



Thème principal: le savoir au service du tourisme

Axe politique

1 | Savoir plus pour
pouvoir plus

Développement du savoir

3 | Projection grand
angle

4 | Compléter la vue
d'ensemble

6 | De nouvelles pistes
de financement

Bonnes pratiques

7 | La Suisse est compétitive

8 | Le tourisme durable:
comment ça marche?

Check-in



Chère lectrice,
Cher lecteur,

Il ne se passe guère
un seul jour sans que
l'on entende parler
des défis auxquels
le tourisme suisse
est confronté.

Certes, les chiffres définitifs de la saison d'hiver 2015/2016 ne sont pas encore disponibles, mais il y a fort à parier qu'ils seront peu réjouissants pour de nombreuses destinations de vacances des régions alpines. Reste à espérer que nous avons enfin touché le fond et que la demande repartira à la hausse d'ici à l'été prochain.

La Confédération reste attentive à l'évolution de la situation. Au moyen de multiples mesures, nous aidons le tourisme à relever les défis qui sont les siens. Et à cet égard, un rôle capital revient au développement et à la diffusion du savoir. Ces deux éléments sont au cœur d'une série de programmes et de projets de la politique touristique, dont le présent numéro d'Insight se propose de vous présenter quelques exemples sélectionnés.

Je souhaite profiter de l'occasion pour vous informer d'un changement à la tête d'Innotour. Davide Codoni, responsable pendant de longues années des programmes estampillés Innotour, a quitté le SECO en mars 2016, et je tiens ici à lui adresser de chaleureux remerciements pour son immense travail. La direction des programmes Innotour est assurée depuis avril 2016 par Christoph Schlumpf, en qui je salue une personnalité de grande compétence. Tous mes vœux de succès l'accompagnent.

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

Axe politique: la politique du tourisme pour 2016–2019

Savoir plus pour pouvoir plus

Statistiques, analyses de tendances, prévisions et bons exemples à l'appui, le programme de mise en œuvre de la politique du tourisme 2016–2019 fait une fois encore la part belle au développement et à la diffusion du savoir. La Confédération souhaite ainsi renforcer la compétitivité du tourisme suisse.

Ueli Grob, SECO

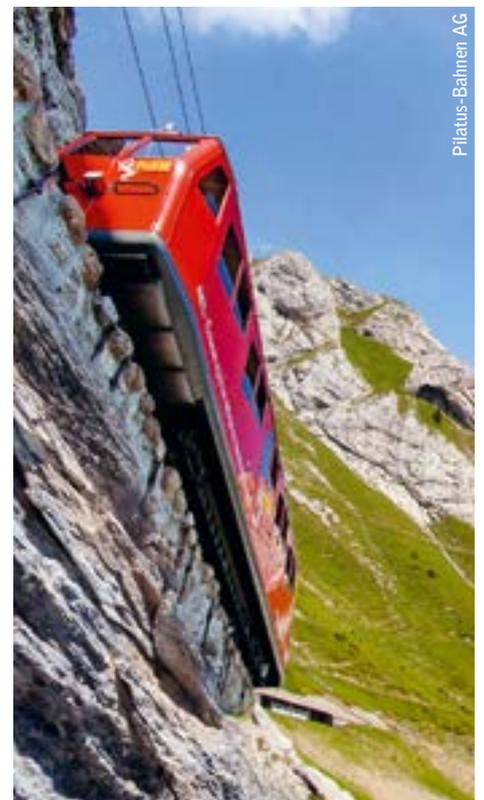
La Stratégie de croissance pour la place touristique suisse donne son orientation à la politique fédérale du tourisme, qui ambitionne d'optimiser les conditions-cadre du tourisme pour faire face aux défis auxquels le secteur est confronté. La mise en œuvre de la politique du tourisme repose sur des programmes quadriennaux.

Au printemps 2016, le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) a présenté le deuxième programme de mise en œuvre. Fort de 21 projets centraux, il définit les priorités de la politique touristique pour les quatre années à venir.

Dans le premier programme de mise en œuvre, le développement et la diffusion du savoir tenaient déjà une place capitale. Cette option est résolument confirmée aujourd'hui, tant il est vrai que la connaissance est une pièce maîtresse de la compétitivité du tourisme.

Statistiques touristiques complètes

Pour pouvoir donner de bonnes orientations au tourisme, il faut une excellente connaissance de la situation actuelle et des tendances naissantes. La mise en place des éléments fondamentaux de la politique du tourisme et l'affinement des statis- ▶▶



Pilatusbahnen AG

Le trafic passagers contribue à raison de 25% à la valeur ajoutée du secteur touristique. Ce chiffre émane du compte satellite du tourisme qui compte parmi les statistiques essentielles de la branche.

Axe politique: la politique du tourisme pour 2016–2019

► tiques dans ce domaine y contribueront grandement dans les années à venir.

Les documents de base de la politique du tourisme désignent et ciblent d'importantes interactions et tendances en fonction des besoins. Pour les quatre années à venir, les sujets prioritaires seront très probablement la numérisation de l'économie et ses répercussions sur le tourisme, le marché du travail du secteur touristique et le réservoir de main-d'œuvre qualifiée, les défis posés par la législation sur les résidences secondaires, enfin l'adaptation des activités touristiques au changement climatique.

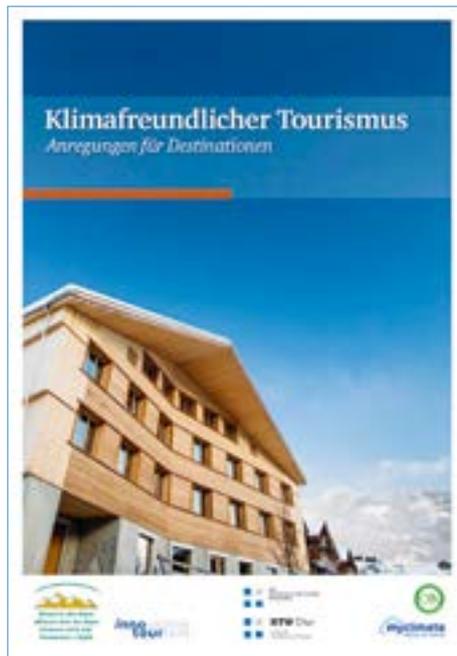
Disposer de statistiques actualisées et de qualité est une condition sine qua non de l'essor du tourisme. En font partie le compte satellite du tourisme ainsi que les statistiques de l'hébergement et de la parahôtellerie (p. 4). Toutes ces statistiques revêtent une importance stratégique. Le SECO s'emploie à poursuivre et à développer ce travail statistique. S'y ajoutent les prévisions touristiques de conception nouvelle (p. 3), qui resteront l'une des tâches majeures de la politique fédérale du tourisme, ainsi que le programme de benchmarking international du tourisme suisse (p. 7).

Une large communication

Au moins aussi importante que le développement du savoir est la diffusion de ce savoir. Les interactions et tendances sont certes connues, mais en général, elles le sont uniquement d'un public spécialisé. Pour y remédier, la politique fédérale du tourisme mise sur une communication active et sur des échanges plus approfondis au sein du FTS, le Forum Tourisme Suisse (p. 6).

Un moyen de communication essentiel est la newsletter du SECO, qui informe trois fois par année sur les thèmes à l'ordre du jour de la politique touristique suisse, communique des informations importantes en lien avec le tourisme émanant d'autres offices de la Confédé-

où en est l'hôtellerie en matière de développement durable et comment a-t-elle progressé sur ce plan ces dernières années? Paru en mai 2016, le deuxième rapport de monitoring d'hôtelleriesuisse a répondu en détail à ces questions. Ce travail a été soutenu financièrement par Innotour, www.hotelleriesuisse.ch (Services/Développement durable).



ration et renseigne sur les dernières tendances et solutions qui animent la politique touristique au plan international. Le SECO publie en outre la newsletter d'Innotour, ainsi que des fiches d'information présentant des projets Innotour couronnés de succès.

En 2012, le SECO a convoqué pour la première fois le FTS, qui est partie prenante de la stratégie de croissance de la Confédération. Ce forum a depuis lors confirmé son rôle de plateforme d'échanges sur les questions stratégiques de la politique du tourisme. En 2015, il a été placé sous le patronage de la Conférence des chefs des départements cantonaux de l'économie

Le projet «Protection du climat – ici et maintenant» soutenu par Innotour (Insight 12/2014) s'est achevé avec succès en 2015. Une brochure (en allemand) informe les responsables des destinations sur les possibilités et les limites du tourisme respectueux du climat, www.sab.ch (Prestations/Management d'organisations et de réseaux/Le réseau Alliance dans les Alpes/Documents).

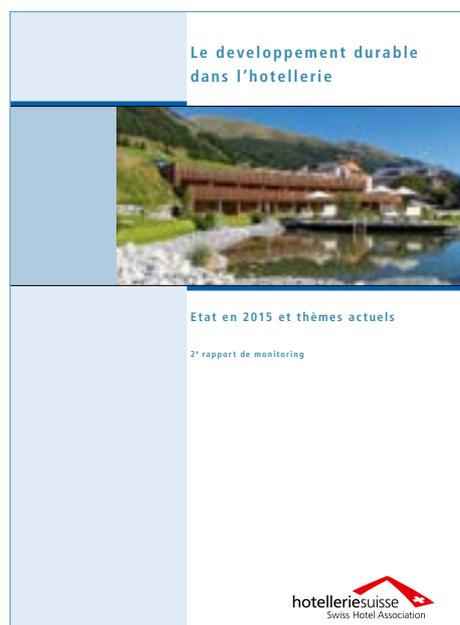
publique et de la Fédération suisse du tourisme. La branche peut ainsi débattre de ses problèmes sur une base plus large.

Aides financières supplémentaires

Le programme d'impulsion 2016–2019 insiste, lui aussi, sur le développement et la diffusion du savoir (Insight 15/2015). Par le biais d'Innotour et dans le cadre de la nouvelle politique régionale (NPR), la Confédération met à disposition 210 millions de francs de ressources supplémentaires jusqu'en 2019. Le but du programme d'impulsion est de mieux accompagner et soutenir le tourisme. Il met l'accent sur les réponses à apporter aux défis liés à la force du franc et à la législation sur les résidences secondaires. Pour pouvoir relever ces défis, de nouveaux modèles d'affaires et de financement s'imposent dans le tourisme alpin (p. 6). Les analyses et recommandations présentées dans le cadre du programme d'impulsion doivent servir de matériau de base pour des projets prometteurs.

Informations

www.seco.admin.ch/tourisme



Les mesures en un coup d'œil

Développement du savoir

- Elaboration de bases, de statistiques et de prévisions de politique touristique en vue de mettre en évidence les différentes interactions et tendances
- Thèmes prioritaires à envisager: numérisation, marché du travail, législation sur les résidences secondaires, changement climatique

Diffusion du savoir

- Divers instruments de communication: newsletter touristique, newsletter Insight, fiches de bonnes pratiques sur les projets Innotour, sites internet
- Forum Tourisme Suisse

Développement du savoir: prévisions touristiques du KOF

Projection grand angle

Depuis un an, le Centre d'études conjoncturelles de l'EPFZ (KOF) réalise pour le compte du SECO des prévisions de conception nouvelle sur le tourisme suisse, qui incorporent pour la première fois les nuitées des principaux pays émetteurs.

Florian Hälg, KOF

Les prévisions touristiques s'appuient sur les prévisions du KOF pour le développement de l'économie indigène et de l'économie extérieure. Désormais, les prévisions portent aussi sur les nuitées des principaux pays émetteurs, qui sont, la Suisse mise à part, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, les Etats-Unis, la France et l'Italie. Quels sont les facteurs qui déterminent l'évolution des nuitées? Au nombre des plus importants figurent la consommation des ménages dans le pays émetteur ainsi que les prix relatifs, à commencer par le cours de change. D'autres éléments pèsent sur la demande, notamment les facteurs saisonniers et extraordinaires, une période de canicule ou de mauvaises conditions d'enneigement dans la saison d'hiver par exemple.

Jusqu'ici, le KOF établissait des prévisions des nuitées pour les régions alpines, les régions urbaines et les autres régions. Avec la nouvelle méthode, on dispose désormais aussi de projections pour les grandes régions touristiques (Oberland



Combien de touristes en hôtel – et de quels marchés émetteurs – escompte-t-on en Suisse à l'avenir? Les prévisions KOF exposent les perspectives en la matière.

bernois, Grisons, Tessin, Valais, Pays de Vaud et Suisse centrale).

Les nuitées hôtelières constituent l'indicateur clé de la demande touristique globale. Elles sont au cœur des prévisions, bien qu'elles ne représentent qu'un quart de la valeur ajoutée globale du secteur touristique. De plus, elles présentent l'avantage de reposer sur une vaste base de données qui permet des calculs détaillés.

Evolution des dépenses

Les prévisions touristiques du KOF couvrent aussi la dimension monétaire. L'institut procède en effet à une analyse et à un pronostic de la demande touristique globale et – après déduction des prestations intermédiaires – de la valeur ajoutée brute. La demande touristique globale comprend les dépenses des Suisses et des étrangers.

Les dépenses des Suisses se composent des voyages avec nuitées, des voyages d'une journée et d'une rubrique divers. Pour le premier élément, ce sont les nuitées en hôtel qui sont déterminantes. Pour les voyages d'une journée, le KOF fonde ses prévisions et son analyse sur le relevé de l'Office fédéral de la statistique (OFS) concernant les habitudes des Suisses en matière de voyages. Les dépenses des étrangers sont saisies dans les chiffres trimestriels de la balance touristique que l'OFS établit depuis 40 ans.

Thèmes spécifiques sous la loupe

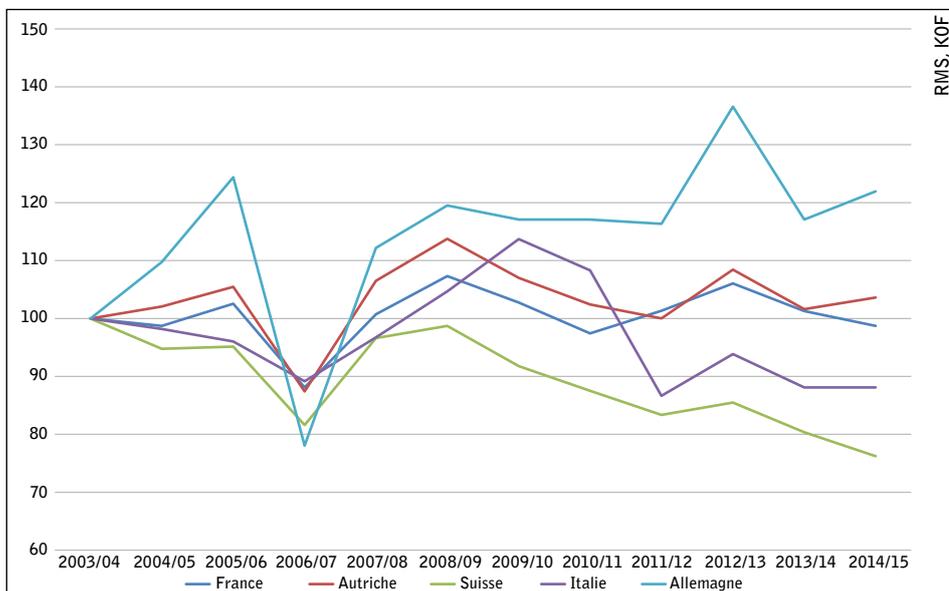
Dorénavant, les prévisions touristiques semestrielles traitent chaque fois d'un thème spécifique. L'édition du mois de mai 2015 a mis en lumière la corrélation entre nuitées et cours de change. C'est la première fois qu'on examinait comment la demande varie dans les différentes catégories d'hôtel, ce qui permet des conclusions sur la manière dont les différentes classes de revenus réagissent aux fluctuations du taux de change.

L'édition d'octobre 2015 a pris sous la loupe le tourisme d'hiver en se focalisant sur les remontées mécaniques (v. graphique). Sachant que les transports représentent avec l'hébergement et la restauration un important sous-domaine du tourisme, des prévisions sur les remontées mécaniques seront désormais publiées chaque année en automne.

Le thème spécifique de fin mai 2016 est consacré à la demande touristique des Suisses.

Informations

Les nouvelles prévisions touristiques sont disponibles à partir de fin mai 2016 sur: www.kof.ethz.ch (Prévisions/KOF-Prévisions pour le tourisme)



Thème spécifique: Tourisme d'hiver – premiers passages aux remontées mécaniques durant la saison hivernale depuis 2003/2004. La Suisse a perdu des parts de marché.

Développement du savoir: statistiques touristiques



La parahôtellerie revêt une importance capitale pour le tourisme suisse. En été 2016, la nouvelle statistique de la parahôtellerie (PASTA) livrera les premières données complètes, comparables avec les chiffres de l'hôtellerie.

Compléter la vue d'ensemble

Pour soutenir le secteur touristique dans ses décisions, l'OFS a lancé deux projets avec le soutien du SECO: le projet statistique de la parahôtellerie et le projet sur les investissements touristiques.

Yves Strauss, OFS

Depuis plus de 80 ans, la statistique de l'hébergement touristique offre des données détaillées sur l'état et la fréquentation des infrastructures touristiques en Suisse (graphique 1). En 1989, afin d'enrichir l'offre statistique dans le secteur touristique, l'Office fédéral de la statistique (OFS) a lancé l'enquête sur le comportement en matière de voyages de la population résidente suisse. Elle fournit depuis régulièrement de nombreuses informations telles que les dépenses pour des voyages privés (graphique 2), le mode de transport utilisé ou encore le mode d'organisation du voyage. Dernier né de cette «famille», le compte satellite du tourisme (CST) a été développé en 2008 dans le but de répondre à une demande croissante d'informations statistiques relatives aux aspects monétaires du secteur touristique. Fruit de la collaboration entre l'OFS et le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO), le CST et ses indicateurs représentent la statistique de synthèse de base pour mesurer l'impact économique du tourisme (graphique 3).

Malgré cette offre, il n'était jusqu'ici pas possible d'avoir une vision complète de

l'hébergement touristique en Suisse en raison de l'absence d'une statistique complète sur la parahôtellerie. De même, un reflet plus précis des aspects monétaires est devenu nécessaire pour soutenir le secteur touristique dans ses décisions, plus spécifiquement dans le domaine des investissements. Pour couvrir ces besoins, l'OFS a donc lancé deux projets avec le soutien du SECO: le projet PASTA (statistique de la parahôtellerie) et le projet sur les investissements touristiques. Ces deux statistiques livreront des données chiffrées encore plus précises du secteur touristique en Suisse.



La nouvelle télécabine qui mène au Weissenstein. Au moyen d'une nouvelle statistique, l'OFS entend saisir l'ensemble des investissements opérés dans le tourisme suisse.

Statistique de la parahôtellerie

Pour compléter les informations sur l'hébergement touristique, l'OFS a lancé en 2010 le projet sur la statistique de la parahôtellerie portant sur les logements de vacances exploités commercialement ainsi que les hébergements collectifs. Les travaux ont été menés en étroite collaboration avec les acteurs touristiques, et le soutien d'Innotour a été primordial dans sa réussite.

La première étape de ce projet a eu comme objectif d'établir les fondements de la future statistique, à savoir le recensement de l'ensemble des logements de vacances exploités commercialement et des hébergements collectifs en Suisse. Sa réalisation a été rendue possible grâce à une collaboration rapprochée entre l'OFS, les communes, les organisations touristiques et les principaux opérateurs (sites de réservations, agences de location, etc.) actifs dans le secteur de la parahôtellerie.

En s'appuyant sur cette base solide, une enquête pilote sur la fréquentation a été réalisée en 2015 (Insight 14/2015). Cet exercice a permis de réduire la charge de travail pour de nombreux répondants par l'utilisation de sources indirectes d'informations (registres d'opérateurs par exemple) et de consolider les processus développés. Forte de ces expériences positives, l'enquête officielle a démarré au printemps 2016, et la publication des premiers résultats aura lieu cet été. Par la suite, les résultats seront publiés à un rythme trimestriel. Ils permet-

Développement du savoir: statistiques touristiques

tront non seulement d'obtenir une image chiffrée du secteur de la parahôtellerie, mais également d'avoir une vue complète de l'ensemble du secteur de l'hébergement touristique, grâce à la comparabilité de ces données avec celles de l'hôtellerie.

Le but principal du projet PASTA consiste à couvrir les besoins en informations nationaux et internationaux dans le secteur de la parahôtellerie. Toutefois, les besoins plus spécifiques, comme un niveau de régionalisation des résultats plus détaillé, seront également pris en compte. Les acteurs intéressés externes à l'OFS ont été invités à participer à un groupe de travail dès 2015, dont l'objectif est d'inclure leurs éventuels besoins spécifiques dans l'enquête à partir de 2017, contre financement.

Statistique des investissements

L'objectif de ce projet, soutenu financièrement par Innotour, est de compléter l'information sur les dépenses touristiques. Conceptuellement liés au CST, les investissements touristiques doivent être cohérents avec ceux présentés dans la comptabilité nationale.

Une étude de faisabilité actuellement en cours a justement pour priorité d'analyser le potentiel des sources utilisées dans la comptabilité nationale (p. ex. la statistique de la construction de l'OFS) pour déterminer les investissements touristiques. En parallèle, l'utilisation d'autres sources est aussi analysée pour compléter les informations des comptes nationaux.

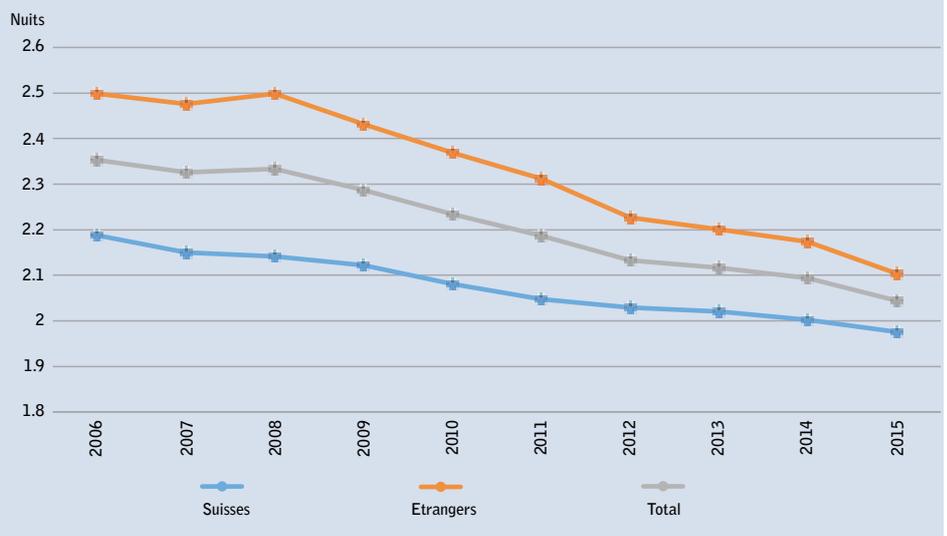
Il est important de souligner qu'une statistique sur les investissements touristiques revêt encore un caractère expérimental au niveau international. De fait, les quelques pays qui la publient le font en général sous une forme très agrégée, cela en raison des données à disposition qui ne sont pas toujours adaptées à une telle statistique.

Pour ce qui est de la Suisse, il est à préciser que la volonté n'est pas seulement de mettre en œuvre une statistique des investissements touristiques conforme aux standards internationaux, l'OFS veut également prendre en compte les besoins des futurs utilisateurs nationaux. Dès lors, il est important de connaître leurs besoins afin d'orienter le contenu de la future statistique sur des informations qui leur serviront. Dans ce cadre, une rencontre est prévue avec les acteurs touristiques avant l'été 2016.

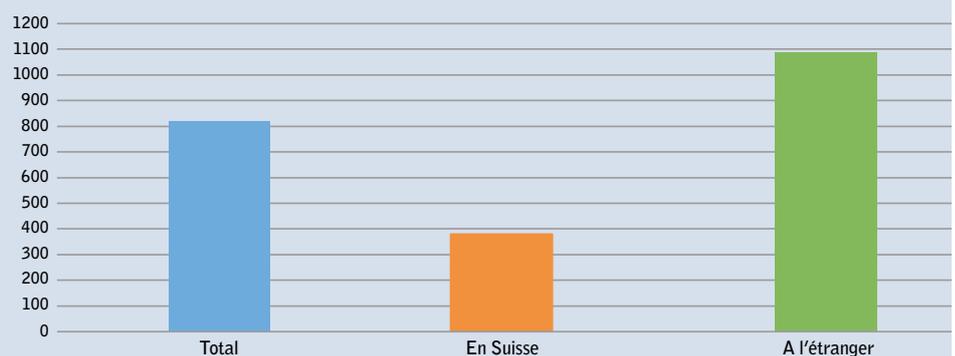
Informations

www.tourisme.bfs.admin.ch

Graphique 1: Evolution de la durée de séjour dans les hôtels et établissements de cure, 2006–2015



Graphique 2: Dépenses¹ en CHF par personne et par voyage pour les voyages privés² avec nuitées; année 2014



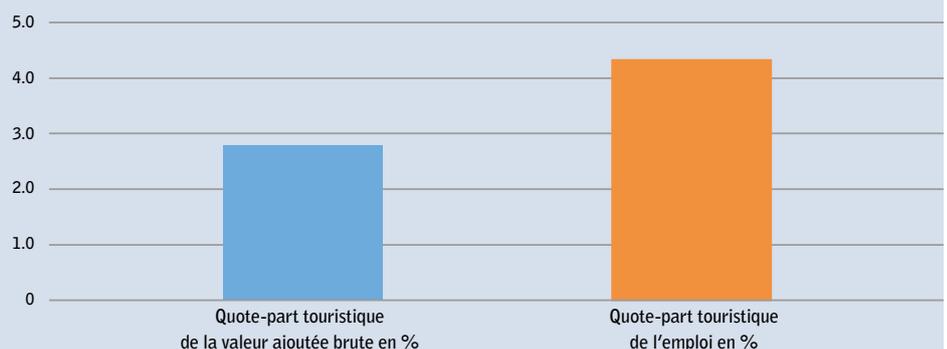
¹ Dépenses moyennes pour le logement, les repas et boissons, le transport et les autres dépenses.

² Les voyages professionnels n'ont pas été considérés dans l'analyse des coûts de voyage, car ils sont généralement financés par l'employeur.

Base: 3935 voyages avec nuitées

Population résidante suisse de 6 ans et plus : 7 374 090 personnes

Graphique 3: Quote-part touristique de la valeur ajoutée brute et de l'emploi en 2014*



* Valeurs provisoires

Développement du savoir: Forum Tourisme Suisse 2015

De nouvelles pistes de financement

A l'occasion du Forum Tourisme Suisse 2015, le SECO a présenté des modèles de financement innovants pour des projets touristiques. Une chose est ressortie clairement des débats: entreprises, communes et propriétaires de logements sont appelés à collaborer plus étroitement.

Sarah Schmid et Peder Plaz, BHP – Hanser und Partner AG

Les restrictions posées à la construction de résidences secondaires et la faiblesse de l'euro par rapport au franc ont entamé la compétitivité du tourisme suisse. Conséquence: bien des projets ne peuvent plus être financés selon les schémas classiques.

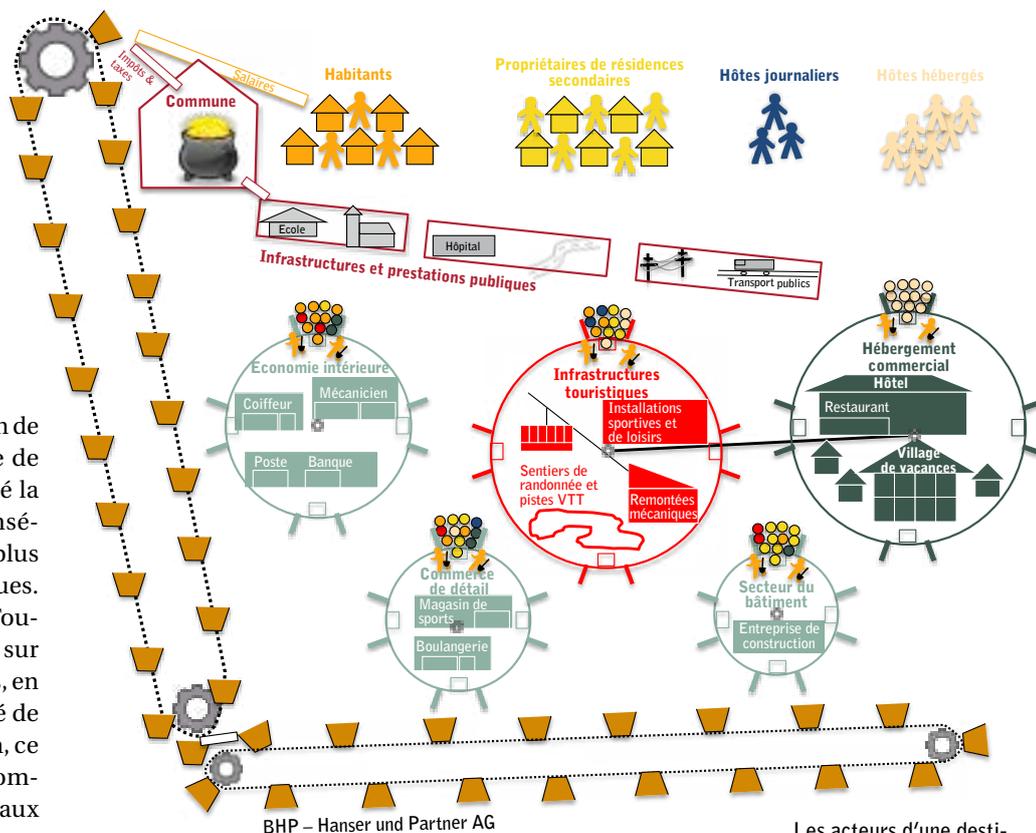
Dans la perspective du Forum Tourisme Suisse 2015, le SECO s'est penché sur le financement des projets touristiques, en a identifié les difficultés et a recherché de nouvelles solutions. Au cours du forum, ce sont les approches relatives à la recommercialisation par la verticalisation et aux modèles résidentiels qui ont retenu toute l'attention. Ces deux modèles semblent particulièrement prometteurs et feront l'objet d'un examen plus approfondi.

Approche 1: verticalisation

Pour gagner en compétitivité, les destinations doivent impérativement accorder leurs offres aux besoins des clients. Au fond, l'hôte d'aujourd'hui attend une palette de prestations cohérentes à des prix abordables.

Pour créer ces palettes de prestations, tous les prestataires touristiques d'une destination doivent unir leurs forces et coopérer pour proposer des offres tout-en-un. Il faut donc une intégration verticale tout au long de la chaîne de création de valeur, qui permet d'agrandir la marge d'action des entreprises touristiques et d'améliorer leur compétitivité, et qui aide la destination à opérer une sorte de recommercialisation.

C'est pourquoi la politique touristique devrait soutenir les destinations qui prévoient de verticaliser leurs structures et leurs offres. Les communes, par exemple, peuvent faciliter l'usage mixte des sites. La Confédération et les cantons, pour leur part, peuvent cofinancer des projets au



moyen de leurs instruments promotionnels (nouvelle politique régionale, Société suisse de crédit hôtelier, Innotour).

Approche 2: modèles résidentiels

Les infrastructures touristiques, notamment les remontées mécaniques et les bains thermaux, sont les moteurs économiques de nombreuses destinations. Mais avec la baisse de fréquentation et la hausse des coûts d'investissement, celles-ci peinent toujours plus à financer les investissements nécessaires par le cash-flow.

Lorsque les recettes ne suffisent plus à assurer l'exploitation et l'entretien des infrastructures touristiques, les propriétaires de logements (indigènes et propriétaires de résidences secondaires) devraient être associés dans une plus large mesure au financement (Insight 15/2015). L'approche serait d'ailleurs dans leur propre intérêt, sachant que dans une destination, il existe une corrélation directe entre la valeur des immeubles et la qualité de l'infrastructure touristique.

A ce jour, ces acteurs n'ont pas pris la mesure de ces corrélations, d'où leur vi-

Les acteurs d'une destination sont tributaires les uns des autres. Dès lors, ils devraient tous contribuer au financement de l'infrastructure touristique.

goureuse résistance à ces modèles résidentiels. Des projets de recherche s'attachent maintenant à examiner plus avant l'utilité de tels modèles pour entamer un dialogue objectif avec les propriétaires de logements. Le SECO soutiendra de tels projets par le biais des fonds Innotour.

Sollicitation des acteurs locaux

Les débats menés dans le cadre du Forum Tourisme Suisse 2015 ont mis une chose en évidence: les destinations disposent de plusieurs options pour continuer à financer leurs infrastructures. Verticalisation ou modèles résidentiels, dans un cas comme dans l'autre, la solution passe nécessairement par une collaboration plus étroite entre les différents acteurs.

Informations

www.forumtourismesuisse.ch

Bonnes pratiques: programme de benchmarking international du tourisme

La Suisse est compétitive

En 2013 et 2014, le tourisme suisse a repris quelques parts de marché à ses concurrents. Sur le plan de la qualité du personnel, il se classe avantageusement. C'est la question des coûts qui lui cause le plus de soucis.

Natalia Held, BAK Basel Economics

Le programme de benchmarking international du tourisme suisse compare la compétitivité de quelque 270 destinations de l'Arc alpin. Frappé par la crise économique de 2008 et par l'appréciation du franc entre 2009 et 2011, le tourisme suisse a traversé une période difficile. Mais un renversement de tendance s'est opéré en 2013 et 2014, où il a modestement repris des parts de marché sur ses voisins (graphique 1).

Coûts élevés

L'enquête montre cependant aussi que le tourisme suisse a toujours un problème de compétitivité-prix. Le différentiel dont il souffre est principalement lié aux coûts élevés des prestations préalables et du travail. En 2014, dans les pays voisins, les prix de l'hôtellerie-restauration étaient inférieurs de 30% à ceux de la Suisse (graphique 2). Et en janvier 2015, l'abolition du taux plancher EUR/CHF a encore renchéri le franc. L'espoir de l'hôtellerie-restauration suisse de retrouver une compétitivité-prix plus favorable s'en trouve passablement contrarié.

Une autre faiblesse du tourisme helvétique est l'offre d'hébergement. En Suisse, d'une manière générale, les hôtels sont encore et toujours de plus petite taille que dans l'ensemble de l'Arc alpin, ce qui nuit à la compétitivité-prix. La proportion d'hôtels à quatre ou cinq étoiles est ici

moins forte que dans la Haute-Adige, le Tyrol et le Vorarlberg, d'où une moindre productivité économique. Enfin, plus de la moitié des hôtels suisses ne sont pas classés, signe d'un déficit structurel.

Personnel de qualité

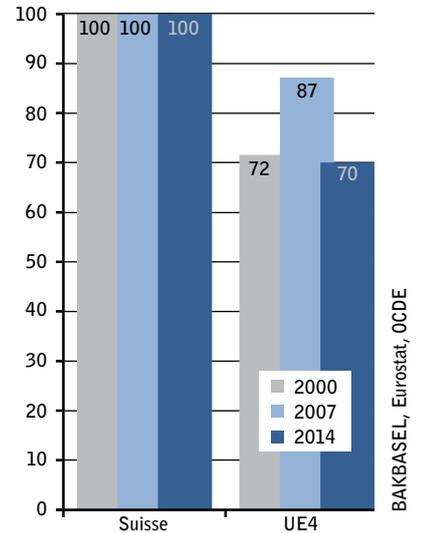
A l'aune de plusieurs autres facteurs, en revanche, le tourisme suisse apparaît compétitif. C'est surtout le cas pour la qualité des ressources humaines. En comparaison internationale, le personnel du secteur touristique possède en Suisse un très bon niveau de formation, et le marché du travail du pays se distingue par sa grande flexibilité. Autres atouts comparatifs: la durabilité environnementale du tourisme helvétique et les infrastructures de transports.

Malgré les points faibles cités plus haut, la compétitivité de notre tourisme est dans l'ensemble réjouissante. Selon le Travel & Tourism Competitiveness Index, la Suisse compte parmi les places touristiques les plus attrayantes au monde.

Un riche instrument d'analyse

Le rapport final du programme de benchmarking contient de nombreuses autres analyses fournissant d'intéressantes indications sur le tourisme suisse. Citons le BAK-TOPINDEX, par exemple, qui recense les destinations les plus prisées de l'Arc alpin. Lucerne occupe la première place parmi les destinations estivales, et Inter-

Graphique 2: Dans l'hôtellerie suisse, les prix sont nettement plus élevés que chez nos quatre voisins (Allemagne, France, Italie et Autriche).

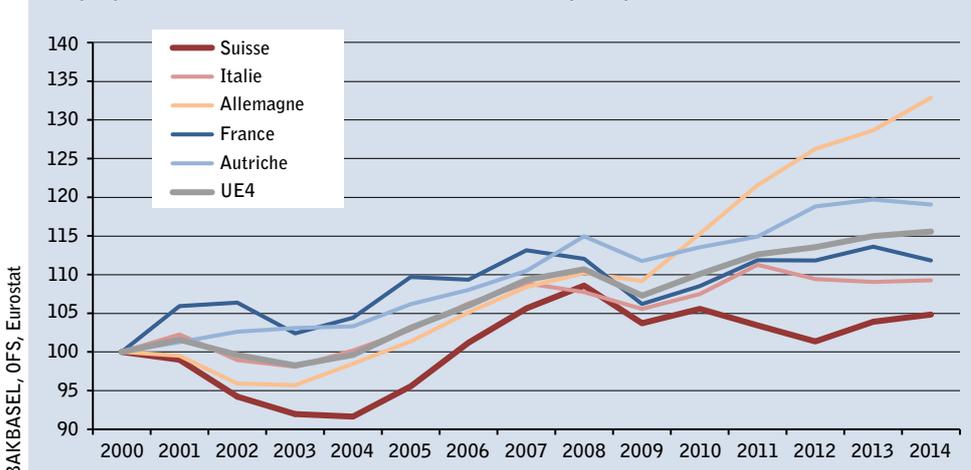


laken à la quatrième. Parmi les stations d'hiver, Zermatt est la plus fréquentée en Suisse et se situe au 14^e rang. Le rapport compare aussi les principales villes suisses à leurs concurrentes étrangères et s'intéresse à l'attractivité des sites suisses d'excursion. BAKBASEL dirige ce projet de recherche sur mandat des principales régions touristiques suisses (Berne, Grisons, Tessin, Vaud, Valais et Suisse centrale). Le projet est soutenu par Innotour.

Informations

www.bakbasel.ch/publikationen/berichte-studien/
(27.1.2016, benchmarking touristique)

Graphique 1: Evolution des nuitées hôtelières dans l'Arc alpin depuis 2000.



Panorama

Atout Innotour

Le programme de benchmarking international fournit au tourisme suisse des bases d'appréciation et de décision factuelles propres à renforcer sa compétitivité.

Durée du projet

Phase du projet 2014-2015

Contact

BAK Basel Economics AG
T. +41 (0)61 279 97 00
info@bakbasel.com
www.bakbasel.com

Bonnes pratiques: un guide à l'usage des destinations

Le tourisme durable: comment ça marche?

Comment les destinations de vacances peuvent-elles se positionner avec des offres écologiques? Un nouveau guide réunit les expériences de cinq destinations.

Urs Wohler, Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM)

Pour assurer leur prospérité sur le long terme, les régions touristiques doivent impérativement prendre en considération les trois piliers du développement durable: l'économie, l'écologie et la dimension sociale. Tous les prestataires touristiques sont appelés à unir leurs efforts pour développer et commercialiser des offres sur la base d'une stratégie durable. Or gérer le développement durable est un gros défi pour les destinations, qui ont peu de moyens d'imposer des contraintes aux prestataires.

Un guide axé sur la pratique

Dans ce contexte, comment atteindre malgré tout l'objectif? Cinq destinations, soit Arosa, Entlebuch, Interlaken, Lucerne et Scuol Samnaun Val Müstair, se sont penchées sur la question dans le cadre d'un projet Innotour mené entre 2013 et 2015 avec le concours de l'Institut d'économie touristique de la Haute école de Lucerne. De cette collaboration est né un

guide à l'usage des organisations et des prestataires touristiques. Comment «vendre» le développement durable? Vous trouverez des réponses à cette question dans le guide «Nachhaltige Tourismusangebote», disponible en allemand seulement.

Conçu de façon systématique, le guide passe en revue les principales étapes à franchir pour développer et commercialiser des offres touristiques durables et retient douze critères de durabilité dans les domaines du management, de l'économie, de l'environnement et de la société.

Il propose de nombreux outils, notamment des fiches d'information, des checklists et des modèles pour aider à la réalisation de certaines étapes. Enfin, plusieurs exemples pratiques portant sur l'organisation d'événements, les offres forfaitaires, les découvertes guidées et d'autres réalisations de l'industrie de l'hébergement viennent compléter ce guide.



Informations

www.hslu.ch/nachhaltige-tourismusangebote

Panorama

Atout Innotour

Les offres durables constituent un atout pour le tourisme suisse. Toutes les régions de la Suisse peuvent tirer parti des expériences réunies par les cinq destinations impliquées.

Durée du projet

De 2013 à 2015

Contact

Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (TESSVM), Scuol
Tél. +41 (0)81 861 88 00
info@engadin.com, www.engadin.com

Contact

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

Christoph Schlumpf,
Chef de programme

Premier contact

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

Informationens utiles

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

- Swiss Kurbits: développement commercial des PME du tourisme, Chambre valaisanne du tourisme, www.tourismevs.ch
- Un tourisme alpin compétitif grâce aux coopérations, Groupement suisse pour les régions de montagne, www.sab.ch/fr
- Développement de l'offre du service de conseil pour la sécurité des activités d'été, Remontées Mécaniques Suisses, www.seilbahnen.org/fr
- DMO X – Lean Destination Management FRIBOURG REGION, Union fribourgeoise du Tourisme, www.fribourgregion.ch
- Réseau 2015 Partner Websites, Office du Tourisme du Canton du Vaud, www.region-du-leman.ch
- Tourisme: innovations, coopérations et garantie de la qualité dans les parcs suisses, Réseau des parcs suisses, www.paerke.ch
- Approfondissement et développement du programme de benchmarking international du tourisme suisse (étape de projet 2016-2017), BAK Basel Economics AG, www.bakbasel.com
- ART-Bisses, Valorisation culturelle et touristique des bisces valaisans, Association des bisces du Valais, www.bisses-suonen.ch