



TOURISME Unir les destinations pour renforcer le tourisme est une tendance en marche. Mais le chemin est tortueux.

Comment réussir à fédérer les clochers touristiques?

JULIEN WICKY

Le canton de Vaud serait-il venu donner une leçon de tourisme aux Valaisans? «Loin de moi cette idée de venir vous parler de l'exemple vaudois. Je viens avec beaucoup d'humilité vous parler d'une étude de cas et ne vous donne pas de potion magique», a prévenu en préambule Lionel Eperon, chef du Service de la promotion économique et du commerce de l'Etat de Vaud. C'est lors du deuxième acte du cycle de conférences autour du tourisme organisé par Altitude 1400, consacré mardi soir à la gouvernance, qu'il est venu livrer ce regard. Thème de la soirée du côté de l'IUKB de Bramois, la refonte de la stratégie touristique des Alpes vaudoises pour 2020.

Identité trop forte pour tirer à la même corde

Premier constat pour le représentant de l'Etat de Vaud, l'ensemble des Alpes vaudoises doit être considéré comme une seule destination. «Il faut atomiser le tissu. Tout est dans tout. Chaque station dispose de sa structure touristique, de son logo, de son site internet, de son directeur, de son comptable, de son webpublisher. Si vous devez gérer le tourisme de New York vous pouvez le faire tout seul, mais sinon il faut une taille critique», avertit Lionel Eperon.

Ce n'est pas les Valaisans dans la salle qui diront le contraire, mettre les destinations ensemble c'est compliqué. Ce discours fait d'ailleurs resurgir chez certains quelques souvenirs de la baffa de 2009 contre la loi sur le tourisme. Et chez nos voisins, le ton est assez similaire. «L'attachement quasi

Le canton de Vaud a lancé la stratégie Alpes vaudoises 2020 qui incite les stations (photo Leysin) à mieux se positionner sur un segment touristique et d'arrêter de proposer chacune de tout. DR



viscéral à une région nous confronte à des structures qui ont tendance à ne pas tirer à la même corde. Chacun préfère s'approprier son destin et se fait mousser avec ses atouts. Tout le monde s'arroge un peu le droit d'être un spécialiste.»

Concrètement, il faut que chaque destination arrête de proposer un peu de tout. Tout le monde veut un positionnement à la fois fun, jeune, famille, coquet, ski, ski de fond. De l'avis de Lionel Eperon, une stratégie régionale forte, ce n'est pas l'addition ni l'inventaire à la Prévert. Dans cette refonte, Leysin devient la station fun, Villars la coquette, Les Mosses axées sur le ski nordique et famille et le Pays-d'Enhaut de-



LIONEL EPERON CHEF DU SERVICE DE LA PROMOTION ÉCONOMIQUE, ÉTAT DE VAUD

«**Tout le monde s'arroge un peu le droit d'être un spécialiste du tourisme.**»

vient lui une destination terroir et traditions.

La carotte et le bâton

Ce chemin, qui en est encore à ses débuts, a dû être lancé par une politique de la carotte et du bâton. La carotte, c'est le droit aux sub-

ventions étatiques. Le bâton, c'est le moratoire pur et simple décidé par le Conseil d'Etat sur les subventions aux remontées mécaniques et à l'enneigement artificiel. Et dans le canton de Vaud, la part de l'Etat à fonds perdu et celle de prêts sans intérêts s'élevaient à...

80%. Conditions pour récupérer les subventions? Se mettre ensemble. «Autant dire qu'en Valais votre bâton c'est une brindille tant le soutien de l'Etat est faible», répond l'assemblée. La mesure a eu son effet puisque les zones touristiques sont passées de treize à cinq et les sociétés de remontées mécaniques de treize à cinq.

Le chemin est encore long

Mais la gouvernance, comme le relève Lionel Eperon, est d'ordre politique et elle doit encore être concrétisée. «On a conçu un projet, on a fédéré les destinations, maintenant il faut mettre en œuvre.» Le projet Alpes vaudoises 2020 est devisé à quelque 600 millions de



COMMENTAIRE
JULIEN WICKY
JOURNALISTE

La base a encore des choses à dire

Les débats d'Altitude 1400 ont le mérite de réunir de nombreux acteurs du tourisme valaisan. Qu'ils adhèrent ou non à la philosophie, ils n'ont pas la langue dans leur poche. «En Valais c'est chacun pour soi», «sans stratégie», «sans aucune règle», «avec un développement anarchique et incontrôlable», sont quelques-unes des remarques formulées. Quand il s'agit de savoir qui sont ceux qui bloquent et qui sont ceux qui pourraient débloquent la situation, tout ça reste flou. On peut alors balayer les critiques en estimant que la base ne sait que se plaindre. Ou alors, on peut se dire que les décideurs de l'échelon supérieur seraient bien inspirés – à l'image de Damian Constantin – d'écouter la base qui a visiblement encore des choses à dire, surtout lorsqu'on débat de gouvernance.

francs dont les deux tiers pris en charge par l'économie privée mais tout reste encore à faire. «Nous ne sommes qu'à un quart du chemin. Tout cela est fragile, il y a des risques d'éclatement de cette alliance à tout bout de champ», conclut Lionel Eperon. Aux destinations dès lors de montrer si elles adhèrent au projet... ou non. ◉

CE QU'ILS PENSENT DU DÉBAT



ANDRÉ GUINNARD
FONDATEUR DE
GUINNARD IMMOBILIER
À VERBIER

«Il faut que ça vienne de la base»

«Je suis assez dubitatif après la présentation de ce modèle vaudois», explique d'emblée André Guinnard. Il regrette ainsi que la stratégie ait été dictée par l'Etat. A Verbier, il fait partie d'un groupe qui planche en ce moment sur un nouveau financement du tourisme. «Mais on intégre tout le monde, les hôteliers, les propriétaires, les commerçants, les remontées mécaniques. A la fin, on aura décidé ce qui est bon pour tout le monde et on évite les oppositions.» ◉



SERGE BESLIN
DIRECTEUR ADJOINT
DE THERMALP SA
À OVRONNAZ

«Se rassembler par produits et pas par régions»

«Je suis sceptique sur la question de la pression exercée par l'argent. Est-ce que ça tiendra?» explique Serge Beslin, directeur adjoint de Thermalp SA, société qui gère les bains d'Ovronnaz. L'homme sait de quoi il parle puisqu'il a officié durant neuf ans au sein de la structure touristique de Villars et, avant ça, fusionné les offices du tourisme d'Evolène Région. Pour lui, il vaudrait mieux «unifier les destinations par produits et pas par régions. On l'a vu en 2009, ça ne marche pas.» ◉



ALAIN DÉLÉTROZ
PRÉSIDENT
D'ANZÈRE
TOURISME

«C'est déjà difficile dans une commune»

«On a déjà essayé au niveau valaisan en 2009 et tout le monde se souvient de l'échec que c'était. Sion-Région a éclaté et même récemment les destinations Verbier Saint-Bernard se sont séparées», illustre Alain Délétroz, président d'Anzère Tourisme. Il pilote en ce moment une refonte complète des structures dans sa station. «C'est déjà difficile au niveau local et un gros travail se fait mais dans un futur proche d'autres synergies sont à mon sens inévitables.» ◉



DAMIAN CONSTANTIN
DIRECTEUR DE
VALAIS/WALLIS
PROMOTION

«Il y a une mobilisation de la base»

«Le cas de Vaud qui pousse les destinations à se mettre ensemble confirme beaucoup de choses mais ces débats et les discussions qui suivent confirment qu'en Valais la base veut montrer son chemin sans pression étatique et ce n'est que comme ça que notre stratégie pourra fonctionner», explique le directeur de Valais/Wallis Promotion. Et l'homme de constater qu'il y a, en Valais, «une réelle mobilisation des destinations qui se disent prêtes à collaborer.» ◉ JW



JEAN-PHILIPPE BORGEAUD

PRÉSIDENT
DE CHAMPÉRY
TOURISME,
CONSULTANT
POUR
«LE NOUVELLISTE»

L'AVIS DE...

«Un pas après l'autre»

«Je partage totalement les difficultés que rencontrent les Alpes vaudoises, même s'il faut relativiser la taille qu'elles représentent. Nous avons également entamé cette réflexion dans notre région avec un regroupement quasi effectif entre Champéry et Val-d'Illeiez. Nous avons déjà un marketing commun et nous espérons maintenant aller plus loin et associer Morgins et Champoussin à cette démarche. Nous avons entrepris cette démarche il y a déjà près de trois ans et elle a l'avantage d'être issue de nos rangs et d'être totalement soutenue par les politiques. C'est une aide précieuse surtout avec la nouvelle loi sur le tourisme qui implique concrètement les communes. Par ailleurs, nous avons également lancé cette démarche de spécialisation des produits à l'échelle des Portes du Soleil. Sur notre site internet, on a répertorié les produits en fonction des thématiques et pas en fonction des régions et c'est quelque chose qui est en train de se mettre en place, mais il faut beaucoup de temps et de travail pour faire passer ces idées. Avant de penser à faire ce travail sur l'ensemble du Valais, je pense que c'est déjà suffisamment difficile de le faire vallée par vallée et c'est un bon début d'y arriver.» ◉ JW