisses », en prêtant main-forte aux agriculteurs de montagne, dans la boulangerie du village ou à la ferme.

Ce type de séjour peut durer entre deux semaines et trois mois. Pour les opérateurs de la plateforme, cela implique des défis inhabituels : comment donner du sens à un tel séjour au quotidien, faciliter les rencontres et procurer aux hôtes le sentiment d'appartenir à la communauté locale ? C'est là qu'entre en jeu le réseau composé d'ambassadeurs et ambassadrices expérimentés et de locaux ouverts et accueillants.

Le projet de Gerlinde Zuber a vu le jour en 2017 dans le cadre du concours Générateur d'innovation soutenu par Innotour, dont il a été l'un des lauréats. La version pilote a été lancée en 2019 – toujours grâce au soutien d'Innotour – et s'est achevée avec succès en été 2022, malgré les imprévus liés à la pandémie. Le projet est actuellement en phase initiale.



Marietta Kobald

Le projet Alpine Sabbatical entend faciliter le contact entre les visiteurs et les locaux grâce à des thèmes comme l'artisanat, la nature, la pleine conscience et la spiritualité.

PANORAMA

Atout

Le projet Alpine Sabbatical a pour objectif de continuer à développer un service durable et viable, à professionnaliser les processus et à créer des partenariats et des alliances. En outre, il est prévu de l'étendre à d'autres régions de montagne suisses.

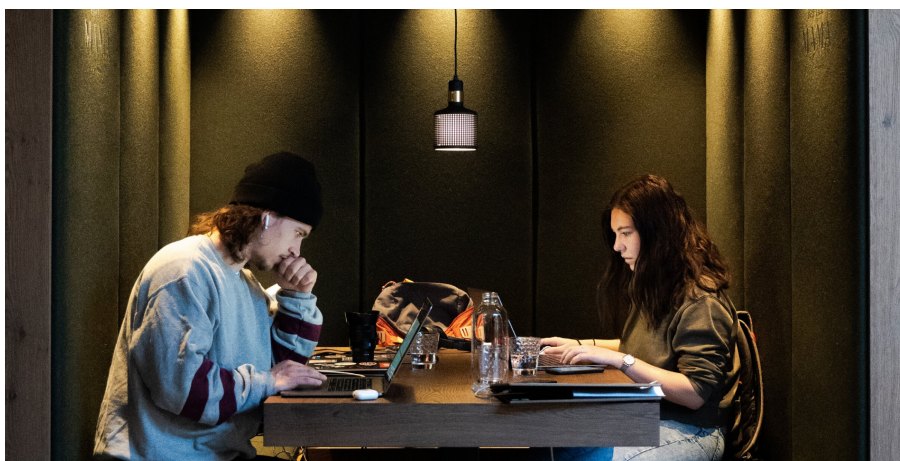
Contact

Gerlinde Zuber, initiatrice d'Alpine Sabbatical
gerlinde.zuber@alpinesabbatical.ch

COWORKING ET COLIVING

DES IDÉES NOVATRICES AU CŒUR DES ALPES

Le projet PuraWorka a permis à l'hôtel des Vignes de Sion et ZerMama Zermatt de développer des espaces dédiés aux personnes et entreprises pouvant travailler à distance. Il a aussi donné lieu à des offres inédites.



Parfaitement adapté aux besoins des travailleurs, l'espace de coworking de l'hôtel ZerMama Zermatt allie modernité et ambiance chaleureuse.

Neil Beecroft, fondateur de PuraWorka, Sandrine Julen, directrice de l'hôtel ZerMama Zermatt et Daniel Leuenberger, directeur de l'hôtel des Vignes à Sion

Encourager le nomadisme professionnel en multipliant les lieux de travail dans les destinations touristiques de Suisse: ce sont les ambitions du projet PuraWorka, soutenu par Innotour. En partenariat avec l'hôtel ZerMama Zermatt et l'hôtel des Vignes à Sion, la start-up valaisanne a misé sur la création d'espaces de coworking et de coliving d'un genre nouveau, dont l'emplacement et les infrastructures permettent aux utilisateurs d'allier vie professionnelle et détente en pleine nature.

Fin 2019, l'hôtel familial ZerMama Zermatt ouvre le tout premier espace de coworking de la station alpine. Réalisé en parallèle de travaux de modernisation, l'endroit a été pensé pour garantir une ambiance paisible et chaleureuse. Vingt places de travail équipées d'une connexion Wi-fi et un coin café ont ainsi été intégrés à l'hôtel alpin, située à une minute à pied du départ de Sune-gga. La cave à vin peut également se

transformer en salle de réunion ou d'événements professionnels. Selon la directrice de l'hôtel Sandrine Julen, cette démarche contribue à diversifier l'offre hôtelière non seulement à Zermatt, mais aussi en Suisse.

Concept apparu récemment, le coliving consiste pour les hôtes à vivre en communauté au sein d'un logement partagé durant une semaine ou plusieurs mois. Directeur de l'hôtel des Vignes à Sion, Daniel Leuenberger propose aujourd'hui, au sein même de son établissement, des appartements sur ce modèle, adaptés au milieu de l'hôtellerie. Afin de promouvoir l'œnotourisme, le Valaisan d'adoption a également imaginé une formule de coworking au milieu des vignes afin d'attirer les start-up touristiques, les indépendants et les étudiants. L'accès à cet espace de travail flexible est également inclus dans le prix du séjour des résidents de l'hôtel, qui peuvent en profiter à tout moment.

S'ASSOCIER POUR INNOVER

Portées par la digitalisation, les habitudes professionnelles évoluent vers toujours plus de flexibilité et redéfinissent les métiers de l'hôtellerie. Afin



Puraworka

de générer des idées novatrices et de renforcer les compétences digitales des acteurs locaux, les partenaires ont créé des «hubs numériques» destinés à favoriser les échanges de savoirs et les synergies. Une collaboration inédite entre le Haut- et le Bas-Valais.

PuraWorka entend désormais étendre le concept à d'autres destinations alpines suisses, en misant notamment sur le bleisure – contraction des termes «business» et «loisir» – qui consiste à combiner déplacements professionnels et temps libre.

PANORAMA

Atout

Grâce à la mise en place d'offres attrayantes destinées aux clients qui voyagent durant les périodes creuses, le projet PuraWorka développe le tourisme «4 saisons».

Contact

Neil Beecroft, fondateur de PuraWorka
neil@puraworka.com

Sandrine Julen, directrice de l'hôtel ZerMama Zermatt
sandrine@julengroup.ch

Daniel Leuenberger, directeur de l'hôtel des Vignes
daniel.leuenberger@hoteldesvignes.ch

FUTUR INNOVANT

TRANSFORMER L'HÔTELLERIE D'AFFAIRES

Le rapport «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» met à disposition de la branche des stratégies de relance pour répondre aux défis actuels.



ISTOCK

Le projet «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» a permis d'identifier quatre points déterminant afin d'aider les hôteliers à se repositionner.

Alain Becker, directeur de l'Association romande des hôteliers (ARH)

Autrefois simples lieux d'hébergements, les hôtels ont adopté ces dernières années de nouvelles technologies afin de s'adapter au mode de vie actuel. Beaucoup d'entre eux proposent désormais un éventail de services jusqu'alors considérés comme accessoires, du restaurant à la visite organisée, en passant par l'espace bien-être.

Mise à rude épreuve durant la pandémie, l'hôtellerie urbaine doit cependant continuer de se réinventer et imaginer de nouveaux modèles économiques afin de rester compétitive. Ce secteur doit notamment pallier la raréfaction de la clientèle d'affaires, diminuée en raison de la généralisation du télétravail et de

la baisse du nombre d'événements et de déplacements professionnels.

Initié en 2020 et soutenu par Innotour, le projet «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» a permis de mener une réflexion globale à propos des difficultés que rencontre la branche. Les porteurs du projet, l'Association romande des hôteliers (ARH), l'École Hôtelière de Lausanne (EHL) et la HES-SO Valais-Wallis ont présenté dans un rapport publié fin mai 2022 des solutions concrètes afin d'aider les hôteliers à se repositionner et à générer de nouvelles sources de revenus.

QUATRE CHAMPS D'ACTION

Les partenaires ont réuni des acteurs de l'hôtellerie d'horizons divers lors de plusieurs workshops. Ces rencontres ont permis d'identifier quatre points déter-

minant : l'accueil des locataires, le lieu de travail et le fait de considérer l'hôtel comme un «noyau social» ou encore comme une destination à part entière.

L'hôtel peut présenter une plus grande flexibilité dans ses offres, en proposant par exemple à ses résidents des chambres ou logements indépendants, pour les accueillir à long terme. L'établissement peut aussi prévoir des espaces de travail disposant du matériel nécessaire aux personnes sans bureau privé ou en télétravail, avec des chambres transformées en bureaux de jour ou en espaces de coworking.

MISE À RUDE ÉPREUVE DURANT LA PANDÉMIE, L'HÔTELLERIE URBAINE DOIT IMAGINER DE NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES AFIN DE RESTER COMPÉTITIVE.

Envisagé comme un «noyau social», l'hôtel vise à renforcer les interactions en devenant un lieu d'accueil pour la population locale. Cette démarche lui permet d'accroître sa visibilité et de se diversifier pour générer des revenus supplémentaires. Enfin, l'hôtel peut se distinguer grâce à des offres «bien-être» ou de rétablissement, avec des expériences ou des événements spécifiques aux patients. Il peut aussi cibler une clientèle peu valorisée jusqu'ici : les familles, en proposant par exemple des chambres familiales, des mini-crèches ou des repas enfant.

PANORAMA

Atout

Publiés sous forme de «playbook» en français, allemand et anglais, les résultats du projet peuvent être téléchargés sur le site : <https://www.futureofbusinesshotels.org/studiesnews>. Ils sont aussi disponibles en format papier à Lausanne, au sein de l'association romande des hôteliers (ARH).

Contact

Alain Becker, directeur de l'Association romande des hôteliers (ARH)
becker@hotellerieromande.ch

OPEN SPACE

TRAVAIL 2.0 : UN ATOUT POUR LES VALLÉES ALPINES

À Adelboden, le Mountain Lab propose d'allier travail et loisirs dans un espace de coworking inédit. La plateforme se veut un point de rencontre et un lieu incontournable du village.

Urs Pfenninger, ancien directeur de Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg



Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg

Le Mountain Lab se veut un espace de travail mais aussi de rencontre.

Comme beaucoup d'autres destinations touristiques ces dernières années, Adelboden a souffert de la baisse des durées moyennes de séjour, d'une utilisation insatisfaisante de ses infrastructures et d'une faible valeur ajoutée. De nombreux jeunes locaux ont quitté le village, et un grand nombre de résidences secondaires est resté peu utilisé. Pour les responsables du tourisme d'Adelboden, la recherche de solutions afin de pallier ces difficultés incluait nécessairement la participation du traditionnel Tourist Center.

Faire de l'office du tourisme un hôte plutôt qu'un simple lieu d'information et de conseil : tel était le credo. En col-

laboration avec d'autres organisations de la branche, le Tourist Center a ainsi travaillé sur plusieurs idées afin de concrétiser cet objectif dans le cadre du projet Innotour Tourist Office 3.0. Certains espaces inutilisés du village ont même pu être intégrés au concept afin d'étoffer l'offre touristique.

COMBINER TRAVAIL ET LOISIRS : UNE MÉGATENDANCE

Développée avec l'entreprise gutundgut, partenaire de réflexion et de mise en œuvre, l'idée du Mountain Lab consiste à mettre à disposition de l'office de tourisme, de l'école de ski, des indépendants locaux et des nomades numériques un espace de travail partagé, qui permette de conjuguer travail et loisirs à travers une approche originale.

Grâce à des partenaires locaux et extérieurs, le Mountain Lab est devenu plus qu'un espace de coworking classique. D'autres services externes tels que des salles de conférence et de séminaire – reliées à la plateforme via la fibre optique – ont également été mis en place, parallèlement à des offres d'hébergement adaptées (« coliving ») en hôtellerie et parahôtellerie.

EXPÉRIENCES ET DÉFIS

La multiplication des nouvelles formes de travail depuis l'ouverture du Moun-

tain Lab à l'été 2019 a eu un effet positif sur les nouveautés proposées par la plateforme. De plus, la hausse de la demande de séjours longue durée à la montagne – dans le sillage de la pandémie – a également eu des répercussions favorables.

Avec le Mountain Lab, Adelboden dispose désormais d'un lieu qui propose des espaces de réunion et de rencontre très prisés. Il ne faut toutefois pas sous-estimer la complexité de la gestion d'une telle plateforme. La création d'une communauté et d'offres attrayantes reste une tâche exigeante qui demande beaucoup de savoir-faire dans les relations avec les publics cibles.

PANORAMA

Atout

Une communauté passionnante de visiteurs locaux et extérieurs a vu le jour grâce au Mountain Lab d'Adelboden.

Contact

Urs Pfenninger, ancien directeur de Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg
urspfenninger@hotmail.com
www.upfenninger.ch

AUTRES IMPULSIONS :
TOUS LES PROJETS
INNOTOUR SOUS
www.seco.admin.ch/innotour

Adresse

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO
Politique du tourisme, Innotour
Holzikofenweg 36
3003 Berne
tourismus@seco.admin.ch



Contact

Christoph Schlumpf
Chef de programme Innotour
christoph.schlumpf@seco.admin.ch
058 462 27 15



Contact

Mireille Corger-Lattion
Cheffe suppléante de programme
Innotour
mireille.corger@seco.admin.ch
058 463 40 21



Contact

Lea Pirovino
Collaboratrice scientifique
lea.pirovino@seco.admin.ch
058 463 47 74