



REPOSE DU CONSEIL D'ETAT
à l'interpellation Sébastien Humbert et consorts au nom du groupe Vert'libéral - Contradiction n°2 –
du « tourisme durable » pas durable (23_INT_157)

Rappel de l'intervention parlementaire

Vivons heureux et plein de contradictions !

« On a un bien joli canton :

Des veaux, des vaches, des moutons »

et même de belles contradictions

Voici le vers que l'on pourrait ajouter à la Venoge de Jean Villars-Gilles.

En effet, nous constatons que le Canton de Vaud vit (consciemment, ou non) en pleines contradictions sur plusieurs questions. Dès lors, nous nous permettrons d'interroger le Gouvernement lorsqu'il nous semble que les contradictions sont telles qu'elles méritent d'être interrogées, diminuées voire abolies.

Le Canton de Vaud a lancé en septembre 2023 une grande offensive afin d'améliorer la promotion touristique du canton en mettant l'accent sur la durabilité. Nous saluons cette démarche favorable aux acteurs du tourisme vaudois et – sur le papier – favorable au développement durable.

En effet, la Conseillère d'Etat Isabelle Moret - en charge de l'économie – a dit souhaiter faire du canton « une destination de référence en matière de tourisme durable ». Sur le site dédié, on peut même lire que « La durabilité est au cœur de la stratégie de la promotion du Canton de Vaud »¹.

Cependant, lors de la présentation de cette campagne, on apprend que les marchés ciblés se déclineront du côté alémanique, mais aussi sur d'autres marchés clés comme la France, l'Italie, l'Allemagne, le Bénélux, le Royaume-Uni, l'Amérique du Nord et le Moyen-Orient².

Si les pays européens peuvent facilement accéder à nos infrastructures touristiques en train, la désignation des deux derniers marchés-cibles rentre en complète contradiction avec les objectifs de réduire les émissions de CO2 de moitié d'ici 7 ans.

Dès lors, nous avons le plaisir de poser les questions suivantes au Conseil d'Etat :

- *Comment le Conseil d'Etat peut-il, dans le même temps, vouloir baisser les émissions de CO2 tout en augmentant l'arrivée de touristes en provenance de destinations qui ne peuvent arriver ici autrement qu'en avion ?*
- *Le Conseil d'Etat a-t-il soumis au préalable son projet de développement touristique à l'Office Cantonal de la Durabilité et du Climat qui est sensé assurer la « coordination des politiques de durabilité et climatique du Conseil d'Etat » ?*
- *Si ce projet a été soumis au préalable à l'Office Cantonal de la Durabilité et du Climat, quelle a été sa recommandation ?*
- *Si non, pourquoi ?*

- *Le Conseil d'Etat ne devrait-il pas allouer ses moyens au développement du marché intérieur (Suisse-alsacienne en particulier) et aux pays limitrophes en mettant l'accent sur les accès possibles en train plutôt que de viser des pays plus éloignés ?*

Nous remercions le Conseil d'Etat de l'accueil qu'il réservera à ces questions.

Sébastien Humbert, au nom du groupe Vert'libéral

¹ <https://www.vaud.ch/durabilite/>

² <https://www.pme.ch/latest-news/2023/09/15/vaud-veut-ameliorer-sa-notoriete-et-son-attractivite-637339>

Réponse du Conseil d'Etat

Comment le Conseil d'Etat peut-il, dans le même temps, vouloir baisser les émissions de CO2 tout en augmentant l'arrivée de touristes en provenance de destinations qui ne peuvent arriver ici autrement qu'en avion ?

En premier lieu, il est à noter que la stratégie de promotion touristique est élaborée et mise en œuvre par Vaud Promotion, organisme soutenu par l'Etat de Vaud à hauteur de 80 % du budget annuel de l'association, qui s'élève à 8,5 millions de francs, étant précisé que 75 % de ce montant est dévolu au tourisme.

Le 4 avril 2023, la Cheffe du Département de l'économie, de l'innovation, de l'emploi et du patrimoine (DEIEP) a formellement validé la stratégie soumise par Vaud Promotion, tel que prévu par la convention de subventionnement pour les années 2023 à 2025. Cette stratégie vise notamment à augmenter le nombre de nuitées des touristes qui viennent visiter le Canton de Vaud, afin que ceux-ci y restent plus longtemps.

Vaud Promotion s'engage pour un tourisme durable avec en particulier le programme de durabilité « Swisstainable », qui entend mettre l'accent sur les points suivants :

- Gestion du plan d'actions permettant le renouvellement de la certification EcoEntreprise (audit) de Vaud Promotion ;
- Soutien au développement de stratégies de durabilité au niveau régional avec l'accompagnement, le coaching et la mise en réseau des partenaires ;
- Positionnement de la marque VAUD+ (avec les labels Certifié d'ici et Ambassadeur) comme preuve de durabilité ;
- Augmentation du nombre de partenaires engagés et valorisation des partenaires engagés au moyen d'une communication ciblée ;
- Pérennisation de la collaboration avec Pro Infirmis, participation au projet du Grand Tour de Suisse Accessible et soutien à l'initiative OK:GO, qui aide les prestataires touristiques suisses à saisir et publier des informations sur l'accessibilité de leurs offres.

Ainsi, ce programme met en place des pratiques de commercialisation et des campagnes saisonnières durables, en encourageant notamment à voyager de façon durable, en collaboration avec les CFF. Au surplus, sur le portail MyVaud.ch, les partenaires vaudois engagés dans le programme Swisstainable sont valorisés.

En ce qui concerne la mobilité, il faut également souligner l'engagement du Conseil d'Etat figurant dans le Programme de législature vaudois 2022-2027, qui contient un axe dédié à la durabilité et au climat (axe 2), ainsi que plusieurs mesures définies qui concernent la mobilité. En particulier, la mesure 2.5 propose de développer l'offre de mobilité durable afin d'accompagner les besoins de la population et des entreprises ainsi que l'offre touristique sur tout le territoire. Ainsi, du côté de l'offre en transports publics, l'accessibilité des zones de loisirs et des stations est un enjeu identifié par le canton dans le cadre de l'organisation du transport régional de voyageurs, en train ou en bus. Par exemple, des cadences sont renforcées en haute saison et/ou les week-ends et des projets tels que le prolongement de l'Aigle-Leysin jusqu'aux remontées mécaniques sont soutenues et accompagnés par le canton.

Au surplus, les destinations touristiques que Vaud Promotion promeut s'engagent en faveur d'une mobilité connectée et multimodale, afin d'encourager les visiteurs du canton à utiliser les transports publics. La région de Nyon, par exemple, propose l'offre SKIRAIL qui combine titre de transport pour le NStCM et forfait de ski. Par ailleurs, le développement de la communauté tarifaire vaudoise Mobilis s'étend désormais aux trois communes du Pays-d'Enhaut, ce qui permet à la région de renforcer ses liens avec le Canton de Vaud et de faciliter les trajets en transports publics pour la population locale, mais également pour les visiteurs du canton.

De plus, les axes de la durabilité développés par Suisse Tourisme sont les suivants :

- Répartir les flux de touristes sur l'ensemble du territoire national ;
- Encourager le tourisme à l'année en faisant venir les touristes dans notre pays non seulement en hiver et en été, mais aussi dans l'entre-saison. Aujourd'hui, le nombre de nuitées hôtelières dans toute la Suisse aux périodes de pointe (juillet-août) est supérieur d'environ deux tiers à celui des saisons creuses (avril-mai et octobre-novembre) ;

- Encourager l’allongement de la durée des séjours, en particulier pour les clients venant de pays lointains, afin d’améliorer le bilan carbone par nuitée. Il s’agit ainsi d’un moyen de diminuer l’impact CO₂ par rapport aux touristes dits « *city breaker* », qui font des allers-retours en grand nombre pour un weekend. Le crédo est donc « Moins souvent, mais plus longtemps », plutôt que « plus souvent et moins longtemps ».

Un guide sur la responsabilité climatique, soutenu par Innotour, a en outre été élaboré, lequel vise à fournir aux destinations – en Suisse, dans les Alpes et au-delà – une solution concrète pour calculer leur empreinte climatique et prévoir des mesures pour progresser vers la neutralité carbone.

Ainsi, comme le relève Suisse Tourisme, les hôtes des marchés lointains contribuent à une stabilité accrue et à une répartition plus uniforme de la demande et, par conséquent, à un lissage des saisonnalités qui induit une utilisation plus régulière des ressources touristiques. Ces facteurs contribuent ainsi à la résilience, notamment des régions à forte densité touristique et souvent périphériques. Sans eux, un tourisme à l’année, assurant des emplois tout au long de l’année, serait impossible dans bien des lieux. Ces assertions valent également pour le canton de Vaud.¹

Le Conseil d’Etat relève également que les flux des hôtes intercontinentaux apportent une contribution importante sur le plan économique et social – soit les deux autres piliers de la durabilité, trop souvent réduite à sa composante environnementale – non seulement au tourisme suisse, mais aussi à d’autres secteurs connexes (par exemple la formation, avec nos hautes écoles). Pour autant, le marketing touristique devrait être axé, dans la mesure du possible, sur la gestion des flux de visiteurs et des segments à forte valeur ajoutée, susceptibles de combler des lacunes saisonnières et géographiques. Aussi, afin de mitiger les coûts écologiques (notamment les émissions de CO₂ dues aux vols long-courriers), des mesures visant à prolonger la durée de séjour ou d’éventuelles mesures compensatoires s’imposent.

L’un des objectifs est ainsi de viser un équilibre durable, ce qui passe par la diversification temporelle et géographique des flux touristiques, un mix équilibré d’hôtes, ainsi qu’une action responsable.

Le Conseil d’Etat a-t-il soumis au préalable son projet de développement touristique à l’Office Cantonal de la Durabilité et du Climat qui est sensé assurer la « coordination des politiques de durabilité et climatique du Conseil d’Etat » ? Si ce projet a été soumis au préalable à l’Office Cantonal de la Durabilité et du Climat, quelle a été sa recommandation ? Si non, pourquoi ?

La convention de subventionnement entre l’Etat de Vaud et l’Association Vaud Promotion, qui fixe les conditions d’octroi et les modalités d’utilisation de la subvention accordée par le Conseil d’Etat pour les années 2023 à 2025, signée le 23 juin 2022, prévoit que la stratégie de Vaud Promotion doit être validée par la cheffe du DEIEP ; celle-ci demeurant évolutive, elle peut être réexaminée par le DEIEP. La surveillance de Vaud Promotion est en outre dévolue au Service de la promotion de l’économie et de l’innovation (SPEI). Cette convention prévoit encore que le DEIEP apprécie la qualité du travail de Vaud Promotion, notamment s’agissant du déploiement de la marque VAUD+ et de l’évolution de son image. Il n’était donc pas prévu à ce stade que l’Office cantonal de la durabilité et du climat (OCDC) soit intégré dans l’élaboration ou le suivi de la stratégie touristique élaborée par Vaud Promotion. En revanche, l’OCDC a été impliqué dans l’élaboration du formulaire d’engagement et dans celle de la directive d’application du crédit-cadre visant à favoriser le développement durable du tourisme régional.

Depuis le début de l’année 2024, un formulaire d’engagement au respect d’exigences minimales, élaboré conjointement par l’OCDC et le SPEI, doit être signé par tout candidat à un soutien financier octroyé par le SPEI, à savoir notamment pour tout projet d’infrastructure ou de manifestation touristique. Par ce formulaire, tous les bénéficiaires de ces types de subventions s’engagent au respect de certaines exigences, qui traitent tant des conditions de travail et de protection des travailleurs, d’égalité salariale entre femmes et hommes (exigence établie en coordination avec le Bureau de l’égalité entre les femmes et les hommes [BEFH]), du paiement des impôts et des charges sociales, des règles en matière de faillite, de concordat et de saisie, de travail au noir et des travailleurs détachés (coordination avec la Direction générale de l’emploi et du marché du travail [DGEM]), que de la protection de l’environnement et de la préservation des ressources naturelles.

L’OCDC et le SPEI collaborent également à la rédaction d’une checklist d’auto-évaluation en matière de durabilité qui sera remise aux entités subventionnées, afin de les sensibiliser aux enjeux environnementaux et sociaux en matière de durabilité. Ce questionnaire devrait permettre aux demandeurs de dresser un état des lieux, sur une base

¹ https://www.stnet.ch/app/uploads/2023/02/HSG_Rapport-succint_Marche%CC%81-lointains_Twopager_230221.pdf

auto-déclarative, des engagements pris et des actions mises en place pour promouvoir la durabilité au sein de leur organisation. Ainsi, lors d'une demande de soutien, la situation en matière de durabilité de l'entreprise ainsi que du produit ou service délivré devra être analysée. En cas de respect des critères légaux minimaux mais de score peu élevé, le SPEI pourra, dans certains cas, encourager l'entreprise concernée à mettre en place une stratégie en matière de durabilité, démarche qui pourrait alors être soutenue au titre du fonds de soutien à l'économie durable. En cas de demandes de soutien ultérieures, le demandeur sera invité à mettre à jour le questionnaire à intervalles réguliers, afin que le SPEI puisse constater les évolutions dans les engagements pris. A noter toutefois que seuls les acteurs touristiques majoritairement privés peuvent recevoir une aide au titre du fonds de soutien à l'économie durable pour la mise en œuvre d'une stratégie en matière de durabilité.

En ce qui concerne le subventionnement des projets régionaux, l'outil « Boussole21 », qui permet de dresser les forces et faiblesses d'un projet selon 20 critères de développement durable, est déjà utilisé depuis une dizaine d'année par le SPEI avant l'octroi d'un soutien financier. A noter encore qu'une modification du RLADPR (règlement vaudois sur l'appui au développement économique pour les subventions aux projets régionaux du 12 juin 2007 ; BLV 900.05.1) a été adoptée par le Conseil d'Etat le 16 août 2023. Ce règlement renforce le rôle de l'analyse en durabilité et permet dorénavant au SPEI de financer des prestations de coaching en matière de durabilité en faveur des organismes régionaux. Ceci améliore l'analyse de la qualité des dossiers, toujours grâce aux outils Boussole21 ou d'autres démarches équivalentes. Au surplus, une consultation formelle des services de l'Etat particulièrement concernés par le projet est prévue, ce qui implique qu'un préavis négatif d'un service consulté peut exclure l'octroi d'une aide financière fondée sur la LADE (loi sur l'appui au développement économique du 12 juin 2007 ; BLV 900.05). Une directive départementale a également été élaborée en étroite collaboration avec l'OCDC pour tenir davantage compte des critères de durabilité lors de soutiens accordés à des infrastructures touristiques via le crédit-cadre visant à favoriser le développement durable du tourisme régional.

Le Conseil d'Etat ne devrait-il pas allouer ses moyens au développement du marché intérieur (Suisse-allemanique en particulier) et aux pays limitrophes en mettant l'accent sur les accès possibles en train plutôt que de viser des pays plus éloignés ?

Bien qu'une promotion internationale soit effectivement de mise, la part dédiée à la promotion nationale est importante, puisque 60 % des visiteurs du Canton de Vaud sont suisses. Il faut également relever que plus de 20 % des nuitées sur sol vaudois sont effectuées par des touristes européens, selon les statistiques des nuitées de l'année 2022 élaborées par Vaud Promotion :



A noter cependant que les prévisions des nuitées 2023, selon les chiffres relevés pour les mois de janvier à novembre 2023, montrent une tendance à l'augmentation des touristes européens : on constate en effet que les marchés lointains (Inde et Arabie Saoudite) ne font plus partie du top 10 des visiteurs. Ceux-ci ont été remplacés par les marchés des Pays-Bas et de l'Espagne.

La stratégie de Vaud Promotion prévoit des campagnes digitales visant le marché domestique suisse, particulièrement afin de promouvoir le tourisme « 4 saisons », avec un accent particulier sur l'automne. La participation à des projets nationaux et supra-cantonaux tels que Swiss Mobile, Grand Tour of Switzerland, Jura3Lacs et Campagne Cities & Automne fait également partie de cette stratégie touristique.

Quant aux marchés de proximité tels que la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Belgique et l'Italie, Vaud Promotion axe sa stratégie sur des grands portails tels que les médias Le Monde et Telegraph ou encore avec des campagnes de communication sur YouTube. Des campagnes avec les grands transporteurs ferroviaire – notamment Lyria, Deutsche Bahn et Trenitalia – sont mises en place en collaboration avec les destinations.

Dans la même optique, s'agissant des marchés lointains, Vaud Promotion entend s'associer avec des tour-opérateurs qui favorisent un tourisme de qualité et à fort impact économique, avec des séjours de plus longue durée. Le but est de faire transiter par le canton de Vaud des groupes de voyageurs ayant déjà prévu de venir en Europe.

S'il est vrai que Suisse Tourisme indique clairement que l'un de ses objectifs est la reconquête des hôtes internationaux, il y a cependant lieu de mettre une priorité sur l'équilibre du mix entre les hôtes régionaux, nationaux et internationaux, afin de permettre une meilleure résistance face aux crises. Comme indiqué précédemment, le but est également de favoriser une durée de séjour plus longue et avec une valeur ajoutée plus élevée.

Ainsi adopté, en séance du Conseil d'Etat, à Lausanne, le 27 mars 2024.

La présidente :

Le chancelier a. i. :

C. Luisier Brodard

F. Vodoz