

Diversification de l'offre touristique

Le tourisme alpin est sans cesse confronté à de nouveaux défis: changement climatique, concurrence croissante, évolution de la clientèle et des technologies. Les destinations touristiques doivent, pour rester concurrentielles, développer de nouvelles offres et des stratégies à long terme. Toutefois, la mise en pratique reste encore difficile. Pour aider responsables touristiques et communaux à y voir plus clair, Alliance dans les Alpes a organisé un séminaire sur le sujet. Il s'est déroulé fin novembre, à Sattel (SZ), sous le titre «Diversification dans le tourisme». Tout un programme!

Valentine Duhem, SAB, Seilerstrasse 4, 3001 Berne

Les idées ne manquent pas pour diversifier les offres touristiques dans les Alpes suisses. Cependant tout n'est pas forcément bon à prendre: comment distinguer les bons projets – réalisables et appelés à obtenir un vrai succès touristique – des «fausses bonnes idées»? Les différents intervenants se sont attachés à répondre à cette difficile question, s'appuyant sur des exemples concrets en Suisse et dans les pays voisins.

Prise en compte des tendances actuelles

Avec le réchauffement climatique la saison hivernale se raccourcit et les activités liées à la neige sont de plus en plus limitées dans le temps. Par contre, l'été va (re)devenir la saison phare du tourisme dans les Alpes. Les citadins viendront chercher la fraîcheur de l'air dans les montagnes. Les changements démographiques et le vieillissement de la population ont aussi des répercussions sur le tourisme. Les frontières entre les âges se gommant; les «seniors» sont toujours plus actifs. Les mentalités évoluent également et les vacanciers sont de plus en plus nombreux à privilégier un tourisme responsable et durable. Cet aspect de durabilité revêt une importance toujours plus grande. La station de Arosa l'a bien compris

et propose à ses hôtes des vacances climatiquement neutres.

Quelles possibilités?

Les destinations qui souhaitent se diversifier doivent miser sur leurs particularités, géographiques ou historico-culturelles. Le patrimoine culturel et naturel est un atout essentiel pour le tourisme. Des offres novatrices, inédites attirent les curieux et rencontrent davantage de succès que la reproduction de modèles – quand bien même à succès – des localités voisines. Il ne faut donc pas avoir peur de laisser libre cours à son imagination dans le développement de nouvelles offres.

Se démarquer face à une concurrence accrue

La concurrence est toujours plus marquée: au niveau mondial mais aussi entre régions et la Suisse n'échappe pas à cette règle. D'autant que notre pays reste une destination encore relativement chère en comparaison avec ses voisins alpins. Au niveau national, la concurrence va s'accroître car, avec la diminution de l'enneigement, le nombre de stations misant sur le tourisme estival augmente. Dans ce contexte, se démarquer de la concurrence est une condition au succès économique de chaque destination. En ce qui concerne le marketing,

il peut être intéressant de miser sur un travail à l'échelle régionale, surtout dans des régions constituées d'un ensemble de petits domaines. C'est la voie qu'a choisie, avec succès, la région des Alpes vaudoises. Les villages et stations doivent mettre en avant leurs particularités tout en œuvrant à une stratégie commune. Cela permet notamment de mieux disposer des soutiens financiers alloués au développement régional.

Rôle clef des autorités communales

Pour ce qui est du développement d'une destination touristique, la commune a un rôle essentiel à jouer. Ce rôle ne se limite pas à offrir un soutien financier. Une volonté politique claire en matière de tourisme doit s'exprimer, figurer dans les lignes directrices du plan de développement communal et, surtout, guider le plan d'aménagement de la commune. Cela donne un signal positif non seulement à la population, mais aussi aux investisseurs potentiels. La commune doit aussi veiller à protéger les intérêts de la population locale en termes de prix du terrain, bien sûr, mais également en maintenant un cœur villageois vivant, notamment en limitant les lits froids, principalement au centre. Cela ne peut se faire qu'en appliquant une politique foncière active.

La diversification touristique permet de répondre aux nouvelles attentes de la clientèle et de faire face à la concurrence internationale.

(swiss-image – Vercorin)



Tous ces concepts ont été parfaitement intégrés par la commune de Sattel (SZ), dont la dernière attraction – la plus longue passerelle suspendue d'Europe (374 m) – a eu, depuis sa construction, un effet positif sur la fréquentation touristique.

Conclusion

Pour rester concurrentielles, les destinations touristiques doivent continuellement se diversifier. Il s'agit d'inventer des offres touristiques, de créer des attractions nouvelles, tout en se démarquant d'une concurrence toujours plus rude. Mais tout cela ne peut se faire n'importe comment! En effet, le touriste ne s'y trompe pas et seuls les projets de qualité rencontreront un succès durable. L'engagement des responsables, la participation de la population, une connaissance approfondie de la région (géographie, culture et histoire) et le soutien des municipalités sont, dans ce cadre, des éléments-clés.

ZUSAMMENFASSUNG

Diversifizierung im touristischen Angebot

Um dem Konkurrenzdruck standzuhalten, müssen die heimischen Tourismusdestinationen ihr touristisches Angebot diversifizieren, d.h.

neue Produkte und Zielgruppen stehen im Mittelpunkt der Herausforderungen. Dieser Prozess will aber gut überlegt sein und verlangt eine Analyse der wichtigsten Einflussfaktoren. Das von «Gemeindenetzwerk Allianz in den Alpen» organisierte Seminar in Sattel (SZ) vom 23. November hat wichtige Ansatzpunkte zu dieser Thematik geliefert. Die Klimaerwärmung, der demographische Wandel, die rasche Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien sowie Bedürfniswandel der Touristinnen und Touristen haben grossen Einfluss auf die touristische Nachfrage von morgen. Die Destinationen sind also gefordert, eine Strategie zu erarbeiten, welche die landschaftlichen und kulturhistorischen Besonderheiten optimal in Wert setzt. Ferner müssen neue touristische Angebote unbedingt von den kommunalen und regionalen Entscheidungsträgern mitgetragen werden.

RIASSUNTO

Diversificazione dell'offerta turistica

Per affrontare la concorrenza, le destinazioni turistiche hanno tutto l'interesse a diversificare le proprie offerte. Tuttavia, prima di lanciarsi in una tale impresa, è necessario co-

noscere le tendenze che influenzeranno il settore turistico. Per aiutare chi offre delle prestazioni turistiche a prendere delle buone decisioni, l'organizzazione «Alleanza nelle Alpi» ha organizzato alla fine di novembre a Sattel (SZ) un seminario su questo argomento.

Il riscaldamento climatico, l'evoluzione demografica, l'importanza crescente delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, oltre all'evoluzione della mentalità hanno un impatto sulla domanda turistica. Si tratta quindi di tener conto di queste realtà. In seguito, è essenziale elaborare una strategia che tenga conto delle particolarità geografiche o storico-culturali locali. Infine, la creazione di nuovi progetti turistici deve essere sostenuta dalle autorità comunali e regionali.