

## L'offensive religieuse se précise

Le président du PDC, Gerhard Pfister, revient sur les récentes polémiques autour du fondamentalisme religieux islamique. Il livre ses recettes pour la cohabitation des religions en Suisse.

PAGE SUISSE



KEYSTONE

# «Anticiper les tendances à venir»

## TOURISME

A côté des promotions, perfusions pour un tourisme souffrant, la branche prospecte d'autres marchés.

RACHEL RICHTERICH

Sommets enneigés, lacs spectaculaires et vignobles bucoliques. Des atouts qui font du tourisme la cinquième branche d'exportation, l'une de celle qui contribue fortement à la croissance de la Suisse à hauteur de 26 milliards de francs (4% du PIB).

Mais depuis la fin du taux plancher, le franc fort pousse certains touristes à choisir d'autres destinations, moins chères. Les hôteliers voient le nombre de nuitées diminuer. Et malgré une légère embellie en septembre (+0,7% sur un an à 3,4 millions d'unités, selon les chiffres publiés hier par l'office fédéral de la statistique), l'été a été marqué par trois mois de baisse consécutive.

Ni une ni deux, l'organisation de promotion de l'offre touristique helvétique, Suisse Tourisme, déploie son attirail de suggestions et de forfaits pour la saison d'hiver. Et en amont, prospecte dans les pays où émerge une classe moyenne avide de voyage.

Celui qui est chargé de repérer ce potentiel, c'est Federico Sommaruga, responsable marchés d'avenir et projets spéciaux chez Suisse Tourisme. Il nous parle des visiteurs de demain.

**L'environnement s'est durci pour le tourisme et les chiffres sont mitigés. Pourtant, les professionnels de la branche semblent se reposer sur les mêmes recettes. Qu'en est-il?**

**Federico Sommaruga:** Le travail fait en amont n'est pas toujours visible. Oui, nous vantons la beauté de la Suisse et nous continuerons de le faire.



Deux Coréens profitent des paysages bucoliques d'Interlaken pour prendre un selfie. KEYSTONE

parallèle nous œuvrons activement à anticiper les tendances à venir. Que ce soit pour des marchés prioritaires que sont la Suisse, l'Allemagne, la Chine, les Etats-Unis, la France, l'Italie, les Benelux, et le Royaume-Uni. Mais aussi pour des marchés stratégiques de croissance – Inde, pays du Golfe, Asie du sud-est, notamment – où nous concentrons nos investissements. Sur nos marchés dits actifs, qui ne sont pas

Et puis, il y a les marchés émergents, dont je suis responsable. Mon travail consiste à évaluer leur potentiel et y établir des ponts avec divers partenaires, notamment avec les professionnels du voyage.

**D'où viendront ces touristes de demain?**

Nous voyons du potentiel dans la région d'Europe centrale et du sud-est. Autrement dit, les pays des Balkans, de l'ex-Yougoslavie, la Slovénie ou encore la Roumanie. Nous n'en sommes qu'au stade de l'analyse et étudions les possibles débouchés. Les critères définitifs pour le démarrage de nos activités sur ces marchés n'ont pas encore été arrêtés, c'est prévu pour courant 2017. Nous menons aussi une phase d'observation très active en Iran, depuis la levée des sanctions en début d'année. Dans ce pays, des incertitudes subsistent, notamment financières, ou pour l'obtention de visas à destination des pays de la zone Schengen.

Mais nous avons un représentant sur place et commençons à comprendre

petit à petit avec quels opérateurs de la branche du voyage nous pouvons travailler. Ce même travail d'exploration, nous l'avons fait déjà à l'époque de l'ouverture de nos bureaux en Chine, en Inde et en Russie il y a une vingtaine d'années.

**Comptez-vous encore sur la Chine, alors que cet été ces visiteurs ont été près de 20% moins nombreux que l'an passé?**

C'est un repli important, certes, causé par une combinaison de facteurs économiques et géopolitiques, dû en partie aux attentats terroristes en Europe. Mais la Chine reste un gros marché, qui génère un volume important de nuitées. L'intérêt des Chinois pour la Suisse va perdurer.

Lorsqu'ils viennent, ils voyagent encore essentiellement en groupe. Ce qu'il faut à présent, c'est renforcer le tourisme individuel qui émerge, en leur proposant des séjours de plus longue durée. Nous ne sommes pas dans le

même cas de figure que pour le Brésil ou la Russie, où les faiblesses politiques, économiques et socio-démographiques auront des effets durables sur les voyages vers la Suisse. Ces deux pays ont d'ailleurs été rapatriés cette année des «marchés stratégiques de croissance» vers les «marchés actifs».

**Vous étiez aussi présent récemment au forum international de recrutement des écoles hôtelières de Swiss Education Group. La formation est-elle un canal pour drainer les touristes?**

La présence d'étudiants étrangers est un atout pour le tourisme, même si leur séjour n'est pas comptabilisé dans les nuitées touristiques. Ces jeunes viennent accompagnés de leurs proches. Et chaque matin, lorsqu'ils se lèvent pour aller en cours, ils voient par leur fenêtre le panorama extraordinaire de la Suisse. Ils s'en souviendront toute leur vie. Ce sont effectivement des ambassadeurs de choix. ○



«Ce qu'il faut à présent, c'est renforcer le tourisme individuel qui émerge.»

FEDERICO SOMMARUGA SUISSE TOURISME

Le pays a l'avantage d'offrir des produits touristiques de qualité, nous devons savoir valoriser ces atouts. Et en

prioritaires, nous continuons aussi à travailler: Autriche, Corée du Sud, Japon, entre autres.

## LES TOURISTES BRITANNIQUES SE FERONT PLUS RARES CET HIVER

Ils arrivent chaque année par charters, dévalent les pistes helvétiques, animent les bars d'altitude et chalets. Cet hiver, les touristes britanniques seront moins nombreux dans les stations.

Conséquence du vote sur la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne, le centre de recherches conjoncturelles (KOF) de l'EPFZ prévoit une chute de près de 10% des nuitées de visiteurs provenant de ce pays. En cause, la baisse de la livre de plus de 10% face au franc depuis le scrutin. «Les vacances pour les touristes de ce pays deviennent plus chères en Suisse. Et le niveau du recul dépend de l'élasticité du cours», explique Nadia Held de l'institut Bakbasel.

La tendance se confirme à Verbier. «L'état des réservations est aujourd'hui, par rapport à la même date de l'an passé, 8 à 10% plus bas», indique Vincent Riba, responsable communication de la station valaisanne, très prisée des Britanniques. «Mais le climat reste serein», ajoute-t-il. Même calme à Crans-Montana, mais «l'in-

connue reste le niveau de dépense journalière». Plus inquiétant, l'état des réservations de la parahôtellerie (locations de chalets et appartements) pour décembre sur le site de l'Observatoire valaisan du tourisme: 57 577 nuitées réservées en décembre, soit un tiers de moins qu'un an plus tôt (état au 3.11.2016).

### «Un scénario réaliste»

Suisse Tourisme tempère, «60 à 70% des touristes britanniques réservent par le biais de tour-opérateurs, qui ont, eux, protégé leur exposition aux risques de change dès l'annonce du Brexit. Ceci leur permet de ne pas augmenter leurs prix», explique la porte-parole Véronique Kanel. Et le niveau de réservations auprès des plus importants d'entre eux est stable. «Ces premières données indiquent qu'un recul des nuitées de 4 à 5% pour l'ensemble de la saison d'hiver 2016/17 est un scénario réaliste», poursuit Véronique Kanel. Pour autant que la neige soit au rendez-vous. ○

## Une croissance inégale

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, au niveau global, ce dernier devrait connaître une solide croissance, de 3,3% en moyenne par an, pour atteindre 1,8 milliard de visiteurs étrangers en 2030. En Suisse, en revanche, les prévisions sont moins enthousiastes. Après plusieurs saisons de repli, les prévisions du centre de recherches conjoncturelles (KOF) de l'EPFZ tablent sur +1% cette année et la suivante, +2% en 2018.

Pourquoi cet écart? «Cet essor mondial est avant tout lié à un effet mécanique», relève Roland Schegg, professeur à l'Institut du tourisme de la Haute école spécialisée du Valais. «La population mondiale s'agrandit et avec elle les classes moyennes, consommatrices de voyages». Et puis, «la croissance ne concerne pas toutes les formes de tourisme», observe de son côté Natalia Held de Bakbasel. En Suisse, «le tourisme alpin joue en-

core un rôle essentiel. Et le problème relève de la structure de la clientèle, qui provient encore majoritairement d'Europe de l'ouest, un marché largement saturé», explique-t-elle. «A quoi s'ajoute un problème de compétitivité, qui s'est aggravé depuis la fin du taux plancher de l'euro».

Les perspectives sont meilleures pour les régions urbaines, notent les deux experts. La croissance devrait atteindre 2,5% en 2018, selon le KOF. «En Suisse, les villes sont belles, petites et sûres», analyse Roland Schegg. De quoi séduire une clientèle urbaine d'Europe et des Etats-Unis. Ou d'ailleurs, puisque «la structure de cette clientèle est davantage orientée vers l'étranger et les marchés émergents», ajoute Natalia Held. Les villes sont aussi moins tributaires des saisons que la montagne, en termes d'offre, et elles sont alimentées par le tourisme d'affaires, moins sensible aux variations de change. ○