

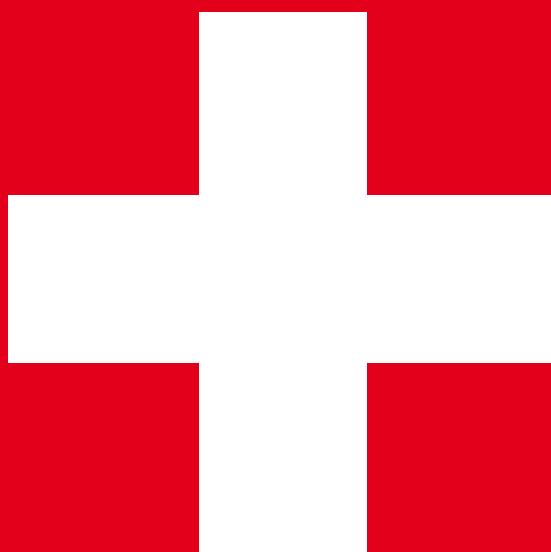


Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie DFE
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Stratégie de croissance pour la place touristique suisse

Programme de mise en œuvre 2012–2015



Impressum :

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Rédaction, contact :

SECO, secteur Tourisme

Courriel : tourismus@seco.admin.ch

Clôture de la rédaction : 27 février 2012

Distribution :

Consultation en ligne : www.seco.admin.ch

Distribution : OFCL, vente des publications fédérales, 3003 Berne

www.publicationsfederales.admin.ch

N° de commande : 710.531.f

Programme de mise en œuvre 2012–2015

Avant-propos

La Suisse est le pays du tourisme par excellence. Son territoire aux dimensions modestes regorge de mille trésors : des paysages préalpins pittoresques se découpant sur un fond majestueux de montagnes et de glaciers, des cités attrayantes animées d'une vie culturelle foisonnante et une offre moderne de foires et de congrès, sans oublier une gastronomie riche et variée. Ses excellentes infrastructures garantissent un voyage très agréable, et ses entreprises touristiques, axées sur la qualité, sont attentives au bien-être de leurs hôtes. Branche phare de l'économie helvétique, le tourisme constitue même dans certaines régions l'épine dorsale de l'économie régionale. Plus de la moitié des nuitées recensées en Suisse sont à porter au compte de visiteurs étrangers. Le tourisme est donc l'une des principales branches d'exportation, qui, par ses 150 000 emplois en équivalents plein temps, contribue pour environ 3 % à la performance économique de la Suisse. Or le secteur touristique est aujourd'hui confronté à d'énormes défis, par exemple la crise européenne de la dette ou la fermeté du franc. Aussi le Conseil fédéral a-t-il arrêté l'an dernier des mesures supplémentaires à court terme, applicables jusqu'en 2015, pour épauler l'économie touristique suisse.

En approuvant la stratégie de croissance pour la place touristique suisse en 2010, le Conseil fédéral a lancé un signe clair, dans une perspective à moyen et à long terme, en faveur d'un tourisme suisse à l'avenir prospère. Les deux principaux objectifs qu'il poursuit concernent l'amélioration des conditions générales des entreprises œuvrant dans le tourisme et l'encouragement ciblé des sites touristiques. L'application de la nouvelle politique du tourisme a débuté le 1^{er} février 2012, date de l'entrée en vigueur de la révision totale de la loi fédérale encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme (Innotour). Le présent programme de mise en œuvre 2012–2015 permet de concrétiser la stratégie de croissance pour la place touristique suisse.

Ce genre de programme est important en raison des nombreuses tâches transversales que couvre la politique du tourisme : les offres touristiques se caractérisent par le fait que les différentes prestations de services sont liées à des chaînes de valeur ajoutée présentant de nombreuses interfaces. Par ailleurs, les biens publics tels que la nature et le paysage ou les sites et les villes occupent une place majeure. Une bonne interaction entre les acteurs privés et publics est indispensable à une place touristique suisse compétitive et florissante. Les programmes de mise en œuvre y contribuent pour une part essentielle.

Ce premier programme de mise en œuvre traite de thèmes et de projets relevant de la politique nationale du tourisme. Lors de son établissement, le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) a cependant accordé une large place aux priorités des cantons, des régions, des villes, du secteur touristique et des acteurs intéressés.

Les priorités thématiques et les 30 projets centraux qui y sont exposés sont essentiels à la réalisation des objectifs de la Confédération en matière de politique du tourisme. Ils permettent de se concentrer sur les questions de politique touristique et d'éviter de se disperser dans une profusion d'activités. Vers la fin de la législature 2012–2015, le Conseil fédéral dressera un bilan du tourisme suisse sur la base du programme que vous avez entre les mains.

Le programme de mise en œuvre 2012–2015 marque une étape décisive dans la politique fédérale du tourisme. J'aimerais remercier toutes les personnes ayant participé à son élaboration pour leur grand engagement et leur collaboration constructive. J'invite le secteur du tourisme ainsi que les cantons et les régions à s'investir dans ce programme et à faire front uni pour appliquer des mesures harmonisées propres à renforcer la place touristique de la Suisse.

Johann N. Schneider-Ammann
Conseiller fédéral, chef du Département fédéral de l'économie (DFE)

Sommaire

1	Survol des projets centraux du programme de mise en œuvre	6
2	Généralités concernant le programme de mise en œuvre 2012–2015.....	7
2.1	Contexte	7
2.2	Objectifs du programme de mise en œuvre 2012–2015	8
2.3	Lignes directrices pour l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015	8
3	Priorités et projets centraux du programme de mise en œuvre 2012–2015	9
3.1	Axe stratégique 1 : gestion active des enjeux stratégiques	9
3.1.1	Aperçu.....	9
3.1.2	Commentaires des priorités et des projets centraux.....	10
3.2	Axe stratégique 2 : développement des tâches transversales.....	17
3.2.1	Aperçu.....	17
3.2.2	Commentaires des priorités et des projets centraux.....	18
3.3	Axe stratégique 3 : augmenter l'attrait de l'offre touristique	24
3.3.1	Aperçu.....	24
3.3.2	Commentaires des priorités et des projets centraux.....	25
3.4	Axe stratégique 4 : renforcer la présence sur les marchés	30
3.4.1	Aperçu.....	30
3.4.2	Commentaires des priorités et des projets centraux.....	30
4	Controlling et évaluation	34
4.1	Controlling continu et information annuelle	34
4.2	Bilan 2014	34
	Annexe 1 Vision, principes directeurs et buts de la politique du tourisme.....	35
	Annexe 2 Lignes directrices pour l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015	37
	Références bibliographiques	42

Abréviations

ARE	Office fédéral du développement territorial
BI	Bureau de l'intégration
CA	champ d'action
CIDD	Comité interdépartemental pour le développement durable
CTI	Commission pour la technologie et l'innovation
DDC	Direction du développement et de la coopération
DFAE	Département fédéral des affaires étrangères
DFE	Département fédéral de l'économie
DS	Direction de la promotion économique
FTS	Forum Tourisme Suisse
HESTA	statistique de l'hébergement touristique
Innotour	loi fédérale encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme
MoU	Memorandum of understanding
NPR	nouvelle politique régionale
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OFAG	Office fédéral de l'agriculture
OFEN	Office fédéral de l'énergie
OFEV	Office fédéral de l'environnement
OFS	Office fédéral de la statistique
OMT	Organisation mondiale du tourisme
PASTA	statistique de la parahôtellerie
PDR	projet de développement régional
SCH	Société suisse de crédit hôtelier
SECO	Secrétariat d'Etat à l'économie
TSA	compte satellite du tourisme (<i>tourism satellite account</i>)

1 Survol des projets centraux du programme de mise en œuvre

Les mesures de la Confédération concernant la mise en œuvre de la stratégie de croissance pour la place touristique suisse pour les années 2012 à 2015 ont été élaborées par le Secrétariat d'Etat à l'économie, avec l'aide des milieux directement intéressés. Sur les 30 projets centraux que comprend le programme de mise en œuvre, les deux tiers sont consacrés à l'amélioration des conditions-cadre pour les entreprises touristiques (champs d'action CA1 à CA4) et un tiers portent sur la promotion de la place touristique (champs d'action CA5 à CA8).¹⁾

Tableau 1 : Survol des projets centraux du programme de mise en œuvre

CA1 : Bases de la politique du tourisme	1) Poursuivre et développer le compte satellite du tourisme (TSA) 2) Poursuivre et optimiser la statistique de l'hébergement touristique (HESTA) 3) Introduire la statistique de la parahôtellerie (PASTA) 4) Poursuivre et développer les statistiques du tourisme existantes (benchmarking, prévisions) 5) Elaborer des bases de savoir sur les thèmes touristiques prioritaires 6) Mettre sur pied le Forum Tourisme Suisse (FTS) 7) Concevoir et introduire la newsletter consacrée à la politique internationale du tourisme
CA2 : Coopération internationale	8) Concentrer les efforts de coopération au sein de l'OMT 9) Concentrer les efforts de coopération au sein du Comité du tourisme de l'OCDE 10) Renforcer les échanges en matière de politique touristique avec l'Union européenne 11) Développer de manière ciblée la coopération touristique dans l'Arc alpin 12) Exploiter les synergies potentielles entre la politique touristique et la coopération économique au développement
CA3 : Intégration dans la promotion économique	13) Optimiser la collaboration entre la nouvelle politique régionale et la politique touristique 14) Intégrer les intérêts touristiques dans la politique économique générale
CA4 : Coordination et coopération dans la politique fédérale	15) Instaurer une collaboration structurée avec l'Office fédéral du développement territorial (ARE) 16) Etablir le bilan concernant le respect des principes du développement durable dans la politique du tourisme 17) Instaurer une collaboration structurée avec l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) 18) Valoriser le potentiel de l'agritourisme 19) Exploiter les synergies potentielles entre la politique touristique et la politique énergétique

1) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 43.

CA5 : Encouragement de l'innovation, de la coopération et de la professionnalisation dans le tourisme suisse (Innotour)	20) Intensifier l'échange d'expériences entre les promoteurs de projets Innotour 21) Développer l'activité d'information du SECO sur le tourisme suisse en général 22) Soutenir le projet Milestone en tant que plateforme d'innovation 23) Soutenir les projets modèles Innotour par le bas (<i>bottom-up</i>) 24) Lancer et soutenir des projets modèles Innotour par le haut (<i>top-down</i>)
CA6 : Encouragement du secteur de l'hébergement (SCH)	25) Examiner les options stratégiques de la Société suisse de crédit hôtelier (SCH) et adapter les bases légales 26) Mettre en œuvre les mesures de maintien des investissements en vue de moderniser les infrastructures du secteur de l'hébergement
CA7 : Promotion de l'image de la destination suisse (Suisse Tourisme)	27) Mettre en œuvre le programme d'impulsion 2012–2013 visant à amortir la force du franc 28) Orchestrer le projet « Concept d'inspiration Re-Invent Summer » 29) Respecter les principes du développement durable
CA8 : Coordination et coopération au niveau de la promotion fédérale de la place économique	30) Exploiter les synergies potentielles entre le marketing touristique et le marketing pour l'agriculture suisse dans la prospection des marchés étrangers

2 Généralités concernant le programme de mise en œuvre 2012–2015

2.1 Contexte

Le Conseil fédéral a approuvé, le 18 juin 2010, la stratégie de croissance pour la place touristique suisse. Ce rapport définit les grands axes stratégiques à long terme de la nouvelle politique touristique de la Confédération, appliquée depuis l'entrée en vigueur, le 1er février 2012, de la révision totale de la loi fédérale encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme (dénommée ci-après « loi Innotour » ; RS 935.22).

La mise en œuvre de la stratégie de croissance pour la place touristique suisse intervient sur la base de programmes quadriennaux, menés par la Confédération. Ces programmes portent sur des thèmes et des projets qui, de par les bases légales, relèvent de la politique nationale du tourisme.

Le programme de mise en œuvre 2012–2015 est le premier du genre en ce qui concerne la nouvelle politique fédérale du tourisme. Il comprend des nouveautés majeures qui résultent notamment de la refonte totale de la loi Innotour.

2.2 Objectifs du programme de mise en œuvre 2012–2015

Objectif n° 1 : concrétiser la stratégie de croissance du Conseil fédéral

Le programme de mise en œuvre 2012–2015 permet de concrétiser et de réaliser la stratégie de croissance pour la place touristique suisse, conçue pour le moyen ou long terme. Il vise à définir des priorités thématiques et à déterminer des projets centraux qui soutiendront un développement du tourisme suisse dans le sens de la vision exposée dans la stratégie de croissance pour la place touristique suisse et qui aideront à atteindre les objectifs de la Confédération en matière de politique touristique (cf. annexe 1).

Objectif n° 2 : définir les priorités de la nouvelle politique du tourisme

Le programme de mise en œuvre 2012–2015 sert à définir les priorités dans l'exécution de la nouvelle politique fédérale du tourisme. Il ne s'agit donc nullement de présenter l'ensemble des domaines et des tâches de la politique nationale du tourisme. L'objectif est de privilégier délibérément des projets et mesures prioritaires de cette politique. Cela concerne aussi en particulier les activités de Suisse Tourisme et de la Société suisse de crédit hôtelier (SCH) qui, en tant qu'organisations autonomes, assument des tâches importantes, fondées sur des bases légales spéciales, de la politique fédérale du tourisme. Définir les priorités, c'est aussi développer les tâches transversales de la politique touristique.

Même si le programme de mise en œuvre 2012–2015 se limite au domaine de compétences de la politique nationale du tourisme, ses effets pourraient franchir ce cadre. Dans l'idéal, les cantons, les régions et le secteur touristique déterminent leurs propres priorités, qui reposent sur le programme de mise en œuvre de la Confédération, et mettent en pratique les mesures qui s'imposent pour renforcer la place touristique suisse.

Objectif n° 3 : permettre au Conseil fédéral de dresser un bilan

Il est prévu que le Conseil fédéral dresse tous les quatre ans un bilan du tourisme suisse. Ce tableau doit servir à analyser la situation du secteur touristique suisse, à vérifier la réalisation des objectifs de politique du tourisme et, au besoin, à procéder à des ajustements dans les priorités définies dans la politique fédérale du tourisme. Ce bilan, établi de manière méthodique, porte sur tous les instruments de la politique touristique – qui diffèrent beaucoup quant au contenu et à l'organisation.

Les bilans du tourisme suisse seront dressés régulièrement vers la fin de la législature. La première édition paraîtra en 2014. Ses résultats serviront à formuler le programme de mise en œuvre suivant, c'est-à-dire celui des années 2016 à 2019, et à fournir les bases des propositions du Conseil fédéral en matière de financement des instruments de promotion de la politique du tourisme dans la législature 2016–2019.

2.3 Lignes directrices pour l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015

Le SECO a rédigé des lignes directrices en vue de l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015 (cf. annexe 2), qui ont permis de définir de manière systématique et cohérente les priorités et les projets centraux de ce programme. Ces lignes directrices établissent, premièrement, que les priorités et les projets centraux du programme de mise en œuvre doivent se concentrer sur les défis majeurs que doit relever la place touristique suisse. Elles prévoient, deuxièmement, que les axes stratégiques et les champs d'action formulés dans la stratégie de croissance forment le niveau d'action du programme de mise en œuvre. Troisièmement, elles précisent les critères sur lesquels se fonde le choix des priorités et des projets centraux et décrivent, quatrièmement, la manière d'associer les acteurs directement concernés.

3 Priorités et projets centraux du programme de mise en œuvre 2012–2015

3.1 Axe stratégique 1 : gestion active des enjeux stratégiques

3.1.1 Aperçu

Dans la nouvelle politique fédérale du tourisme, la gestion des enjeux stratégiques permet d'identifier et de traiter suffisamment tôt les thèmes clés²⁾. La Confédération doit soutenir les acteurs du tourisme dans la recherche de solutions. Le SECO a identifié deux champs d'action pour mettre en œuvre la gestion active des enjeux stratégiques : les bases de la politique du tourisme (CA1) et la coopération internationale (CA2).

Tableau 2 : Priorités et projets centraux de la gestion active des enjeux stratégiques

Champs d'action	Priorités	Projets centraux
CA1 : Bases de la politique du tourisme	1.1 Amélioration des bases statistiques	1) Poursuivre et développer le TSA 2) Poursuivre et optimiser HESTA 3) Introduire PASTA 4) Poursuivre et développer les statistiques du tourisme existantes (benchmarking, prévisions)
	1.2 Promotion du développement du savoir dans le tourisme suisse	5) Elaborer des bases de savoir sur les thèmes touristiques prioritaires
	1.3 Promotion de la diffusion du savoir dans le tourisme suisse	6) Mettre sur pied le Forum Tourisme Suisse (FTS) 7) Concevoir et introduire la newsletter consacrée à la politique internationale du tourisme
CA2 : Coopération internationale	2.1 Renforcement et concentration des efforts de coopération touristique internationale au sein d'organisations multilatérales	8) Concentrer les efforts de coopération au sein de l'OMT 9) Concentrer les efforts de coopération au sein du Comité du tourisme de l'OCDE 10) Renforcer les échanges en matière de politique touristique avec l'Union européenne
	2.2 Concentration sur des formes spécifiques de coopération touristique internationale	11) Développer de manière ciblée la coopération touristique dans l'Arc alpin 12) Exploiter les synergies potentielles entre la politique touristique et la coopération économique au développement

2) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 44 ss.

3.1.2 Commentaires des priorités et des projets centraux

Champ d'action 1 (CA1) : bases de la politique du tourisme

Priorité 1.1 : amélioration des bases statistiques

La Confédération et le secteur touristique sont tributaires de bases de connaissances statistiques solides. Le SECO a déjà pris en charge des tâches importantes à cet égard. Il s'est associé avec l'Office fédéral de la statistique (OFS) pour publier le compte satellite du tourisme (TSA). Le programme de benchmarking international du tourisme suisse et les prévisions touristiques sont deux autres exemples de l'activité de la Confédération dans ce domaine. L'optimisation des bases statistiques du tourisme au niveau national est une tâche qui incombe à la Confédération, plus précisément à l'OFS. Pour des informations plus détaillées – des données régionalisées, par exemple –, il est prévu de faire appel à des formes modernes de coopération, comme les partenariats public-public ou public-privé.

Pouvoir disposer rapidement de bases statistiques de qualité est un préalable essentiel à des processus de décision stratégiques efficaces dans le tourisme suisse et permet dans une mesure décisive de faire face avec succès aux enjeux majeurs qui se profilent pour la place touristique suisse.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

1) Poursuivre et développer le compte satellite du tourisme (TSA)

But et description : le TSA représente, en tant que cadre de référence, le secteur transversal dans sa portée économique et permet en particulier de comparer le tourisme avec l'économie dans son ensemble. Le TSA pour la Suisse doit être régulièrement mis à jour. En outre, des indicateurs annuels sont calculés par l'OFS. Les TSA existants sont adaptés, pour la période considérée, aux nouvelles normes internationales (*Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008*, OMT).

Une convention a été passée entre l'OFS et le SECO pour les années 2012 à 2015 afin de poursuivre le TSA.

Responsable : OFS/SECO
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015³⁾

2) Poursuivre et optimiser la statistique de l'hébergement touristique (HESTA)

But et description : la statistique de l'hébergement touristique, qui comprend aujourd'hui les hôtels, les auberges de jeunesse et les campings, est financée par 44 partenaires liés par une convention. Les coûts annuels pour les années 2013 et 2014 s'élèvent à 1,7 million de francs. Dans l'hypothèse où la statistique de la parahôtellerie ne ferait pas partie intégrante d'une convention unique à partir de 2015, la convention HESTA serait automatiquement prorogée de deux ans (2015–2016), sans modification de sa teneur. La convention en vigueur arrive à échéance fin 2012.

3) Remarque d'ordre général concernant l'indication « fin du projet : 2015 ». Cela signifie que le projet dure jusqu'au terme du programme de mise en œuvre 2012–2015. Par contre, cela ne veut pas dire automatiquement que tous les projets se terminent aussi en 2015. Cela dépend des objectifs, mais aussi de l'organisation et des responsables du projet.

Il est clair qu'une participation financière substantielle du secteur du tourisme et des cantons et régions touristiques restera nécessaire pour HESTA. L'OFS financera aussi à l'avenir près de la moitié des coûts (0,85 million de francs). Cette somme correspond plus ou moins au montant de base d'une statistique de l'hébergement qui serait fondée sur des données exclusivement nationales. Il s'agit maintenant de conclure une nouvelle convention de financement pour la période 2013–2016.

Responsable : OFS
Partenaires de mise en œuvre : cantons/régions touristiques, secteur du tourisme
Durée du projet : de 2012 à 2015

3) Introduire la statistique de la parahôtellerie (PASTA)

But et description : les milieux du tourisme déplorent depuis longtemps que la statistique fédérale de l'hébergement touristique ne couvre que partiellement la parahôtellerie. En 2010, une statistique de la parahôtellerie baptisée « PASTA light » a été développée, à titre de solution transitoire, sous la direction de la Fédération suisse du tourisme (FST) et avec le soutien financier d'Innotour. Elle est appelée à être remplacée à partir de 2015 par PASTA, une statistique complète. Le projet élaboré à cet effet par l'OFS prévoit une phase de développement (2011–2014) et une phase d'exploitation à compter de 2015.

Les coûts liés à la phase de développement sont pris en charge à 100 % par la Confédération, c'est-à-dire par l'OFS et le SECO (Innotour), ainsi que par d'autres services intéressés de l'administration fédérale. Pour la phase d'exploitation qui débutera en 2015, il est prévu de répartir les coûts par moitié entre la Confédération, d'une part, et les cantons ou la branche, d'autre part.

Responsable : OFS
Partenaires de mise en œuvre : SECO, cantons/régions touristiques, secteur du tourisme
Durée du projet : de 2012 à 2014 (phase d'exploitation dès 2015)

4) Poursuivre et développer les statistiques du tourisme existantes

But et description : il s'agit principalement de perpétuer les prévisions touristiques et de poursuivre et développer le programme de benchmarking international du tourisme suisse. En matière de benchmarking international, l'objectif visé est notamment d'approfondir des thèmes en privilégiant divers segments touristiques (tourisme alpin, tourisme urbain, tourisme d'excursion ou tourisme journalier). En outre, il faut davantage travailler en analysant les cas d'exemple de bonnes pratiques.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : cantons/régions touristiques (pour le programme de benchmarking international)
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 1.2 : promotion du développement du savoir dans le tourisme suisse

Le savoir disponible revêt une importance croissante pour la compétitivité du tourisme suisse. Encourager le développement du savoir, mais aussi sa diffusion (cf. priorité 1.3), permet de faire face à tous les enjeux majeurs que doit relever la place touristique suisse. Pour encourager de manière ciblée le développement du savoir dans le tourisme suisse, il convient de fixer une priorité à ce sujet dans le programme de mise en œuvre 2012–2015.

Le projet central suivant est prioritaire :

5) Elaborer des bases de savoir sur les thèmes touristiques prioritaires

But et description : élaborer des bases de savoir sur les thèmes prioritaires vise à aider le secteur du tourisme dans ses efforts pour faire face aux enjeux majeurs. Le SECO associera les associations nationales de la branche du tourisme pour définir les thèmes prioritaires. Il s'agit aussi de faire appel notamment aux compétences de la Société suisse de crédit hôtelier et de Suisse Tourisme pour élaborer éventuellement des thèmes dans les domaines de l'encouragement du secteur de l'hébergement et du marketing touristique national.

Le **développement et l'assurance** de la qualité dans le tourisme suisse pourraient être un thème prioritaire pour la période 2012–2015. La place touristique suisse est tributaire de la qualité des offres touristiques pour être en mesure de rivaliser dans le contexte concurrentiel international. En dépit de progrès remarquables, des déficits de qualité à ne pas négliger sont toujours à déplorer, par exemple dans l'hôtellerie de classe moyenne en région alpine. Aussi le développement et l'assurance de la qualité constituent-ils un thème prioritaire qui doit être envisagé à long terme dans le tourisme suisse.

Un deuxième thème prioritaire pourrait être le **repositionnement de la Suisse dans le tourisme estival**. En été, la Suisse est plus fortement exposée à la concurrence internationale que lors de la saison hivernale. Dans les régions de vacances des Alpes, les capacités sont plus nettement sous-exploitées en été qu'en hiver, et les prix pratiqués en été sont nettement inférieurs à ceux pratiqués en hiver. Le renforcement de la saison estivale est également une mesure décisive pour permettre la croissance visée du tourisme suisse. Ce renforcement revêt en outre une importance considérable dans le contexte du changement climatique. En créant des bases de savoir sur le repositionnement de la destination touristique suisse en été, la politique nationale du tourisme peut contribuer à renforcer le tourisme estival. Ce thème prioritaire fera l'objet d'une harmonisation avec le « Concept d'inspiration Re-Invent Summer » de Suisse Tourisme (cf. projet central n° 28).

Un troisième thème prioritaire porte sur l'**adaptation du tourisme au changement climatique**. Une étude menée par l'Université de Berne a identifié trois champs d'action sur le thème de l'adaptation au changement climatique : le développement de l'offre, la minimisation des risques et la communication⁴⁾. Cette étude met en outre en lumière la nécessité d'améliorer les bases de savoir et d'informer quant à cette adaptation. Il s'agit d'élaborer, pour la période 2012–2015, de meilleures bases en la matière qui s'appuient sur l'état actuel des connaissances⁵⁾.

Responsable : SECO
Partenaire(s) de mise en œuvre : pas encore déterminé
Durée du projet : de 2012 à 2015

4) Cf. Université de Berne (2011).

5) Cette question de l'adaptation du tourisme au changement climatique est également traitée dans le champ d'action 4 (coordination et coopération dans la politique fédérale).

Priorité 1.3 : promotion de la diffusion du savoir dans le tourisme suisse

Il s'agit non seulement de développer les bases de savoir (cf. priorité 1.2), mais aussi de les diffuser au sein des milieux touristiques suisses. Le programme de mise en œuvre 2012–2015 doit donc comprendre une priorité définie à cet effet.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

6) Mettre sur pied le Forum Tourisme Suisse (FTS)

But et description : la mise sur pied du FTS vise à créer une plateforme nationale d'échanges sur des questions stratégiques liées à la politique du tourisme et à la place touristique suisse. L'objectif est notamment d'améliorer la coordination des efforts déployés par la Confédération, les cantons et le secteur du tourisme pour faire face aux enjeux stratégiques que doit relever la place touristique suisse.

Le FTS comprend trois modules : le premier porte sur l'amélioration de la cohérence au sein de l'administration fédérale, le deuxième renforce la collaboration entre la Confédération et les cantons au niveau des services responsables du tourisme, et le troisième permet de développer la collaboration entre la Confédération et le secteur du tourisme. Les échanges sur des thèmes non couverts par ces modules seront mis à l'ordre du jour de la réunion générale du FTS, organisée régulièrement sous les auspices du SECO pour traiter des thèmes choisis.

Le FTS doit être mis sur pied en vue de compléter à titre subsidiaire les plateformes et forums déjà en place. Le SECO développe uniquement des offres pour lesquelles les milieux directement intéressés ont formulé un besoin explicite. Les intérêts de ces milieux seront pris en considération lors de la définition de la forme et du contenu du FTS. La première réunion générale du FTS est prévue pour le dernier trimestre de 2012.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux concernés, SCH, ST, cantons, associations nationales de la branche
Durée du projet : 2012 et 2013

7) Concevoir et introduire la newsletter consacrée à la politique internationale du tourisme

But et description : cette newsletter vise à diffuser rapidement au sein des milieux du tourisme suisse les tendances qui se développent au niveau international et les réponses à donner en termes de politique touristique. Il s'agit essentiellement d'informer des projets et des études publiés par l'OMT, par le Comité du tourisme de l'OCDE et par les services de l'UE responsables du tourisme. Cette newsletter contiendra des analyses consacrées à des thèmes et à des développements actuels de la politique du tourisme dans les pays voisins et concurrents de la Suisse. Le SECO fera le choix des thèmes à traiter en fonction de leur importance pour le tourisme suisse. Cette newsletter, d'un volume de quatre à huit pages, sera publiée une fois par an.

Responsable : SECO
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : 2012 et 2013

Priorité 2.1 : renforcement et concentration des efforts de coopération touristique internationale au sein d'organisations multilatérales

La coopération touristique internationale est d'une importance accrue pour la Suisse, en raison notamment de la mondialisation croissante touchant le tourisme et des interconnexions de plus en plus étroites qui en résultent sur le plan international. Par conséquent, renforcer et concentrer la coopération internationale aide en particulier à faire face aux enjeux qui se font jour dans le sillage de la mondialisation du tourisme.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

8) Concentrer les efforts de coopération au sein de l'OMT

But et description : le programme de travail 2012–2013 de l'OMT a été adopté lors de l'assemblée générale d'octobre 2011. En prévision de cette assemblée, la Suisse avait défini ses priorités stratégiques et s'était concertée avec les pays limitrophes de l'Arc alpin pour être en mesure d'exercer son influence au sein des comités de l'OMT. En s'appuyant sur le programme de travail 2012–2013 de l'organisation onusienne, elle a concentré sa coopération sur des thèmes centraux qu'elle juge particulièrement importants, dont en particulier la compétitivité du tourisme et le développement durable. A souligner, en outre, l'importance des prévisions à long terme pour le développement du tourisme mondial à l'horizon 2030.

En 2012, il est prévu d'inviter Taleb Rifai, secrétaire général de l'OMT, pour une visite de travail en Suisse. Il s'agit d'examiner, dans la perspective de l'assemblée générale de 2013, la candidature de la Suisse pour un siège au sein du Conseil exécutif de l'OMT. L'autre objectif est de mieux intégrer dans le secteur suisse du tourisme le fruit de la coopération menée au sein de l'OMT, en publiant une newsletter (cf. projet central n° 7).

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux concernés (DFAE)
Durée du projet : de 2012 à 2015

9) Concentrer les efforts de coopération au sein du Comité du tourisme de l'OCDE

But et description : le Comité du tourisme de l'OCDE a élaboré un nouveau mandat pour les années 2012 à 2016. La Suisse a pu faire part de ses priorités lors de sa rédaction. Le Comité du tourisme de l'OCDE est chargé, sur la base de ce mandat, d'établir en 2012 un programme de travail biennal pour la période 2013–2014. Il s'agit pour la Suisse de faire valoir le mieux possible ses intérêts touristiques au cours de l'élaboration de ce nouveau programme de travail.

Actuellement, la Suisse, qui est membre du groupe de pilotage, collabore activement au projet de l'OCDE sur l'innovation verte dans le tourisme. Les résultats de ce projet seront probablement disponibles fin 2012 et contribueront dans une mesure importante au développement et à la diffusion de savoir en matière de développement durable.

Il s'agit de mieux intégrer dans le secteur suisse du tourisme le fruit de la coopération menée au sein du Comité du tourisme de l'OCDE, en publiant une newsletter (cf. projet central n° 7).

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux concernés (DFAE)
Durée du projet : de 2012 à 2015

10) Renforcer les échanges en matière de politique touristique avec l'Union européenne

But et description : les relations touristiques avec l'UE sont très importantes pour la Suisse. L'UE a commencé, sur la base du traité de Lisbonne, à développer de vastes activités touristiques au niveau de l'Union. Par exemple, elle a présenté une stratégie touristique en juin 2010, et elle met sur pied chaque année une Journée européenne du tourisme et un Forum européen du tourisme⁶. Les échanges avec l'UE en matière touristique doivent être intensifiés afin de garantir une information réciproque optimale et d'identifier les éventuels domaines de coopération.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux concernés (DFAE)
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 2.2 : concentration sur des formes spécifiques de coopération touristique internationale

L'importance de la coopération touristique internationale ne se réduit pas au niveau multilatéral. Il convient de la compléter par des formes ciblées de coopération bilatérale, en privilégiant la coopération avec les pays de l'Arc alpin.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

11) Développer de manière ciblée la coopération touristique dans l'Arc alpin

But et description : l'Arc alpin est une destination faisant l'objet d'une forte concurrence internationale. La coopération entre les pays alpins doit être développée de façon ciblée afin de pouvoir défendre au mieux les intérêts touristiques communs au niveau international.

Issue d'une longue tradition, la coopération touristique liant les trois pays germanophones (Allemagne, Autriche et Suisse) est particulièrement importante. Un projet d'une certaine ampleur a par exemple été couronné de succès en 2010 et 2011. Il portait sur une campagne de protection des enfants contre l'exploitation sexuelle (tourisme sexuel). La coopération trilatérale entre ces trois pays doit être considérée comme prioritaire et développée de manière ciblée.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux concernés (DFAE)
Durée du projet : de 2012 à 2015

6) Cf. Commission européenne (2010).

12) Exploiter les synergies potentielles entre la politique touristique et la coopération économique au développement

But et description : la Suisse jouit d'une renommée mondiale en tant que destination touristique et s'est forgée un immense savoir-faire en matière de tourisme. Par ailleurs, bon nombre de pays en développement et de pays émergents portent un grand intérêt à la promotion du tourisme. Ce sont autant de raisons d'intégrer dans une démarche ciblée le tourisme dans la coopération suisse au développement.

Les activités de coopération au développement telles que celles déployées par le centre de prestations Coopération et développement économiques du SECO sont au cœur de la démarche. Le travail mené par le SECO vise, premièrement, à accroître la compétitivité et la durabilité de l'offre touristique dans les pays partenaires, deuxièmement, à créer dans ces pays des conditions-cadre institutionnelles plus favorables au tourisme et, troisièmement, à améliorer l'accès aux marchés et l'information touristique.

La coopération entre les secteurs du SECO responsables du tourisme et de la promotion commerciale est déjà bien établie. L'information réciproque sur les activités en cours est au cœur de ce travail de coopération. A l'avenir, les synergies potentielles entre les deux secteurs devront être encore mieux exploitées, notamment en privilégiant la coopération dans les enceintes internationales, par exemple au sein de l'OMT et du Comité du tourisme de l'OCDE.

Responsable : SECO (secteur Tourisme et secteur Promotion commerciale)
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux concernés (DFAE)
Durée du projet : de 2012 à 2015

3.2 Axe stratégique 2 : développement des tâches transversales

3.2.1 Aperçu

En développant les tâches transversales, la politique du tourisme cherche à augmenter les chances des entreprises touristiques sur les marchés. Deux champs d'action ont été identifiés dans ce domaine : l'intégration de la politique touristique dans la promotion économique (CA3) ainsi que la coordination et la coopération dans la politique fédérale (CA4). Avec le développement des tâches transversales, les besoins en termes de coordination et de coopération s'accroissent au sein de l'administration fédérale.

Tableau 3 : Priorités et projets centraux liés aux tâches transversales

Champs d'action	Priorités	Projets
CA3 : Intégration dans la promotion économique	3.1 Exploitation des synergies au sein de la promotion économique du SECO	13) Optimiser la collaboration entre la nouvelle politique régionale et la politique du tourisme
	3.2 Influence sur la politique économique générale	14) Intégrer les intérêts touristiques dans la politique économique générale
CA4 : Coordination et coopération dans la politique fédérale	4.1 Cohérence entre la politique du tourisme et la politique d'organisation du territoire	15) Instaurer une collaboration structurée avec l'Office fédéral du développement territorial (ARE)
	4.2 Cohérence entre la politique du tourisme et la stratégie pour le développement durable	16) Etablir le bilan concernant le respect des principes du développement durable dans la politique du tourisme
	4.3 Cohérence entre la politique du tourisme et les politiques climatique et de l'environnement	17) Instaurer une collaboration structurée avec l'Office fédéral de l'environnement (OFEV)
	4.4 Cohérence entre la politique du tourisme et d'autres politiques sectorielles	18) Valoriser le potentiel de l'agritourisme 19) Exploiter les synergies potentielles entre la politique touristique et la politique énergétique

3.2.2 Commentaires des priorités et des projets centraux

Champ d'action 3 (CA3) : intégration de la politique touristique dans la promotion économique

Priorité 3.1 : exploitation des synergies au sein de la promotion économique du SECO

Les différents domaines et instruments de promotion économique de la Confédération présentent de nombreux liens et interfaces, susceptibles d'être exploités plus systématiquement. Il s'agira de faire jouer davantage les synergies existantes à l'avenir. Il est capital de coordonner de manière optimale l'utilisation de tous les instruments de la promotion économique pour faire face aux enjeux de la politique du tourisme et pour développer la place touristique suisse.

Le projet central suivant est prioritaire :

13) Optimiser la collaboration entre la nouvelle politique régionale et la politique du tourisme

But et description : la bonne collaboration entre la politique du tourisme et la nouvelle politique régionale (NPR) repose sur un Memorandum of understanding signé en 2009 par les deux secteurs compétents du SECO.

Renouvelé en 2011, cet accord prévoit, pour ces prochaines années, un resserrement et une optimisation ciblés de la collaboration entre les deux secteurs. Il s'agit en particulier d'harmoniser de manière optimale à l'échelon fédéral la nouvelle promotion Innoutour et la période de mise en œuvre 2012–2015 de la NPR. Les synergies potentielles doivent être encore mieux exploitées au vu du caractère complémentaire des deux instruments de promotion. Les programmes de promotion Interreg étant intégrés dans la NPR, l'utilisation des synergies dans les projets transfrontaliers est aussi garantie, au-delà de la collaboration entre les deux secteurs compétents du SECO.

Responsable : SECO
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : 2012 à 2015

Priorité 3.2 : influence sur la politique économique générale

La politique économique suisse vise principalement à améliorer les conditions-cadre des entreprises. Le Conseil fédéral conçoit également ce but comme un objectif touristique. Il considère la recherche de conditions-cadre les meilleures possibles pour les entreprises touristiques comme la tâche principale de la politique du tourisme⁷⁾. Nul ne saurait le contester, la politique économique générale est très importante pour la politique du tourisme et pour l'application de cette politique, une évidence qui a incité à insérer une priorité à ce sujet dans le programme de mise en œuvre.

Le projet central suivant est prioritaire :

7) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 42.

14) Intégrer les intérêts touristiques dans la politique économique générale

But et description : les intérêts touristiques doivent être pris en considération de manière ciblée dans la politique économique générale. Par exemple, avoir un accès facilité aux marchés émetteurs est crucial pour le tourisme suisse. Les dispositions sur les visas applicables aux marchés stratégiques comme la Chine ou l'Inde, par exemple, sont primordiales pour la place touristique suisse.

Autre thème saillant, l'ouverture des marchés qui accroît l'intensité de la concurrence et baisse les coûts. Dans ce contexte, la diminution des coûts des intrants, notamment dans le secteur agroalimentaire, revêt une importance toute particulière pour la place touristique suisse. Par ailleurs, il est nécessaire de garantir aux entreprises touristiques la possibilité de recruter de la main-d'œuvre étrangère qualifiée.

Intégrer les intérêts touristiques dans la politique économique générale est une tâche permanente confiée au secteur Tourisme du SECO, le centre de compétence de la Confédération pour la politique du tourisme. Afin d'assumer cette tâche en amont et de manière plus soutenue, il est nécessaire de mettre sur pied, de 2012 à 2015, un monitoring des thèmes de la politique économique générale présentant un intérêt pour le tourisme. Cette surveillance sera effectuée par le secteur Tourisme du SECO et harmonisée avec la mise en œuvre de l'axe stratégique 1 touchant à la gestion active des enjeux stratégiques (cf. chap. 3.1).

Responsable :	SECO
Partenaires de mise en œuvre :	services fédéraux concernés
Durée du projet :	de 2012 à 2015

Champ d'action 4 (CA4) : coordination et coopération dans la politique fédérale

Priorité 4.1 : cohérence entre la politique du tourisme et la politique d'organisation du territoire

La coordination entre la politique du tourisme et la politique d'organisation et de développement du territoire est une tâche permanente. La dimension géographique de la politique du tourisme est primordiale, et des thèmes comme le mitage du paysage et la problématique des résidences secondaires revêtent une importance stratégique pour le développement de la place touristique suisse.

Si l'on considère les compétences des uns et des autres, il existe toute une série d'interfaces thématiques entre le secteur Tourisme du SECO – le centre de compétence de la Confédération pour la politique du tourisme – et différents services de l'Office du développement territorial (ARE). Le Projet de territoire Suisse, la Stratégie pour le trafic de loisirs ou la Stratégie pour le développement durable en sont des exemples. Le nombre considérable de ces interfaces et le grand intérêt qu'elles présentent pour la politique du tourisme justifient la recherche d'une collaboration systématique et bien structurée entre le secteur Tourisme du SECO et l'ARE. Il s'agit d'assurer la cohérence entre la politique du tourisme et les thèmes traités par l'ARE qui intéressent le tourisme, et d'accroître l'efficacité de la collaboration entre les deux entités.

Le projet central suivant est prioritaire :

15) Instaurer une collaboration structurée avec l'Office fédéral du développement territorial (ARE)

But et description : pour garantir le traitement systématique des nombreux thèmes recoupant la politique du tourisme et la politique d'organisation du territoire, une collaboration structurée est prévue, comme relevé précédemment, entre le secteur Tourisme du SECO et les services concernés de l'ARE. Les principes régissant cette collaboration seront inscrits dans un Memorandum of understanding, qui contiendra également une liste thématique régulièrement mise à jour. Par exemple, la problématique des résidences secondaires, le Projet de territoire Suisse et des projets modèles communs pourraient figurer sur cette liste.

Cette collaboration structurée prévoit un échange permanent d'informations sur les enjeux stratégiques auxquels doit faire face la place touristique suisse, ainsi que des réunions périodiques, organisées au moins une fois par an. Citons également l'échange mutuel prévu dans le cadre du Forum Tourisme Suisse organisé par le SECO (module 1 : plateforme d'échange interne sur les questions de politique touristique). Au chapitre de la collaboration structurée entre le secteur Tourisme du SECO et les services de l'ARE, mentionnons enfin la participation du SECO au groupe de travail « Stratégie pour le trafic de loisirs » dirigé par l'ARE, ainsi que la représentation du SECO et de l'ARE au sein de la Conférence de la Confédération pour l'organisation du territoire (COT) et du réseau fédéral Espace rural.

Responsables : SECO/ARE
Partenaires de mise en œuvre : autres services fédéraux concernés (dans le cadre du FTS)
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 4.2 : cohérence entre la politique du tourisme et la stratégie pour le développement durable

Le respect des principes du développement durable est l'un des quatre buts de politique du tourisme que le Conseil fédéral a inscrits dans sa stratégie de croissance pour la place touristique suisse⁸⁾. L'intégration de la durabilité en tant que domaine transversal dans la stratégie de croissance garantit, sur les plans conceptuel et stratégique, la cohérence entre la politique du tourisme et la stratégie du Conseil fédéral pour le développement durable.

Respecter les principes du développement durable dans la politique du tourisme – qui met l'accent sur la dimension « capacité économique » du développement durable –, c'est rechercher la cohérence avec la stratégie pour le développement durable et éviter autant que possible les retombées négatives sur l'environnement, la biodiversité et la société. Le but est d'améliorer l'efficacité de l'usage des ressources et de découpler la croissance touristique de la consommation.

Le respect des principes du développement durable dans la politique du tourisme est l'une des mesures fédérales définies dans la stratégie pour le développement durable durant les années 2012 à 2015⁹⁾. La coordination et la coopération entre ces domaines sont ainsi assurées.

Le caractère transversal de la durabilité est pris en considération dans la formulation du programme de mise en œuvre 2012–2015. Les projets centraux de ce programme sont réalisés

8) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 42.

9) Cf. Conseil fédéral suisse (2012b).

en respectant plus scrupuleusement et systématiquement les principes du développement durable et en s'appuyant sur les fondements posés par l'ARE.

Le projet central suivant est prioritaire :

16) Etablir le bilan concernant le respect des principes du développement durable dans la politique du tourisme

But et description : le bilan du tourisme suisse programmé par le Conseil fédéral pour 2014 comprendra un état des lieux du respect des principes du développement durable dans la politique du tourisme. Cet état des lieux consistera en un survol du respect de ces principes dans l'application des instruments de la politique du tourisme. Suisse Tourisme et la Société suisse de crédit hôtelier seront chargés de dresser un bilan concernant le respect des principes du développement durable dans le marketing touristique national et dans l'encouragement du secteur de l'hébergement. Le bilan concernant le respect des principes du développement durable dans le cadre d'Innotour est du ressort du SECO et sera dressé sur le modèle des fondements posés par l'ARE.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : SCH, ST, services fédéraux concernés (ARE)
Durée du projet : 2013 et 2014

Priorité 4.3 : cohérence entre la politique du tourisme et les politiques climatique et de l'environnement

La politique climatique et la politique de l'environnement sont capitales pour la politique du tourisme. Le changement climatique figure dans la stratégie de croissance pour la place touristique suisse comme l'un des cinq principaux enjeux du tourisme suisse. Etant donné la mesure dans laquelle il est à la fois victime et coaccusé, le tourisme est appelé à répondre activement au problème du changement climatique. Les stratégies nécessaires exigent, d'une part, une atténuation des nuisances et, de l'autre, des adaptations. La politique fédérale de l'environnement a une influence majeure sur le tourisme, et les liens qu'elle présente avec la politique du tourisme sont importants. Les parcs d'importance nationale constituent un domaine collaboratif de ces deux politiques qui fonctionne bien.

Le projet central suivant est prioritaire :

17) Instaurer une collaboration structurée avec l'Office fédéral de l'environnement (OFEV)

But et description : la coordination et la coopération entre la politique du tourisme, d'une part, et la politique climatique et la politique de l'environnement, d'autre part, seront désormais renforcées afin d'améliorer la cohérence. A partir de 2012, les services compétents se réuniront régulièrement, une fois par an au moins ou plus souvent si nécessaire, pour discuter de thèmes prioritaires et évoquer les conflits qui pourraient surgir en termes d'objectifs entre la politique du tourisme et les politiques climatique et de l'environnement.

L'Université de Berne a mené, sur mandat du SECO, une étude intitulée « Le tourisme suisse face aux **changements climatiques** : impacts et options viables » qui se veut ouvrir la réflexion sur la manière de traiter le changement climatique dans le programme de mise en œuvre 2012–2015. Cette étude identifie trois principaux champs d'action sur le plan de l'adaptation au

changement climatique : l'évolution de l'offre, la minimisation des risques et la communication. Ses principales conclusions ont été intégrées dans la stratégie que le Conseil fédéral a consacrée à l'adaptation au changement climatique¹⁰⁾. Sur la base de l'étude de l'Université de Berne et en accord avec la stratégie d'adaptation du Conseil fédéral et avec sa mise en œuvre, l'objectif est d'améliorer, de 2012 à 2015, les bases en vue de l'adaptation du tourisme aux conséquences du changement climatique, en développant et en diffusant le savoir. Les mesures à cet effet sont du ressort du SECO au niveau fédéral. Les mesures d'adaptation du tourisme concernant les autres secteurs seront convenues avec les offices fédéraux compétents. Il est aussi nécessaire, notamment, de clarifier le rôle des différents acteurs publics et privés.

Il y a lieu, en accord avec la politique de la **biodiversité et la politique du paysage**, de promouvoir des offres écologiquement responsables, dans les parcs d'importance nationale par exemple, et de soutenir le maintien durable de l'attrait du paysage, au vu de l'énorme capital qu'il constitue pour la place touristique suisse. Il s'agit de voir de quelle manière le secteur du tourisme peut contribuer à la promotion des atouts du paysage, par exemple à travers l'information, la formation et le perfectionnement, la recherche appliquée ou la création d'incitations.

Responsables : SECO/OFEV
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 4.4 : cohérence entre la politique du tourisme et d'autres politiques sectorielles

Les synergies potentielles entre la politique du tourisme et d'autres politiques sectorielles relevées dans la stratégie de croissance pour la place économique suisse seront favorisées systématiquement dans le cadre du programme de mise en œuvre 2012–2015. L'objectif est notamment d'améliorer la cohérence entre la politique du tourisme et d'autres politiques sectorielles.

A relever que la coordination et la coopération émanant de la politique touristique ne se limitent bien évidemment pas aux deux domaines de l'agritourisme et de la politique énergétique, dont les projets centraux sélectionnés figurent ci-après. Organe spécialisé de la Confédération en matière de politique touristique, le secteur Tourisme du SECO assure le contact et l'échange avec d'autres domaines politiques, comme ceux touchant aux transports et aux infrastructures, à la culture, au sport ainsi qu'à la formation et à la recherche. Un échange structuré régulier a aussi lieu entre l'encouragement de l'innovation touristique (Innotour) et la Commission pour la technologie et l'innovation (CTI). Par ailleurs, le secteur Tourisme du SECO assure l'échange avec l'Office fédéral de la justice chargé de la loi fédérale sur l'acquisition d'immeubles par des personnes à l'étranger (lex Koller) et s'investit pour rechercher des solutions favorables au tourisme.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

18) Valoriser le potentiel de l'agritourisme

But et description : l'agritourisme offre une foule de possibilités prometteuses pour exploiter les potentiels touristiques et diversifier l'offre des exploitations agricoles. Par exemple, de par leur référence claire à la nature, les prestations d'agritourisme peuvent contribuer au développement durable du tourisme suisse et permettre d'atteindre les objectifs agricoles que

10) Cf. Conseil fédéral suisse (2012a).

fixe la Constitution. En 2011, le SECO a participé, d'entente avec l'OFAG, au financement de la mise en place (phase d'initialisation) de la plateforme Agritourisme Suisse dans le cadre d'un projet Innotour.

Du côté de l'OFAG, les dépenses de marketing de cette plateforme sont en partie couvertes par des moyens provenant de la promotion des ventes de produits agricoles. En outre, l'OFAG soutient le développement d'offres agritouristiques dans le cadre de projets de développement régional (PDR).

Le projet central « Valoriser le potentiel de l'agritourisme » vise à poursuivre les efforts entrepris pour promouvoir ce segment, sous la responsabilité conjointe du SECO et de l'OFAG. Le SECO va s'investir pour le volet touristique de ce projet et se concentrer plus particulièrement sur l'intégration des prestataires d'agritourisme dans l'offre touristique suisse globale.

Responsables :	SECO/OFAG
Partenaires de mise en œuvre :	services fédéraux intéressés (OFEV, ARE), organisations agritouristiques
Durée du projet :	de 2012 à 2015

19) Exploiter les synergies potentielles entre la politique touristique et la politique énergétique

But et description : la politique du tourisme et la politique énergétique présentent des liens essentiels. La mobilité induite par le tourisme constitue un important facteur de consommation d'énergie. Autre facteur clé : les coûts énergétiques des infrastructures telles que les hôtels, les patinoires, les piscines couvertes ou les remontées mécaniques. En outre, les infrastructures et les offres touristiques se situent généralement dans des régions où la production d'énergie est de première importance, si bien qu'il peut en résulter soit des synergies possibles soit des conflits d'exploitation.

Dans le cadre de ce projet central, il s'agit d'analyser régulièrement et en profondeur les liens entre la politique touristique et la politique énergétique, de formuler au besoin des objectifs communs et d'exploiter les synergies existantes, par exemple les instruments de promotion. On pourrait aussi envisager des projets menés en commun, qui pourraient se focaliser sur l'amélioration de l'efficacité énergétique dans le tourisme et sur la pesée des intérêts entre exploitation touristique et production énergétique.

Un échange régulier d'informations est en particulier prévu entre les services compétents de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN) et le secteur Tourisme du SECO, responsable de la politique fédérale du tourisme. Cet échange sera mené en principe une fois par an, sous la forme de discussions structurées.

Responsables :	SECO/OFEN
Partenaire de mise en œuvre :	–
Durée du projet :	de 2012 à 2015

3.3 Axe stratégique 3 : augmenter l'attrait de l'offre touristique

3.3.1 Aperçu

Il convient d'améliorer l'attrait de l'offre touristique suisse. La Confédération facilite la tâche des entreprises et des destinations en ce domaine en encourageant l'innovation, la coopération et l'investissement¹¹⁾. Il s'agit, concrètement, d'encourager l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme (CA5), et d'encourager le secteur de l'hébergement (CA6).

Tableau 4: Priorités et projets centraux de promotion de l'offre

Champs d'action	Priorités	Projets centraux
CA5 : Encouragement de l'innovation, de la coopération et de la professionnalisation dans le tourisme suisse (Innotour)	5.1 Mise en œuvre de la priorité Innotour « professionnalisation »	20) Intensifier l'échange d'expériences entre les promoteurs de projets Innotour 21) Développer l'activité d'information du SECO sur le tourisme suisse en général 22) Soutenir le projet Milestone en tant que plateforme d'innovation
	5.2 Lancement du nouvel instrument de promotion « projets modèles »	23) Soutenir les projets modèles Innotour par le bas (<i>bottom-up</i>) 24) Lancer et soutenir les projets modèles Innotour par le haut (<i>top-down</i>)
CA6 : Encouragement du secteur de l'hébergement (SCH)	6.1 Développement de l'encouragement du secteur de l'hébergement	25) Examiner les options stratégiques de la SCH et adapter les bases légales
	6.2 Soutien au secteur de l'hébergement en vue de maintenir l'activité d'investissement	26) Mettre en œuvre les mesures de maintien des investissements en vue de moderniser les infrastructures du secteur de l'hébergement

11) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 65 ss.

3.3.2 Commentaires des priorités et des projets centraux

Champ d'action 5 (CA5) : encouragement de l'innovation, de la coopération et de la professionnalisation dans le tourisme suisse (Innotour)

Priorité 5.1 : nouvelle priorité Innotour « professionnalisation »

La révision totale de la loi Innotour introduit une troisième priorité, la « professionnalisation » (développement et diffusion du savoir). Elle vise à améliorer la formation et le perfectionnement et à mieux exploiter l'expérience acquise par les établissements et les destinations. L'objectif est également de renforcer l'activité d'information du SECO sur le tourisme en général et sur les projets soutenus par Innotour.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

20) Intensifier l'échange d'expériences entre les promoteurs de projets Innotour

But et description : l'échange de connaissances et d'expériences entre les promoteurs de projets Innotour doit être intensifié dans le cadre de la révision totale de la loi Innotour. Il convient notamment de diffuser l'expérience et le savoir acquis dans le cadre des projets Innotour et de mettre en marche un processus démultiplicateur. Pour évaluer avec précision la réussite des projets, le SECO va intensifier le suivi des projets soutenus. Dans la mesure du possible et en fonction des ressources disponibles, les projets continueront d'être soumis à un monitoring, même après avoir été formellement achevés.

L'échange d'expériences doit principalement intervenir via les médias électroniques (site internet du SECO et d'Innotour) et la publication « Innotour Insight ».

Responsable : SECO
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015

21) Développer l'activité d'information du SECO sur le tourisme suisse en général

But et description : la révision totale de la loi Innotour confie au SECO le soin de développer l'activité d'information sur le tourisme suisse en général¹²⁾. Elle entend améliorer la diffusion du savoir dans le tourisme suisse. Il faut poursuivre la publication d' « Innotour Insight » et s'interroger sur d'éventuels développements. Le site internet du secteur Tourisme du SECO va faire peau neuve et intégrera le site Innotour, actuellement encore autonome (www.innotour.ch).

Responsable : SECO
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015

12) Cf. art. 7 de la loi fédérale encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme (Innotour).

22) Soutenir le projet Milestone en tant que plateforme d'innovation

But et description : Milestone s'est imposé comme la plateforme d'innovation du secteur touristique suisse. Il joue un rôle prépondérant dans l'encouragement de la diffusion de l'innovation. Le soutien financier apporté par le SECO à Milestone doit être poursuivi sur la base d'une convention.

Responsables : htr/hotelleriesuisse
Partenaires de mise en œuvre : SECO/Fédération suisse du tourisme
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 5.2 : lancement du nouvel instrument de promotion « projets modèles »

Dans le cadre de la révision totale de la loi Innotour, un nouvel instrument d'encouragement a été introduit, celui des projets modèles locaux, régionaux et cantonaux. Il vise, d'une part, à encourager les « projets modèles par le bas » lorsqu'ils présentent un caractère exemplaire à l'échelle du pays, projets qui sont transmis, comme c'est généralement le cas aujourd'hui, de manière autonome par les requérants, sans directives thématiques de la part du SECO. D'autre part, le SECO a désormais la possibilité d'impulser des thèmes par le haut pour les projets Innotour (projets modèles *top-down*). Dans le cadre de ces projets modèles par le haut, il convient d'encourager prioritairement des projets touchant à des thèmes stratégiques pour le tourisme suisse.

Les projets centraux suivants sont prioritaires :

23) Soutenir les projets modèles Innotour par le bas (*bottom-up*)

But et description : le soutien aux projets modèles par le bas est apporté sur la base des dispositions inscrites par le Conseil fédéral dans l'ordonnance encourageant l'innovation, la coopération et la professionnalisation dans le domaine du tourisme, et sur la base des directives de mise en œuvre du SECO. En concertation avec les différents promoteurs de projets, le SECO va intensifier la diffusion des expériences et enseignements issus des projets modèles Innotour soutenus. A cet effet, les projets Innotour devront être soumis à un monitoring aussi bien pendant qu'après la phase de soutien par Innotour.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : promoteurs cantonaux, régionaux et locaux, services fédéraux intéressés (notamment ARE, OFEV, OFAG)
Durée du projet : de 2012 à 2015

24) Lancer et soutenir les projets modèles Innotour par le haut (*top-down*)

But et description : le SECO va désormais également fixer des priorités thématiques (grappes de thèmes) qui devront être prioritairement encouragées. La responsabilité de ces projets relèvera toutefois des requérants, non du SECO. Le SECO prévoira et effectuera le cas échéant des études d'accompagnement ou des formes spécifiques d'échange d'expériences.

La fixation des priorités pour les projets modèles par le haut doit notamment passer par des appels d'offres concernant un encouragement ciblé. Les champs thématiques doivent être définis sur la base des priorités de la Confédération en matière de politique du tourisme (cf. projet central n° 5). A cet égard, les besoins et les attentes de l'économie touristique et des cantons doivent être pris en considération.

Responsable : SECO
Partenaires de mise en œuvre : services fédéraux intéressés (notamment ARE, OFEV, OFAG)
Durée du projet : de 2012 à 2015

Champ d'action 6 (CA6) : encouragement du secteur de l'hébergement

La Société suisse de crédit hôtelier (SCH) est une coopérative de droit public instituée par une loi fédérale (RS 935.12). Sa mission légale est d'encourager le secteur de l'hébergement en accordant des prêts de rang subordonné aux établissements hôteliers sis dans les régions touristiques et les stations thermales. Elle peut assumer d'autres tâches, comme le conseil en matière d'exploitation hôtelière. La SCH bénéficie actuellement d'un prêt de la Confédération d'un montant de 136 millions de francs. Afin d'atténuer les effets négatifs du franc fort sur le tourisme suisse, le Parlement a augmenté de 100 millions de francs, lors de la session d'automne 2011, le prêt accordé par la Confédération à la SCH à titre temporaire et prévisionnel (prêt supplémentaire).

Les administrateurs de la SCH définissent l'orientation stratégique à donner à l'exécution de l'encouragement du secteur de l'hébergement et en assument la responsabilité. Ils ont élaboré jusqu'en 2012, comme base d'exécution de l'encouragement du secteur de l'hébergement, une stratégie pour les années 2012 à 2015 en concertation avec les rédacteurs du programme de mise en œuvre 2012–2015 du SECO.

Ce programme fixe deux priorités à la SCH : développer l'encouragement du secteur de l'hébergement et soutenir ce dernier en vue de maintenir l'activité d'investissement. Ces priorités et les projets centraux correspondants revêtent une importance stratégique pour l'encouragement du secteur de l'hébergement. Les projets centraux ont un caractère exemplaire et sont axés sur l'encouragement du secteur de l'hébergement ; ils ne reflètent pas l'éventail complet des activités déployées par la SCH.

Priorité 6.1 : développement de l'encouragement du secteur de l'hébergement

En 2010, dans le cadre du message sur la promotion économique pour les années 2012 à 2015, le SECO a dressé un bilan de l'encouragement du secteur de l'hébergement par la Confédération. Il a établi que la SCH, s'appuyant sur la loi fédérale entièrement révisée du 23 juin 2003 sur l'encouragement du secteur de l'hébergement, joue aujourd'hui un rôle actif et important dans la sauvegarde et la promotion de la compétitivité du secteur suisse de l'hébergement.

Afin de développer l'encouragement du secteur de l'hébergement, le SECO va procéder, durant les années 2012 à 2015, à un examen des options stratégiques s'y rapportant. L'objectif est de mettre en lumière les possibilités de développement futur de la SCH et d'ouvrir la voie à l'adaptation subséquente des bases légales.

Le projet central suivant est prioritaire :

25) Examiner les options stratégiques de la SCH et adapter les bases légales

But et description : les travaux préliminaires à l'élaboration d'options stratégiques ont commencé dès 2011. Un comparatif international (benchmarking) portant sur l'encouragement national et régional du secteur de l'hôtellerie et de l'hébergement a été effectué dans cinq pays (Suisse, Allemagne, France, Autriche et Italie). D'autres enquêtes sont prévues. Les questions relatives aux bases légales de la SCH revêtent un intérêt tout particulier. Il est primordial que la SCH, les intervenants et les milieux politiques soient associés suffisamment en amont dans le processus d'examen des options stratégiques.

En s'appuyant sur les résultats de cet examen, on veillera à adapter les bases légales primaires et secondaires de la SCH, en tenant compte en particulier des principes de gouvernance d'entreprise de la Confédération.

Responsables : SECO/SCH
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 6.2 : soutien au secteur de l'hébergement en vue de maintenir l'activité d'investissement

Dans le cadre du message du Conseil fédéral concernant la loi fédérale sur les mesures visant à atténuer les effets du franc fort et à améliorer la compétitivité, et l'arrêté fédéral concernant le supplément IIa au budget 2011, la Confédération a augmenté de 100 millions de francs à titre temporaire et prévisionnel le prêt accordé à la SCH. La SCH peut ainsi avoir, dans le cadre des dispositions légales en vigueur, une réaction rapide d'envergure en cas de hausse de la demande de crédits ou d'assèchement exceptionnel de l'offre de crédits.

Le projet central suivant est prioritaire :

26) Mettre en œuvre les mesures de maintien des investissements en vue de moderniser les infrastructures du secteur de l'hébergement

But et description : le message sur le « franc fort » (voir ci-dessus) retient les principes suivants pour les directives d'utilisation du prêt additionnel : la SCH propose les conditions de taux et d'amortissement les plus avantageuses possibles en restant dans le cadre des dispositions légales en vigueur, étoffe ses prestations de conseil et utilise la marge de manœuvre que lui laisse la législation eu égard aux limites des prêts et de la garantie et au périmètre régional d'encouragement. De plus, la SCH doit préserver l'autonomie financière et constituer les provisions nécessaires.

Afin de régler les détails relatifs aux directives d'utilisation et aux conditions de remboursement, une convention a été conclue entre le Département fédéral de l'économie (DFE) et la SCH. Le scénario de base privilégie, pour la mise en œuvre des directives d'utilisation du prêt additionnel, les mesures conjoncturelles arrêtées par les administrateurs de la SCH, le 16 novembre 2011, destinées à soutenir le secteur de l'hébergement. Selon l'évolution de la demande touristique

et la situation économique du secteur de l'hébergement, un encouragement plus expansif de la SCH sera examiné. Les principes de base d'une telle approche seront élaborés par la SCH dans le cadre de la stratégie pour les années 2012 à 2015.

Responsable : SCH
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015

3.4 Axe stratégique 4 : renforcer la présence sur les marchés

3.4.1 Aperçu

Par son soutien à Suisse Tourisme, la Confédération entend unifier l'image de la destination touristique suisse sur les marchés internationaux¹³⁾. Cette approche vient compléter les opérations de marketing des entreprises et des régions. Le renforcement de la présence sur les marchés englobe les deux champs d'action CA7 « Promotion de l'image de la destination suisse » et CA8 « Coordination et coopération au niveau de la promotion de la place économique suisse ».

Tableau 5 : Priorités et projets centraux liés au renforcement de la présence sur les marchés

Champs d'action	Priorités	Projets centraux
CA7 : Promotion de l'image de la destination suisse (Suisse Tourisme)	7.1 Programme d'impulsion 2012–2013	27) Mettre en œuvre le programme d'impulsion 2012–2013 visant à amortir la force du franc
	7.2 Promotion touristique Re-Invent Summer	28) Orchestrer le projet « Concept d'inspiration Re-Invent Summer »
	7.3 Respect des principes du développement durable par ST	29) Respecter les principes du développement durable
CA8 : Coordination et coopération au niveau de la promotion fédérale de la place économique	8.1 Exploitation des synergies potentielles	30) Exploiter les synergies potentielles entre le marketing touristique et le marketing pour l'agriculture suisse dans la prospection des marchés étrangers

3.4.2 Commentaires des priorités et des projets centraux

Champ d'action 7 (CA7) : promotion de l'image de la destination suisse (Suisse Tourisme)

Suisse Tourisme est une corporation de droit public instituée par une loi fédérale (RS 935.21) qui est chargée d'encourager la demande en faveur des destinations de voyage et de vacances en Suisse. La Confédération soutient Suisse Tourisme au moyen de crédits quadriennaux. Le Parlement a approuvé, lors de la session d'automne 2011, un plafond de dépenses de 222 millions de francs pour la période 2012 à 2015. Cette enveloppe comprend 12 millions de francs destinés à atténuer les effets négatifs du franc fort sur le tourisme suisse. Aux fonds alloués par la Confédération à Suisse Tourisme s'ajoutent des fonds de tiers.

13) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 74 ss.

Le comité de Suisse Tourisme définit l'orientation stratégique à donner à l'exécution du marketing touristique national et en assume la responsabilité. Cette exécution se fonde sur une stratégie de croissance à moyen terme et sur des plans d'affaires annuels. La stratégie de croissance prévoit que Suisse Tourisme contribue, par un marketing efficace et des mesures ciblées en matière de potentiel et de prospection des marchés, à assurer au tourisme suisse la possibilité de tirer parti de la croissance mondiale du tourisme.

Les priorités et projets centraux identifiés dans le cadre du programme de mise en œuvre 2012–2015 revêtent une grande importance pour le marketing touristique de la Suisse. Les projets centraux ont un caractère exemplaire et sont axés sur le marketing touristique national ; ils ne reflètent pas l'éventail complet des activités déployées par Suisse Tourisme.

Priorité 7.1 : programme d'impulsion 2012–2013

En septembre 2011, les Chambres fédérales ont arrêté, dans le cadre de l'adoption du plafond de dépenses 2012–2015 pour Suisse Tourisme, un programme d'impulsion pour le tourisme suisse. Pour les années 2012 et 2013, la Confédération affecte 12 millions de francs supplémentaires au marketing touristique. Le programme d'impulsion contribue non seulement à atténuer à court terme les effets négatifs du franc fort, mais à diversifier à moyen et long termes la demande touristique suisse.

Le projet central suivant est prioritaire :

27) Mettre en œuvre le programme d'impulsion 2012–2013 visant à amortir la force du franc

But et description : le programme d'impulsion 2012–2013 de Suisse Tourisme garantit la continuité avec les mesures engagées en 2011 pour atténuer les effets négatifs du franc fort sur le tourisme suisse. Sa mise en œuvre est déployée par étapes. Durant l'été et l'automne 2012, les impulsions porteront sur le marché national, d'importants marchés proches et certains marchés lointains. Durant la saison d'hiver 2012/2013, l'accent sera mis, outre sur le marché national, sur les marchés d'hiver traditionnels du tourisme suisse. Afin de garantir une utilisation ciblée des moyens d'impulsion, une convention sera conclue au cours du premier trimestre 2012 entre le SECO et Suisse Tourisme.

Responsable : Suisse Tourisme
Partenaires de mise en œuvre : partenaires de Suisse Tourisme
Durée du projet : de 2012 à 2013

Priorité 7.2 : promotion touristique Re-Invent Summer

Le repositionnement de la destination touristique suisse à la saison estivale revêt une importance stratégique ; il est un élément décisif d'adaptation réussie du tourisme suisse au changement climatique. L'accent mis sur le tourisme estival contribue à diversifier l'offre et donc à relever les défis posés par la mondialisation et l'évolution de la demande (changements de comportements).

Suisse Tourisme travaille depuis longtemps à l'élaboration de bases conceptuelles visant à repositionner la Suisse dans le tourisme estival et a réalisé, à cet effet, en 2010, la publication Re-Inventing Swiss Summer. Parallèlement, Suisse Tourisme a décidé d'étendre considérablement, en vue de la campagne estivale 2010, les moyens de marketing pour l'été.

Le projet central suivant est prioritaire :

28) Orchestrer le projet « Concept d'inspiration Re-Invent Summer »

But et description : à travers l'opération Re-Invent Summer, Suisse Tourisme met l'accent stratégique sur le tourisme d'été et fournit à la branche une base décisionnelle pour le développement du marché et des activités marketing et pour le développement de l'offre et de produits axé prioritairement sur le tourisme estival alpin et rural.

L'été ne doit plus être une longue basse saison caractérisée par des pics d'occupation moyens et des prix inférieurs à la moyenne, mais devenir une saison attrayante. Ce changement de paradigme requiert un vaste soutien de la branche. Dans le cadre de son mandat légal, Suisse Tourisme peut prendre le leadership des thématiques touristiques pour certaines activités et orchestrer le « Concept d'inspiration Re-Invent Summer ». Concernant ces activités, la branche est toutefois fortement sollicitée.

La projection suivante lui sert de guide : *En 2020, l'été en Suisse est plus attrayant, le taux d'occupation des lits est meilleur. Cela est devenu possible grâce à un développement et un couplage ciblés des produits, à une stratégie de marque concise, à un marketing créatif, à une richesse d'idées, à une amélioration de la qualité et à une volonté d'investir. La branche s'engage résolument en faveur d'une dynamisation de la période estivale.*

Un « Concept d'inspiration Re-Invent Summer » est élaboré, adapté graduellement et mis en œuvre en continu sur la base d'une combinaison de mesures s'appuyant sur les cinq axes stratégiques que sont le développement des marchés, le développement du marketing, le développement des produits, le service et l'assurance-qualité, enfin les instruments et les recommandations pratiques.

Responsable : Suisse Tourisme
Partenaires de mise en œuvre : l'ensemble de la branche touristique
Durée du projet : de 2012 à 2015

Priorité 7.3 : respect des principes du développement durable par Suisse Tourisme

La Confédération attend de Suisse Tourisme qu'elle respecte les principes du développement durable, conformément aux prescriptions de la Confédération en matière de politique du tourisme. Ce principe est inscrit dans la nouvelle convention conclue entre le SECO et Suisse Tourisme en matière de controlling, de reporting et de monitoring pour la période 2012 à 2015.

Le projet central suivant est prioritaire :

29) Respecter les principes du développement durable

But et description : dans le cadre du processus de controlling habituel, Suisse Tourisme présente régulièrement au SECO un rapport relatif au respect des principes du développement durable. Les « principes de durabilité » mis en œuvre par Suisse Tourisme constituent la base de prise en compte du développement durable dans l'activité de promotion de l'organisation. Il est prévu de réglementer la répartition des rôles au sein de la branche et de rendre les processus internes conformes à la norme ISO 14001. Les offres de tourisme vert doivent être proposées aux hôtes de manière claire et ciblée. En 2014, la saison estivale sera placée sous le thème du tourisme

vert. Par ailleurs, un état des lieux du respect des principes du développement durable dans l'activité de promotion de Suisse Tourisme est prévu. Ce bilan devra être effectué par Suisse Tourisme à l'intention du SECO d'ici à 2014 (cf. projet central n° 16).

Responsable : Suisse Tourisme
Partenaire de mise en œuvre : –
Durée du projet : de 2012 à 2015

Champ d'action 8 (CA8) : coordination et coopération au niveau de la promotion fédérale de la place économique

Priorité 8.1 : exploitation des synergies potentielles

La Suisse, dont la taille est modeste en comparaison internationale, ne peut se permettre de disperser ses forces en matière de marketing de place économique. Partant de ce constat, la coordination et la coopération entre les différents instruments de promotion de la place touristique suisse ont été améliorées ces dernières années. Une coopération plus étroite entre le marketing touristique (Suisse Tourisme) et la promotion de la place économique suisse (Osec) a ainsi été mise en place avec succès.

La coordination et la coopération effectuées par la Confédération en matière de promotion de la place touristique doivent être poursuivies et étendues ces prochaines années.

Le projet central suivant est prioritaire :

30) Exploiter les synergies potentielles entre le marketing touristique et le marketing pour l'agriculture suisse dans la prospection des marchés étrangers

But et description : des synergies existent entre le marketing touristique et le marketing des produits agricoles suisses, notamment dans le domaine de la prospection de certains marchés étrangers. Il s'agira d'exploiter de manière ciblée les synergies existantes durant la période 2012–2015. La Suisse vise une collaboration orientée projets entre les organisations responsables. La Confédération et les offices fédéraux compétents que sont l'OFAG et le SECO ont un rôle de soutien ou subsidiaire à jouer. Dans le domaine du marketing agricole, le soutien se limite à un cofinancement des mesures de marketing prises par les organisations du secteur privé.

Dans la perspective de l'exposition universelle de Milan en 2015, la coordination du marketing touristique et du marketing de l'agriculture suisse revêt une importance particulière. Il s'agira de la concrétiser au sein du groupe de pilotage qui sera mis en place par le DFAE (Présence Suisse) en vue de cet événement.

Responsables : OFAG/SECO
Partenaires de mise en œuvre : Suisse Tourisme ; pour le marketing des produits agricoles suisses, les organisations compétentes (Agro-Marketing Suisse, Switzerland Cheese Marketing, Swiss Wine Promotion, Proviande, etc.)
Durée du projet : de 2012 à 2015

4 Controlling et évaluation

4.1 Controlling continu et information annuelle

Le SECO soumettra le déploiement des mesures du programme de mise en œuvre 2012–2015 à un controlling continu. Il examinera l'état d'avancement du projet et, au besoin, apportera des correctifs quant aux délais et aux contenus. Le SECO informera régulièrement les acteurs directement concernés du degré d'exécution du programme de mise en œuvre. Les entretiens annuels avec les services fédéraux concernés, les services cantonaux du tourisme et les associations nationales de la branche seront utilisés prioritairement dans ce but.

4.2 Bilan 2014

Un bilan détaillé de la nouvelle conception de la politique du tourisme est prévu par le Conseil fédéral pour 2014. Il comprendra également un examen plus poussé du degré de déploiement des mesures du programme de mise en œuvre 2012–2015 et une évaluation du degré de réalisation des objectifs du programme de mise en œuvre.

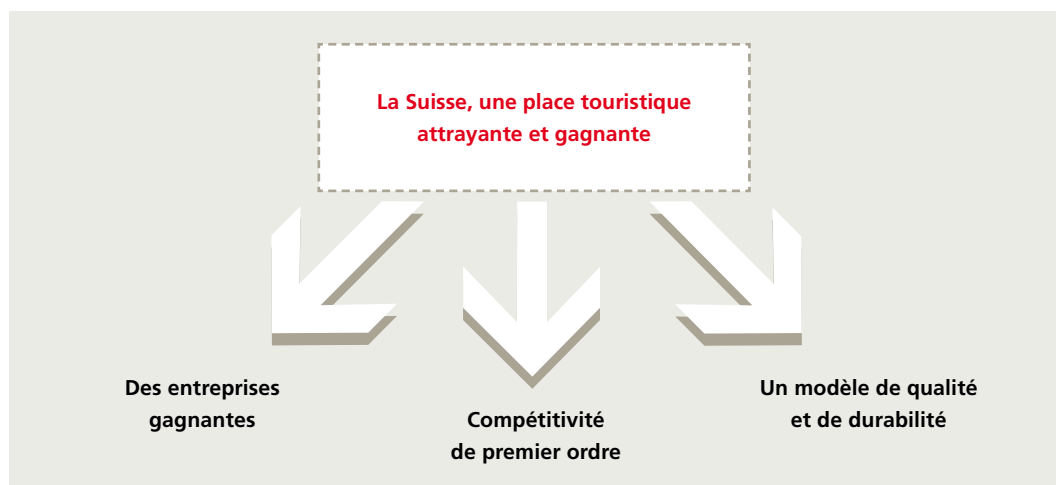
Les résultats de l'évaluation du programme de mise en œuvre 2012–2015 constitueront une base importante en vue de la rédaction du futur programme de mise en œuvre 2016–2019 qui sera élaboré par le SECO dans l'esprit du message du Conseil fédéral prévu sur la promotion économique pour les années 2016–2019. Ce message sera soumis aux Chambres fédérales en 2015.

Annexe 1 : Vision, principes directeurs et buts de la politique du tourisme

La vision à long terme formulée par le Conseil fédéral dans la stratégie de croissance est le reflet d'une place touristique suisse attrayante et gagnante¹⁴⁾. La Suisse exploite à fond son potentiel exceptionnel en tant que pays de tourisme. La croissance du tourisme crée des emplois et contribue d'accroître aussi bien la prospérité que la qualité de la vie en Suisse. Le tourisme affirme son importance au sein de l'économie suisse. La Suisse réussit à gagner des parts de marché dans l'Arc alpin.

Compétitivité de premier ordre : la Suisse fait partie des pays touristiques les plus compétitifs du monde. C'est une destination unique, inimitable et célèbre dans le monde entier. Elle bénéficie d'une densité extraordinaire d'attractions. La Suisse occupe une place unique dans la compétition mondiale des lieux de tourisme.

Figure 6 : Vision pour la place touristique suisse



Des entreprises gagnantes : les entreprises suisses de tourisme s'imposent sur les marchés mondialisés. Elles contribuent à la croissance économique nationale et régionale. Elles aspirent à des gains constants de productivité.

Un modèle de qualité et de durabilité : l'offre touristique de la Suisse est d'une qualité exceptionnelle et se distingue aussi bien par l'excellence des services fournis que par son rapport qualité/prix. La place touristique suisse est un modèle de durabilité ; le tourisme suisse améliore constamment son efficacité dans l'utilisation des ressources.

La politique du tourisme du Conseil fédéral poursuit les buts suivants¹⁵⁾ :

Conditions générales : la politique fédérale du tourisme améliore d'abord les conditions générales proposées aux entreprises de tourisme. Les entreprises sont en effet les piliers d'une politique du tourisme axée sur la croissance, puisque ce sont elles qui sont susceptibles de créer

14) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 41.

15) Cf. Conseil fédéral suisse (2010), p. 42.

de la valeur ajoutée. Une foule d'entreprises participent au système économique du tourisme. La politique fédérale du tourisme cherchera donc avant tout à leur offrir les meilleures conditions possibles.

Attrait de l'offre : un deuxième objectif de la politique du tourisme est d'augmenter l'attrait de l'offre. Pour ce faire, la politique fédérale du tourisme se concentre sur les destinations, qui sont les principales unités de production. Les destinations créent des avantages compétitifs interentreprises. La mise à disposition d'offres interentreprises de haute qualité sera soutenue par des mesures spécifiques de promotion de l'innovation, de la coopération et de l'investissement.

Image sur les marchés : la politique fédérale du tourisme renforce troisièmement l'image de la Suisse sur les marchés touristiques. Dans la compétition mondiale entre places touristiques, la place suisse a besoin d'un soutien ciblé de la part de la Confédération pour prospecter les marchés. Le marketing touristique est un bien public que le marché ne met pas suffisamment à disposition. Le soutien de la Confédération assure la présence internationale de la Suisse et la prospection des marchés.

Développement durable : la politique fédérale du tourisme respecte enfin les principes du développement durable, car le tourisme suisse en dépend. Il s'agit de générer davantage de valeur ajoutée en gaspillant le moins possible les ressources et de minimiser la consommation des ressources naturelles. Le but à long terme consiste à découpler la croissance touristique de la consommation des ressources, autrement dit d'améliorer constamment l'efficacité de l'usage des ressources.

Annexe 2 : Lignes directrices pour l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015

1. Introduction

Le SECO a rédigé les présentes lignes directrices en vue de l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015. Ces lignes directrices ont permis de définir de manière cohérente les grands axes thématiques et les priorités du programme de mise en œuvre. La transparence à l'égard des acteurs concernés y est érigée en principe. Les présentes lignes directrices exposent les grands axes thématiques qui sous-tendent le programme de mise en œuvre, définissent le niveau d'action, décrivent la méthodologie à appliquer pour fixer les priorités et pour sélectionner et mettre en œuvre les projets centraux. Enfin, elles présentent les acteurs directement concernés qui ont été associés à l'élaboration du programme de mise en œuvre.

2. Ligne directrice 1 : grands axes thématiques

La stratégie de croissance pour la place touristique suisse présente les cinq principaux enjeux que doit relever le tourisme suisse. Relever ces enjeux est capital si l'on veut que le tourisme suisse de demain puisse tirer profit du potentiel de croissance que recèle le tourisme à l'échelle de la planète.

Ces cinq enjeux ont guidé le choix des grands axes thématiques qui structurent le programme de mise en œuvre 2012–2015, conçu pour aider les acteurs du tourisme suisse à relever les défis évoqués. Ce sont, concrètement :

La mondialisation croissante : la mondialisation a profondément modifié le tourisme. En 1950, la Suisse comptait parmi les cinq principales destinations touristiques ; aujourd'hui, elle n'occupe plus que le 27^e rang. L'offre et la demande sont promises à un fort développement dans le monde entier. La **pression de la concurrence** sur l'industrie touristique suisse va donc s'accroître. D'un autre côté, la mondialisation est aussi l'occasion de prospecter et de conquérir de nouveaux marchés.

L'évolution de la clientèle : la pyramide des âges se modifie, en Europe et dans le monde entier. En 2050, une personne sur cinq aura 60 ans ou plus. Il y aura donc plus de personnes âgées qui voyageront. Elles rechercheront à la fois l'authenticité, la détente et la nouveauté. De plus, la tendance à l'individualisme n'épargne pas l'activité touristique. Dans l'ensemble, les hôtes vont donc se montrer plus exigeants et auront des attentes plus élevées quant à la qualité de l'offre touristique, ce qui implique pour les entreprises de tourisme une **incitation constante à s'adapter**.

Le progrès technologique : la motorisation croissante et le développement de l'aviation ont complètement transformé le tourisme. Cette dynamique continuera d'agir sur le tourisme – quoique à un rythme légèrement plus lent –, d'où une relativisation du facteur distance. Un développement qui aura une importance particulière à l'avenir est celui des technologies de l'information et de la communication. L'internet et les transactions en ligne vont continuer de croître et prendront de plus en plus de place, évolution qui renforce l'**incitation à innover** pour le tourisme suisse.

Le changement climatique et les menaces sur l'environnement : le changement climatique est un défi rampant. Contrairement aux catastrophes naturelles, il n'agit pas seulement à court terme, mais transforme durablement le visage des destinations. En Suisse, il fera des gagnants et des perdants. L'industrie touristique doit s'adapter et diversifier son offre (**incitation à la diversification**). Le tourisme a aussi une responsabilité à assumer dans le contexte des stratégies d'atténuation, en particulier au regard de la raréfaction probable et universelle des ressources, énergétiques notamment. Les autres enjeux connexes sont la sauvegarde de la qualité des paysages et le développement ordonné de la construction dans les zones touristiques, surtout en relation avec les résidences secondaires. Le développement territorial et le développement touristique doivent être accordés de façon à accroître l'efficacité de l'usage des ressources touristiques (**incitation à la durabilité**).

Les déficits structurels : les structures des destinations suisses ont une origine historique et ne répondent que partiellement aux exigences d'un marché mondialisé. Au niveau des entreprises, l'offre est trop fragmentée. La productivité et la rentabilité sont fréquemment insuffisantes dans les petits et moyens hôtels alpins. Etant donné le durcissement de la concurrence internationale, les déficits structurels actuels provoquent une **incitation constante à la mutation**.

Il y a tout lieu de penser que ces cinq enjeux occuperont le tourisme suisse et la politique fédérale du tourisme à moyen ou long terme. Mais il ne faut toutefois pas y voir une énumération exhaustive. Si de nouveaux enjeux majeurs devaient apparaître, il s'agirait de compléter cette liste initiale. La gestion active des enjeux stratégiques dans la politique du tourisme est importante à cet égard (cf. chap. 3). L'identification de nouveaux enjeux stratégiques dans le cadre de cette gestion nécessiterait une adaptation des grands axes thématiques du programme de mise en œuvre 2012–2015.

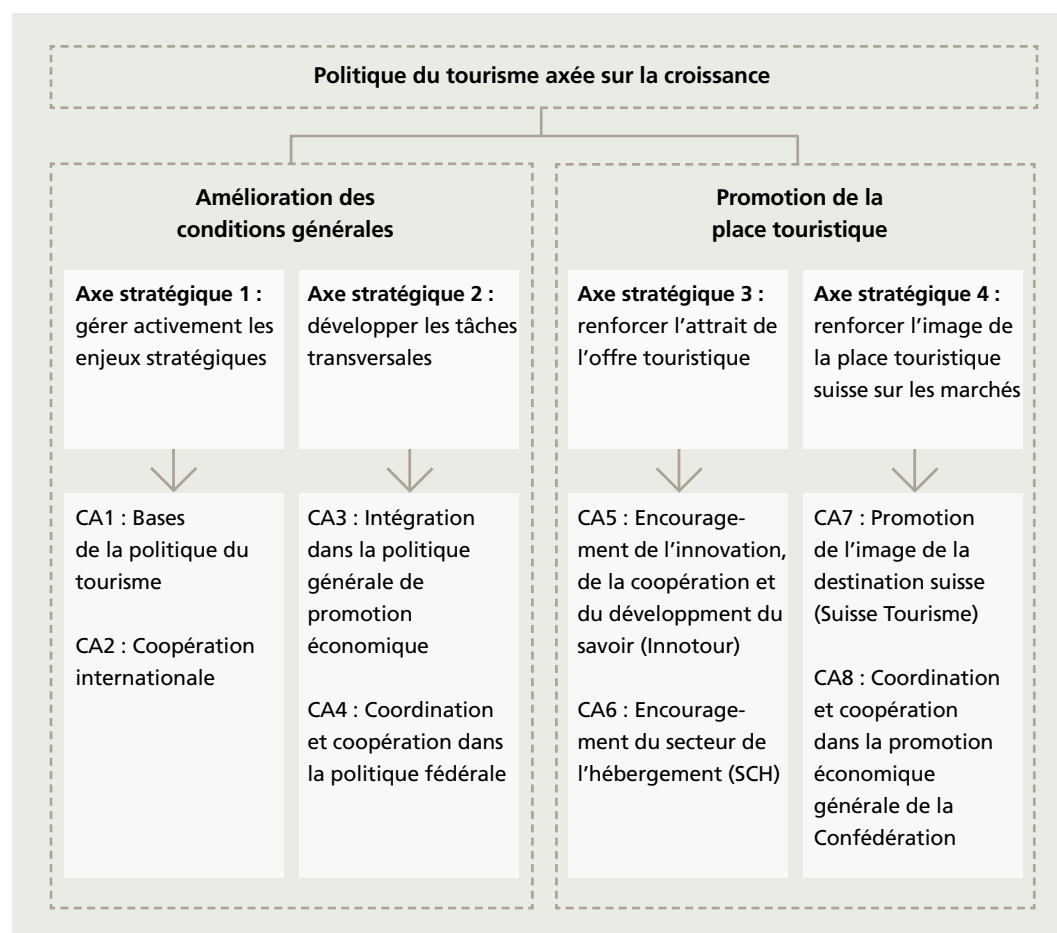
3. Ligne directrice 2 : quatre axes stratégiques et huit champs d'action

Le programme de mise en œuvre 2012–2015 s'articule autour des quatre axes stratégiques et des huit champs d'action prévus par la stratégie de croissance pour la place touristique suisse. Autrement dit, les priorités thématiques du programme de mise en œuvre et les projets centraux qui leur sont rattachés sont répartis et structurés en s'inspirant de ces axes stratégiques et de ces champs d'action, qui sont résumés ci-après :

Détecter précocement les enjeux stratégiques : en mettant sur pied et en exploitant un système de gestion active des enjeux stratégiques, la Confédération pose les prémisses d'une optimisation des conditions-cadre des entreprises touristiques. Elle se profile comme un leader dans le domaine du tourisme, assurant une veille avancée qui permet de déceler précocement les tendances et les mesures à prendre, et de proposer les solutions possibles pour renforcer la place touristique suisse. La gestion active des enjeux stratégiques garantit en outre la réactivité de la politique du tourisme face au changement (axe stratégique 1).

Développer les tâches transversales : en politique du tourisme, les tâches transversales jouent un rôle décisif dans l'optimisation des conditions générales. De nombreuses tâches fédérales influent en effet directement ou indirectement sur le tourisme et contribuent ainsi au succès de son développement. C'est pourquoi il importe que les préoccupations de la politique du tourisme soient prises en compte dans les politiques connexes ou générales. La politique du tourisme consiste même largement en tâches transversales, qu'il faut renforcer en exploitant les synergies potentielles pour avoir un effet ciblé sur l'amélioration des conditions générales (axe stratégique 2).

Tableau 7 : Politique fédérale du tourisme (vue d'ensemble)



Augmenter l'attrait de l'offre touristique : la promotion fédérale de la place touristique encourage l'innovation et la collaboration dans la production des prestations touristiques, soutient le développement du savoir dans le tourisme suisse et renforce le secteur de l'hébergement, une branche clé dans les zones touristiques (axe stratégique 3).

Renforcer l'image de la destination suisse : l'axe stratégique 4 consiste à renforcer l'image de la destination touristique suisse sur les marchés. En finançant la promotion de l'image touristique du pays, la Confédération assure la présence internationale de la Suisse sur les marchés et favorise la prospection. Poursuivre et approfondir la coordination et la coopération entre l'organisme de promotion touristique et les autres services fédéraux chargés de la communication et de la promotion de la place économique suisse contribue également à renforcer la présence de la Suisse sur les marchés.

4. Ligne directrice 3 : sélection des priorités thématiques et des projets centraux

La méthodologie choisie pour élaborer le programme de mise en œuvre permet une concentration des activités touristiques de la Confédération, tout en conservant la plus grande flexibilité possible. Elle permet de déterminer des priorités et de définir des projets centraux pour mettre en œuvre ces derniers, en se fondant sur les quatre axes stratégiques et les huit champs d'action prévus par la stratégie de croissance.

Définir un nombre limité de priorités dans le programme de mise en œuvre 2012–2015 évite une atomisation des activités et offre un fondement permettant de procéder de manière ciblée. Dans le même temps, la détermination et la mise en œuvre d'un nombre relativement important de projets centraux, rattachés aux différentes priorités fixées, sont les garants d'une politique touristique dynamique et flexible. Les projets centraux ont été définis préalablement pour le programme de mise en œuvre 2012–2015. Il se peut toutefois que, pendant les quatre années que dure le programme, d'autres projets centraux soient mis en œuvre en cas de modification des priorités. Cela dit, il n'est pas prévu d'adapter le programme de mise en œuvre durant cette période.

Lors de la sélection des priorités thématiques et des projets centraux, le SECO a appliqué les critères suivants :

Incarnation de la vision du Conseil fédéral pour la place touristique suisse : les priorités et les projets centraux choisis doivent répondre aux principes de la stratégie de croissance du Conseil fédéral pour la place touristique suisse, et favoriser un développement de cette place qui soit conforme à la vision de la place touristique que l'Exécutif fédéral a défendue dans sa stratégie de croissance. Ils doivent contribuer à atteindre les objectifs de la Confédération en matière de politique touristique.

Compétences relevant de la Confédération (politique nationale du tourisme) : le programme de mise en œuvre 2012–2015 porte exclusivement sur des priorités et des projets centraux qui, de par les bases légales, relèvent de la politique nationale du tourisme et du domaine de compétences de la Confédération. Il est prévu de faire appel à des formes modernes de collaboration, comme les partenariats public-public ou public-privé. Comme la politique du tourisme est une tâche transversale à caractère marqué au niveau fédéral, la responsabilité de ce domaine n'échoit pas toujours forcément au SECO.

Efficacité : ce critère s'attache à l'efficacité des projets centraux. Il s'agit notamment d'apprécier dans quelle mesure les projets centraux aident à faire face aux principaux enjeux qui se profilent pour le tourisme suisse et à réaliser les objectifs de la Confédération en matière de politique touristique.

Efficience : ce critère porte sur le rapport entre les effets (potentiels) d'un projet et les ressources qu'il mobilise en termes de finance et de personnel.

Urgence : ce critère est lié à l'actualité de l'enjeu, c'est-à-dire au temps à disposition pour faire face à la situation et trouver une solution.

Faisabilité : il s'agit là d'examiner l'acceptation du projet, l'importance des barrières à surmonter ainsi que les ressources nécessaires en termes de finance et de personnel.

5. **Ligne directrice 4 : association des acteurs directement concernés à l'élaboration du programme de mise en œuvre**

Le SECO a associé les acteurs directement concernés à l'élaboration du programme de mise en œuvre de la Confédération, à savoir essentiellement les offices fédéraux directement intéressés, les cantons et le secteur du tourisme.

Au sein de l'administration fédérale, le SECO a consulté tous les offices fédéraux directement concernés pour élaborer son programme de mise en œuvre, dont l'ARE, l'OFEV, l'OFAG, l'OFS et l'OFEN.

Les cantons ont également été associés à l'élaboration du programme de mise en œuvre. Le SECO a consigné, dans le cadre de deux ateliers organisés avec les organes cantonaux chargés des questions touristiques, les attentes et les besoins des cantons exprimés dans la perspective de l'établissement du programme de mise en œuvre de la Confédération. Pour pouvoir tenir suffisamment compte des défis spécifiques auxquels est confronté le tourisme urbain, avec le tourisme d'affaires qui le caractérise, plusieurs grandes villes ont également été associées à la réflexion, en accord avec les cantons auxquels elles appartiennent.

Le secteur du tourisme a été associé à l'élaboration du programme de mise en œuvre 2012–2015, notamment dans le cadre de l'audition mise sur pied avec les quatre associations nationales de la branche (Suisse Tourisme, hotelleriesuisse, GastroSuisse et Remontées mécaniques suisses), mais aussi lors de diverses discussions à caractère bilatéral.

Références bibliographiques

BAK Basel Economics (2011)	Benchmarking du tourisme – Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale
Commission européenne (2010)	Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions : Europe, première destination touristique au monde – un nouveau cadre politique pour le tourisme européen
OCDE (2011)	Climate Change and Tourism Policy in OECD countries
Conseil fédéral suisse (2012a)	Adaptation aux changements climatiques en Suisse – objectifs, défis et champs d'action. Premier volet de la stratégie du Conseil fédéral
Conseil fédéral suisse (2012b)	Stratégie pour le développement durable 2012–2015
Conseil fédéral suisse (2010)	Stratégie de croissance pour la place touristique suisse
Université de Berne (2011)	Le tourisme suisse face aux changements climatiques : impacts et options viables ; étude sur mandat du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)

