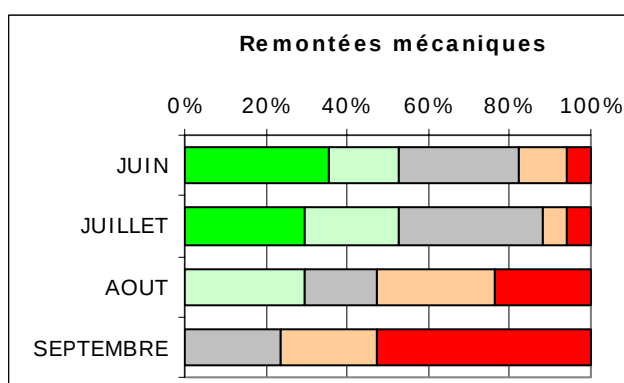


Baromètre Eté 2005 du tourisme valaisan

Le présent baromètre du tourisme a été réalisé par l'Institut Economie & Tourisme de la HEVs à la demande de Valais Tourisme et du SET (Service de l'Economie et du Tourisme de l'Etat du Valais). Son but est de développer un instrument de mesure permettant une prise de connaissance rapide de la demande touristique. Ainsi, les acteurs du tourisme pourront mieux réagir aux variations de cette demande.

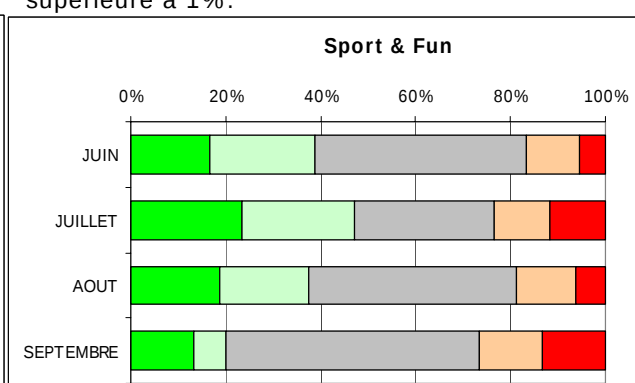
Remontées mécaniques:

Après des mois de juin et juillet prometteurs, le temps variable en août et septembre est probablement la cause principale des mauvais résultats obtenus par plus de la moitié des sociétés de remontées mécaniques dans la deuxième partie de l'été.



Sport & Fun:

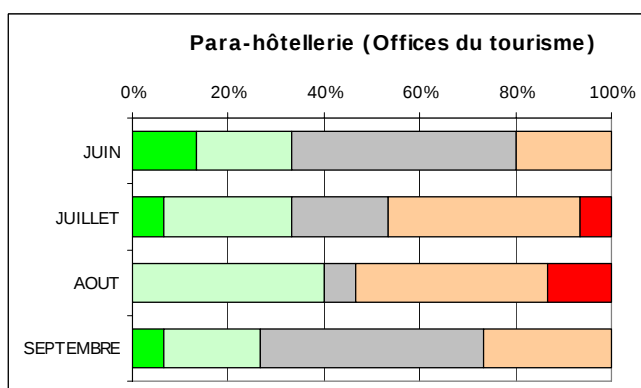
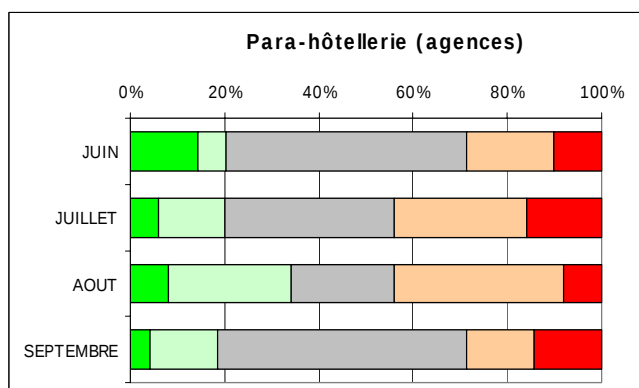
Les entreprises offrant des activités de Sport & Fun évoquent également une saison plutôt médiocre voire mauvaise, surtout pour la deuxième partie de l'été. Seul rayon de soleil : l'évolution positive du chiffre d'affaires en juillet avec une entreprise sur deux affichant une progression du CA supérieure à 1%.



Légende: Comparaison du CA* d'été 2005 des entreprises touristiques par rapport à l'été 2004:

- Largement supérieur (>+5%)
 - Légèrement supérieur (de +1 à +5%)
 - Quasi équivalent (-1% à +1%)
 - Légèrement inférieur (de -1% à -5%)
 - Largement inférieur (<-5%)
- *chiffres d'affaires

Para-hôtellerie: Dans la para-hôtellerie, la demande s'est avérée inférieure à l'été 2004 sur l'ensemble du canton : le CA de la location d'appartements et chalets, aussi bien dans les agences de location que dans les offices du tourisme proposant des logements en location, a régressé de plus de 1 % durant la haute saison (juillet, août) pour la moitié d'entre eux.

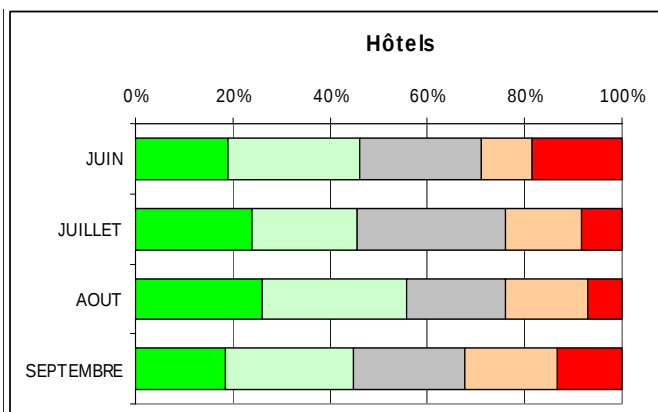


Régions alpines : Au cours de la saison d'été 2005, la demande touristique en Suisse a suivi l'évolution prévue par BAK Basel Economics et hoteleriesuisse au printemps 2005, c'est-à-dire qu'elle s'est effectivement avérée frileuse (www.hotelleriesuisse.ch). Conformément aux estimations, le nombre de nuitées s'est globalement maintenu au même niveau qu'en 2004. Durant la

saison d'été 2005, les régions alpines ont enregistré une évolution légèrement positive (augmentation des nuitées hôtelières de 0,2%) ce qui confirme les résultats de notre baromètre. BAK Basel Economics estime que la progression des nuitées hôtelières dans l'«Espace alpin» atteindra 1,5% pour la saison d'hiver 2005/06, dépassant ainsi nettement la moyenne suisse.

Hôtellerie:

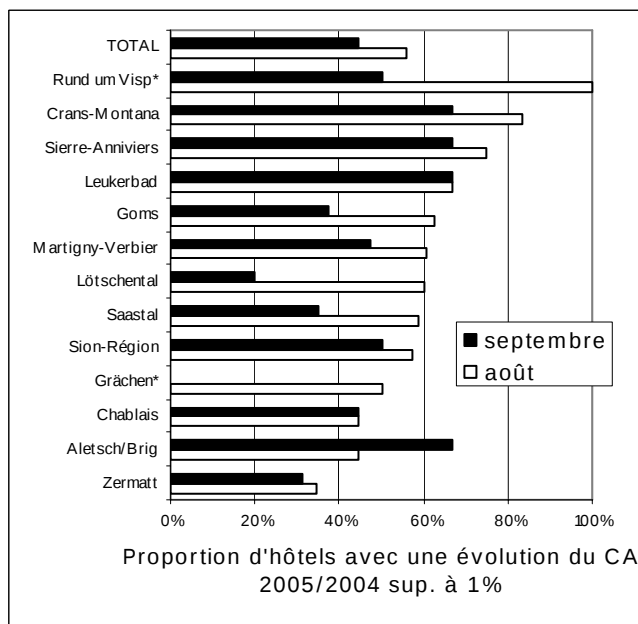
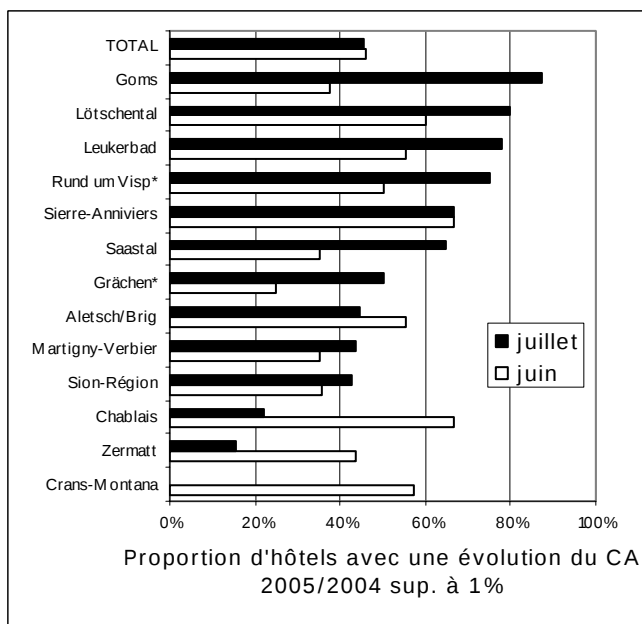
La météo peu clémente de cet été n'a pas été aussi pesante sur l'évolution du chiffre d'affaires (CA) de l'hôtellerie que sur celui des remontées mécaniques. Une grande partie des hôtels (>40%) a obtenu un meilleur résultat que l'année précédente. Le mois d'août semble avoir été le mois ayant connu la plus forte progression du CA par rapport à 2004. Néanmoins environ un hôtel sur quatre a accusé une baisse du CA ou n'a observé aucun changement notable ce dernier été par rapport à l'été précédent.



Hôtellerie par destination: Une analyse des résultats par région touristique montre qu'en juillet, ce sont surtout certaines destinations du Haut-Valais qui ont profité d'une évolution positive de leurs chiffres d'affaires par rapport à 2004. Des destinations comme le Chablais, Zermatt ou Crans-Montana ayant enregistré des hausses significatives en juin, semblent avoir vécu une régression en juillet. La deuxième moitié de l'été a une nouvelle fois souri aux destinations du Haut-

Valais, mais également au Valais Central (Sierre-Anniviers, Crans-Montana).

Il est aussi intéressant de noter que les petites entreprises hôtelières (<500'000 CHF de CA) ont enregistré, en juin et septembre, une progression significativement supérieure par rapport aux grands hôtels. Un hôtel sur quatre parmi les petits hôtels a pu profiter d'une augmentation de plus de 5% contre un sur huit parmi les grands hôtels (CA > 2 Mio CHF).



Méthodologie: Un questionnaire d'affaires des entreprises touristiques pour les quatre mois de l'été 2005 par rapport à l'été 2004. Celui-ci a été envoyé à 2005 par rapport à l'été 2004. Sur 934 entreprises contactées par courriel, 256 prestataires touristiques ont répondu, ce qui représente un taux de réponse de 28%. Etant donné le nombre de réponses élevé (n=155) pour l'hôtellerie, nous avons pu analy-

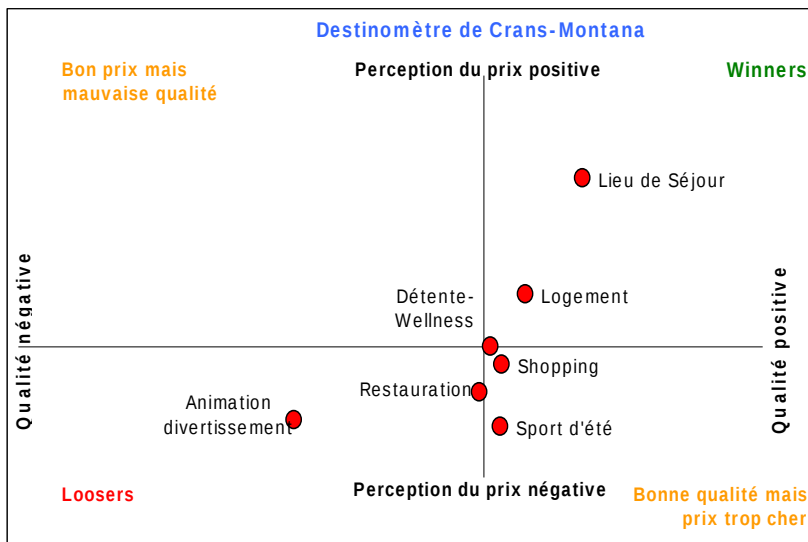
ser les tendances économiques de ce secteur par région touristique. Pour les autres prestataires, nous avons traité les résultats globalement pour l'ensemble du Valais.

POUR TOUTE INFORMATION:
info_iet@hevs.ch

Destinomètre : un outil de mesure de la satisfaction globale du touriste

De nos jours, pour rester compétitives, les régions touristiques doivent se démarquer par un bon rapport qualité/prix. En effet, le visiteur d'une destination apprécie globalement le niveau de la qualité de tous les services qui lui sont offerts tel que l'accueil, l'hébergement, la restauration ou les remontées mécaniques, sans oublier les commerces et les animations. En appliquant un instrument de mesure de ce rapport qualité/prix (le destinomètre) développé en Autriche, l'Institut Economie & Tourisme (IET) de la HEVs, par le travail de diplôme de trois de ses étudiants, a pu fournir les premiers résultats valaisans (Zermatt, Crans-Montana, Verbier). A titre d'exemple, le graphique ci-dessous montre la matrice de satisfaction et de perception du prix par des clients de Crans-Montana pour divers services pendant la saison d'été 2005.

Il ressort clairement que le lieu de séjour et les logements sont perçus positivement. A l'inverse, les touristes jugent l'animation, les divertissements et la restauration trop chers par rapport à la qualité des prestations. Ce destinomètre est un instrument qui a pour but, en fonction de l'appréciation des hôtes, de comparer les offres proposées par une destination avec celles d'autres destinations valaisannes, voire même étrangères dans une phase ultérieure.

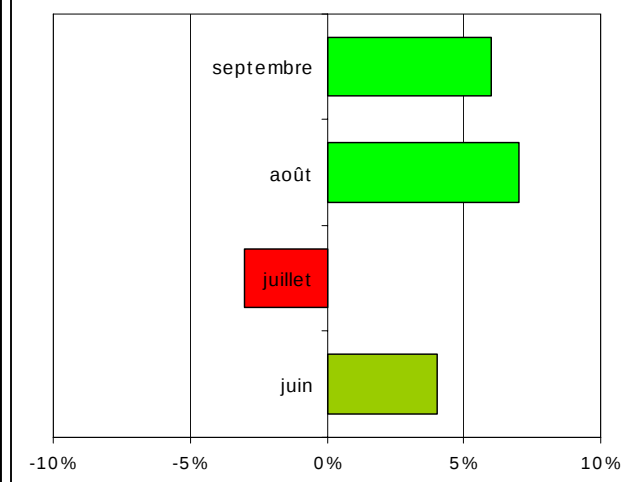


Analyse de l'évolution touristique par des indicateurs directs ?

Pour éviter le recours à des enquêtes chères et laborieuses dans l'analyse des tendances touristiques, l'Institut Economie & Tourisme (IET) de la HEVs est en train d'étudier l'utilisation d'indicateurs économiques indirects comme p.ex. le volume des déchets, des eaux usées, la consommation de farine, les chiffres d'affaires des grands distributeurs ou le nombre de retraits dans les bancomats. Cette approche pourrait à terme permettre d'estimer la fréquentation des catégories de visiteurs non comprises dans les statistiques de nuitées. De plus, les données de consommation obtenues dans les grandes surfaces peuvent s'avérer être une estimation (un proxy) des revenus du tourisme dans une station donnée. L'exemple ci-contre montre les tendances des chiffres d'affaires (progression été 2004 à été 2005) des grands distributeurs en Valais pour les 4 mois d'été. Il est intéressant de noter que les mois d'août et de septembre ont le mieux marché (augmentation >5%). Le début de juillet par contre accuse une régression par rapport à l'année passée.

Une mise en relation avec les indicateurs directs du tourisme n'est pas encore possible pour le moment, vu la situation lacunaire au niveau des statistiques de nuitées. En plus, pour pouvoir disposer d'un outil fiable différents indicateurs doivent être testés et calibrés. Des travaux allant dans ce sens sont actuellement en cours au sein de notre institut.

Evolution chiffre d'affaires 2005 / 2004 grands distributeurs



Veille touristique

Benchmarking de sites web touristiques: Le site Internet d'une entreprise touristique est de nos jours plus qu'une «vitrine» de l'organisation. Comme outil au service de la clientèle, il mérite une attention particulière. Si vous voulez analyser la qualité de votre propre site Internet touristique et vous comparer avec les meilleures de la branche, il suffit de procéder à une auto-évaluation avec notre outil de Benchmarking sur: www.tourismus-benchmarking.ch

Hotel-Power: Efficacité économique avec moins d'énergie. La plateforme www.hotelpower.ch est destinée à tous ceux qui aimeraient réaliser, dans l'hôtellerie, des économies d'énergie et augmenter la productivité et la qualité des services (par exemple le confort des clients). De plus, une boîte à outils avec des listes de mesures, des exemples, des notices et des outils d'analyse pour les hôteliers et les spécialistes a été élaborée. Servez-vous !

Des BLOGUES pour le tourisme ? Anonymes, personnels ou professionnels, simple page Web ou revue de presse spécialisée, les blogues représentent aujourd'hui un élément clé de la culture Internet. Mais de quoi parle-t-on, au juste? Existe-t-il des blogues sur le tourisme et le voyage ? Pour en savoir plus, lisez l'article sur:

www.veilletourisme.ca -> thèmes de veille -> technologies

Shopping: l'activité numéro 1 du touriste. On se demande toujours ce que les gens adorent faire quand ils voyagent. La réponse ? Du shopping ! Peu importe la nationalité, magasiner fait partie de l'expérience touristique et demeure l'activité favorite du voyageur. Ce phénomène, souvent ignoré ou sous-estimé, est associé généralement au milieu urbain. Une étude canadienne présente le potentiel du magasinage en tant que marché de niche dans les milieux non urbains. Lire l'article :

www.veilletourisme.ca -> thèmes de veille -> intérêt général

Prévision touristique: Depuis 2004, l'Institut Economie & Tourisme (IET) de la HEVs applique des outils de prévision pour le tourisme au moyen de modèles statistiques. Nous voyons ci-contre les premiers résultats pour l'hôtellerie de la région de Sierre. En se basant sur les nuitées hôtelières mensuelles de 2002 à novembre 2004, nous avons pu établir fin 2004 une prévision pour le premier semestre 2005. On se rend compte que les prévisions réalisées ont été conformes (c'est-à-dire dans la marge d'erreur indiquée en jaune sur le graphique) aux nuitées observées jusqu'au mois de mai, et qu'ensuite ces résultats divergent. Cette divergence est due principalement à l'annulation du festival de la BD de Sierre qui apparemment a engendré une baisse significative de l'activité touristique durant les mois de mai et juin. Cet outil de prévision est utilisable pour toute station ou destination disposant de l'historique de ses nuitées mensuelles sur une période de trois ans au minimum.

