



Check-in



Chère lectrice,
cher lecteur,

Bien des choses se sont dites ou écrites ces derniers mois à propos du franc fort! C'est que la décision de la Banque nationale a pris tout le monde de court et qu'elle constitue une sacrée gageure pour le tourisme suisse.

Depuis le 15 janvier dernier, je me suis souvent fait la réflexion suivante: «Au fond, le message sur la promotion économique 2016-2019 tombe à point nommé. Nous avons choisi la bonne approche!» Car ce ne sont pas les interventions de l'Etat qui font vivre le tourisme, c'est la concurrence. La concurrence l'incite à fournir des prestations d'excellence alors que l'Etat doit veiller à lui assurer le cadre le plus propice à son activité. Avec des programmes d'encouragement, il crée des incitations à innover et à coopérer. La promotion économique de la Confédération va exactement dans ce sens. Au surplus, la Confédération a optimisé les dispositions d'exécution de la Société suisse de crédit hôtelier (SCH), avec à la clé, une politique d'encouragement plus flexible, plus étendue et plus précise.

Le 21 mai 2015 seront publiées les premières prévisions touristiques sous leur nouvelle forme. L'Office fédéral de la statistique établit une nouvelle statistique pour la parahôtellerie. Innotour soutient ces deux nouveautés.

Les fonds alloués pour la période Innotour 2012-2015 sont déjà épuisés. Pour éviter une interruption de ce soutien jusqu'à la période 2016-2019, le DEFR en a adapté les modalités. Dès maintenant, il est donc à nouveau possible de solliciter une aide financière.

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

Thème principal: technologies de l'information

Axe politique

1 | Compétitifs grâce à des projets IT innovants

Bonne pratiques

3 | OpenBooking
4 | Vacances, services compris
5 | Web-Check

Entretien

6 | Le succès passe par l'e-tourisme
7 | La parahôtellerie en chiffres
8 | Nouvelle période Innotour

Axe politique: projets Innotour

Compétitifs grâce à des projets IT innovants

L'activité touristique ne saurait se passer aujourd'hui des technologies de l'information. La pression à l'innovation se fait puissante. Innotour soutient des projets informatiques prometteurs.

Christoph Schlumpf, SECO

Les technologies de l'information, internet en tête, ont profondément modifié les contours du tourisme ces dernières années.

Elles ouvrent des voies nouvelles pour la conception et la commercialisation des produits. Du coup, les prestataires touristiques se trouvent régulièrement face à de nouvelles difficultés et sont ▶▶



Suisse Tourisme

Accès aux «Balades en ville» via iPad et iPhone. Suisse Tourisme mise depuis des années avec succès sur les canaux en ligne www.myswitzerland.com.

Axe politique: projets Innotour



Le nouveau portail «Météo Grisons» de la société des remontées mécaniques des Grisons livre des prévisions différenciées par localité, fait passer de l'émotion, permet des comparaisons et formule des suggestions adaptées aux conditions météorologiques, www.wetter-graubuenden.ch

► contraints d'innover. Si l'internet ofrait au départ des informations plutôt statiques, on est passé aujourd'hui au mode interactif. Le client actuel peut, en tout lieu et en tout temps, comparer rapidement les offres et les évaluations d'autres clients, choisir entre des milliers d'options et apporter aussi son commentaire.

Quant aux applications, elles sont primordiales pour fidéliser les clients. Suisse Tourisme a considérablement développé son offre ces dernières années et touche aujourd'hui des centaines de milliers de touristes. Cette organisation de référence sur le plan international joue un rôle de pionnier dans la branche.

Promotion grâce à Innotour

Le développement fulgurant de l'informatique marque aussi l'activité d'Innotour. Un grand nombre de ses projets comportent au moins en partie une application informatique. Et dans le monde de l'internet, l'innovation est tout sauf épuisée! Plus que jamais, il s'agit donc d'investir dans de nouvelles solutions logicielles et dans un matériel informatique en rapide mutation. Voilà pourquoi Innotour soutient d'importants projets informatiques.

Les critères fondamentaux d'Innotour valent aussi pour ces projets. Une application, un site ou une plateforme de vente en ligne ne sont plus des nouveautés, mais la normalité. Innotour soutient donc des avancées réellement innovantes ou des offres touristiques reposant sur des applications numériques originales.

Quand les conditions d'Innotour sont remplies, les frais informatiques sont imputables et soutenus à hauteur de 50% au plus. Les coûts de recherche et de développement d'entreprises commerciales sont imputables dès l'instant où ils sont en rapport direct avec un projet interentreprises. De plus, une partie au moins des travaux liés aux projets doit être accessible à tous.

Trois exemples

Le projet «OpenBooking» (p. 3) de Zermatt Tourisme s'inscrit dans le trend mondial du commerce touristique: celui des méta-

moteurs. Lesquels ne sont pas en soi une nouveauté, mais étant pour la plupart axés sur l'international, ils n'offrent généralement que des réservations d'hôtel ou des prestations de transport. Or la métaplateforme OpenBooking concentre toutes les offres d'hébergement, c'est-à-dire hôtels et logements de vacances, d'une région touristique. Elle intègre les offres de partenaires régionaux et nationaux concernés, y compris les logements de vacances de particuliers. Au niveau d'une destination, c'est une approche entièrement nouvelle.

Le projet «Vacances, services compris» d'Engelberg (p. 4) permet aux personnes en quête d'une chambre d'hôtel ou d'un logement de vacances de se connecter à de nombreux services via un guichet virtuel personnalisé. Celui-ci met en réseau les acteurs régionaux et les propriétaires de résidences secondaires tout au long de la chaîne des prestations et réunit l'offre en une seule main. Ce faisant, la commune obwaldienne a ouvert une voie inédite.

Le troisième projet décrit dans le présent numéro (p. 5) porte sur un problème crucial pour de nombreuses PME hôtelières, dont le site internet ne correspond souvent plus aux besoins actuels des hôtes. Un problème que signale aussi le professeur Roland Schegg dans son entretien à Insight (p. 6). GastroSuisse offre donc aux hôtels un contrôle de leur site internet. Pour la première fois, une offensive de grande ampleur est ainsi lancée en vue d'améliorer la présence des hôtels sur le web.



Le projet Innotour «Web2015» de la Fondation SuisseMobile est destiné à améliorer l'information sur les parcours et les services, ainsi que les données sur la mobilité combinée. SuisseMobile se met en phase avec les besoins évolutifs de la clientèle «always connected». www.suissemobile.ch

Bonnes pratiques: l'OpenBooking de Zermatt Tourisme

Toutes les disponibilités d'une seule main

Désormais, le touriste à la recherche d'une chambre d'hôtel ou d'un logement de vacances à Zermatt n'aura plus à passer au crible plusieurs systèmes de réservation. Avec OpenBooking, il embrasse d'un seul coup d'œil toutes les disponibilités. Du coup, les ventes des réservations en ligne sur le site de Zermatt Tourisme ont pris l'ascenseur.

Peter Kronig, Zermatt Tourisme

Aujourd'hui, les hôtels et les propriétaires de logements de vacances entrent leurs disponibilités dans un des nombreux systèmes de réservation internationaux. Pour les organisations touristiques telles que Zermatt Tourisme, la difficulté consiste donc à intégrer plusieurs systèmes sur leur site internet.

Un groupe de travail composé de représentants de l'hôtellerie, de la parahôtellerie et de Zermatt Tourisme, ainsi que d'experts externes a planché sur la question en été 2011. Conclusion: l'avenir réside dans un métasystème reliant plusieurs sites de réservation plutôt que dans un système de réservation unique. D'où le projet Open-

Booking, développé avec la société zurichoise Pixeltex et installé sur le site internet de Zermatt Tourisme.

Plateforme ouverte

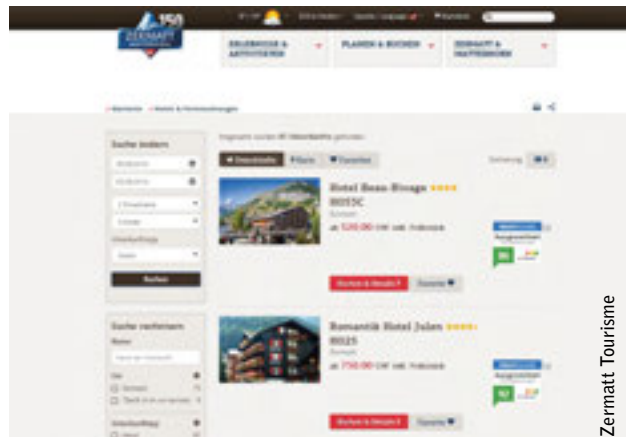
Avec OpenBooking, il est possible de rechercher les chambres ou appartements disponibles dans la destination Zermatt-Cervin via plusieurs systèmes de réservation. La plateforme est ouverte, si bien qu'à la différence d'autres métarecherches, Zermatt Tourisme est ici libre de choisir les systèmes de réservation à intégrer (v. graphique 1).

Sur www.zermatt.ch, le visiteur peut filtrer le plus grand nombre de possibilités d'hébergement disponibles au meilleur prix et effectuer sa réservation. Les résultats sont clairs, uniformes et transparents. Les fournisseurs d'hébergement n'entrent qu'une seule fois leurs données dans le système de réservation de leur choix, ce qui réduit à la fois la charge de travail et le risque d'erreurs.

Avec OpenBooking, Zermatt Tourisme augmente ses disponibilités. L'hôte peut y trouver des offres même dans les périodes de pointe. Par ailleurs, Zermatt Tourisme peut analyser les données clients livrées par OpenBooking, optimiser son offre et envoyer des messages aux hôtes avant et après leur séjour.

Chiffre d'affaires en nette hausse

Depuis l'introduction d'OpenBooking en mai 2014, Zermatt Tourisme a augmenté ses réservations de 44 % en moyenne par rapport à l'année précédente (v. graphique 2). A partir du mois d'août 2014, l'office du



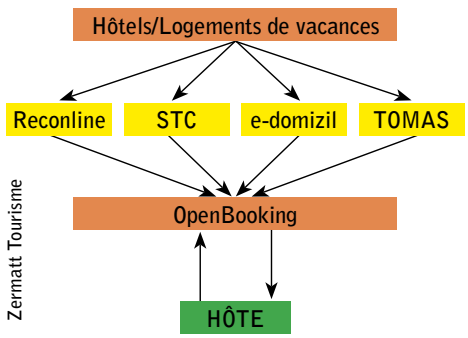
OpenBooking affiche toutes les offres de manière claire et uniforme.

tourisme a enregistré des mois record, qui contrastent avec la stagnation ou la baisse des ventes des années précédentes. Le succès va bien au-delà des attentes.

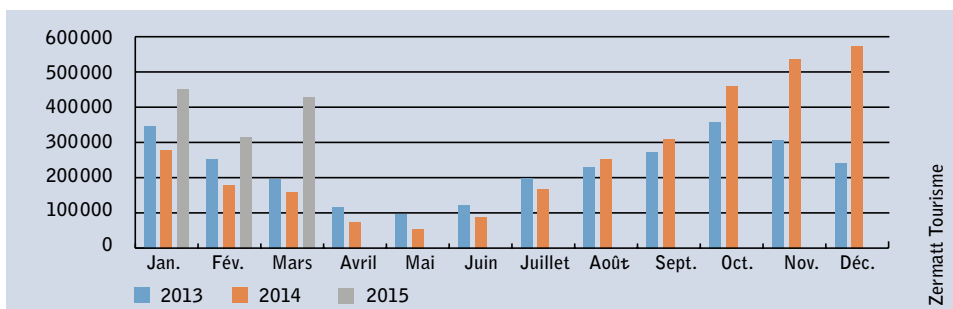
En plus d'une nomination pour le Milestone 2014 Prix du tourisme, Zermatt Tourisme a été récompensé en 2015 par le IFITT Innovative Destination' Award.

Les organisations touristiques locales, régionales et nationales peuvent recourir à OpenBooking sur leur site internet. La métaplatforme devrait permettre à toutes les destinations suisses de renforcer leur compétitivité. Avec Valais/Wallis Promotion, une première organisation régionale a opté pour la solution de l'OpenBooking.

Zermatt Tourisme et la société Pixeltex ont pris à leur charge une grande partie des coûts de développement d'OpenBooking. Innotour a participé au financement des éléments du projet n'entrant pas dans les coûts de développement normaux d'une société de logiciels.



Graphique 1: Actuellement, l'OpenBooking de Zermatt Tourisme regroupe quatre systèmes de réservation.



Graphique 2: OpenBooking est installé depuis mai 2014 sur le site de Zermatt Tourisme. Depuis lors, les réservations en ligne ont atteint des chiffres d'affaires record (CHF).

Panorama

Atout Innotour
La métarecherche relie différents systèmes de réservation de manière uniforme sur le site internet de l'organisation touristique et indique toutes les disponibilités au client.

Durée du projet
Phase de mise sur pied 2013-2015

Contact
Zermatt Tourisme, Zermatt,
+41 (0)27 966 81 06,
peter.kronig@zermatt.ch,
www.zermatt.ch

Bonnes pratiques: «Vacances, services compris» à Engelberg

Suggestions du jour sur smartphone

Avec son nouveau guichet virtuel, la région touristique d'Engelberg-Titlis offre à ses hôtes un plus indéniable. Chaque jour, ces derniers reçoivent des propositions en accord avec leur profil et peuvent réserver et payer des prestations en ligne.

Frédéric Füssenich, Office du tourisme Engelberg-Titlis

«Vacances, services compris» s'adresse aux hôtes séjournant à l'hôtel, en chalet ou en appartement de vacances. Le guichet virtuel de l'Office du tourisme d'Engelberg les tient au courant des offres touristiques de la région et enregistre leurs réservations. Les clients qui ont pris soin de communiquer leurs intérêts et préférences avant leur arrivée reçoivent chaque jour, en fonction de la météo, un programme personnalisé sur leur smartphone, leur tablette ou leur ordinateur. Ils peuvent ainsi découvrir la plus belle randonnée, un emplacement parfait pour les grillades, mais aussi une foule d'activités de repli en cas de mauvais temps. Via l'application, ils peuvent choisir un vélo de location ou réserver en route une table dans leur restaurant favori. Sous peu, les hôtes en appartement de vacances pourront commander un petit-déjeuner, avec le journal de leur choix. Et ceux qui en ont envie peuvent évaluer et partager les moments forts de leurs vacances sur engelberg.ch.

Plateforme à la pointe de la technologie

Cette série de services à la carte est possible grâce aux technologies les plus récentes et à un concept mis au point par l'Office du

Panorama

Atout Innotour

Via une plateforme virtuelle, «Vacances, services compris» communique aux hôtes, en fonction de leurs préférences, les offres de différents prestataires sélectionnés.

Durée du projet

Phase de mise en place de 2014 à 2016, fonctionnement régulier dès 2017

Contact

Office du tourisme Engelberg-Titlis,
Engelberg, +41 (0)41 639 77 77
frederic.fuessenich@engelberg.ch,
www.engelberg.ch



Une suggestion parmi d'autres destinée avant tout aux familles: le «sentier des chatouilles» près de la station supérieure du télésiège de Brunni.

tourisme d'Engelberg, les Remontées mécaniques du Titlis et l'entreprise bonacasa, qui est forte d'un immense savoir-faire dans le concept «vivre avec services». L'entreprise a aussi développé la plateforme de gestion des services qui forme le socle du guichet virtuel. Cette plateforme regroupe les services offerts en ligne par différents prestataires et assure une information ciblée et personnalisée des clients. Elle mise sur les canaux de communication tels que les applications, la boutique en ligne, le téléphone et les points de service.

Précieux atout économique

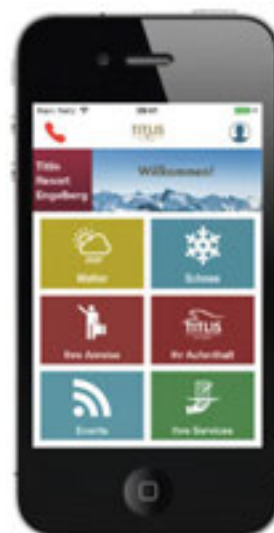
Les prestataires sont gagnants à plus d'un titre: le regroupement des informations augmente la notoriété de leurs offres, stimule la consommation et accroît donc les ventes. Via le guichet virtuel, ils ont aussi un feed-back direct des clients, dont ils peuvent tirer parti pour améliorer leurs produits. Avec cette offre globale «tout d'une seule main», la région Engelberg-Titlis gagne en attractivité. Le taux d'occupation des hôtels et logements de vacances devrait progresser, une perspective tout à fait bienvenue après le coup d'arrêt dans la construction de résidences secondaires.

Le défi se niche dans les détails

Les expériences réunies jusqu'ici avec l'application lancée en février 2015 montrent que c'est surtout dans la conception de l'offre qu'il faut veiller à ce tout soit parfaitement coordonné dans les détails. Et c'est à partir des questions suivantes

qu'il faut travailler: quel est le programme idéal? Comment créer des expériences épatantes? Quelles conditions faut-il réunir pour qu'une prestation soit rentable? Quelle est la masse critique de clients?

«Vacances, services compris» est un projet à la fois complet et prometteur qui contribue grandement à renforcer la compétitivité du tourisme suisse et à soutenir durablement son développement. La phase de mise en place s'étend de 2014 à 2016, le programme fonctionnera normalement dès 2017. L'exemple d'Engelberg-Titlis devrait inciter d'autres régions à regrouper leurs offres touristiques et à les commercialiser via les canaux en ligne.



Engelberg-Titlis Tourismus AG

Toutes les offres et informations à une seule source – l'application de «Vacances, services compris».

Bonnes pratiques: un contrôle du site internet pour hôteliers

Hausse des réservations suite à une analyse méthodique

Pour les hôtels, la convivialité de leur site web et leurs possibilités de réservation directe sont d'indéniables facteurs de succès. GastroSuisse offre à ses membres une analyse de leur site web qui s'inscrit dans un projet Innotour.

Daniel C. Jung, GastroSuisse



Le Web-Check au prix spécial a reçu un très bon accueil: 74 hôtels ont déjà profité de l'offre.

C'est souvent par sa présentation sur le web que s'établit aujourd'hui notre premier contact avec un hôtel. Une réservation d'hôtel sur quatre s'effectue déjà en ligne, et cette tendance s'accroît. Les hôtels ont donc tout intérêt à investir dans une présentation professionnelle.

Le contrôle du site internet offert par GastroSuisse aide les établissements à optimiser leurs pages destinées aux hôtes. Et, du même coup, à renforcer leurs canaux de distribution directs et à améliorer durablement leur compétitivité.

Une analyse standardisée pour 200 francs
Jusqu'en août 2016, GastroSuisse anime un centre de compétences et de coordina-

«Nous avons eu beaucoup de propositions d'amélioration, que notre webmestre a pu concrétiser sur le champ. Après quoi le nombre de visites sur notre site internet a augmenté.»

tion offrant un contrôle du site internet. Les entreprises membres de toute la Suisse peuvent y recourir. Un spécialiste passe à la loupe, pour 200 francs seulement, leur site internet selon une procédure standard et rédige à l'intention des responsables de l'établissement un rapport structuré selon sept critères:

- Lecture intuitive
- Contenu
- Navigation sur le site
- Ergonomie
- Technologie
- Moteur de réservation
- Optimisation du moteur de recherche.

«Ce contrôle nous a beaucoup aidés dans l'installation d'un nouveau site internet.»

En plus d'une notation par points, les hôtels reçoivent en regard de chaque critère des recommandations et conclusions concrètes qu'ils peuvent mettre immédiatement en application. Une évaluation générale, accompagnée d'un résumé, complète le rapport.

Capter les clients pour des réservations directes

Les résultats de l'analyse permettent aussi aux hôteliers d'améliorer leur positionnement sur Google. Mais, là encore, un classement avantageux n'est utile que si la page est claire et attrayante, la navigation aisée et compréhensible, avec un texte et des images cohérents. Le visiteur qui se

perd sur le site et ne trouve pas les bonnes informations zappera très vite vers les grandes plateformes de réservation.

«Nous avons aussitôt mis en pratique ces précieux conseils et astuces et reçu en retour une foule de compliments de nos hôtes.»

Les hôteliers doivent donc veiller à ce que les visiteurs ne sortent pas de leur page web après le premier clic. C'est en leur proposant un enregistrement en ligne rapide, simple et clair qu'ils les inciteront à réserver sur leurs sites. Le check-up du site internet apprend aux hôteliers comment s'y prendre.

En mai 2015, 74 hôtels avaient déjà soumis leurs sites internet à une analyse. L'offre reste valable jusqu'en août 2016. Innotour a soutenu financièrement la phase de mise en place, y compris le développement du concept et de la procédure d'évaluation standard.

«Cette analyse nous a fait comprendre que nous perdions des hôtes et un certain volume de réservations directes.»

Panorama

Atout Innotour

Grâce au contrôle du site internet, les hôtels apprennent à mieux cibler la clientèle et à augmenter le nombre de réservations en ligne.

Durée du projet

De septembre 2014 à août 2016

Contact

GastroSuisse, Zurich,
+41 (0)44 377 52 12,
daniel.jung@gastrosuisse.ch,
www.gastrosuisse.ch/fr/gastrosuisse/hotellerie/check-up-de-votre-site-web/?

Entretien Insight

Le succès passe par l'e-tourisme

Pour s'affirmer sur le plan international, le tourisme suisse doit se situer à l'avant-garde de la commercialisation en ligne. Les petits prestataires sont invités à collaborer afin de tirer le meilleur parti de l'e-tourisme. Entretien avec Roland Schegg, professeur à la HES-SO Valais-Wallis.

Comment réservez-vous votre chambre d'hôtel?

Roland Schegg: généralement par internet, soit par le site de l'hôtel s'il est convaincant, soit à travers les systèmes de réservation des destinations, ou encore via une plateforme de réservation internationale.

Qu'entendez-vous par site convaincant?

Un site convivial, clair, agréable et attrayant, qui fournit des informations pertinentes et actuelles. La réservation doit pouvoir s'opérer sans difficulté. Dernière condition enfin, le site doit être adapté à une tablette ou un smartphone.

Est-ce qu'un bon site internet et une présence sur les plateformes de réservation sont suffisants pour la commercialisation?

Non, un prestataire touristique doit être omniprésent sur le web, y compris sur les réseaux sociaux. Il doit amener son offre là où se trouvent les clients. Ceux-ci évoluent sur tous les canaux en ligne, depuis chez eux, en voyage ou en vacances. En bref, il faut aller à la pêche là où le poisson frétille.

Comment se présente la présence du tourisme suisse sur le web en comparaison internationale?

Le tourisme suisse est capable de rivaliser avec les autres. Certes, l'Amérique du Nord a une longueur d'avance dans les réseaux sociaux, et l'Asie privilégie les appareils mobiles. Mais les destinations et les prestataires de poids, sans oublier Suisse Tourisme, font du bon travail. Par contre, les sites web des petits prestataires touristiques laissent à désirer. Les petits acteurs manquent de temps, d'argent et de savoir-faire pour assurer une présence de qualité professionnelle, ce qui fait du tort à la destination.

Pourquoi?

Parce que chaque prestataire est un ambassadeur de la destination, laquelle forme une communauté de destin, dans la mesure où aucun acteur ne peut survivre seul. Il est donc regrettable, lorsqu'une destination a réussi à attirer l'attention du visiteur potentiel avec un beau graphisme, de magnifiques photos et des textes captivants, que ce dernier

atterrisse ensuite sur des sites «bricolés».

Quels conseils leur donneriez-vous?

Je les inviterais à travailler avec d'autres prestataires et à tirer profit de ces échanges, sachant que la réussite passe aujourd'hui par la connaissance. Je leur dirais de concentrer le peu de moyens dont ils disposent à améliorer leur site internet, de limiter l'impression de prospectus, de donner carte blanche à de jeunes professionnels déjà rompus aux techniques de la communication en

ligne afin de professionnaliser leur présence sur le web.

Outre la commercialisation des offres, l'informatique est indispensable à la simplification des processus. Les petits prestataires n'ont-ils pas aussi intérêt à collaborer dans ce domaine?

Oui, absolument. En tant que petit prestataire isolé, je n'ai pas toujours les moyens d'exploiter l'ensemble des moyens techniques. Pour conquérir le marché, il faut simplifier l'ensemble des processus pour l'hôte. Dans certaines chaînes hôtelières, le client peut par exemple faire le check-in la veille de son arrivée par smartphone et reçoit un message automatique dès que sa chambre est libre. A son arrivée, il passe simplement prendre sa clé électronique; dans certains établissements, il peut même ouvrir sa chambre avec son smartphone.

En matière informatique, les hôtels et d'autres prestataires feraient bien de s'inspirer des pratiques du service de location de chambres privées Airbnb ou du service de transports Uber, dont la philosophie est entièrement tournée vers le confort du client et qui exploitent à cet effet, toutes les possibilités technologiques. Ils relient un grand nombre de prestataires pour créer une offre complète, attrayante et simple d'accès, que l'on peut réserver en deux ou trois clics. Ces nouveaux acteurs assurent la disponibilité de l'offre. C'est là un autre facteur gagnant sur le marché: le magasin doit être bien approvisionné. Zermatt fait à cet égard figure d'exemple avec sa métarecherche OpenBooking. De plus, ces entreprises globales réunissent quantité de données sur les habitudes des clients, ce qui leur permet d'ajuster ou d'étendre leur offre en continu.

Comment la recherche soutient-elle le tourisme suisse dans l'utilisation de l'informatique?

La recherche établit des comparatifs entre les destinations, entre les pays, entre les branches. Elle examine les bonnes pratiques et les documente, et concrétise des projets de recherche appliquée. A titre d'exemple, je citerai l'analyse des données des appareils mobiles qui permettent de déterminer notamment où les hôtes se rendent dans une région, où les clients ja-



Attrayant, clair, actuel et adapté aux appareils mobiles, le site internet de l'hôtel Seedamm Plaza à Pfäffikon (SZ) est exemplaire.

Entretien Insight

ponais, allemands ou français aiment séjourner à telle époque ou telle époque, etc. Ce type de données permet d'affiner l'orientation des offres. La recherche développe aussi des outils de gestion destinés à simplifier les processus et à économiser du temps et de l'argent. Elle observe aussi les tendances et formule des recommandations.

Quelles sont les tendances auxquelles le tourisme suisse doit être attentif?

La réservation et le paiement au moyen d'appareils mobiles gagnent en importance. Aux Etats-Unis, une réservation en ligne sur quatre s'effectue avec un appareil mobile. Une autre tendance majeure réside dans la personnalisation des prestations et la satisfaction de souhaits individuels à partir des données clients saisies. A l'évidence, les applications virtuelles et la réalité augmentée gagneront du terrain. Aujourd'hui, la clientèle souhaite visiter virtuellement l'hôtel, planifier ses excursions en ligne ou zoomer sur les photos de la région.

A force de tout miser sur la technologie ne risque-t-on pas d'en oublier l'hôte?

Bien au contraire, la technique est là pour

simplifier les processus standard, à l'avantage de l'hôte, du prestataire et du personnel. On libère ainsi du temps que l'on peut consacrer au client, afin de lui orchestrer un séjour à la mesure de ses besoins. «High tech for high touch», telle est la devise. C'est à n'en point douter la combinaison gagnante, a fortiori pour le tourisme suisse confronté au franc fort. La clé du succès réside dans l'e-tourisme. N'oublions pas que le tourisme est une affaire d'information, autrement dit, c'est une

branche qui se prête merveilleusement aux nouvelles technologies. Dans ce domaine, les prestataires suisses doivent aller de l'avant, être à la pointe de l'innovation, utiliser donc les opportunités de manière proactive. La collaboration est toutefois de mise entre prestataires, pour que chacun puisse suivre. La branche pourra ainsi dépasser sa structure virtuelle à petite échelle.

Intervieweur: Daniel Schnyder

Spécialiste du tourisme électronique



Andreas Schmitter

Roland Schegg est professeur et chercheur à l'Institut Tourisme de la HES-SO Valais-Wallis à Sion. Il analyse depuis 15 ans l'influence des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur l'économie touristique (réseaux sociaux, vente en ligne, m-tourisme, etc.). Contact: roland.schegg@hevs.ch

Parahôtellerie

Dernière ligne droite pour la nouvelle statistique

Après d'intenses travaux préparatoires, l'Office fédéral de la statistique (OFS) recensera la totalité des données de la parahôtellerie à partir de 2016. Une enquête pilote est menée en 2015.

Yves Strauss, OFS

Depuis 80 ans la statistique de l'hébergement touristique, réalisée par l'Office fédéral de la statistique (OFS) en collaboration avec les cantons et les milieux touristiques, offre régulièrement des données détaillées sur l'état et l'évolution des infrastructures touristiques en Suisse. Néanmoins, depuis quelques années une vision complète n'était plus possible de par l'absence d'une statistique sur les logements de vacances exploités commercialement ainsi que sur les hébergements collectifs.

Tous les hébergements pris en compte

Pour pallier à ce manque l'OFS lançait en

2010, avec le soutien d'Innotour, le projet sur la statistique de la parahôtellerie (projet PASTA). Sa mise en œuvre a exigé un travail de longue haleine, où l'étroite collaboration avec les communes, les offices de tourisme et les principaux opérateurs a été cruciale. En effet, ce soutien a permis à l'OFS de recenser sur l'ensemble du territoire national les logements de vacances exploités commercialement ainsi que les hébergements collectifs. Ce recensement est le socle même du projet.

En 2015, le projet PASTA arrive à sa phase ultime qui se concrétise par le lancement de l'enquête pilote sur la fréquentation. Cette dernière étape est en quelque sorte la « répétition générale » grandeur nature en vue de l'enquête officielle prévue au début de l'année 2016. Par la suite, les informations récoltées seront diffusées trimestriellement. Les données entre les différents types d'hé-

bergement seront comparables et permettront ainsi d'avoir une vue d'ensemble des secteurs de l'hôtellerie et de la parahôtellerie.

Identification des besoins spécifiques

Le but principal du projet PASTA est de couvrir les besoins en informations nationaux et internationaux dans le secteur de la parahôtellerie. Toutefois, les besoins plus spécifiques, tels que des variables supplémentaires ou un niveau de régionalisation des résultats plus fin, n'ont pas été oubliés. Les acteurs externes à l'OFS intéressés à ce type d'informations ont été invités à participer dès cette année à un groupe de travail. Son objectif est d'inclure ces besoins spécifiques dans l'enquête dès 2017.

Informations

www.tourisme.bfs.admin.ch

Lancement de la nouvelle période

Les ressources d'Innotour pour la période 2012–2015 sont épuisées depuis fin mars 2015, une situation déjà connue lors de la période précédente. Pour assurer une transition en douceur, il est possible dès à présent de déposer une demande d'aide pour la période 2016–2019.

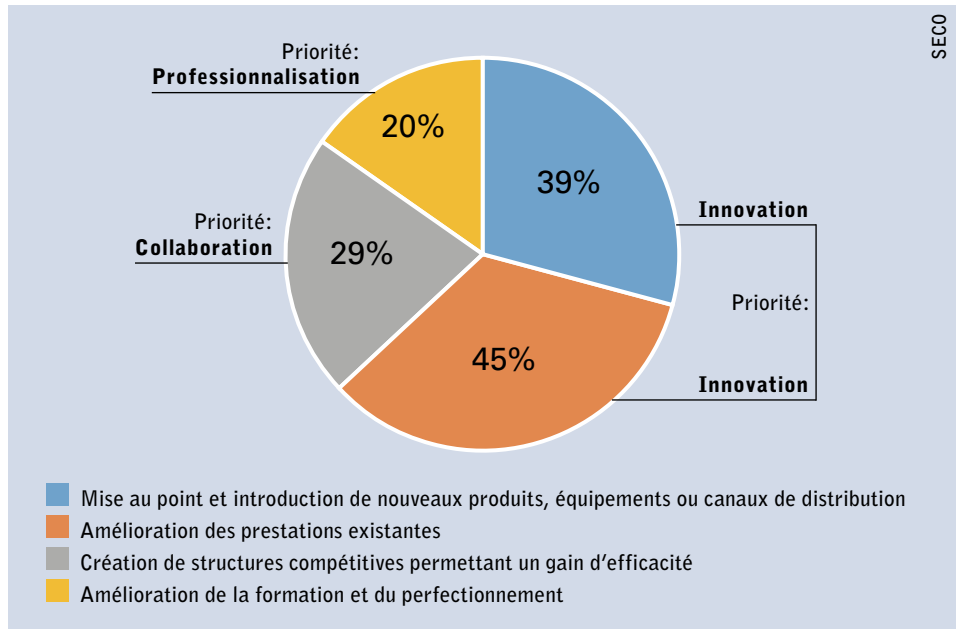
Christoph Schlumpf, SECO

Entre février 2012 et mars 2015, le SECO a reçu quelque 180 demandes d'aide financière, dont 65 ont été finalement retenues. Chaque franc apporté par Innotour a généré en moyenne 3 francs d'investissements par les porteurs de projets, ce qui témoigne de l'effet de levier important d'Innotour.

Projets de portée nationale essentiellement

Quelque 75% des fonds Innotour sont allés à des projets nationaux, contre 54% dans la période 2008-2011. Ainsi, le SECO a atteint l'objectif qu'il s'était assigné, qui consistait à concentrer son aide au niveau national. Grâce à l'instrument des projets modèles, il a aussi accordé un soutien à une bonne dizaine de projets locaux et régionaux

Les projets portaient sur l'ensemble des champs d'application d'Innotour (v. graphique).



Répartition des fonds Innotour 2012-2015 selon les champs d'application (plusieurs champs possibles).

Demandes d'aides possibles

Dans le contexte de l'envolée du franc et en raison de l'épuisement des fonds, le DEFR a décidé d'adapter les modalités de l'ordre des priorités à fin mars 2015. Il est donc à nouveau possible de déposer des demandes d'aide financière auprès du SECO. Le versement des aides aura lieu sous réserve que l'Assemblée fédérale approuve l'allocation

de nouveaux fonds au programme Innotour, ce qui sera vraisemblablement le cas à fin septembre 2015. En outre, le Conseil fédéral propose d'augmenter les fonds de 10 à 30 millions de francs pour la période 2016–2019.

Informations

www.seco.admin.ch/innotour

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

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: Rosita Sasso, Lugano-Paradiso; Mise en page et impression: Stämpfli AG, Berne; Tirage: 1500 exemplaires

Innotour: exemples de projets

- Plateforme de contact, de coordination et de compétence pour aider les hôtels à améliorer leur site internet, Gastro-Suisse, www.gastro-suisse.ch
- Développement d'un portail de données et d'une base de données des hôtels suisses, hotelleriesuisse, www.hotelleriesuisse.ch
- E-destinorama – étude de faisabilité concernant la représentation numérique des flux de visiteurs dans les structures de destination de 3^e génération, Tourismus Services Ostschweiz AG, www.tsoag.ch
- Introduction du cyberapprentissage dans la formation initiale d'employé/e de commerce CFC branche agence de voyages, Fédération suisse des agences de voyages (FSAV), www.srv.ch
- Vacances, services compris – pour des vacances sur mesure, Engelberg-Titlis Tourismus AG, www.engelberg.ch
- Outil de formation interactif (en ligne) de Basel Tourismus destiné aux acteurs de la chaîne de service touristique de Bâle qui sont en contact avec les visiteurs, Basel Tourismus, www.basel.com
- Maximiser l'expérience client grâce à la plateforme internet HOXELL, Swiss Quality Hotels International, www.SwissQualityHotels.com
- Système de réservation en ligne «Open-Booking», Zermatt Tourisme, www.zermatt.ch
- «Météo Grisons» – utilisation des prévisions météorologiques dans le marketing, Verein Bergbahnen Graubünden, www.bbgr.ch
- Web 2015», Fondation SuisseMobile, www.suissemobile.ch