SCHMID
PELLI &
PARTNER

BIENVENUE
BAINVEGNI
BENVENUTO
WILLKOMMEN

ECO-TRAVEL

THE NEXT BIG THING

Jürg Schmid
Schmid Pelli & Partner

25 novembre 2021

NOTIONS & CONFUSIONS

- Eco-travel
- Écotourisme
- Tourisme doux
- Tourisme proche de la nature
- Voyages de nature
- Nature travel
- Responsible travel
- Tourisme durable

DÉFINITIONS

VOYAGES DE NATURE

L’expérience de la nature et des phénomènes naturels constitue la motivation principale de ce type de voyage. La clientèle recherche une expérience au cœur de la nature, mais pas nécessairement durable. Les répercussions du voyage sur le paysage peuvent aussi bien être positives que négatives.

TOURISME PROCHE DE LA NATURE / ECO-TRAVEL

La découverte de la nature et des paysages constitue aussi la motivation principale de la clientèle, mais cette forme de voyage plus responsable veille à réduire autant que possible les répercussions négatives sur l’environnement et les changements socioculturels. Les synonymes du tourisme proche de la nature sont le tourisme doux, le tourisme vert ou encore l’écotourisme

Source: Rein, H., Schuler, A. (2019). Naturtourismus. 13-15, 25-27.

VOYAGES DE NATURE

MOTIF DE VOYAGE N°1 DEPUIS TOUJOURS

Ce n’est pas un hasard
si le tourisme alpin
est né en Suisse.

ORIGINE

Top 5 NATURAL BEAUTY

La Suisse se classe dans le top 5 du critère «beauté des paysages» depuis des années.

Source: Département fédéral des affaires étrangères DFAE. (2019). Nation Brand Index 2016, 2017, 2019 : L’image de la Suisse à l’étranger.

N° 1 MOTIF DE VOYAGE

Dans plus de 60% des cas, la nature et les paysages sont la raison principale des voyages en Suisse.

Source: Suisse Tourisme. (2018). Monitoring du Tourisme Suisse [MTS] 2017.

89% IMPORTANCE CROISSANTE

La nature et les paysages vont jouer un rôle de plus en plus important dans le choix de la destination.

Source: sondage auprès de 150 professionnels du tourisme et responsables de parc nationaux, 10.10.-15.11.2020, Le paysage, une opportunité, SP&P, disponible sur: https://schmidpellipartner.ch/le-document-de-these-le-paysage-une-opportunite/

ECO-TRAVEL

DE LA NICHE À LA NOSTALGIE D'UNE GÉNÉRATION

«It’s less about where you’re traveling than how you can travel better.»

National Geographic Magazin

Sources:
Flint, J. (2020). National Geographic: These are 2020’s top travel trends.
Disponible sur: https://www.nationalgeographic.com/travel/lists/top-travel-trends-in-2020/

7.9% D'ÉCOTOURISTES

7,9% des voyageurs en Suisse sont des «écotouristes».

Source: Suisse Tourisme. (2018). Monitoring du Tourisme Suisse [MTS] 2017. Obtenu sur: https://tms.myswitzerland.com/tms/

«L’écotourisme est l’une des principales tendances dans le secteur touristique.»

Sources:
Kirig, A. (2020). Zukunftinstitut: Slow Travel. Disponible sur: https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/slow-business/slow-travel/
Angus, A., Westbrook, G. (2019). Euromonitor International: Top 10 Global Consumer Trends 2019. 20. Disponible sur: https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2019-Top-10-Global-Consumer-Trends.html

+22% NET PROMOTER SCORE

Les «écotouristes» ont un NPS supérieur à 22%.

Source: Suisse Tourisme. (2018). Monitoring du Tourisme Suisse [MTS] 2017. Disponible sur: https://tms.myswitzerland.com/tms/

Les voyageurs proches de la nature sont jeunes, dépensent peu d’argent et constituent une niche insignifiante.

CLICHÉ

Les 46-55 ans voyagent autant de manière responsable que les «millennials».

RÉALITÉ

Source:
Booking.com. (2019, April). Sustainable tourism becomes a priorty for 72% of global travellers. Disponible sur: https://partner.booking.com/en-gb/click-magazine/sustainable-tourism-becomes-priority-72-global-travellers

50.7% D'HÔTELS 4&5 ÉTOILES

La proportion d'«écotouristes» qui s'offrent des hébergements de haut standing est légèrement supérieure à la moyenne.

Source: Suisse Tourisme. (2018). Monitoring du Tourisme Suisse [MTS] 2017. Disponible sur: https://tms.myswitzerland.com/tms/

SUSTAINABLE TRAVEL REPORT

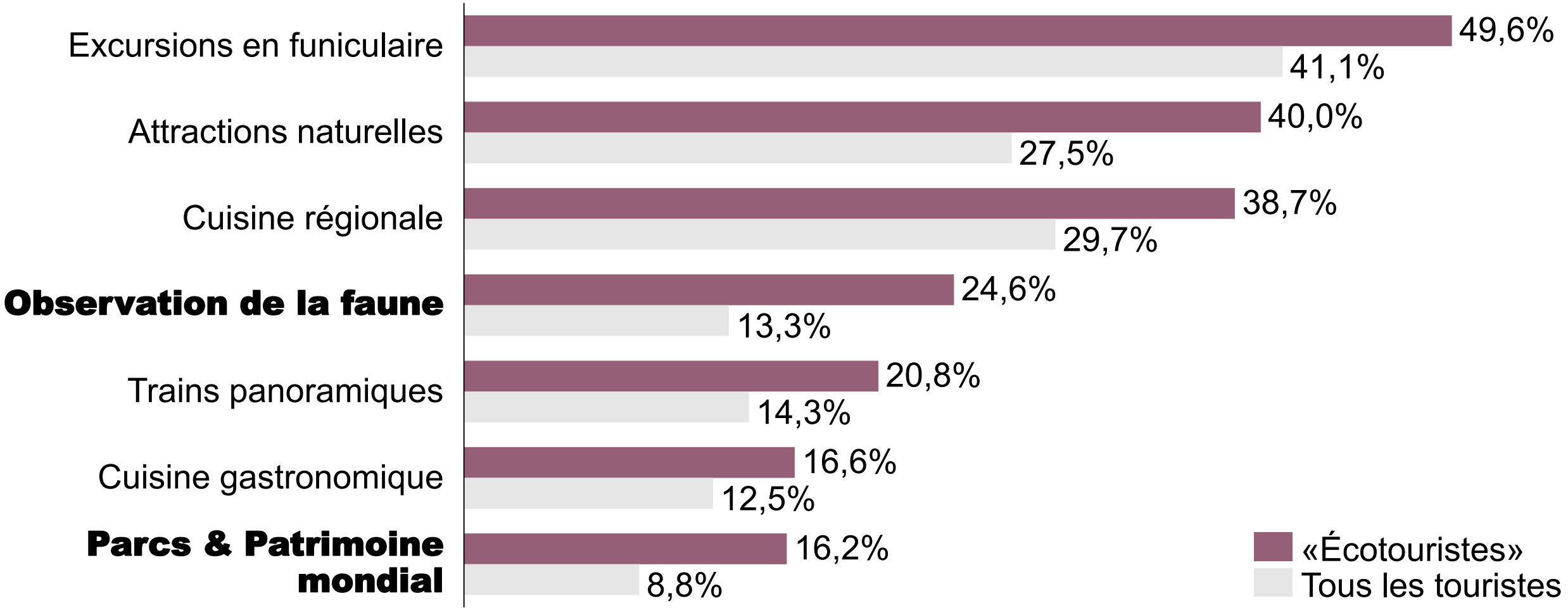
- 61% veulent voyager plus durablement.
- 49% affirment qu’il n’y a pas assez de possibilités de voyages durables.
- 53% sont agacés lorsqu’on les empêche d’agir de manière durable.

Source:
Sustainable Travel Report, Booking.com, Juni 2021, disponible sur: https://globalnews.booking.com/bookingcoms-2021-sustainable-travel-report-affirms-potential-watershed-moment-for-industry-and-consumers/

EXPÉRIENCES DURABLES

PAYSAGES ET CULTURE DU BÂTI

ACTIVITÉS



Source: Suisse Tourisme, MTS, 2017

LES RENCONTRES AU CENTRE DE L'EXPÉRIENCE

On a pu constater que les offres qui impliquent une **interaction avec des personnes** (p. ex. le guide de randonnée et d'observation d'animaux ou simplement le moniteur de ski) ont **une plus forte probabilité de déclencher des vécus et des expériences**.

Ce constat vaut tout particulièrement pour les «millenials», âgés de 20 à 40 ans. Ils veulent voyager différemment de leurs parents et sont en quête d'expériences authentiques.

Sources: DMO: Interdependenzen zwischen Angebotsgestaltung, Promotion und Vertrieb, Inputpaper Tourismusstrategie SECO, Schmid Pelli & Partner, janvier 2020
IPK International. (2016). ITB World Travel Trends Report. 26-28. Disponible sur: https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/World_Travel_Trends_Report_2016_2017.pdf

Excursions
à la découverte
de la biodiversité, du
paysage et de la culture
du bâti

FORTE DEMANDE

Les bonnes offres mettent à profit le potentiel des paysages d’une région

FOCUS

SONDAGE AUPRÈS DES EXPERTS

Les offres de qualité, réservables directement et qui proposent un accès ludique et éducatif au paysage et à la culture du bâti sont trop rares.

Source: sondage auprès de 150 professionnels du tourisme et responsables de parc nationaux, 10.10.-15.11.2020, Le paysage, une opportunité, SP&P, disponible sur: https://schmidpelli-partner.ch/le-document-de-these-le-paysage-une-opportunite/

L'observation de la faune sauvage est en plein essor dans le monde entier; exclusif, guidé, au top de la gastronomie

EXPÉRIENCE PREMIUM

Source:
Chance Landschaft, SP&P, 2021 Le paysage, une opportunité, disponible sur: https://schmidpellipartner.ch/le-document-de-these-le-paysage-une-opportunite/

OBSTACLES

1. Rentabilité insuffisante
2. Manque de spécialistes du paysage
3. Savoir-faire dans le développement des offres
4. Manque de personnel qualifié
5. Absence de mandat

Source:
Chance Landschaft, SP&P, 2021 Le paysage, une opportunité, disponible sur: https://schmidpellipartner.ch/le-document-de-these-le-paysage-une-opportunite/

HIVER

WANTED: MOMENTS D’HIVER PROCHE DE LA NATURE

Premier motif de voyage pour 14,4% de la population suisse. Aucun autre sport ne mobilise autant que le ski.

MOTIF DE VOYAGE N°1

Source: Lamprecht, M., Bürgi, R. & Stamm, H. (2020). Sport Suisse 2020: Activité et consommation sportives de la population suisse. Magglingen: Office fédéral du sport OFSPO. 24, 48. Disponible sur: https://www.sportobs.ch/inhalte/Downloads/Bro_Sport_Schweiz_2020_f_WEB.pdf

-0.5% SKI & SNOWBOARD

La pratique du ski et du snowboard stagne: -0.5% au cours des 6 dernières années. Le nombre de journée de ski a baissé de 14%.

Source: Lamprecht, M., Bürgi, R. & Stamm, H. (2020). Sport Suisse 2020: Activité et consommation sportives de la population suisse. Magglingen: Office fédéral du sport OFSPO. 24, 48. Disponible sur: https://www.sportobs.ch/inhalte/Downloads/Bro_Sport_Schweiz_2020_f_WEB.pdf

+12.6% RANDONNÉE

La randonnée, qui est le sport préféré des Suisses, est en plein essor, et ce même en hiver. Les raquettes à neige, le ski de randonnée et le ski de fond sont également en nette progression.

Source: Lamprecht, M., Bürgi, R. & Stamm, H. (2020). Sport Suisse 2020: Activité et consommation sportives de la population suisse. Magglingen: Office fédéral du sport OFSPO. 24, 48. Disponible sur: https://www.sportobs.ch/inhalte/Downloads/Bro_Sport_Schweiz_2020_f_WEB.pdf

CONSTAT

Le ski reste populaire et décisif d’un point de vue stratégique.

Les activités hors ski ont un plus grand potentiel de croissance et reflètent l’évolution de la société.

PROMOTION DES ACTIVITÉS PROCHES DE LA NATURE

Insuffisante, selon l’évaluation des experts du tourisme.

L’accent est mis sur le marché du ski.

Source: sondage auprès des professionnels du tourisme, 10.10.-15.11.2020, Le paysage, une opportunité, SP&P, disponible sur: https://schmidpellipartner.ch/le-document-de-these-le-paysage-une-opportunite/

CONCLUSION

SITUATION DE DÉPART: AU TOP. CHANCES: INTACTES.

EXCELLENCE

- N°1 «Environmental Sustainability» du rapport du WEF
- N°3 de l’indice EP/ Yale & Columbia
- Swissstainable Programm / ST

→ **BONNE SITUATION DE DÉPART**

ECO-TRAVEL

- **Sous-estimés:** potentiel, pouvoir d’achat, lanceurs de nouvelles tendances
- **À développer:** connaissances sur les motifs de voyage et les besoins des «écotouristes»
- **Nécessaires:** développement des connaissances, étoffement de l’offre, définition des rôles et modèles économiques
- **Stratégique:** engagement en faveur de la qualité des paysages pour assurer la pérennité du secteur

SCHMID
PELLI &
PARTNER
VOUS
REMERCIE