

DIAGNOSTIC TERRITORIAL

Un réseau de trail au sein des Préalpes



RAPPORT FINAL

Emilie Jaccard & Marc Langenbach

Institut des Sciences du Sport de l'Université de Lausanne – ISSUL

Table des matières

1 REFORMULATION DE LA COMMANDE	5
1.1 Objectifs	5
1.2 Méthode	6
2 LE TRAIL ET LES STATIONS DE TRAIL	8
2.1 Définition et évolution de la pratique	8
2.2 Proposition de classification des pratiquants	9
2.3 L'évolution du trail en chiffres	10
2.4 Le concept de « Station de Trail » : benchmarking	14
2.5 L'exemple des Vosges : Gérardmer & Vallée de Munster	18
2.6 Constats	19
3 LES PRÉALPES : UN TERRITOIRE, DES ENJEUX	21
3.1 Les Préalpes Vaudoises et Fribourgeoises	21
3.2 Enjeux généraux	22
3.3 Enjeux spécifiques à l'implantation d'infrastructures dédiées au trail	22
4 DIAGNOSTIC TERRITORIAL	25
4.1 Présentation du territoire d'étude	25
4.2 Charmey	26
a) Généralités sur le tourisme de la destination	26
b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	26
c) Problématiques actuelles	27
d) Analyse de l'existant	27
e) Le trail	29
f) Constat	30
4.3 Château-d'Oex	31
a) Généralités sur le tourisme de la destination	31
b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	32
c) Problématiques actuelles	33
d) Analyse de l'existant	33
e) Le trail	35
f) Constat	36

4.4	Jaun	37
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	37
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	37
c)	Problématiques actuelles.....	38
d)	Analyse de l'existant.....	38
e)	Le trail	39
f)	Constat	40
4.5	La Berra	41
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	41
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours.....	41
c)	Problématiques actuelles.....	42
d)	Analyse de l'existant.....	42
e)	Le trail	44
f)	Constat	44
4.6	Les Paccots.....	46
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	46
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours.....	46
c)	Problématiques actuelles.....	47
d)	Analyse de l'existant.....	47
e)	Le trail	49
f)	Constat	50
4.7	Les Pléiades	51
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	51
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	51
c)	Problématiques actuelles.....	51
d)	Analyse de l'existant.....	51
e)	Le trail	53
f)	Constat	53
4.8	Les Rochers de Naye (Caux/Les Avants)	54
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	54
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours.....	55
c)	Problématiques actuelles.....	55

d)	Analyse de l'existant	55
e)	Le trail	57
f)	Constat	58
4.9	Leysin & Les Mosses	59
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	59
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	60
c)	Problématiques actuelles	61
d)	Analyse de l'existant	61
e)	Le trail	63
f)	Constat	64
4.10	Moléson	65
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	65
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	66
c)	Problématiques actuelles	66
d)	Analyse de l'existant	67
e)	Le trail	68
f)	Constat	69
4.11	Schwarzsee (Lac Noir)	70
a)	Généralités sur le tourisme de la destination	70
b)	Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours	70
c)	Problématiques actuelles	70
d)	Analyse de l'existant	71
e)	Le trail	72
f)	Constat	73
4.12	Tableaux récapitulatifs	74
a)	Offres sportives	74
b)	Infrastructures	74
c)	Évènements	75
4.13	Accessibilités	75
4.14	PNR Gruyère Pays-d'Enhaut	77
a)	Son territoire	77
b)	Rôle et missions	78

c)	Les parties prenantes	79
d)	Les zones protégées	81
e)	Itinéraires proposés par le PNR	83
f)	Le trail dans le PNR Gruyère Pays-d'Enhaut	84
g)	Constat	85
4.15	PNR Gantrisch	87
a)	Son territoire	87
b)	Rôle et missions	87
c)	Financement et gestion	88
d)	Zones protégées	88
e)	Itinéraires existants	89
f)	Gestion de l'offre touristique au sein du Parc	90
g)	Situation touristique actuelle	91
h)	Le site internet : Gantrisch Outdoor	91
i)	Le trail dans le PNR Gantrisch	91
j)	Constat	92
5	CONSTAT GLOBAL	93
6	PROPOSITIONS	95
6.1	Gouvernance & Financement	95
6.2	Développement intersectoriel possible	97
6.3	Parcours	98
7	CONCLUSION	100
8	ANNEXES	102
8.1	Liste des entretiens réalisés	102
8.2	Cartographie des zones protégées	103
8.3	Représentations globales des parcours proposés	106
8.4	Descriptifs des parcours proposés	113
8.5	Liens vers les parcours sur la plateforme « Suisse-Mobile »	116

1 REFORMULATION DE LA COMMANDE

Les acteurs du tourisme en moyenne montagne semblent actuellement partager des constats similaires : des difficultés d’enneigement durant la saison hivernale, un manque à gagner récurrent des remontées mécaniques, peu d’offres touristiques sportives alternatives ou innovantes, une stratégie événementielle faible ainsi que souvent des points noirs dans les systèmes de gouvernance. Dès lors, ceux-ci ont initié des réflexions autour des futures orientations du développement des stations, mais aussi des territoires touristiques de moyenne montagne. À l’affut de nouveautés, certains se sont dirigés vers des pratiques sportives innovantes ou en pleine croissance pour établir leurs stratégies d’évolution. Dans ce cadre, on ne peut que constater la réussite du concept de *Station de Trail*, implanté à Saint Pierre-de-Chartreuse depuis 2011, puis exporté dans plusieurs destinations françaises (25), espagnoles (2) et belges (2). Celui-ci semble se positionner comme un modèle avant-gardiste et particulièrement intéressant dans le (re)développement des espaces touristiques de moyenne montagne au travers d’une activité sportive en vogue, et à propos de laquelle les événementiels ou les équipements sportifs paraissent actuellement structurant.

Toutefois, dans l’objectif de s’appuyer sur une offre locale de trail structurée, et d’orienter une politique touristique en moyenne montagne, il est nécessaire d’établir un diagnostic territorial du tourisme sportif, puis de réfléchir au cadre de développement du trail dans un territoire souhaitant se diversifier au travers de cette pratique.

1.1 OBJECTIFS

Bien que les questions qui orienteront cette étude soient nombreuses, l’objectif principal de celle-ci est bien d’élaborer un diagnostic territorial du territoire délimité pour l’occasion. Un état des lieux de la stratégie touristique globale et sportive existante sera réalisé, avec pour but de : définir les offres sportives présentes, les infrastructures à disposition, ainsi que la stratégie événementielle en place. Il sera suivi d’un aperçu de l’offre spécifique existante dans le domaine du trail, si celle-ci est déjà présente, ainsi que des potentialités de développement en la matière qui semblent émerger. Cette étape permettra in fine, d’identifier les différents espaces sportifs effectifs, disponibles pour la pratique (difficultés, caractéristiques environnementales...), mais aussi les offres touristiques sur lesquelles fonder un tourisme sportif lié au trail. La définition des itinéraires de trail sera utile à la proposition d’un réseau de parcours, située dans la dernière phase du projet.

Plus précisément, les questions autour desquelles s’organisera ce diagnostic seront :

- Quel est l’état actuel du trail running dans les différentes stations de moyenne montagne des Préalpes identifiées (Offres, Évènements, Infrastructures) ?
- Quelles sont les images, les stratégies communes, mais aussi différentes qui se dégagent au sein de ce massif ?

- Comment les stations touristiques des Préalpes pourraient-elles intégrer le trail running à leurs offres touristiques respectives ?
- En fonction de leurs ressources respectives quel positionnement stratégique pourraient-elles adopter ?
- Quelle forme de coopération entre les destinations pourrait être envisagée ?
- **Quel serait le rôle d'un réseau de trail dans l'élaboration d'un nouveau positionnement touristique et sportif au sein des Préalpes ?**

Finalement, ce diagnostic permettra de poser les « conditions-cadres » à l'implantation durable du trail running dans le massif des Préalpes (gouvernance, infrastructures, positionnement, investissements). Des stratégies pouvant être mises en place afin de faire vivre celui-ci et de bénéficier d'impacts positifs (stratégies évènementielles, stratégies de communication, stratégies industrielles, etc.) seront proposées.

1.2 METHODE

Dans la perspective du diagnostic territorial décrit précédemment, cette étude se focalisera sur 11 destinations touristiques positionnées sur ce large territoire du massif des Préalpes suisses : *Schwarzsee, Charmey, Jaun, La Berra, Moléson, Les Paccots, Les Mosses, Leysin, Château-d'Oex, Caux-Les Avants-Rochers de Naye, Les Pléiades*, mais également sur les Parcs Naturels Régionaux qui les englobent : *PNR Gantrisch et PNR Gruyère Pays-d'Enhaut*. Parallèlement à ceci, nous nous intéresserons aux Stations de Trail labellisées dans un travail de benchmarking. Quatre points principaux définissent donc méthodologiquement ce travail :

- Réalisation d'entretiens (30¹) avec les acteurs clés (privés et publics) des destinations définies. Ils ont été réalisés en grande partie par les étudiants du Master en Sciences du Sport de l'Université de Lausanne (semestre de printemps 2016) auprès des personnes ressources identifiées au préalable dans les destinations touristiques des Préalpes retenues.
- Réalisation d'une analyse sous forme de benchmarking auprès des stations ayant déjà mis en place le concept de *Station de Trail* (envoi d'un questionnaire et réalisation de 4 entretiens), avec un aperçu plus détaillé du cas des Vosges : Gérardmer et Vallée de Munster.
- Réalisation d'un diagnostic suivant deux perspectives :
 - État des lieux de la situation actuelle en matière de tourisme sportif :
 - *Identification de la clientèle*
 - *Recensement des infrastructures sportives (équipements sportifs traditionnels, itinéraires ou espaces sportifs de nature)*
 - *Offres touristiques (produits et services)*
 - *Recensement des évènements sportifs présents*

¹ Liste disponible en annexe

- Réflexion prospective
 - *Stratégies touristiques des destinations et du massif des Préalpes*
 - *Stratégies évènementielles*
 - *Stratégies territoriales (mise en réseau, utilisation du label « station de trail »)*
 - *Potentialité de création d'emplois*
 - *Aperçu des impacts (économique, image, ...)*
 - *Potentiels nouveaux modes de gouvernance*
- Mise en évidence de facteurs clés de succès liés à la mise en place et à labellisation d'une station en tant que *Station de trail*.

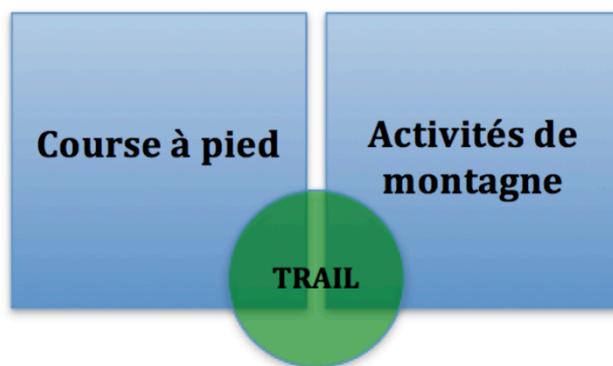


Figure 1: Vue sur les Préalpes depuis les hauts de Château-d'Oex

2 LE TRAIL ET LES STATIONS DE TRAIL

2.1 DEFINITION ET EVOLUTION DE LA PRATIQUE

« Course à pied, Marche, Chemins, Nature, Montagne, Paysages, Forêt, Désert Dépassement de soi, Découverte », tels sont les mots clés qui définissent plutôt bien la pratique du trail running, sport de pleine nature en émergence depuis le début des années 2000 et qui fédère de plus en plus de pratiquants (Bessy & Mouton, 2004). Alors que la course à pied, la randonnée, de même que le trekking apparaissent dans les statistiques comme les activités les plus pratiquées, le nombre de pratiquants pour le trail est encore mal estimé, mais semble-t-il en constante évolution depuis 2005². En France, celui-ci avoisinerait les 600'000 et plus de 8 millions pour l'Europe. On estime une progression de 10 % par an depuis 10ans. Aucun chiffre n'est malheureusement disponible pour la Suisse. Cette estimation paraît être confirmée par l'évolution des marchés, dont notamment celui de la chaussure de course. Le directeur commercial de la marque Mizuno, marque essentiellement présente sur le marché de la courte sur route jusqu'à lors, confirme : « *Le trail représente aujourd'hui 15 % des ventes et cette part est amenée à grandir, car le marché n'est pas à maturité. Les organisateurs de course nous disent qu'ils voient de nouvelles personnes s'inscrire à chaque édition* »³. Cette pratique sportive en pleine croissance semble bien correspondre « *au besoin de milliers de citadins de se laver la tête en pleine nature* »⁴.



Situé à mi-chemin entre la course à pied et la randonnée, plus ou moins proche de l'une ou l'autre selon le niveau, le trail attire un large panel de pratiquants plus ou moins chevronnés. Plus de 2000 évènements sont organisés chaque année en France également, et un peu plus d'une centaine en Suisse, ces chiffres évoluent très rapidement, chaque année de nouvelles manifestations nommées « Trail » voient le jour. Ces évènements sont présents sur nombreux types de territoires (alpins, ruraux, littoraux, et même urbains). Courir dans des cadres somptueux et découvrir des horizons inconnus sont des

² Sources : Magazines spécialisés « Running Romand » (Printemps 2016) & « Nature Trail » (n°3, 2016)

³ Source : Article de journal l'Equipe (28.01.16)

⁴ Source : interview de la co-directrice de l'Ultra-Trail du Mont Blanc (UTMB) réalisée par le magazine « Alpes et Loisirs », 2012

motivations qui sont relevées par les pratiquants. Que ce soit en course ou à l'entraînement, un panorama alpin, un sentier sur une ligne de crête ou encore une vue sur la mer seront des facteurs d'attrait essentiels, afin de motiver un déplacement. Plusieurs territoires l'ont bien compris et s'emparent du phénomène pour valoriser leur patrimoine naturel, architectural ou historique.



*Figure 2 : Trail Running dans les Préalpes bernoises
(source : alpinehikers.com)*

2.2 PROPOSITION DE CLASSIFICATION DES PRATIQUANTS

Selon les observations, on peut distinguer deux tendances chez les pratiquants : la pratique « sportive » et la pratique « découverte ». Alors qu'une certaine recherche de performance est évidente dans le premier groupe, le deuxième concentre les pratiquants dont l'objectif sportif importe peu. Cependant, une orientation « sportive » est à prendre au sens large, elle peut se diviser en deux catégories : celle qui regroupe les pratiquants recherchant presque uniquement la « performance » en réalisant des entraînements souvent précis, tandis que d'autres parcourent les chemins en mode « plaisir », bien que participant régulièrement à des compétitions. Il est intéressant de noter que les trailers « sportifs » (pratiquants du trail) peuvent changer de catégorie régulièrement selon leur programme d'entraînement et la période de l'année.

Les pratiquants « découverte » ne prennent pas ou très peu en compte l'aspect sportif. Ce qui leur importe est de découvrir des paysages et profiter de la nature tout en accomplissant une activité physique. Cette dernière catégorie peut se découper en deux modes de pratique : « Rando » et « Rando-rapide ». La première comprend les randonneurs qui profitent des parcours de trail, mais les parcourent à un rythme de randonnée. Dans la catégorie « Rando-rapide », on trouve les randonneurs habitués des sorties en montagne qui tiennent un rythme soutenu tout en restant dans une logique de découverte d'un milieu, d'un territoire ou d'un patrimoine, et qui peuvent également prendre part à certaines compétitions dans un objectif hédoniste.

Par ailleurs, nous proposons aussi de séparer les pratiquants en 3 catégories suivant leur mode de socialisation sportive : les groupes ou groupe-club, les familles (couple avec ou sans enfant), les individuels. Ces catégories se démarquent par l'objectif « social » poursuivi, puisque dans les deux premiers cas, il s'agit de pratiquer au sein d'un ensemble affinitaire et en cherchant à partager, un séjour, une performance, une découverte au sein de cet ensemble. Dès lors, ces modes de socialisation ont nécessairement des répercussions sur l'activité touristique qu'ils induisent : un pratiquant individuel aura moins tendance à séjourner localement (et donc à consommer une ou plusieurs prestations touristiques) tandis que des pratiquants venant en groupe auraient schématiquement plus tendance à séjourner localement.

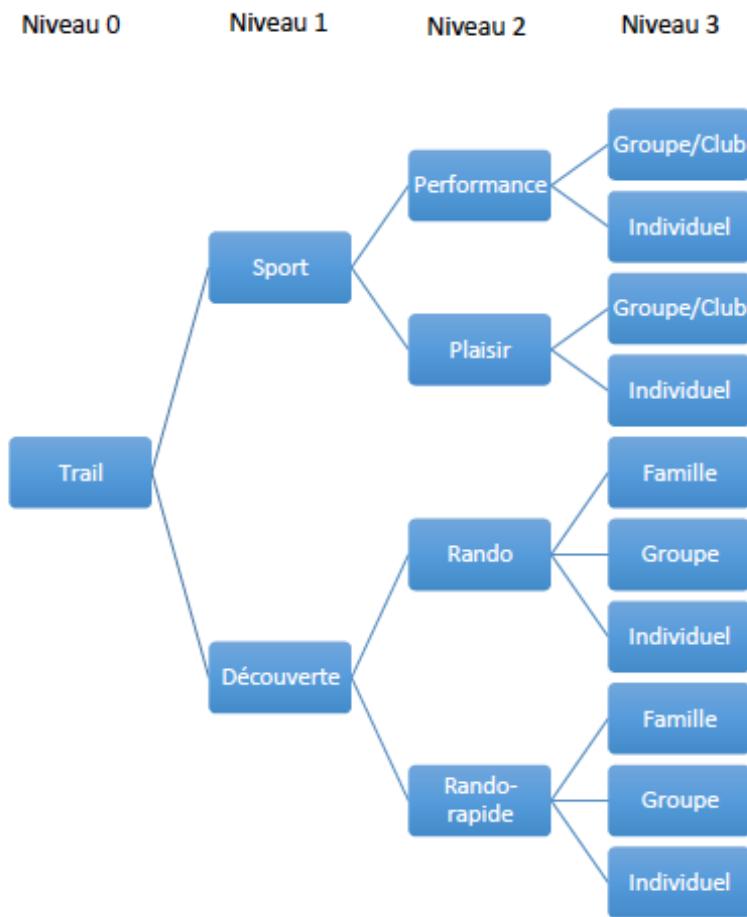


Figure 3 : Proposition de classification des pratiquants « trail »

2.3 L'EVOLUTION DU TRAIL EN CHIFFRES

Le trail est une pratique sportive de nature qui a fortement évolué ces dix dernières années, notamment en adoptant progressivement une dimension touristique, en tant que facteur d'attractivité pour des territoires de montagne et de moyenne montagne. Cependant malgré l'attrait que celle-ci suscite en matière de matériels sportifs auprès des pratiquants, mais aussi en matière de demande touristique, aucune véritable étude n'est actuellement disponible à la fois sur le volet matériel sportif que sur celui de la demande

touristique. Cependant, plus largement, nous pouvons signaler que si plusieurs études ont tenté d'évaluer les retombées touristiques des sports de plein air⁵, dans le cas abordé ici il subsiste :

- **des biais méthodologiques** liés à la diffusion spatiale de ces pratiques sportives (où sont réellement les pratiquants/touriste ?) mais aussi des difficultés à saisir les différentes catégories de pratiquants présents sur place (les touristes, les excursionnistes, les clubs, les libertaires ou passagers clandestins, etc.)
- **une méconnaissance générale de la dimension touristique du trail running** puisque cette activité a émergé récemment et n'a jusqu'alors donné lieu qu'à peu de travaux d'expertise ou de recherche dans ce domaine.

Toutefois, le trail étant une pratique située au carrefour de deux sports *outdoor*, nous pouvons observer l'évolution des pratiquants de ces deux disciplines et de leurs comportements marchands. Ces chiffres tendent en effet à montrer ces deux pratiques sportives sont sur une dynamique ascendante. Par ailleurs, la progression du nombre d'évènements, ou encore le nombre de participants inscrits sont également des indicateurs pouvant démontrer un engouement fort pour la pratique et donc son potentiel de développement.

Evolution et caractéristiques des pratiquants

Statistiques du sport en Suisse :

Selon une étude de l'OFSP (Office fédéral du Sport) datant de 2014, la population suisse est globalement très sportive. On observe également une augmentation de l'activité sportive chez les personnes de plus de 65 ans. « Être au contact avec la nature » est la motivation citée en premier, modalité suivie de près par « améliorer sa santé ». Ainsi, les quelques chiffres suivants montrent la place des activités pédestres dans les loisirs sportifs de la population suisse :

- 44.3 % de la population pratique la randonnée / 38.3% le cyclisme sur route / 23.3% la course à pied
- La course à pied est la pratique au plus fort taux de croissance depuis 2008 (+8.8%)
- Le lieu de pratique le plus prisé est « le plein air », suivi par « les sentiers pédestres balisés ».
- Près de 40% de la population suisse a passé des vacances sportives ces 12 derniers mois. Dans ce cas, 17.6 % l'ont été pour la randonnée pédestre, 6.7 % pour la course à pied et par exemple 23.1 % pour le ski de piste. Un touriste intérieur sur cinq a donc pratiqué une activité ludique potentiellement proche du trail.

⁵ Mao P., Langenbach M., 2006, *Impact économique des sports de nature, revue de littérature et mise en perspective des méthodes d'évaluation*, ODIT France, Fédération Française de Randonnée Pédestre, Paris, 271 pages

Statistiques du sport en France :

- Evolution du Running en France (étude de la Fédération Française d'Athlétisme, 2015)



- Lieu de pratique favori : > 40% affirme préféré courir dans la nature
- 75% pratique la course à pied durant leurs vacances
- 19% des coureurs pratiquent le trail plutôt que la course à pied (! estimation difficile à vérifier). Les statistiques parlent d'une croissance de 10 à 15 % par année ces 10 dernières années.
- Participant à des compétitions : 16% en 2013 et 35% en 2016 => dont 18% dans le but de découvrir une région
- 50% des runners interrogés choisissent le trail comme type de course auquel ils participent le plus volontiers

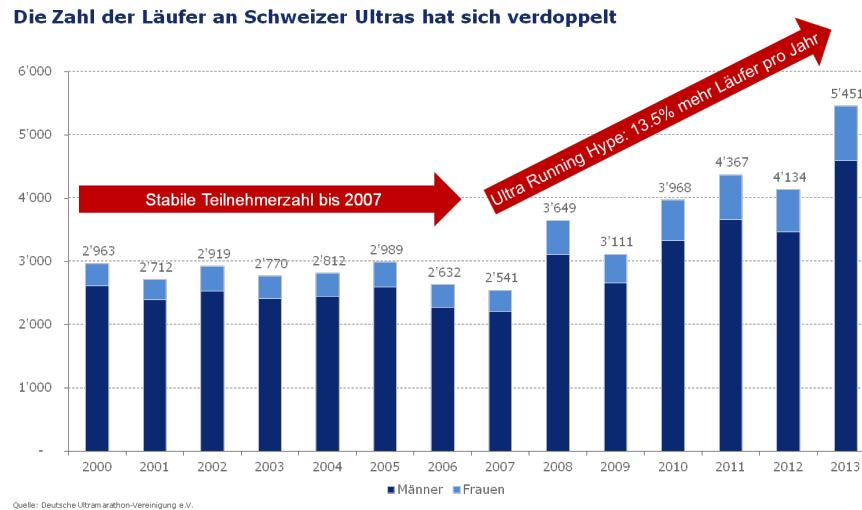
Comme en Suisse, l'évolution du nombre de pratiquants running est en constante évolution ces dernières années. Les études réalisées démontrent également qu'un cinquième de ces coureurs pratiquent le trail, donnée qui n'existeait jusqu'à lors pas dans les statistiques. Le nombre de coureurs « trail » est annoncé dans plusieurs articles de revue ou magazine comme avoisinant les 800'000, cependant si l'on se fie à ces dernières statistiques ces chiffres pourraient être nettement plus élevés.

Evolution de l'évènementiel

Statistiques suisses :

- Le nombre d'évènements « trail » en Suisse a doublé en 10 ans. En 2017, par moins de 120 évènements trail et/ou courses de montagne se dérouleront en Suisse, ce qui représente un peu plus 60'000 inscriptions.

- Evolution du nombre de participants aux évènements type « Ultra-trail » : (www.ultra-trail.ch)



- Exemples :

- **Le Trail des Paccots :**

6^{ème} édition en 2017

500 participants en 2012 / 730 participants en 2016 (complet en 11 jours)

50% de VD ; 35% de FR ; 15% autres

- **Matterhorn-Ultraks à Zermatt :**

5^{ème} édition en 2017

830 participants en 2013 / 2500 (max) participants en 2016

23% des participants n'étaient jamais venus avant à Zermatt

14% se sont déplacés pour reconnaître les parcours avant la course

90% séjournent min. 1 nuit à Zermatt, dont 40% avec 1 accompagnant

Nuitées estimées générées par l'événement : 10'000

Statistiques françaises :

- Evolution du nombre de courses « trail » répertoriées en France : 50 en 2000, 1000 en 2010, plus de 2000 en 2016.
- Le nombre de participants réguliers à des courses de trail en France est estimé entre 800'000 et 1 million.
- Exemples :

- **UTMB :**

15^{ème} édition en 2017

8000 participants répartis sur les 5 parcours

« L'UTMB c'est énorme, ça sauve les 15 derniers jours du mois d'août en termes de tourisme » / « Pour 40'000 euros investis en sponsoring, le CA additionnel avoisine les 1 million » (H. Payot-Pertin, sponsor)

« Chaque commune veut sa part, elle demande à ce que le parcours passe par chez elle »

L'évolution du nombre de participants aux compétitions est un indicateur fort montrant clairement un attrait croissant pour la pratique. De plus, les premiers chiffres concernant la consommation touristique engendrée par les évènements sont plutôt de bon augure. L'évènementiel ou du moins les retombées qu'il engendre sont au jour d'aujourd'hui les chiffres les plus parlant, l'estimation de l'impact touristique d'infrastructures installées à l'année reste par contre difficilement estimable.

2.4 LE CONCEPT DE « STATION DE TRAIL » : BENCHMARKING

Bien que nombreux pratiquants s'entraînent à proximité de leur lieu de domicile. Ils s'aventurent régulièrement sur des sentiers inconnus afin de découvrir de nouveaux panoramas et varier leur terrain d'entraînement. Cependant, il est peu aisés de s'aventurer seul ou même en groupe, dans un massif que l'on ne connaît pas et qu'on souhaiterait découvrir. Le concept de *Station de Trail*, originellement développé par un entrepreneur « trailer », comportant des parcours balisés librement accessibles, une base d'accueil et des évènements, semble offrir la possibilité de découvrir facilement de nouveaux itinéraires afin de diversifier la pratique quotidienne des « trailers ». La première *Station de Trail* a vu le jour en 2011 à Saint Pierre-de-Chartreuse, siège de l'entreprise Raidlight, spécialisée dans le matériel de trail. Cette station propose une dizaine de parcours balisés de différents niveaux, des ateliers d'entraînement regroupés autour d'un « Stade de trail » et une base d'accueil offrant : douches, fitness, vestiaires, mais également des offres de coaching et des stages, proches d'un véritable produit touristique orienté trail. Elle est devenue, dans le cas de Saint Pierre-de-Chartreuse, un moyen d'amener à la fois de nouveaux clients à l'entreprise Raidlight et un outil de diversification touristique pour la commune. C'est notamment suivant l'intérêt représenté par ce deuxième point, que d'autres communes ont souhaité implémenter une *Station de Trail* sur leur territoire. Le concept de Station de Trail est alors devenu un label, vendu sous forme de concession par l'association « Outdoor Initiatives ». Depuis 2011, plus d'une vingtaine de communes sont membres de ce réseau. Que ce soit en France, en Espagne, en Belgique ou en Suisse (en discussion), elles sont donc devenues *Station de Trail* ou *Spot de Trail*, concept voisin commercialisé aussi par Outdoor Initiatives, mais avec un nombre de parcours et d'infrastructures dédiées plus faible.

Éléments de caractéristiques :

- Base d'accueil (vestiaires, douches, présentation des parcours, bornes informatiques, ...)
- Parcours balisés créés par analogie aux pistes de ski (classification par couleur selon distance et difficulté) : 6 à 15 parcours (en moyenne : 10)

- Atelier « Stade de Trail » qui permet des entraînements spécifiques (parcours techniques courts, départ du KV, ...)
- Site internet commun
- Accès à une application mobile dédiée
- Au minimum un événement trail organisé annuellement

Le but de cette mise en réseau est de permettre une extension de l'offre pour attirer des clients venant de toute part sans se limiter à la clientèle propre à chaque région. En effet, selon Benoit Laval (PDG de Raidlight), « *[ils doivent] travailler en réseau, il vaut mieux s'étendre, plutôt que se dire que tout est à Saint-Pierre de Chartreuse. Celui qui est en vacances à Petites-Roches ne va pas venir jusque-là pour le trail. Il partira des Petites-Roches. Sinon il fera autre chose, il se débrouillera autrement. Si on veut qu'il vienne nous voir peut-être jusqu'ici, il faut lui donner une porte d'entrée depuis chez lui* »⁶. Ainsi, la mise en réseau des communes au sein d'une *Station de Trail*, ou d'un réseau de trail, est intrinsèque, à la fois à la pratique du trail (le trailer peut démarrer son parcours ou sa boucle depuis n'importe quel point ou embranchement) et par les territoires ruraux ou montagnards dans lesquels il s'inscrit. En effet, bon nombre de *Stations de Trail* sont implantées dans un massif montagnard, territoire large, comportant plusieurs communes et plusieurs points d'entrée. La longueur et l'envergure des itinéraires de trail doivent notamment permettre d'installer la *Station de Trail*, ou une infrastructure équivalente au sein d'un tel territoire élargi et de proposer un territoire touristique unique et spécifique.

Différents types de *Stations de Trail* peuvent être identifiés :

Station seule (station centralisée avec tous les départs au même endroit, elles mettent généralement en avant leurs attractions touristiques au travers de leurs tracés)	
Stations isolées, mais intégrées à un réseau (les stations ne sont pas reliées entre elles, mais proches géographiquement, elles permettent aux trailers de se déplacer d'une station à l'autre durant leur séjour)	
Stations réseau (possibilité de débuter les parcours depuis les différentes stations et de les relier entre elles en mode trail, de plus longues distances peuvent être proposées)	

⁶ Entretien de Benoit Laval, réalisé à Saint-Pierre de Chartreuse le 5 février 2016

Tableau récapitulatif des différentes *Stations de Trail* existantes :

Nom	Date création	Position géo.	Type station	Type Station de trail	Fréqu. annuelle	Nb de parcours	Attractions touristiques
Ossau Pyrénées	2015	Pyrénées	Haute montagne	Stations Réseau (3)	-	38 (10V, 13B, 13R, 2N)	
Bagnères-de-Luchon	2015	Pyrénées	Moy. montagne	Réseaux reliés	-	15 (3V, 6B, 4R, 2N)	
Belledonne - Pays d'Allevard	-	Alpes	Moy. montagne	Seule	-	14 (3V, 6B, 4R, 1N)	Bains thermaux Lacs d'altitudes
Bures-sur-Yvettes - Vallée de Chevreuse	2015	Région parisienne	Urbaine	Seule	3000	11 (2V, 7B, 2R)	
Chartreuse	2015	Alpes	Moy. montagne	Réseaux reliés	10'-12'000	16 (5V, 4B, 6R, 1N)	PNR Massif de la Chartreuse Saint-Pierre de Chartreuse
Collines d'Opale - Pays de Lumbres	2015	Pas-de-Calais	Collines	Réseaux reliés	4000	15 (2V, 8B, 3R, 2N)	
Couserans - Aulus-les-Bains	2012	Pyrénées	Moy. montagne	Seule	2000	10 (3V, 3B, 3R, 2N)	Bains thermaux Cascade d'Ars
Haut-Bugey - Montagnes du Jura	2016	Jura	Moy. montagne	Réseaux isolés (5 départs)	-	22 (8V, 8B, 5R, 1N)	
Haute Ardèche - Mont Mézenc	-	Ardèche	Moy. montagne	Réseaux reliés	-	16 (4 V, 4 B, 7 R, 1 N)	Plateau volcanique du Mézenc Hôtel SPA Produits terroirs
Oisans	2013	Alpes	Moy. montagne	Réseaux reliés	1000	16 (5V, 6B, 3R, 2N)	Alpe d'Huez Sports d'eau vive Parcours VTT
Pays Basque - Vallée-de-Baigorri	-	Pyrénées	Moy. montagne	Réseaux isolés	-	12 (3V, 6B, 3R)	
Pays des Écrins	2013	Alpes	Moy. montagne	Réseaux reliés	-	19 (7V, 5B, 4R, 2N)	Mine d'argent Parc national des Écrins Sport d'eau vive
Sainte Ménehould - Porte de la Champagne	2015	Champagne-Ardenne	Basse montagne	Seule	-	15 (3V, 8B, 3R, 1N)	
Spot Haute Provence - Digne-les-Bains	2016	Alpes	Moy. montagne	Seule	1000	7 (1V, 3B, 2R 1N)	
Spot Alpe du Grand Serre	-	Alpes	Moy. montagne	Seule	-	6 (2V, 2B, 1R, 1N)	
Spot Jabron - Montagne de Lure	2015	Préalpes	Moy. montagne	Réseaux isolés	1000	8 (1V, 4B, 3R)	
Sud Cathare - Corbières-Fenouillèdes	2015	Pyrénées	Moy. montagne	Réseaux reliés	-	15 (1V, 7B, 5R, 2N)	
Vercors - Villard-de-Lans	2012	Alpes	Moy. montagne	Seule	-	11 (2V, 6B, 3R, 1N)	Fermes typiques Hôtels SPA Séjours thématiques
Vésubie	2012	Alpes	Moy. montagne	Réseaux isolés	1000	13 (4V, 3B, 4R, 2N)	Bains thermaux Parc national du Mercantour Vallée des Merveilles

Vosges - Gerardmer & Vallée de Munster	2014	Vosges	Basse montagne	Réseaux reliés	2000	18 (5V, 10B, 3R)	
--	------	--------	----------------	----------------	------	------------------	--

Élaboration et accessibilité des parcours :

Pour la majorité des stations, le choix et le traçage des parcours ont été réalisés avec la collaboration de pratiquants du trail passionnés, de clubs sportifs de la région, des offices du tourisme et du personnel d'Outdoor Initiative (responsable de la vente du label). Deux tiers des stations ont reçu une aide financière des Régions (échelon territorial possédant la compétence de promotion du tourisme en France), des Communes (collectivité chargée de la conception et de la commercialisation de produits touristiques en France) ou de partenaires privés.

Seul un tiers des stations collaborent avec une ou plusieurs remontées mécaniques afin de raccourcir certains parcours, ou de pouvoir conduire les pratiquants débutant en haut du domaine skiable.

Budget

Le budget annuel est généralement modique, il est compris entre 1'000 et 5'000 euros. Il inclut les dépenses nécessaires à la pose de balisage et à son entretien, à la vérification et la restauration des sentiers, à l'organisation d'évènements et à la communication. À cela vient s'ajouter l'amortissement du prix à payer pour bénéficier du label.

Chiffres

Les données chiffrées liées à la fréquentation et son évolution dans les sites évoqués ici n'existent pas. Les seuls chiffres présents dans les différents rapports des communes ou dans la presse sont des estimations faites sur la base du nombre de personnes ayant demandé des informations sur les parcours de trail ou qui sont passés par la « base » d'accueil. La mise en place d'une véritable étude de la fréquentation, qui aura pour terrain l'ensemble des « Stations de trail » est en cours de réalisation. Celle-ci sera proposée par l'Association Outdoor Initiative directement.

Pour information, à Saint-Pierre de Chartreuse, 1^{ère} station implantée, 5000 trailers se seraient déplacés sur les différents parcours en 2011 d'après les créateurs de ce concept. En 2015, ce chiffre aurait, toujours selon les mêmes acteurs, plus que doublé, voire jusqu'à triplé pour les chiffres les plus optimistes (10 à 15000 trailers dans ce cas). Dans les autres destinations porteuses du label, les chiffres se situent plus régulièrement autour de 1000 à 4000 pratiquants qui utilisent les infrastructures chaque année, toutes modalités de pratique comprises (touristes, excursionnistes, pratiquants libres ou en clubs).

2.5 L'EXEMPLE DES VOSGES : GERARDMER & VALLEE DE MUNSTER

La création de la *Station de Trail*, qui réunit ces trois régions (Munster, de Gérardmer et des Hautes-Vosges) s'est faite sous forme de collaboration locale, où comme nous explique Cyril Braesch (rattaché au syndicat mixte d'aménagement de la Vallée de Munster/Hautes-Vosges), il a fallu « *convaincre la région de Gérardmer d'étendre sa station [de ski] pour créer un vrai produit massif des Vosges* »⁷. Cela a nécessité quelques réunions avant de passer un accord, valable jusqu'en 2017, avec une possibilité de renouvellement si les parties prenantes le souhaitent. Cette collaboration s'applique aussi au niveau financier, puisque les apports proviennent de divers acteurs institutionnels, tels que l'État et les Régions (à l'époque du lancement Alsace et Lorraine, Régions désormais fusionnées). Ces contributions démontrent, selon lui « *l'intérêt pour le projet et la volonté de créer des synergies* ».



Cette *Station* collabore également avec des partenaires externes comme « *une association de trail pour l'animation, un magasin afin de tester et conseiller techniquement le matériel relatif à la pratique* ». Ce principe de collaboration permet d'externaliser certaines activités, telles que celles en lien avec le tourisme. La séparation des tâches au sein de cette collaboration est claire puisque « *La collectivité a mis en place le produit, en assure le suivi, et laisse globalement les partenaires s'occuper des registres qui les concernent [...] La collectivité n'a pas vocation à gérer seule des produits touristiques de ce type, mais d'être une rampe de lancement sur laquelle différents prestataires vont pouvoir développer des produits, des activités nouvelles contribuant à l'attractivité du territoire* ». Ainsi, les propos de Cyril Braesch nous ramènent à un objectif qui semble être le principal, l'augmentation de l'attractivité touristique de leur région. La *Station de Trail* et ses activités annexes ont visiblement permis d'atteindre cet objectif.

Le territoire de cette région se caractérise par des « *fermes-auberges en montagne, et le patrimoine de la Vallée de Munster* ». Il existe donc un patrimoine territorial que la station désire mettre en valeur. Toutefois, chaque *Station de Trail* partage la volonté d'offrir une expérience similaire à chacun de leur pratiquant/consommateur trailer. En effet, « *il s'agit d'être dans le même esprit pour que les pratiquants qui en parcourront plusieurs s'y retrouvent* ».

L'adhésion collaborative au concept de *Stations de Trail* s'explique par le caractère innovant du produit, qui semble avoir un bon potentiel touristique et serait donc attractif

⁷ Entretien réalisé auprès de M. Cyril Braesch

financièrement. C'est un produit qui possède de nombreuses qualités séduisant les régions touristiques de France. Jusqu'à aujourd'hui, aucune difficulté particulière n'a été rencontrée concernant la mise en place de ce concept. Cependant, les enjeux à l'avenir résident dans le « *développement des services et la création d'animations* ». Actuellement, le site internet indique de nombreuses courses à venir, telles que L'Ultra montée du Tetras, le trail Blanc du Gaschney, le Rainkopf Trail, puisque pour rappel, chaque station se doit d'organiser un minimum d'activités au cours de l'année.

2.6 CONSTATS

L'aspect novateur du concept de *Station de Trail* attire nombreuses destinations à la recherche de diversification et d'un produit « clé en main » permettant de combler le manque à gagner dû aux saisons touristiques (hiver notamment) difficiles. Le trail apparaît depuis plusieurs années comme une activité qui a le potentiel touristique nécessaire pour compléter l'offre actuelle en station et constituer une alternative crédible au ski. Cependant, il existe peu de travaux qui s'attachent à l'étude de l'impact en termes d'activité touristique, aussi bien suivant la pratique libre de trailers ou au sein d'une station labellisée. Le point fort ou du moins l'argument de vente du label Station de Trail est cette possibilité de communiquer ensemble auprès d'un public commun, une sorte de groupe « trailers intéressés par les *Stations de Trail* », qui potentiellement se déplacerait d'une station à l'autre. Cette communication globale passe entre autres par le site internet et les outils compris dans le package. Il faut relever néanmoins que les destinations adhérentes au concept se sont rendues compte pour la plupart, que ce package ne suffisait pas en soi. Elles ont toutes identifié une obligation de budgétier un montant supérieur à celui pensé, dans les années à venir, pour assurer leur propre communication. Il est également essentiel, comme le préconisent les commerciaux d'Outdoor Initiatives chargés d'aider à la mise en place du concept, d'organiser un certain nombre d'activités et des manifestations en parallèle des infrastructures pour conserver leur attractivité et en assurer la publicité. Certaines stations ont largement compris l'intérêt et mettent régulièrement sur pied des événements compétitifs ou non. D'autres expriment la difficulté à réaliser ce genre de choses par manque de moyens. Ceci est à prendre au sens large puisque ce sont souvent les ressources humaines et la motivation qui font défaut. En effet, à de rares exceptions près, ce sont les associations ou clubs sportifs présents sur le territoire qui prennent l'initiative et bénéficient alors du soutien dans un second temps de la commune. Il ne faut pas oublier que l'organisation d'évènements de ce type demande un nombre d'heures de bénévolat conséquent que ce soit avant ou pendant la course.

Il est important de créer un lien entre les parcours et les particularités du territoire. Une réflexion au préalable quant aux lieux ou objets caractéristiques de la région est donc nécessaire, les différents tracés pouvant alors passer par ces points d'intérêt. Ce sont d'ailleurs généralement ces parcours qui sont les plus prisés, d'autant plus si ceux-ci sont de difficulté moyenne et donc accessible à un grand nombre de trailers. Par exemple, la Station de Trail de Chartreuse propose un parcours, appelé « Boucle du Monastère »,

passant aux abords puis en dessus du monastère de la Grande Chartreuse, haut lieu de la région. En Haute-Ardèche, un parcours permet de découvrir les Gorges du Lignon, ou encore des villages d'altitude.

Adhérer ou non à ce label est une question importante à soulever et qui sera abordée plus en aval de ce travail. Si les outils mis à disposition semblent particulièrement actuels et intéressants (site internet, application smartphone dédiée, échelle de difficultés comparable d'une station à l'autre, communication globalisée, un savoir-faire...), l'analyse du concept relève cependant quelques aspects discutables. Le prix n'est pas négligeable. Toutes les stations labellisées ne sont pas satisfaites de l'impact touristique effectivement engendré. Une labellisation « française » peut également être difficilement intégrable ou du moins acceptable en l'état dans le système de qualité « Made in Swiss ». Finalement une certaine standardisation questionne le principe de différenciation bien que la volonté de non-concurrence entre les stations labellisées soit clairement partagée.



Figure 4: : Aperçu de la "Boucle du Monastère" au départ de Saint Pierre-de-Chartreuse

3 LES PRÉALPES : UN TERRITOIRE, DES ENJEUX

3.1 LES PREALPES VAUDOISES ET FRIBOURGEOISES

Le vaste massif montagneux des Préalpes suisses se situe en bordure nord des Alpes. Il couvre partiellement plusieurs cantons (Vaud, Fribourg, Berne, Lucerne, Zoug, ...) et Parcs Naturels Régionaux (PNR Gantrish, PNR Gruyère-Pays-d'Enhaut, Biosphère Entlebuch, ...). Les Préalpes fribourgeoises et vaudoises, territoires qui nous intéressent, sont deux des 12 sous-divisions du massif. Elles englobent de nombreux sommets d'une altitude généralement comprise entre 1500 et 2500 mètres, et hébergent plusieurs stations de moyenne montagne.

Historiquement connue pour ses stations de sports d'hiver, la Suisse répertorie, d'après l'Office du Tourisme Suisse quelques 200 stations de ski⁸, un chiffre qui varie selon la prise en compte ou non des domaines skiables regroupés de certaines d'entre elles. Environ un tiers de ces stations se localisent en Romandie, dont un peu moins d'une vingtaine dans les Préalpes vaudoises et fribourgeoises⁹. Les villages-centres sont situés entre 890 (Charmey) et 1400 mètres d'altitude (Les Mosses), et le haut de leur domaine skiable entre 1400 (Les Pléiades) et 2300 mètres (Leysin¹⁰). Quelques-unes d'entre elles bénéficient d'un enneigement artificiel. L'offre d'activités sportives proposées, les infrastructures supports, ainsi que les évènements sportifs organisés varient considérablement d'une station à l'autre. Les stratégies touristique et/ou sportive ainsi que les stratégies évènementielles en la matière s'y différencient en fonction des choix politiques et stratégiques, mais également des moyens à disposition et des réflexions menées.



Figure 5 : Les Préalpes suisses (en orange)¹¹

⁸ Source : www.myswitzerland.com , site internet officiel de l'Office du Tourisme Suisse

⁹ Source : www.stations-de-ski.ch, portail internet répertoriant les stations de ski romandes.

¹⁰ Leysin est parfois considérée comme ne faisant pas partie des Préalpes, mais des Alpes vaudoises. La station fait cependant entièrement partie du projet en raison de l'intérêt de ses parties prenantes.

¹¹ Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Pr%C3%A9alpes_suisses

3.2 ENJEUX GENERAUX

Depuis plusieurs décennies désormais, les territoires touristiques de montagne et de moyenne montagne sont dans un contexte de crise aux multiples dimensions et enjeux. Classiquement nous pouvons citer dans ce cadre : une crise environnementale (réchauffement/enneigement), une crise économique (crise financière latente dont pâtissent les loisirs), une évolution des politiques publiques et notamment en montagne au regard de l'investissement public (rationalisation tous azimuts des politiques publiques) voire encore une crise de gestion locale (crises de gouvernance). D'un point de vue touristique, la moyenne montagne est caractérisée par des stations souffrant de différents handicaps (en comparaison avec les stations d'altitude) tels qu'un déficit d'enneigement originel et une faiblesse des pentes. Ces handicaps se font particulièrement sentir lorsque les stations de moyenne montagne cherchent à maintenir une compétitivité dans un marché touristique globalisé.

C'est bien dans ce cadre territorial qu'a émergé récemment l'objet *Station de Trail*, et plus largement le trail running en tant que nouvelle activité touristique et sportive de nature. Le trail, sous ses différentes formes (libre ou structurée par une infrastructure comme une *Station de Trail*) a été rapidement amené à jouer un rôle important dans des économies locales à forte dominante touristique, principalement comme une offre à même de renouveler une attractivité ou de redynamiser une image parfois vieillissante.

Les territoires touristiques de moyenne montagne ont à de nombreuses reprises, engagé des réflexions pour trouver de nouvelles solutions en matière de développement économique, dans et en dehors du cadre de la station touristique de montagne, mais aussi dans et en dehors du cadre des sports d'hiver (notamment grâce à d'autres sports de montagne ou de nature). Dès lors, le trail peut être perçu comme un moyen de toucher de nouveaux publics, de modifier les caractéristiques temporelles (excursionniste, etc.) ou spatiales (modèle de diffusion, voire d'itinérance) de la fréquentation touristique et sportive en montagne, voire de créer un nouveau marché local et de favoriser l'implantation d'entreprises (fabricants de matériels, cliniques ou centres de soin, etc.).

Mais aussi, pas uniquement d'un point de vue touristique, le trail est un vecteur essentiel en matière de transition récréative des territoires de moyenne montagne. Le trail, comme la course à pied, sont des activités pratiquées très largement, démographiquement parlant, et qui nécessite un capital culturel relativement faible : la course à pied, puis le trail, se sont de plus en plus répandus.

3.3 ENJEUX SPECIFIQUES A L'IMPLANTATION D'INFRASTRUCTURES DEDIEES AU TRAIL

L'implantation d'une infrastructure dédiée au trail running (*Station de Trail* ou autres) par un acteur public ou privé doit s'accompagner d'une réflexion préalable, quant à l'opportunité d'y apporter un soutien matériel ou financier, mais aussi sur les enjeux qu'elle va potentiellement révéler ou activer. Si une étude d'opportunité de ce type prend place dans la suite de ce travail, il s'agit ici de faire une présentation brève, mais concise

des enjeux soulevés par l'implantation d'une nouvelle activité touristique et sportive de nature au travers de la construction d'une infrastructure sportive dédiée au trail.

L'objectif de cette partie est donc de mettre en perspective une offre locale en matière de trail représentée par une *Station de Trail*, à la fois dans un territoire large, les Préalpes, mais aussi vis-à-vis des autres activités du tourisme sportif de nature telles qu'elles existent localement. Cette étude s'adresse donc principalement aux acteurs en charge du développement de ce secteur.

Enjeux financiers

En premier lieu, l'implantation d'une *Station de Trail* soulève des enjeux financiers. Ceux-ci s'expriment à la fois par le financement direct (aménagement et entretien des équipements de la *Station*), mais aussi indirect (entretien des sentiers, balisages, soutien à l'événementiel, etc.), mais aussi par la nature et la composition de la structure chargée d'en assurer le financement puis la gestion. Peu importe le modèle d'équipement retenu pour planter le trail dans les Préalpes, *Station de Trail* ou autres, cet équipement va nécessiter des capitaux à la fois pour aménager ce nouvel équipement puis pour le faire fonctionner et l'entretenir. Les coûts d'investissement puis de fonctionnement du trail running semblent relativement modestes, les sentiers supports de la pratique étant déjà préexistants. La question du financement de cette infrastructure renvoie par ailleurs, directement, à celle de son envergure et du territoire sur lequel elle se développe, et donc aux acteurs du tourisme sportif sur ce territoire. Enfin, les enjeux financiers sont aussi ceux représentés par les retombées économiques escomptées avec le trail running. Ces retombées économiques imputables à la fréquentation touristique de divers lieux où le trail sera implanté restent à évaluer, à la fois dans leur volume et dans leur diffusion spatiale. Il sera nécessaire d'en prévoir une évaluation à court terme et il est à noter que jusqu'alors il n'existe pas d'études d'impact économique du trail ou de la *Station de Trail*.

Utilisation partagée de la nature

Les itinéraires balisés et intégrés à la *Station de Trail* sont des chemins ou des sentiers, déjà identifiés et bien souvent utilisés depuis longtemps dans le cadre d'autres activités ludiques et sportives (randonnée pédestre, vélo tout terrain, randonnée équestre). Toutefois, dans le cas d'une *Station de Trail* s'implantant en Suisse, il convient de vérifier le cadre juridique ou réglementaire d'utilisation de ces sentiers auprès des acteurs qui en ont la gestion : propriétaires fonciers, collectivités territoriales (Cantons, communes), Swiss Rando, gestionnaires d'espaces naturels sensibles (Parcs Naturels Régionaux, ProNatura), notamment. En effet, le concept de *Station de Trail* est, comme nous l'indiquions plus haut, originaire de France où la gestion de l'utilisation des espaces naturels de pratique des loisirs sportifs de nature a une histoire longue et fait l'objet de procédure systématique de concertation voire à la signature de convention de passage ou d'usage entre le propriétaire et la fédération délégataire (la Fédération Française de Randonnée Pédestre). Ainsi le propriétaire est déchargé de sa responsabilité en cas d'accident, au profit de la fédération délégataire. La transposabilité d'un tel concept en Suisse doit donc faire l'objet d'une étude approfondie. En France, si chaque itinéraire de

randonnée a fait l'objet de conventions de passage, la pratique du trail running sur les mêmes itinéraires n'a pas été contractualisée de la sorte. D'une part, la montée en puissance récente du trail running (depuis le début des années 2010 surtout) n'a pas encore permis de l'intégrer à ces procédures de gestion¹² et d'autre part, le développement des *Stations de Trail* s'est fait jusqu'alors sans réellement se préoccuper de gestion concertée. Elles vont nécessairement devoir s'y atteler dans les années qui viennent, des conflits commençant à apparaître localement.

Cette gestion concertée doit permettre à la fois de limiter les conflits d'usage entre usagers de la nature (agriculteurs, exploitants forestiers, propriétaires, sportifs, etc.), les problèmes de responsabilités en cas d'accident en protégeant clairement le propriétaire, et de limiter au maximum les impacts environnementaux liés à la pratique.

Il nous paraît donc très important de s'assurer du cadre réglementaire, local, mais aussi fédéral, de l'accès aux itinéraires sportifs de nature dans l'objectif de développer le trail running de manière durable.

Enjeux territoriaux

Enfin, d'un point de vue territorial, les nouveaux équipements dévolus au trail sont des espaces de loisirs à visée touristique, qui comportent un intérêt pour les territoires touristiques suivant différentes logiques : une logique de complémentation de l'offre touristique ; pour se démarquer de la concurrence et afficher un positionnement spécifique voire encore pour s'inscrire dans une logique de réseau, de territoire, où le trail serait présent dans plusieurs destinations contigües.

La notion de « station », contenue dans l'appellation de la *Station de Trail*, rappelle qu'elle a en bonne partie pour objectif de constituer le lieu de rencontre entre : une offre de services (encadrement, entraînement, échauffement, etc.), la location ou l'achat de matériel (location ou achat de matériel spécifique au trail running) et des prestations touristiques (hébergement, restauration, transports). Le tout est réuni au sein d'une même unité de lieu, la « station », et suivant un motif de fréquentation principale qui serait le trail.

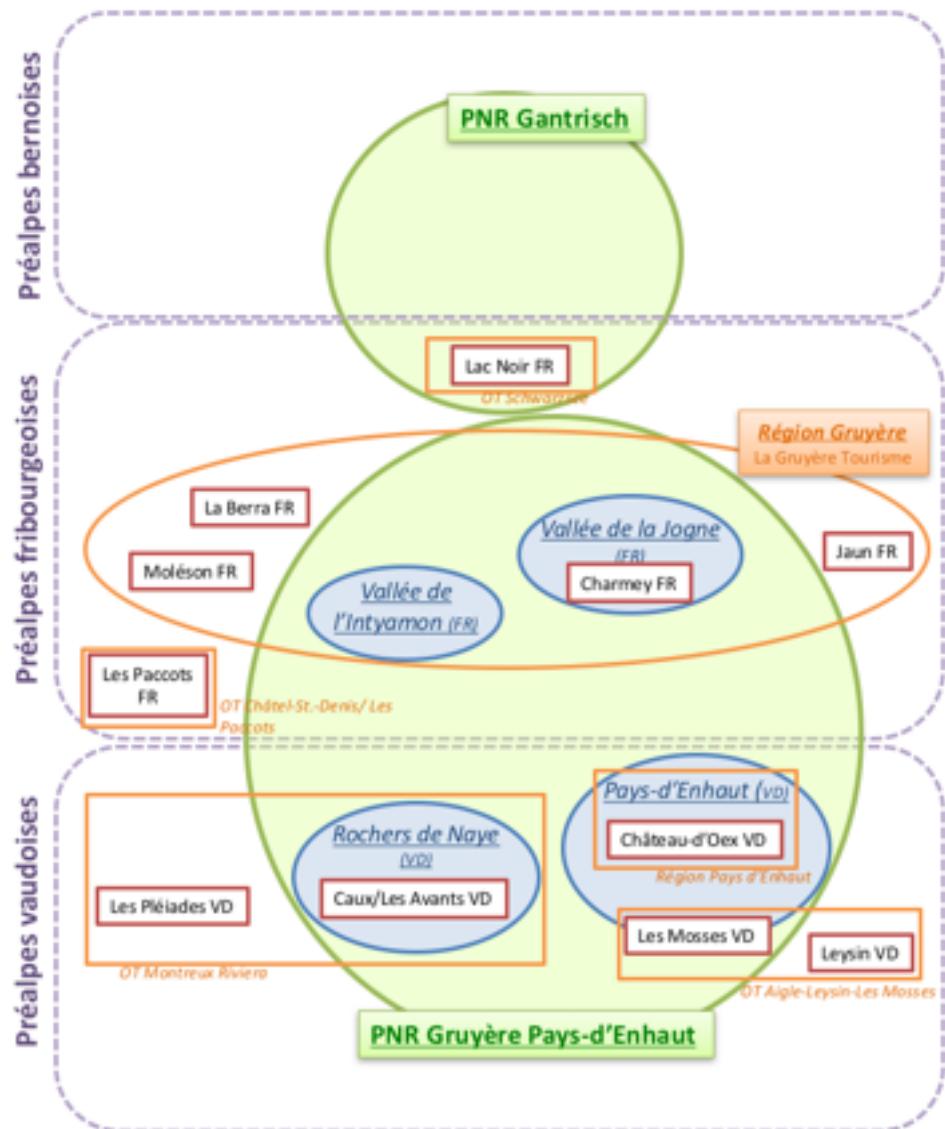
La fréquentation touristique liée au trail sera donc directement conditionnée par les lieux de départ de l'activité. Dans l'optique de partager le montage, la gestion, mais aussi le financement puis les retombées économiques du trail running, il va donc s'agir d'adapter le périmètre du territoire suivant l'orientation et la stratégie choisies. Celui-ci peut être à la fois ponctuel et délimité, comme c'est le cas pour les stations touristiques de montagne « classiques », soit plus large, et faire intervenir de concert plusieurs stations touristiques. Dans ce second cas, il sera nécessaire de définir un objectif partagé (développement touristique du trail running par exemple) et d'identifier le regroupement choisi (Parcs Naturels Régionaux, massifs montagneux, réseau de stations créé pour l'occasion, etc.).

¹² La fédération d'athlétisme, délégataire du trail running de la part de l'Etat français, ne fait pas encore partie des fédérations intégrées aux procédures de gestion

4 DIAGNOSTIC TERRITORIAL

4.1 PRÉSENTATION DU TERRITOIRE D'ETUDE

Le territoire de cette étude s'étend sur le massif des Préalpes suisses et s'étire sur trois cantons (Bern, Fribourg et Vaud). Il intègre les 2 Parcs Naturels Régionaux et les 11 stations touristiques introduits plus haut, de la manière suivante :



4.2 CHARMNEY

Altitude (village/sommet domaine skiable)	900m/1630m
Commune	Val-de-Charmey
Canton/District	Fribourg/District de la Gruyère
PNR	PNR Gruyère Pays-d'Enhaut
Nombre d'habitants (env.)	2000
Remontées mécaniques (été)	6 (1)
Enneigement mécanique	Non

a) Généralités sur le tourisme de la destination

Connue pour ses Bains thermaux, Charmey possède le plus vaste domaine skiable des Préalpes fribourgeoises. La relative faible altitude de celui-ci, ainsi que l'absence d'enneigement artificiel, rend de plus en plus difficile le boulement des comptes annuels des remontées mécaniques. On peut constater une grande diversité de l'offre touristique, basée sur la nature, les traditions, et plus marginalement sur le sport. La stratégie touristique tend à évoluer afin d'être en lien avec la vision 2030 choisie. Désormais la station est tournée vers le tourisme vert dans un souci de durabilité, avec pour but de développer un tourisme 4 saisons. En offrant aux vacanciers des activités toute l'année, Charmey entend devenir une référence ou du moins une station précurseur en matière de développement touristique de moyenne montagne.



Figure 6: Bains de la Gruyère
(Source : <http://www.bainsdelagruyere.ch>)

Actuellement, il n'existe pas de stratégie spécifique liée au tourisme sportif. Même si la situation est idéale pour les sports de plein air, le développement touristique de la station est en grande partie axé sur les Bains thermaux, la culture et les traditions. « *L'image sportive est principalement liée aux locaux pratiquant beaucoup. Les personnes extérieures viennent plutôt pour les Bains et éventuellement pour se balader* » (Sébastien Bonvin). Le but des randonnées en place est d'ailleurs plus culturel que sportif : « *pour l'instant l'été, on propose vraiment des randonnées pour découvrir le territoire* » (Mathilde Clépoint).

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Les types de clientèle se déplaçant dans la station actuellement sont majoritairement les séniors actifs et les couples sans enfant. La station attire également durant la saison hivernale quelques familles, les pistes proposées sur le domaine skiable étant plutôt peu

pentues et donc agréables pour de jeunes enfants. Cependant, peu d'activités hors ski sont véritablement orientées « familles ». La durée de séjour tend à être majoritairement de 2 à 3 jours, soit équivalente à de longs week-ends, et qui parfois se prolonge jusqu'à une semaine en été.

Comme il n'y a pas de véritable stratégie définie pour le tourisme sportif, la clientèle spécifique au sport n'existe pas ou est très faiblement représentée. Par contre, comme le souligne Christophe Valley, « *de manière générale il existe une culture du sport à Charmey qui est très forte auprès de la population locale. Toutes les familles ici font du sport. On a aussi quelques champions, par exemple Rémi Bonnet (jeune espoir du ski alpinisme suisse) ».* ».

c) Problématiques actuelles

La principale problématique, malheureusement souvent relevée, est les remontées mécaniques, trop souvent déficitaires. Ces chiffres rouges doivent d'ailleurs être régulièrement comblés par la Commune. Déjà évoquée, la fermeture de l'exploitation est un sujet sensible. Une première potentielle solution pourrait être de se fédérer au domaine skiable du Jaun, commune voisine, celui-ci ayant une position géographique plus favorable à l'ensoleillement et déjà en possession de canons à neige. Le domaine est de plus assez diversifié et adapté aux enfants et donc aux familles, public ciblé par Charmey. Cependant, cette proposition reste pour le moment inacceptable pour une partie des habitants depuis longtemps établis sur la commune, malgré un risque non négligeable d'arrêt d'exploitation des remontées. L'esprit de clocher est fortement perceptible au sein des discussions. Le constat semble pourtant assez clair : « *Peu importe leur ouverture, les remontées mécaniques font perdre de l'argent !* », conclue Christophe Valley, directeur de l'Office du Tourisme. Une ouverture uniquement estivale pourrait être une solution, selon certaines stratégies envisagées.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

Période estivale	
Randonnées	200km
VTT	X
VTT (downhill)	-
Trottinerbe	X
Via-Ferrata	-
Accrobranche	X
Escalade	-
Luge d'été	-
Autres	
Période hivernale	

Ski alpin	30km
Ski de fond	X entre Charmey-Jaun
Raquettes à neige	X
Piste de luge	-
Autres	

Infrastructures sportives

Piscine	X
Patinoire	X (naturelle)
Centre sportif (halle de sport)	X
Salle de fitness	X
Mur d'escalade	X
Terrains de sport ext.	X
Terrains de tennis	X
Mini-Golf	X
Parc accrobranche	X
Autres	Bains thermaux
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Mai à octobre (we et jours fériés) /Tous les jours de juin à septembre

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	Gruyère-Trail Charmey (2017)
Randonnée	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	Gruyère Cycling Tour
Période hivernale	
Ski alpinisme	Nocturne Vounetz
Ski de fond	-
Autres	-

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

L'offre hôtelière de la station est plutôt faible (3 hôtels), alors que celle de la parahôtellerie est bien présente. 9 logements collectifs permettent l'accueil de groupe lors des camps de vacances par exemple. Il n'y a que très peu de basse saison, le taux d'occupation des logements est plutôt très bon, excepté peut-être lors de la fermeture

annuelle des Bains thermaux en juin. L'offre gastronomique quant à elle, se compose de 12 restaurants et 7 buvettes d'alpage ou cabanes de montagne. En cas de développement touristique, la question de la capacité d'hébergement pourra certainement se poser. De plus la station voisine du Jaun, n'a que très peu de logements, ce qui peut amener une clientèle supplémentaire à Charmey, possibilité bien sûr pas négative, mais faut-il encore pouvoir l'accueillir. Notons que la réouverture de l'Hôtel du Maréchal est en projet.

En termes d'accessibilité, Charmey peut se rejoindre depuis la gare du Bulle avec les cars postaux. Sinon la venue dans la station se fait plus aisément en voiture, depuis Bulle également.

e) Le trail

État des lieux actuels

Le trail en tant que produit touristique est aujourd'hui absent. Les sportifs locaux le pratiquent, et certaines personnes extérieures connaisseuses de la région ou souhaitant la découvrir, mais sans pour autant pouvoir être caractérisées comme des « trailers-touristes », s'y déplacent pour s'entraîner.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Le point de vue des parties prenantes est plutôt positif. Certains voient le développement du trail comme une vraie opportunité à saisir, d'autres comme un effet de mode sur lequel on pourrait peut-être surfer, sans pour autant être convaincus des véritables impacts de cette activité organisée sur le territoire. L'organisation d'un événement trail est déjà en cours de réalisation et verra le jour en 2017. Cette idée émane de passionnés (acteurs privés présents sur la station), et non d'une concertation globale. Cependant, il pourrait tout à fait s'intégrer à la réalisation et l'ouverture de parcours de trail sur la commune ou plus largement dans des stations des Préalpes.

Orienter le tourisme vers le sport, ou plus particulièrement vers la pratique du trail, permettrait d'attirer un nouveau public. Cette clientèle pourrait être divisée en deux segments : jeunes adultes sportifs et séniors sportifs orientés également bien-être et gastronomie. Le produit trail pourrait combler la faible présence de l'aspect sportif dans l'offre touristique charmeysanne. Certaines parties prenantes ont cependant un doute sur l'impact touristique véritable de la venue de trailers, qui serait potentiellement plus une clientèle de passage peu dépensièrre.

Comme c'est également le cas dans la plupart des autres stations, il faudra certainement pallier aux potentiels conflits d'usage des infrastructures.

Potentialité de la région

La région a évidemment un fort potentiel quant à la pratique du trail. Proposant à la fois des pentes douces et des parties plus techniques, elle pourrait correspondre à un large panel de pratiquants. Les sommets sont accessibles et de nombreuses boucles aux distances et dénivelés moyens peuvent facilement être créées. L'ouverture estivale de la télécabine de Vounetz permettrait aux trailers moins adeptes des grands dénivelés de réaliser des boucles plus éloignées de la station, tout en réduisant la difficulté. Station

centrale dans le massif des Préalpes, il est possible de rejoindre rapidement d'autres stations et donc d'autres parcours potentiels (Jaun et son Tour des Gastlosen par exemple, ou le Lac Noir).

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Chalets d'alpage (caractéristiques patrimoniales et authentiques)
- Sommet de Vounetz
- Sommet du Schopfenspitze
- Bains de la Gruyère
- Secteurs « initiation » dans la vallée (lac, gorges)



Figure 7: Restaurant des Dents Vertes à Vounetz
(Source : www.chamrey.ch)

f) Constat

Charmey évolue et se trouve à un carrefour entre tourisme traditionnel et innovant. Dans cette problématique, on observe que le tourisme sportif y est encore balbutiant, mais tend gentiment à se développer. Le tourisme culturel ou traditionnel est encore majoritaire. Dans le contexte actuel de l'évolution des conditions climatiques, Charmey va donc probablement poursuivre sa mutation. Les différents acteurs de la région confirment la présence de ce potentiel certain : « Charmey a tout pour bien faire » comme aiment à le rappeler ses habitants. La réorientation de la stratégie touristique liée à la vision 2030 aura très certainement un impact sur le tourisme sportif dans la région : en considérant la culture sportive locale, on devrait assister à un développement d'activités innovantes, liées au tourisme durable. Le trail, le cyclotourisme ou encore l'escalade sont autant de formes différentes de sport qui pourraient venir compléter l'offre existante. Ces nouvelles activités devraient également permettre d'attirer une nouvelle forme de clientèle plus dynamique, jeune et sportive. Néanmoins, des freins peuvent entraver ce développement. L'esprit de clocher, très présent en Gruyère, pourrait empêcher ou du moins être un frein à la bonne coopération, pourtant nécessaire, entre les stations voisines. Les remontées mécaniques, problème récurrent de ces dernières années, doivent faire l'objet de réflexions permettant de décider de leur avenir. Une solution de financement concernant les diverses rénovations nécessaires devra être également trouvée, afin que les infrastructures soient fonctionnelles à 100 % sur le moyen et long terme, bien qu'actuellement elles suffisent certainement au développement de ces nouvelles activités.

Le constat est au final assez simple : Charmey veut grandir et possède toutes les armes pour atteindre son objectif. En réglant les différents problèmes auxquels elle fait face, la station espère se développer à long terme comme une station verte et innovante. En pleine période de transition, le développement d'activités telles que le trail pourrait l'aider à relever le (grand) défi qui se dessine.

4.3 CHATEAU-D'OEX

Altitude (village/sommet domaine skiable)	960m/1630m
Commune	Château-d'Oex
Canton/District	Vaud/Riviera-Pays-d'Enhaut
PNR	Gruyère Pays-d'Enhaut
Nombre d'habitants (env.)	3440
Remontées mécaniques (été)	7 (2)
Enneigement mécanique	-

a) Généralités sur le tourisme de la destination

Connue pour son Festival International de Ballons à air chaud, fin janvier, le Festival du Pays des Enfants, à la mi-été, ou encore son Meeting international VW, fin août, Château-d'Oex est la plus grande commune du canton de Vaud. Cette destination est connue pour son patrimoine culturel, mais également pour ses évènements marquants, comme le départ du 1^{er} tour du monde sans escale en ballon réalisé en 1999 par Bertrand Piccard et Brian Jones, ou encore l'organisation des Championnats du monde de VTT en 1997. Son domaine skiable comprenant des pistes de niveau moyen à facile, est prisé par les familles et des débutants. Le domaine de la Braye offre une multitude d'activités hiver-été, telles que le ski, la luge, le VTT, les tyroliennes ou la trottin'herbe, et un réseau important de sentiers de randonnée pédestre.



Château-d'Oex forme avec Rossinières et Rougemont (deux villages voisins), la région touristique du Pays-d'Enhaut. Une entité appelée « Pays-d'Enhaut Tourisme », dont les bureaux se situent à Château-d'Oex, a d'ailleurs été créée en janvier 2012. L'historique touristique de la région est fortement lié à la fabrication des fromages, mais également à son riche patrimoine architectural. Plusieurs musées y sont consacrés. On trouve également une grande offre de visites guidées à pied ou en calèche, mélangeant patrimoine et gastronomie. « Les Sentiers du fromage » comprenant une nuit à l'alpage, un repas, un petit-déjeuner et surtout la découverte de la fabrication du fromage, est une activité qui attire aujourd'hui nombreuses familles.

La stratégie touristique globale est majoritairement axée sur la culture et le patrimoine. La stratégie événementielle en place conforte cet axe choisi. Celle-ci est bien définie et est une part majeure de la stratégie touristique : « *Château-d'Oex se démarque des autres destinations par le fait que l'événementiel est un réel positionnement pour la station* », confirme Frédéric Delachaux, directeur de Pays-d'Enhaut Tourisme. Ces diverses manifestations réparties sur toute l'année, en été comme en hiver, permettant d'attirer des

touristes à d'autres périodes que les vacances scolaires : « *L'évènementiel permet de garder une activité dans la destination tout au long de la saison et pas uniquement sur les périodes principales, et ainsi de réaliser des nuitées.* » Actuellement, aucune véritable stratégie liée au tourisme sportif n'est présente, mais les activités proposées complètent l'offre culturelle et patrimoniale en place. (Exemple : le produit « Selfie d'Enhaut » qui vise à promouvoir les randonnées dans la région, et qui allie sport et découverte)

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Grâce au rapport d'activités publié par *Pays-d'Enhaut Tourisme*, il est possible de définir la clientèle type. Essentiellement suisse (vaudois et genevois en tête), celle-ci est ensuite complétée par la venue de français et anglais. La destination attire un public plutôt familial. Il faut également relever que la demande s'axe principalement sur des durées de séjour flexibles. Les semaines « traditionnelles » du samedi au samedi n'ont plus la cote, les touristes préfèrent des séjours de 3 à 5 jours. La répartition annuelle des séjours représentés par la figure 3, montre que les séjours durant le mois d'août sont à la hausse, tandis que ceux de décembre plutôt à la baisse. Environ 60 % du chiffre d'affaires est réalisé en hiver. 40 % se répartissent durant les 8 mois suivants.

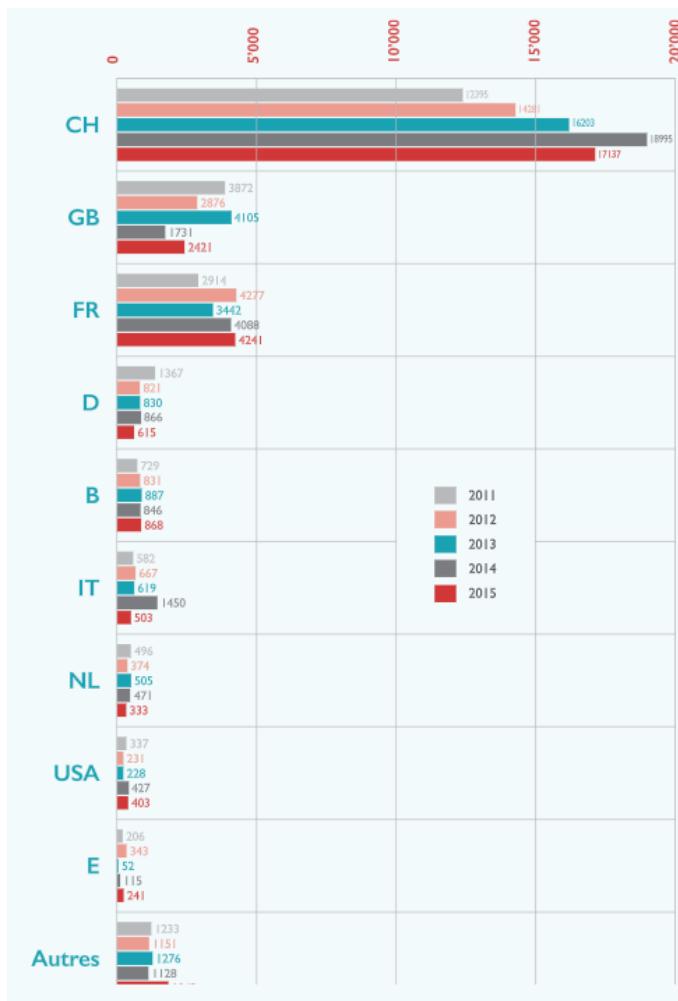


Figure 8: Nombre de nuitées selon la provenance
(Source : Rapport d'activité de l'Association Pays-d'Enhaut Tourisme, 2015)

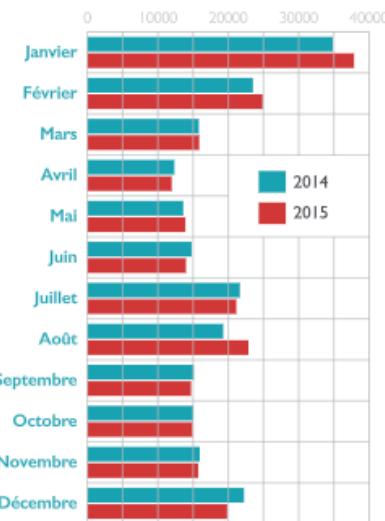


Figure 9: Répartition annuelle des nuitées
(Source : Rapport d'activité de l'Association Pays-d'Enhaut Tourisme, 2015)

c) Problématiques actuelles

Les périodes hivernales sans neige sont également problématiques pour la station. Cependant, on peut relever plusieurs actions marketing déjà réalisées par les gestionnaires, qui semblent selon eux porter leurs fruits. Selon le rapport de Pays-d'Enhaut Tourisme, plusieurs changements ont été réfléchis et mis en place au niveau du marketing. La promotion des évènements à plus large échelle ou encore le développement de produits tel que l'opération « Plume » sont des exemples. Cette dernière est un forfait qui permet de dormir une nuit dans un hébergement 3* et de bénéficier d'une journée de ski ou luge pour la somme de CHF 70.-.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	300km
VTT	✗
VTT (downhill)	-
Trottinerbe	✗
Via Ferrata	✗
Accrobranche	-
Escalade	✗
Luge d'été	-
Autres	Sports de rivière
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	28km

Ski de fond	X
Raquettes à neige	Rallye du goût
Piste de luge	4km (La Braye)
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	X
Patinoire	X
Centre sportif (halle de sport)	X
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	X
Terrains de sport ext.	X
Terrains de tennis	-
Mini-Golf	X
Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Mi-juin à mi-septembre + we des vacs automne

Évènementiel sportif

<u>Période estivale</u>	
Trail/Course de montagne	Trail du Barlatay/Montreux Trail Festival (passage-2017)
Randonnée	Patrouille des Glaciers (confiseurs-pâtissiers)
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpinisme	Trophée de Monts-Chevreuils
Ski de fond	-
Autres	Trophée de la Montagnette (luge)

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

En ce qui concerne l'hôtellerie, l'offre de la région est relativement faible. Bien que quelques hôtels soient présents (4 à Château-d'Oex, entre 1* et 3*), nombreux anciens établissements se voient souvent transformés en résidences privées. L'association touristique régionale a réalisé durant l'année 2015 une classification des logements de vacances (B&B, Appartements, Chalets, ...). Les logements de propriétaires ou des chambres d'hôtel répondant aux normes de qualité sont ensuite proposés sur la Centrale de Réservation (80 logements de vacances et 650 lits). Les touristes peuvent ainsi réserver directement via cette centrale. Plusieurs restaurants permettent de découvrir les spécialités de la région, mais également une cuisine internationale (« McCarthy's Lord of the burgers » ou « Restaurant chinois au Jasmin »).

Au niveau de l'accessibilité, en voiture, il est possible de rejoindre la station en 2 h depuis Genève, et un peu plus de 1 h depuis Lausanne ou Berne. Il est souvent relevé que la station semble « au bout du monde » pour certains, bien que les distances qui la séparent des principaux centres du canton ne soient pas si grandes. Cet éloignement reste cependant comme l'indique M. Délachaux, « *vraiment une difficulté à surmonter* ». La ligne de train Montreux-Oberland Bernois proposée par Goldenpass, permet de relier la ville lacustre et la station en 58 minutes, et ce toutes les heures, cela semble une bonne solution, mais « *encore peu utilisée pour venir dans la région* ».

e) Le trail

État des lieux actuels

Actuellement aucune offre à orientation trail n'est présente. Seuls nombreux kilomètres de sentiers pédestres balisés sont à disposition.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Pour les acteurs du tourisme de Château-d'Oex, le trail est une opportunité à saisir, tout en gardant en tête que c'est pour eux un marché niche. Ils voient donc cela comme une activité supplémentaire à proposer et non un positionnement. « *C'est une corde de plus à l'offre qu'on peut rajouter. Cependant, c'est un marché de niche, il faut être bien conscient de ça. C'est un positionnement très précis. On touche une clientèle une frange de clientèle spécifique. Pour nous ce n'est pas la question d'avoir un positionnement unique sur le trail, ça clairement pas* », précise M. Délachaux.

L'avantage principal perçu est l'élargissement de l'offre d'activités sportives et donc du public cible, tout en étant conscient du potentiel selon eux limité.

Potentialité de la région

La région propose déjà environ 300km de sentiers de randonnée pédestre. Ces derniers pourraient être clairement utilisés pour le trail running. Les itinéraires possibles sont très variés et peuvent correspondre tant aux débutants (bord de la Sarine) qu'aux avancés (montées direction La Braye ou la Pointe de Cray sur l'autre versant. Située au cœur d'une vallée, la station bénéficie donc de paysages attrayants : « *Ce que recherche les trailers,*

souvent c'est la nature et évoluer dans des paysages magnifiques. Et ça, je pense que c'est une qualité que nous avons. » affirme, M. Delachaux. De plus un événement trail traverse déjà la région, le « Trail du Barlatay ».

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Découverte de l'authentique et de la culture à travers les parcours (« Selfie d'Enhaut »)
- Deux versants du vallon
- Villages voisins (Rossinière, Les Moulins, Rougemont)
- L'Etivaz

f) Constat

Contrairement à certaines stations des Préalpes, les stratégies touristiques et évènementielles de Château-d'Oex sont déjà bien établies et claires, leur axe principal étant l'évènementiel culturel. Des activités sportives sont proposées dans la station, afin de répondre à la demande de sa clientèle de type familiale, mais ne sont pas les produits principaux. À travers le trail, il s'agirait de développer un nouveau produit sans pour autant en faire un produit phare, mais quelque chose qui viendrait compléter l'offre actuelle et élargir le public cible. Si l'on oriente la réflexion sur un réseau de trail à l'échelle des Préalpes, Château-d'Oex serait un lieu de passage intéressant de par les possibilités qu'elle offre en termes de niveau technique et difficulté des potentiels parcours, mais également grâce aux caractéristiques patrimoniales qu'il est possible de découvrir sans pour autant s'arrêter (architecture). Des parcours plus thématiques pourraient voir le jour afin de combiner les aspects culturels et sportifs pour un public de trailers de type « familial » avec un objectif de « rando » ou « rando-rapide ».



Figure 10: Festival International de ballons à air chaud à Château-d'Oex
(Source: www.myswitzerland.ch)

4.4 JAUN

Altitude (village/sommet domaine skiable)	1050m/1570m
Commune	Jaun (Bellegarde)
Canton/District	Fribourg/District de la Gruyère
PNR	-
Nombre d'habitants (env.)	680
Remontées mécaniques (été)	4 (1)
Enneigement mécanique	Oui

a) Généralités sur le tourisme de la destination

La station de Jaun située presque à la frontière des cantons de Fribourg et Berne est une région idéale pour le tourisme. Elle est entourée de sommets imposants, dont la célèbre chaîne des Gastlosen. Un large choix de chemins de randonnée et de nombreuses voies d'escalade permet de parcourir cette région. L'enneigement est de plus généralement assez abondant contrairement à chez sa voisine Charmey. Plusieurs activités sportives dites « classiques » sont proposées hiver comme été : raquettes à neige, randonnée hivernale, ski alpin, piste de luge, randonnée, trottinette. La grimpe attire beaucoup de monde, et est clairement un fort produit de différenciation. Plus de 2000 voies sont listées, faisant des Gastlosen le plus grand domaine d'escalade en Suisse. L'orientation touristique bien que peu affirmée, est clairement sportive « outdoor », et apparaît comme plutôt dynamique du point de vue de l'offre. C'est un lieu de vacances pour « les amis de la nature ».

Aucune véritable stratégie événementielle n'est établie. Quelques évènements ont lieu dans la station, dont le Trophée des Gastlosen (ski alpinisme) qui attire 1200 participants, et la Gastlosenlauf, une course de montagne, jusqu'à l'année passée.

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Durant l'été, la clientèle est composée notamment de familles, mais également d'adeptes de tout âge de grimpe et de randonnée. La majorité des touristes sont de nationalité suisse, mais Allemands, Belges, ou Français sont parfois présents. La durée des séjours est majoritairement journalier. Lorsque la neige fait défaut dans les stations avoisinantes, certains touristes séjournant dans celles-ci se déplacent à la journée jusqu'à Jaun pour skier. En période estivale, certains clients essentiellement randonneur ou grimpeur y restent plusieurs jours, voire une semaine ou deux, et viennent parfois de très loin (Australie, Nouvelle-Zélande). La caractéristique principale de la clientèle est la recherche d'aventure et de découverte.

c) Problématiques actuelles

La station de Jaun semble souhaiter se développer que ce soit au niveau de ses infrastructures qu'au niveau de la mise en place de stratégies claires. Les moyens sont cependant très restreints, et le manque de financement est clairement un frein au développement touristique. La station reste très délocalisée, « au fond de la vallée », cependant sa grande richesse formée entre autres des Gastlosen, lui permettent d'être connue des randonneurs et grimpeurs adeptes des grands espaces encore vierges et sauvages.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	150km
VTT	X (+ e-bike)
VTT (downhill)	-
Trottinette	X
Via-Ferrata	-
Accrobranche	-
Escalade	X
Luge d'été	-
Autres	-
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	25km
Ski de fond	X entre Charmey-Jaun
Raquettes à neige	X (5 sentiers)
Piste de luge	6km
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	-
Centre sportif (halle de sport)	-
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-
Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	-
Mini-Golf	-

Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	W-e et jours fériés (juin et automne) + tous les jours (de juillet à mi-sept)

Il n'existe pas d'infrastructures sportives, autres que les remontées mécaniques, mais les personnes sont redirigées vers la station de Charmey.

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	-
Randonnée	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-
Période hivernale	
Ski alpinisme	Trophée des Gastlosen
Ski de fond	-
Autres	-

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

Au niveau de l'offre hôtelière, deux hôtels sont implantés dans la station, dont un est actuellement en rénovation. Un hôtel de qualité a été récemment rénové. Les hébergements actuels manquent de confort. Sept hébergements de groupe sont disponibles, dont le Chalet du Soldat situé 5km plus haut en direction du massif des Gastlosen.

Au niveau de la restauration, la station de Jaun se porte bien du moins si l'on observe ses hauteurs. En effet, quelques restaurants et une dizaine de buvettes de qualité sont accessibles en altitude. Elles sont ouvertes en été pour les randonneurs. Cependant, au départ des remontées mécaniques, on ne compte qu'un seul restaurant, ce que déplore Monsieur Buchs. Il s'agit d'une buvette provisoire située vers le téléski. Selon lui, c'est une nécessité d'en avoir un nouveau prochainement.

En termes d'accessibilité, la route d'accès est celle qui mène au célèbre Col du Jaun, connu des motards. Berne et Lausanne sont situés à un peu plus de 1 h de route.

e) Le trail

État des lieux actuels

Actuellement rien n'est proposé au niveau de la pratique du trail, cependant lorsque l'on se penche sur les différents forums et applications qui répertorient les tracés de trailers, la région semble déjà bien attractive.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Le directeur de l'Office du tourisme, Monsieur Buchs se dit très enthousiaste par rapport à ce projet de trail. En effet, pour cette station à forte tradition sportive, le trail serait une occasion d'offrir aux visiteurs une activité supplémentaire. Le fait de pouvoir organiser des évènements en marge du développement de cette pratique est également fortement motivant. Il y a effectivement une réelle envie de programmer de nouvelles manifestations.

Un avantage perçu autre que la diversification des pratiques proposées, est certainement le rayonnement en termes de notoriété, dont pourrait bénéficier la petite station qu'est Jaun. Actuellement les risques perçus sont essentiellement dus à un manque de clarté dans le projet, ils ne savent pas exactement ce que pourrait leur apporter ce réseau, et comment il y serait impliqué.

Potentialité de la région

La randonnée étant déjà une activité phare, on déduit aisément que ce qui attire les marcheurs dans la Région, peut également attirer des trailers. Bien qu'imposantes, les Gastlosen sont entourées de chemins plutôt faciles d'accès. Le Tour du massif peut se faire à la journée, il pourra donc être proposé pour les trailers même débutants. Sur l'autre versant, les chemins intéressants ne manquent pas non plus. Ils permettent de rejoindre Schwarzsee par exemple.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Village pittoresque de Jaun
- Chapelles, Cimetière, Cantorama
- Ruines d'ancien Château Fort de « Bellavuarda »
- La Cascade sur la rive gauche de la Jagne
- Massif des Gastlosen
- Sentiers thématiques



Figure 11: Chute d'eau à Jaun
(Source : [www.la-gruyère.ch](http://www.la-gruyere.ch))

f) Constat

Jaun est une petite station restée très pittoresque. C'est à la fois une force, car la nature vierge et sauvage qui l'entoure est une source d'attractivité, mais également une faiblesse puisque les moyens à disposition pour développer le tourisme le sont également. La problématique principale semble donc être le financement. Un souhait de rapprochement et de collaboration avec la station voisine de Charmey est fort. Le développement de la pratique du trail running pourrait être un positionnement important pour la station. Il permettrait l'élargissement de l'offre, mais également une certaine création de demande qui n'existe selon les gestionnaires pas encore. Un des gros intérêts est également l'organisation d'évènements liés. En effet, ceux-ci permettraient de développer la notoriété de la destination, et ce pas uniquement pour le trail. Des solutions de financement devront cependant être trouvées. Il faut relever qu'actuellement il existe une très bonne relation entre les diverses parties prenantes qui sont en général très impliquées lors par exemple, de l'organisation de manifestations dans la station.

4.5 LA BERRA

Altitude (village/sommet domaine skiable)	1000m/1635m
Commune	La Roche
Canton/District	Fribourg/District La Gruyère
PNR	-
Nombre d'habitants (env.)	1560 (La Roche)
Remontées mécaniques (été)	5 (1)
Enneigement mécanique	Oui

a) Généralités sur le tourisme de la destination

La Berra, du nom de son sommet culminant à 1719m, est une très petite station de ski des Préalpes fribourgeoises. Située sur la commune de La Roche, au lieu-dit Le Brand, la station n'a aucune véritable stratégie touristique. La construction des premières remontées mécaniques dans les années 1930, a été le point de départ de la création de la station. Elle attire depuis, une clientèle très régionale. On ne trouve pas d'Office du Tourisme, ce secteur est géré par la Société de Remontées mécaniques elle-même, dont M. Kilchoer est le directeur. Ses collaborateurs, quelques bénévoles et lui-même sont en charge du développement de la petite région. Ils peuvent cependant compter sur d'excellentes collaborations avec les offices du tourisme régionaux, les remontées mécaniques fribourgeoises, ainsi qu'avec les communes limitrophes. Ces dernières donnent à la station 3 francs par habitant et en contrepartie les écoles primaires des communes viennent skier en hiver et utiliser les installations en été gratuitement (5000 élèves et accompagnateurs qui viennent skier gratuitement chaque année). En manque d'activités sportives en été, plusieurs projets sont en cours de discussion avec pour but d'attirer un public plus jeune. :

- Pistes de descente VTT (afin également de rentabiliser le nouveau télémixte construit en 2013, ouvert durant la saison estivale)
- Place de jeux destinée aux enfants, familles, écoles
- Sentiers pédestres thématiques

Plusieurs oppositions ont cependant été formulées par les milieux écologiques en raison notamment de la zone de tranquillité se trouvant sur la face sud-est.

Aucune stratégie évènementielle n'est bien entendu formulée. Un événement de ski alpinisme se déroule en hiver sur les pistes de ski, et un gros événement VTT organisé dans la région passe par le sommet de la Berra (Bergibike).

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Un peu plus de 61'000 touristes (env. 45'000 en hiver et 16'000 en été) se déplace chaque année à la Berra, qui au final malgré sa petite taille, est une station qui « tourne plutôt bien ». La clientèle est généralement de provenance régionale et locale (Fribourg,

Gruyère, Broye). Elle se déplace durant les vacances scolaires et les week-ends. Le faible nombre d'étrangers est clairement lié à la très faible voire absence de capacité d'accueil. Actuellement, cette clientèle est essentiellement composée de familles et de personnes âgées venant en nombre l'été pour profiter des buvettes et de la vue.

c) Problématiques actuelles

Étant une station de moyenne altitude, l'enneigement n'est pas assuré durant toute la saison. Une première problématique semble importante à relever, peu possibilités d'activités sont proposées hors ski, excepté luge et raquettes à neige, mais elles dépendent également des conditions d'enneigement. L'offre estivale est clairement peu développée, tout comme l'évènementiel. La très faible voir l'absence d'hébergement ne permet pas d'accueillir les touristes et renforce le positionnement de « station journalière ».

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	X (+ Sentiers thématiques en projet)
VTT	X
VTT (downhill)	(projet)
Trottinerbe	-
Via-Ferrata	-
Accrobranche	-
Escalade	-
Luge d'été	-
Autres	-
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	25km
Ski de fond	-
Raquettes à neige	X (3 sentiers – 18km)
Piste de luge	1.4km
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	-
Centre sportif (halle de sport)	-
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-

Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	-
Mini-Golf	-
Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Juillet à octobre

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	(org. Trail en cours)
Randonnée	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	Bergibike (lieu de passage)
Période hivernale	
Ski alpinisme	Nocturne de la Berra
Ski de fond	-
Autres	-

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité,...)

L'hôtellerie est le point faible de la station de La Berra. En effet, faute à un manque de moyens de la station, celle-ci ne possède quasiment aucun hébergement pour touristes. Il existe seulement un gîte disponible pour environ 60-70 personnes et une buvette avec 5-6 lits. Cela reste cependant très précaire pour pouvoir loger des touristes. Plusieurs buvettes de qualité sont à disposition pour se restaurer en été, dont 3 toute l'année.



En termes d'accessibilité, elle est la première station aux portes de Fribourg (30min).

e) Le trail

État des lieux actuels

Actuellement aucune offre ou communication en ce sens n'a été réalisée. On peut croiser régulièrement des trailers de la région sur les pentes de la Berra, friand du point de vue depuis le sommet et des petits sentiers le rejoignant. Cependant, un événement est en cours de réflexion. Il serait organisé par les parties prenantes privées.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Monsieur Didier Kilchoer, interviewé dans cette étude, se dit clairement intéressé par ce projet. Le trail « *s'inscrirait dans cette culture sportive déjà existante en été avec la randonnée* ». Cette activité a tout son sens dans la station, et rejoint les valeurs actuelles.

Aucune véritable problématique n'a été formulée, excepté le fait que trois projets sont actuellement en attente pour cause d'oppositions. Il faudrait également gérer de manière optimale les potentielles nuisances à la tranquillité des lieux, élément souvent recherché par la clientèle, qui pourrait occasionner l'arrivée d'un trop grand nombre de coureurs. Il faut relever les moyens très limités de la station, tout ne pourrait pas voir le jour en même temps, si les projets demandent trop d'investissements (les 3 projets en attente et les parcours trail).

Potentialité de la région

Grâce à son point de vue exceptionnel et sa proximité avec un centre urbain voisin, la Berra est potentiellement un spot intéressant pour un public de trailers.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Sommet de la Berra (repère pour le système topographique suisse depuis 1900)
- Panorama sur le Moyen-Pays, la chaîne du Jura, les Préalpes fribourgeoises
- Couvent de Valsainte (en contrebas de la face sud-est)
- Sentiers thématiques (en projet)

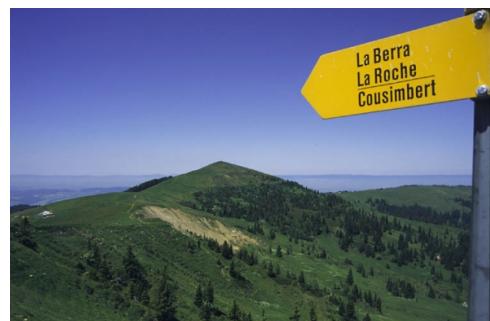


Figure 12: Vue sur la Berra
(Source: www.laberra.ch)

f) Constat

Ce n'est pas la volonté ni les idées qui semblent manquer à cette station. Cependant, les possibilités d'investissement sont très limitées. Plusieurs projets sont actuellement en attente. La très faible capacité d'accueil est clairement un frein au niveau touristique. Cette situation n'est pas prête à évoluer dans les années à venir, selon M. Kilchoer, directeur d'exploitation des remontées mécaniques de La Berra, en charge un peu par défaut du développement touristique. Il y a toujours selon lui, pourtant une vraie opportunité de développement de la station dans ce secteur. Pour une station comme La Berra, qui compte très peu de lits sur son territoire, il est difficile de voir comment un tel

projet pourrait créer des retombées financières significatives. Cette conclusion peut amener à se poser la question : pourquoi investir et s'investir dans un projet qui n'aura peut-être que très peu d'impact financier ?



Figure 13: Logo du nouveau trail dans les Préalpes

4.6 LES PACCOTS

Altitude (village/sommet domaine skiable)	1060m/1490m
Commune	Châtel-St.-Denis
Canton/District	Fribourg/District de la Veveyse
PNR	-
Nombre d'habitants (env.)	6360 (Châtel-St.-Denis)
Remontées mécaniques (été)	14 (-)
Enneigement mécanique	non

a) Généralités sur le tourisme de la destination

La force principale des Paccots vient du fait que la station est à la porte des Alpes ou du moins des Préalpes depuis le Bassin Lémanique. Elle est par conséquent facile d'accès et très proche des centres urbains lémaniques. Elle en a d'ailleurs fait son slogan : « Jamais la montagne n'a été aussi près ». Autre point fort, c'est une station qui reste abordable au niveau des prix autant pour le ski que pour les activités estivales. Le développement touristique ne se restreint donc pas uniquement à une saison, mais accorde autant d'importance à l'hiver et l'été. La stratégie touristique n'est non plus pas seulement sportive, bien que nombreuses activités soient proposées. Elle repose en grande partie sur la gastronomie et les produits locaux, qui sont très demandés. Un de leur produit phare est le « Sentier gourmand », qui consiste en un tracé de randonnées balisé qui passe par plusieurs buvettes d'alpage où l'on peut déguster les mets typiques de cette région.

Au niveau de l'évènementiel, deux manifestations principales sont organisées aux Paccots. Tout d'abord, le dernier week-end d'août se déroule le Festi' Rando qui promeut la randonnée sous toutes ses formes. Un autre événement majeur se déroule au mois de mai ou juin : Le Trail des Paccots. Aucune stratégie évènementielle n'est clairement formulée, mais l'Office du tourisme confirme l'importance de ce type d'évènements pour promouvoir et faire connaître la station.

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Les Paccots touchent un large public qui se situe sur le bassin lémanique, mais ont tout particulièrement réussi à fidéliser une clientèle locale, qui représente 85 à 90 % des touristes. Ces clients se déplacent généralement à la journée pour pratiquer le ski et la raquette à neige l'hiver, et essentiellement la randonnée l'été. La patinoire est également appréciée des citadins qui, grâce à la proximité avec les centres urbains, peuvent y accéder rapidement même pour une demi-journée.

L'office de tourisme de Châtel-St-Denis, Les Paccots et la Région se focalise donc sur un marché local, provenant principalement du bassin lémanique, mais également de Suisse alémanique. Le but de l'office de tourisme est de maintenir cette clientèle en s'axant sur un accueil de qualité. Malheureusement, pour ce dernier, il est difficile de dessiner un

profil type vu que toutes les catégories d'âge sont relativement bien réparties au niveau des touristes. Ainsi Sophie Reymond nous confie : « *C'est pour ça que quand les Paccots font des campagnes de publicité, il leur est toujours difficile de définir une clientèle cible parce qu'ils ont de l'intérêt à atteindre différents publics* ». Toutefois, la directrice avance le fait qu'en ce qui concerne les Paccots, cette station travaille surtout pour la clientèle « famille », mais les « backstagers » (jeunes retraités) et beaucoup de sportifs s'y rendent également, typiquement en hiver pour pratiquer le ski de randonnée.

c) Problématiques actuelles

La problématique principale relevée au cours de l'analyse semble être le manque de possibilités d'hébergement. En effet, il est du coup difficile de se dire qu'il faut développer l'offre touristique pour amener de nouveaux clients, sans pouvoir les faire rester dans la station pour une durée supérieure à une journée. Le manque d'enneigement est certes un problème pour la pratique du ski, mais étant donné que d'autres possibilités sont offertes même si la neige n'est pas présente (sentiers hivernaux donnant accès aux buvettes), cela ne semble pas être la problématique principale. De plus, l'impact en termes de « vacances » dans la station reste faible, étant donnée la faible capacité d'hébergement.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	150km (nb sentiers thématiques)
VTT	X
VTT (downhill)	-
Trottinerbe	-
Via-Ferrata	-
Accrobranche	-
Escalade	-
Luge d'été	-
Autres	« Sentiers gourmands »
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	20km
Ski de fond	-
Raquettes à neige	X (11 sentiers balisés)
Piste de luge	-
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	X
Centre sportif (halle de sport)	-
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-
Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	X
Mini-Golf	-
Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	-

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	Trail des Paccots
Randonnée	Festi'Rando
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-
Période hivernale	
Ski alpinisme	Trophée des Paccots
Ski de fond	-
Autres	-

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

La station des Paccots observe depuis quelques années une chute des nuitées. Sophie Reymond l'explique par le fait que plusieurs hébergements collectifs ont été vendus (des chalets de club) à des privés qui les ont retapés et transformés. Ces logements ne sont donc plus des hébergements collectifs utilisables pour accueillir un nombre conséquent de touristes. Cependant, ce sont bien entendu une autre forme de ressource économique puisque ces nouveaux habitants paient des impôts à l'année. Le manque de lits touristiques est une problématique pour le moment sans solution.

Au niveau de la restauration, nombreuses buvettes ouvertes pour certaines toute l'année, même si elles ne se trouvent pas directement sur les pistes de ski, permettent de se restaurer en dégustant des produits locaux.

En termes d'accessibilité, située à une heure seulement de Genève, Berne, Sion ou Neuchâtel, la station des Paccots ne se trouve qu'à 4 km de la sortie d'autoroute de Châtel-

St-Denis (A12). Depuis Lausanne ou Fribourg, on peut atteindre Châtel-St-Denis en train, via Palézieux, et depuis Vevey, en bus. Une ligne de bus dessert Les Paccots depuis Châtel-St-Denis à bonne fréquence (1 fois par heure environ). Le trajet ne dure que 12 minutes et a lieu toute la journée, excepté après 19 h où les bus arrêtent de circuler. Sur place, il y a deux parkings gratuits disponibles. Un se trouve au centre des Paccots et offre 25 places voiture (Parking du Centre) et l'autre se situe quelques minutes en dehors, proche du Lac des Joncs, et met à disposition 611 places voitures (Parking des Vérollys).

e) *Le trail*

État des lieux actuels

En été, beaucoup de monde se rend aux Paccots pour faire du trail. Malgré le fait que la clientèle principale soit constituée de randonneurs, le trail est une activité qui devient de plus en plus populaire, et il n'est pas rare de croiser des coureurs sur les sentiers de randonnée de la station.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Les acteurs ont un aperçu de l'attrait de cette pratique au travers de l'organisation du Trail des Paccots. Cette course ouverte à un maximum de 700 adultes et 200 enfants fait le plein de participants à chaque édition. Pour l'anecdote, il n'a fallu que 2 jours pour remplir l'ensemble des catégories adultes en 2016. Les participants viennent de plus de toute la Suisse. L'engouement pour le développement du trail est bien-là : « *Ces gens-là ne viennent pas que pour le jour de la manifestation. Ils sont là 1-2 jours avant, le soir ils dorment encore là. Leurs familles les accompagnent, donc ça amène vraiment du monde auprès des hébergeurs et des restaurants. L'été dernier, ils remarquaient que plusieurs dimanches, il y avait des gens qui venaient avec leurs amis faire des sentiers gourmands. Ils demandent souvent par quel biais ils ont entendu parler de ce produit et plusieurs fois il s'agissait de gens qui ont participé à la manifestation, et qui ont découvert la région et ont eu envie de revenir. C'est un bon potentiel !* »

Une bonne base de balisage est déjà présente (randonnée, raquettes à neige, sentiers thématiques), peu de nouveaux écriveaux devront être ajoutés. Cependant il s'agira d'être précis dans la signalisation afin que les trailers ne se perdent pas parmi les nombreuses possibilités existantes.

Potentialité de la région

La région, de par ses nombreux sentiers pédestres, mais également ses sommets et crêtes qui lui confèrent une topographie idéale, a un fort potentiel pour la pratique du trail. Les Sentiers Gourmands en place sont également une activité intéressante pouvant être proposée, par exemple au famille accompagnant le trailer.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Sommet et crête de la Teysachaux
- Sommet et crête de la Dent de Lys
- Buvettes d'alpage (possibilité d'arrêts à mi- ou fin de parcours)
- Parcours du Trail des Paccots

- Sommets du Pralet, du Niremont et de Corbetta

f) Constat

Les Paccots est une station importante des Préalpes au niveau de son offre touristique. Malgré le manque de lits, les gestionnaires sont ouverts à développer de nouvelles activités. L'idée de tourisme 4 saisons est déjà bien présente, ils ont plutôt une vision futuriste très liée à celle établie pour 2030.

Le trail ne serait bien entendu pas la seule activité mise en avant. La variété de l'offre en matière de tourisme sportif est riche, le trail permettrait son élargissement. Néanmoins, par l'intermédiaire de Sophie Reymond, il nous a été exposé que cette station ne serait pas opposée à investir dans le trail et que c'est même dans leurs projets. Le trail s'annonce être quelque chose de prometteur, fructueux et qu'il faut, selon eux, développer aux Paccots.



*Figure 14: Passage sur la crête de la Dent de Lys et vue sur le Moléson
(Source: EJ)*

4.7 LES PLEIADES

Altitude (village/sommet domaine skiable)	Vevey : 380m/Blonay : 620m/ Les Pleiades 1080 à 1350m
Communes	Blonay & St.-Légier
Canton/District	Vaud/Riviera Pays-d'Enhaut
PNR	-
Nombre d'habitants (env.)	-
Remontées mécaniques (été)	5 (-)
Enneigement mécanique	non

a) Généralités sur le tourisme de la destination

Les Pléiades est une petite station située sur les hauteurs de Vevey. Celle-ci est accessible jusqu'à son sommet en train à crémaillère depuis Blonay ou depuis Vevey, ou en voiture, jusqu'au parking situé en bas des pistes. Le développement touristique de la station dépend de Montreux-Vevey Tourisme, dont la stratégie actuelle est de rapprocher ville et montagne, et de pouvoir proposer des activités à la montagne pour les touristes se trouvant en ville. Une accessibilité aisée depuis le centre de Vevey fait des Pléiades une station de proximité pour une clientèle essentiellement citadine. Le sommet des Pléiades est connu pour son panorama exceptionnel : la plaine du Rhône, le Lac Léman, les Dents du midi, mais également les Rochers-de-Naye y sont visibles.

Il faut noter qu'un nouveau centre sportif régional verra bientôt le jour dans la petite station.

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

La clientèle vient essentiellement des régions voisines. Elle est plutôt de type familial et se déplace à la journée ou demi-journée.

c) Problématiques actuelles

Le manque d'enneigement récurrent est bien entendu une problématique de la petite station, et peut-être le fait qu'elle soit non-accessible facilement.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

Période estivale	
Randonnées	X (sentiers thématiques)
VTT	X
VTT (downhill)	-
Trottinerbe	-

Via-Ferrata	-
Accrobranche	-
Escalade	-
Luge d'été	-
Autres	-
Période hivernale	
Ski alpin	8km
Ski de fond	X
Raquettes à neige	X
Piste de luge	(téléluge)
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	-
Centre sportif (halle de sport)	(en projet)
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-
Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	-
Mini-Golf	-
Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Train Goldenpass (toute l'année)

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	Biathlon des Pléiades
Randonnée	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	(Biathlon des Pléiades)
Période hivernale	
Ski alpinisme	-
Ski de fond	-
Autres	Erika Hess Open (ski)

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

L'offre hôtelière se limite à un hôtel-restaurant, cependant l'objectif de la stratégie n'est pas de faire loger les touristes en hauteur, mais bien de proposer des journées en montagne pour les personnes logeant en ville. Quelques restaurants et buvettes permettent de se sustenter durant la journée (Les Pléiades, Les Fougères, La Châ, Le Signal). En termes d'accessibilité, la ligne de train Vevey-Blonay et Blonay-Les Pléiades permet d'accéder à la station toute l'année. L'accès en voiture est possible jusqu'au parking du Motalles situé bas des pistes. Il est alors possible de se rendre au sommet à pied ou via le train depuis la gare de Lally située au bout de la route.

e) Le trail

État des lieux actuels

Aucune offre liée au trail n'est proposée. Les sentiers thématiques sont par contre nombreux, dont le sentier astronomique qui est bien connu dans la région.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Montreux-Vevey Tourisme a clairement formulé la volonté de développer ou du moins conserver ce lien entre ville et montagne, afin de répondre à une demande étrangère.

Potentialité de la région

Le potentiel de la région n'est pas immense. Bien que quelques sentiers de randonnée soient présents, les Pléiades pourrait être un lieu de départ vers d'autres destinations plus intéressantes. Des itinéraires permettraient ainsi aux personnes séjournant à Vevey de se déplacer aux Rochers-de-Naye depuis les Pléiades et revenir par exemple en train depuis Montreux.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Sentier astronomique
- Autres sentiers thématiques

f) Constat

Du fait de la faible altitude du domaine et de son exposition au soleil, la saison de ski est souvent très courte. Quelques activités hivernales annexes sont proposées permettant par exemple de faire du ski de fond en soirée sur la piste éclairée. À travers le diagnostic de cette station, il ressort qu'elle permet d'offrir un certain confort pour des pratiquants citadins séjournant ou habitant dans la région de Vevey, mais deviendrait difficilement un haut lieu de la pratique du trail. Cependant, la construction d'une nouvelle infrastructure sportive (en projet/construction) pourra amener l'élan nécessaire et servir de point de départ pour un futur réseau trail.



Figure 15: Sentier astronomique
(Source: www.astropleiades.ch)

4.8 LES ROCHERS DE NAYE (CAUX/LES AVANTS)

Altitude (village/sommet domaine skiable)	Montreux : 400m/ Les Avants : 970m/ Caux : 1050m/ Le sommet : 2040m
Commune	Montreux
Canton/District	Vaud/District Riviera Pays-d'Ehaut
PNR	PNR Gruyère Pays-d'Enhaut
Nombre d'habitants (env.)	26'000 (Montreux)
Remontées mécaniques (été)	(Goldenpass)
Enneigement mécanique	non

a) *Généralités sur le tourisme de la destination*

Les Avants

La station des Avants surplombe la commune de Montreux et se situe sous la Dent de Jaman et des Rochers de Naye. Les Avants, depuis longtemps prisée des Anglais, fut l'une des premières stations de ski de Suisse. Son développement touristique fut fulgurant durant le XIXe siècle notamment sous l'impulsion des Anglais et de la famille Dufour qui y implanta les premiers hôtels. Aujourd'hui, l'activité touristique phare est la randonnée. Le célèbre sentier des Narcisses attire chaque année de nombreux visiteurs.

Un funiculaire (Les Avants – Sonloup) conduit au début de la piste de Sonloup, longue route de 2,5km fermée à la circulation du 15 décembre au 15 mars pour laisser place aux luges, chiens de traineau, ski de fond, raquettes à neige et autres randonneurs.

Caux

Caux est un site de montagne qui appartient à la commune de Montreux. Le site se trouve aux pieds des Rochers de Naye. Cette montagne constitue une représentation emblématique pour la ville de Montreux et ses habitants.

Comme de nombreux sites montagnards, l'élevage y a longtemps occupé une place prépondérante. L'hôtellerie, sous l'impulsion de Montreux occupa ensuite une place de choix dans l'économie et le développement de Caux. Entre lac et montagnes, le panorama est réputé comme splendide. Les promoteurs immobiliers et touristiques ont vu rapidement une opportunité pour développer la région et une offre complémentaire de celle proposée au bord du lac à Montreux. De nombreuses petites auberges ont d'abord vu le jour, suivi de la construction du Grand Hôtel de Caux (1893) et du magnifique Caux-Palace qui a ouvert ses portes en 1902. En 2008, Caux a eu le privilège d'être choisi comme site principal des journées du patrimoine du canton de Vaud. Les établissements cités précédemment étaient ouverts au public pour cette occasion.

Le développement touristique de cette région est régi par Montreux-Vevey Tourisme. Celle-ci est bien connue des touristes du monde entier, qu'ils viennent du continent européen, d'Asie ou des États-Unis. Toujours à la recherche d'expériences uniques, les personnes qui parcourent la région attendent de l'authentique à travers des activités qui sortent de l'ordinaire. La stratégie évènementielle de Montreux est à la fois sportive et culturelle, où la musique tient une grande place. Les Marchés de Noël sont également très connus. Durant leur durée, le public est convié à se rendre à la Maison du Père Noël qui prend ses quartiers au sommet des Rochers-de-Naye.

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

La clientèle est très hétéroclite. Nombreux sont les touristes de tout horizon qui se déplacent aux Rochers-de-Naye pour profiter de la vue. La clientèle vient à la journée ou demi-journée. Les habitants de la région profitent également de la station pour la pratique de loisirs en semaine ou le week-end.

c) Problématiques actuelles

Peu de problématiques ont été soulevées au cours des entretiens. Les aspects culturels et gastronomiques, entre autres, sont plus clairement mis en avant dans la stratégie touristique. Le côté « station de montagne » et ses offres de loisirs estivales et hivernales sont nettement moins mis en avant, bien qu'un onglet « Sports d'hiver » apparaisse sur le site internet de l'Office du Tourisme. Des évènements sportifs sont présents dans les centres urbains (Montreux Volley master, par exemple), mais rares dans les régions montagneuses avoisinantes. La place est donc libre à l'organisation de manifestations.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	X (nb sentiers thématiques)
VTT	X
VTT (downhill)	(enduro)
Trottinerbe	-
Via Ferrata	X
Accrobranche	-
Escalade	-
Luge d'été	-
Autres	-
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	8km
Ski de fond	X
Raquettes à neige	X

Piste de luge	X
Autres	(piste multi-usage sur route enneigée)

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	X (naturelle)
Centre sportif (halle de sport)	-
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-
Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	X
Mini-Golf	-
Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale	Goldenpass (toute l'année)

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	« Montreux-Les Rochers-de-Naye »/« Cross/Trail du Cubly »/« Montreux Trail Festival »
Randonnée	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-
Période hivernale	
Ski alpinisme	-
Ski de fond	-
Autres	-

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

- Les Avants

Restaurants	Hébergement
<ul style="list-style-type: none"> - Le Relais - Restaurant de la Cergnialaz 	<ul style="list-style-type: none"> - Appartements de vacances (Chalets Arc-en-ciel, Plein Soleil, Mon Soleil)

- Caux

Restaurants	Hébergements
<ul style="list-style-type: none"> - Buvette de Jaman - Restaurant le Manoïre (Col de Jaman) (fermé en hiver) - Panoramic Plein Roc - Restaurant Alpin - Le Coucou 	<ul style="list-style-type: none"> - B&B Zurchier - Auberge de Sonchaux - Chalet les Hauts de Caux - Le Coucou

La région offre une large palette d'hébergements aux gammes de prix diverses. Nous trouvons tout d'abord les hôtels et logements sans étoile. Ensuite, les touristes ont le choix entre des B&B, des appartements ou encore des hôtels de 2* à 5*. Plusieurs hôtels et restaurants ont cependant fermé leurs portes récemment.

Accessible en train depuis la gare principale de Montreux, ces deux lieux peuvent être aisément rejoints par n'importe quel temps et ce, plusieurs fois par jour. Il est également possible de se rendre en voiture jusqu'à Hauts-de-Caux, et d'ensuite terminer l'ascension à pied ou en train.

e) *Le trail*

État des lieux actuels

Actuellement aucune offre n'est proposée. Cependant les Rochers-de-Naye est un spot bien connu des pratiquants de la région. Il est aisément pour eux de se déplacer en fin de journée ou les week-ends sur ces pentes pour s'entraîner. La course Montreux-Rochers-de-Naye apporte également une certaine renommée à la région.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Montreux-Vevey Tourisme a clairement formulé la volonté de développer le lien entre ville et montagne, afin de répondre à une demande étrangère. Contrairement à certaines autres petites stations, les moyens financiers qu'il est possible de débloquer pour le projet sont plus conséquents. Un projet de restructuration des infrastructures proposées est également en cours, montrant une volonté de développer les offres de sportives et de loisirs périurbaines.

Potentialité de la région

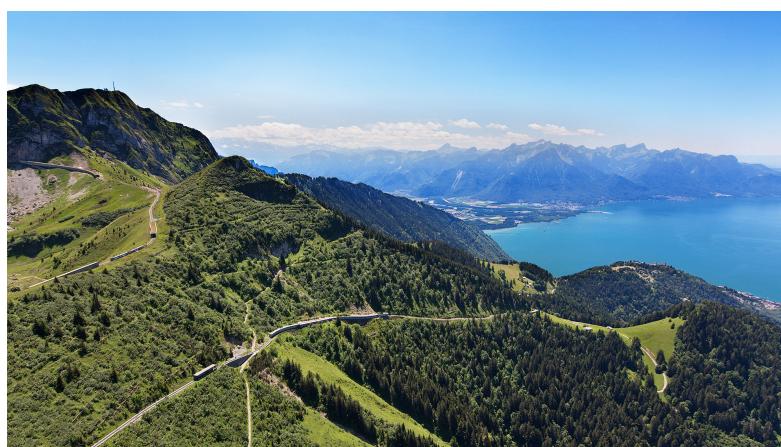
Le potentiel de la région est grand. Que ce soit grâce aux possibilités de prendre des départs à des altitudes différentes, ou encore le dénivelé conséquent type « KV » qu'il est possible de réaliser entre Montreux et le sommet. Les chemins balisés ne manquent pas.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Rochers-de-Naye
- Parc aux marmottes
- Dent de Jaman/Col de la Dent de Jaman
- Sentier des Narcisses
- Gorges du Chaudron

f) Constat

Le potentiel de la région est bien présent. Le projet de restructuration en cours pourrait être un bon point de départ pour développer l'offre sportive aux Rochers-de-Naye. Actuellement, son accessibilité en train été comme hiver permet à tout type de clientèle de se déplacer jusqu'au sommet. L'offre sportive hivernale est chère aux habitants des villes voisines. La stratégie touristique de Montreux est très forte, la région est connue loin à la ronde, à la fois pour le tourisme culturel et pour le tourisme d'affaires. Développer une offre sportive complémentaire permettrait de proposer des activités annexes pour les clients se déplaçant dans les villes lacustres, mais également pour les habitants. Développer l'offre « Ville-Montagne » fait donc clairement partie de la stratégie de développement touristique formulée, à la fois pour répondre à une demande étrangère, mais également pour renforcer l'attractivité de ces villes « pieds dans l'eau » et « montagnarde ». Bien que le nombre d'évènements sportifs dans la région des Rochers-de-Naye ne soit pas conséquent, 3 évènements « trail » seront ou sont organisés en 2017 ce qui montre déjà un certain entrain pour cette discipline sur le territoire.



*Figure 16: Vue sur les Rochers-de-Naye
(Source: www.mob.ch)*

4.9 LEYSIN & LES MOSES¹³

	<u>LEYSIN</u>	<u>LES MOSES</u>
Altitude (village/sommet domaine skiable)	1260m/2205m	1445m/1870m
Commune	Leysin	Ormont-Dessous
Canton/District	Vaud/Aigle	Vaud/Aigle
PNR	-	PNR Gruyère Pays d'Enhaut
Nombre d'habitants (env.)	4050	1070 (totalité de la commune)
Remontées mécaniques (été)	13 (1)	9
Enneigement mécanique	oui	(2017 ?)

a) Généralités sur le tourisme de la destination

Située sur un plateau au-dessus d'Aigle, Leysin jouit d'un ensoleillement exceptionnel. Cette station est connue pour ses écoles internationales et son panorama. Auparavant, lieu de thérapie pour soigner la tuberculose, nombreux sanatoriums étaient présents jusqu'à l'arrivée sur les marchés d'un traitement antibiotique efficace. Le célèbre restaurant tournant de la Berneuse, le Kuklos, attire nombreux touristes de par son architecture atypique et sa vue dégagée sur le Lac Léman et les montagnes qui l'entourent.



La station des Mosses est quant à elle située sur un plateau du même nom, de part et d'autre du Col des Mosses. Elle est connue pour son Espace Nordique, situé au centre du village et ses 42km de pistes de ski de fond. Cette maison, spécialement dédiée aux pratiquants de ski de fond, dispose de vestiaires avec casiers, de douches, toilettes et un espace d'accueil. De plus le biathlon s'est fortement développé ces dernières années avec une offre destinée aux athlètes, mais également au grand public. Tout comme Château-d'Oex, il existe aux Mosses un fort historique lié à la fabrication du fromage, cependant cet aspect n'est pas mis en avant dans la stratégie touristique. Il a été choisi de mettre en avant le côté « nature » avec les lacs de montagne et un peu plus loin le barrage de l'Hongrin qui entourent la station. L'ensemble de ces sites ont alors été reliés par des sentiers pédestres balisés.

Les deux stations sont relativement réputées pour leurs offres sportives grâce principalement à leurs activités hivernales. La stratégie touristique de Leysin « La

¹³ Etant donné que ces deux stations sont étroitement liées du point de vue gestion touristique, elles seront présentées en parallèle et dans un seul chapitre.

Sportive » durant la période estivale est plutôt dynamique grâce à ses centres sportifs et ses écoles internationales, ce qui est nettement moins le cas pour la station des Mosses. Un parcours de Nordic Walking et de nombreux itinéraires de randonnée de tous niveaux sont cependant proposés. Le lieu est également propice à la pratique du VTT. À Leysin des parcours VTT de type « descente » (downhill et enduro) sont accessibles entre juin et octobre, dates d'ouverture et fermeture de la remontée mécanique fixées durant l'été en fonction des conditions météorologiques.

L'association touristique Aigle-Leysin-Col des Mosses (ATALC) gère le développement touristique de la région, tandis que la société Télé Leysin-Col des Mosses-La Lécherette SA (TML SA) est propriétaire et exploitante des remontées mécaniques des 3 domaines. Grâce à des collaborations, les visiteurs peuvent bénéficier d'offres forfaitaires. La liaison entre le domaine Les Mosses - La Lécherette et le domaine de Leysin est possible par la route grâce à un « skibus », disponible toutes les demi-heures. La durée du trajet est d'environ 10 minutes. La région des Mosses est également connue par les pratiquants de ski de randonnée que ce soit en direction des Monts-Chevreuils ou du Pic Chaussy, aucun tracé n'est cependant balisé ou officiel.

Si l'on s'intéresse aux stratégies évènementielles des deux destinations, on observe que malgré le positionnement « sportif » de la station de Leysin, très peu de manifestations sont organisées. Une des manifestations phare, « Le Leysin Champs Open » (compétition internationale de snowboard freestyle), n'a pas été reconduite en 2015, alors qu'une vingtaine d'éditions avaient été organisées jusqu'à lors, faisant de Leysin, LA destination pour les pratiquants de snowboard. Les évènements sont également peu présents aux Mosses, quelques compétitions de ski de fond sont régulièrement organisées, dont la « FoxTrail-Fond'action », une course populaire de ski de fond longue distance, ainsi qu'une Course Internationale de chiens de traîneaux. Les gestionnaires touristiques sont plutôt prudents, car selon Pierre-André Morard, directeur de l'ATALC, « *il est vite possible de laisser des plumes dans ce secteur* ». Il ajoute : « *Il est nécessaire de trouver une bonne date, un bon lieu, ainsi que d'assurer la pérennisation de l'événement durant au moins 3 ans, pour que l'événement s'implante durablement sur le territoire* », éléments essentiels, mais souvent dépendants de la météo.

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Selon le rapport 2015 de l'ATALC, la majorité des nuitées enregistrées proviennent d'une clientèle suisse, suivie par les touristes provenant de Belgique, bien connue pour sa fidélité, mais également propriétaire de résidences secondaires sur la commune. Ces dernières années la politique de communication a été axée vers le public suisse, qui semble avoir bien répondu à l'offre. La clientèle présente sur les Mosses est plutôt de proximité, familiale et sportive, tandis qu'à Leysin, elle est très variée. Aux Mosses, elle se déplace généralement à la journée. Il est intéressant de noter que Leysin est la commune qui possède le plus fort taux de résidents étrangers en Suisse (plus de 60 %). Un public ciblé par la politique touristique de Leysin est également les clubs et équipes sportives, se

déplaçant en nombre pour des camps d'entraînement. Une ouverture 10 mois sur 12 de la patinoire attire par exemple chaque année plusieurs camps de hockey.

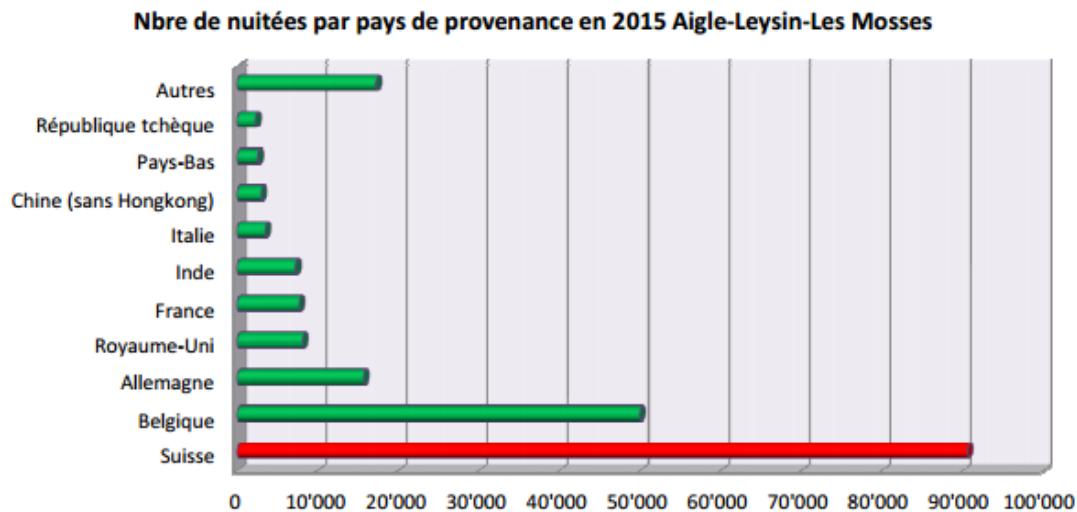


Figure 17: Nombre de nuitées selon la provenance

c) Problématiques actuelles

En hiver, les systèmes d'enneigement mécanique permettent à la station de Leysin d'ouvrir totalement ou partiellement le domaine skiable malgré des météos hivernales peu propices à la pratique du ski. Le domaine skiable des Mosses est quant à lui régulièrement sujet aux problématiques liées au manque de neige. Les pistes de ski de fond demandant un enneigement moindre, la station peut généralement proposer quelques kilomètres damés. Excepté une stratégie évènementielle peu développée pour une station de cette taille, Leysin ne semble pas sujette à de grandes problématiques, ses nombreuses infrastructures sportives lui permettent de proposer diverses activités même en cas d'absence d'enneigement. Aux Mosses, le développement d'alternatives au ski permettrait d'animer la station et d'attirer des touristes sur son territoire malgré un manque de neige et durant les autres mois de l'année.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

Période estivale		
Randonnées	250km	x
VTT	x	x
VTT (downhill)	x	-
Trottinerbe	-	-
Via Ferrata	x	-
Accrobranche	-	-
Escalade	x	x
Luge d'été	-	-

Autres	-	-
Période hivernale		
Ski alpin	100km (Leysin-Les Mosses)	100km (Leysin-Les Mosses)
Ski de fond	X	42km
Raquettes à neige	X (9 sentiers)	X (8 sentiers)
Piste de luge	-	-
Autres	Tobogganage, Curling	Snowtubing, Biathlon, Fatbike

Infrastructures sportives

Piscine	X	-
Patinoire	X	-
Centre sportif (halle de sport)	X	Terrains de badminton
Salle de fitness	X	-
Mur d'escalade	X	-
Terrains de sport ext.	X	-
Terrains de tennis	X	-
Mini-Golf	X	-
Parc accrobranche	-	-
Autres	-	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Mi-juin à mi-octobre, tous les jours	-

Évènementiel sportif

Période estivale		
Trail/Course de montagne	« Aigle-Leysin »/Montreux Trail Festival (lieu de départ et passage-2017)	Trail du Barlatay (passage)
Randonnée	-	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-	-
Période hivernale		
Ski alpinisme	-	-
Ski de fond	-	(plusieurs courses)
Autres	Triathlon Kids Cup, Leysathlon	Course internationale de Chiens de traineau

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

Les possibilités d'hébergements sont multiples dans la station de Leysin, que ce soit les hôtels ou les centres permettant l'accueil de grands groupes. De plus la Maison du Sport vaudois a été inaugurée près de la patinoire en juin dernier (2016). Ce complexe comporte 70 lits, une salle de sport, des vestiaires, un grand réfectoire, une salle de jeux et un terrain multisports extérieur. Il complète l'offre sportive dédiée entre autres à la formation, aux écoles et clubs sportifs. Plusieurs possibilités de restauration complètent cette offre d'hébergements. L'offre hôtelière aux Mosses est peu développée, 3 établissements sont disponibles, dont un situé un peu plus bas. Quelques locations sont disponibles via des privés. On trouve également deux campings, dont un ouvert toute l'année. On trouve par contre six logements de groupe, 4 aux Mosses et 2 à la Lécherette. Quelques bars et restaurants permettent aux visiteurs de se ravitailler. Des auberges et cabanes d'altitude sont également accessibles par les chemins de randonnée durant la saison estivale (Refuge de Pra-Cornet, Restaurant du Lac Lioson, Buvette des Petits-Lacs).

Ces deux destinations sont accessibles en voiture depuis Aigle, ou depuis Château-d'Oex. Le train à crémaillère Aigle-Leysin permet de rejoindre la station en 30 minutes toutes les heures. Pour accéder aux Mosses via les transports publics, un changement est nécessaire au Sépey (train direction les Diablerets, puis, par car postal).

e) Le trail

État des lieux actuels

Bien qu'il soit possible de voir des trailers sur les pentes des deux stations, aucune offre n'est formulée dans ce sens. Il existait auparavant une course de montagne qui se déroulait sur les pentes du Pic Chaussy, mais l'organisation n'a pas réédité. Les Mosses sont par contre depuis plusieurs années un lieu de passage du « Trail du Barlatay ».

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Selon les acteurs, le trail est un marché de niche, qui permettrait la mise en valeur de sentiers existants, mais viendrait uniquement compléter l'offre sportive existante pour la station de Leysin. Du côté des Mosses, il semblerait que ce soit une opportunité à saisir. La région est déjà régulièrement parcourue en hiver par les skieurs de randonnée, un public qui est souvent bien similaire à celui du trail.

La mise en valeur des sentiers existants est le principal avantage perçu. Il est utile de relever un point important auquel il sera nécessaire de faire très attention : Les Mosses (et la Lécherette) se trouvent sur un vaste site marécageux classé d'importance nationale à la suite de l'initiative de Rothenthurm. Cela signifie qu'aucune construction ne peut être faite sur un marais « d'une beauté particulière et présentant un intérêt national ». Un chemin traversant devrait cependant voir le jour courant 2017.

Potentialité de la région

La situation géographique des deux stations ainsi que les sommets qui les entourent font d'elles, des lieux propices à la pratique. De plus, plusieurs sentiers de randonnée sont déjà

présents, y compris un sentier hivernal entre les Mosses et la Lécherette qui pourrait être proposé durant la période enneigée.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Sommet de la Berneuse (Leysin)
- Tour d'Aï (Leysin)/Lac d'Aï
- Tour de Mayen/Lac de Mayen
- Lac Segray
- Tour de Famelon
- Pic Chaussy (Les Mosses)
- Mont-d'Or
- Gros Van
- Lac Lioson



Figure 18: Vue sur le Pic Chaussy et le Lac Lioson
(Source : <https://commons.wikimedia.org>)

f) Constat

Bien que Leysin soit déjà plutôt dynamique durant la saison estivale avec ses différents centres sportifs et écoles internationales, un développement autour du trail pourrait constituer un relais de l'offre touristique existante. La station des Mosses est plus connue pour ses activités hivernales comme le ski de fond avec son centre nordique. Néanmoins, la région a un grand potentiel d'exploitation de sentiers de trail avec plusieurs dizaines de kilomètres de sentiers pédestres déjà présents et des sommets aux alentours, comme le Pic Chaussy culminant à 2351m d'altitude. Des liaisons entre les deux domaines sont envisageables. On ressent une plus faible nécessité de développer des activités alternatives pour ces deux stations proches de moyenne-haute montagne. Les Mosses vont certainement bénéficier d'enneigement mécanique qui permettra d'assurer un certain enneigement, de plus « au pire » ses visiteurs peuvent skier sur le domaine de Leysin sans trop de difficultés de déplacement grâce au service de navette proposé. Cependant, l'Association touristique régionale est consciente qu'il ne leur faut pas rater cette opportunité même si elle ne concerne qu'une offre à la marge. « *Le trail reste un marché de niche, mais nous ne voyons pas cela comme négatif. À l'exemple du snowboard dans lequel nous avons été précurseurs à Leysin. Cela nous a amené de la clientèle plus large que les pures spécialistes de la discipline. Nous pouvons alors imaginer la même stratégie avec le trail. C'est un marché qui bouge et il serait dommage de rater cette opportunité* », indique M. Morard.

4.10 MOLESON

Altitude (village/sommet domaine skiable)	1100m/2000m
Commune	Gruyères
Canton/District	Fribourg/District de la Gruyère
PNR	-
Nombre d'habitants (env.)	
Remontées mécaniques (été)	(2 : Funiculaire et Télécabine)
Enneigement mécanique	

Rappel : Le directeur de l'Office du Tourisme du Moléson n'a pas souhaité nous rencontrer. Nombreuses informations ont été recueillies via les différents sites internet, ainsi que grâce à l'entretien réalisé avec M. Charlet, directeur de Gruyère Tourisme.

a) Généralités sur le tourisme de la destination

La station de Moléson-sur-Gruyères possède l'atout qu'on lui connaît : le Moléson. C'est sans conteste la principale attraction de la station, et même l'une des principales de la Gruyère. Ce sommet, qui culmine à 2002 mètres, offre une magnifique vue. En conséquence, la station communique massivement sur son panorama et le Moléson en particulier. Du reste, leur slogan, que l'on retrouve sur leur site (moleson.ch), n'est autre que : « Plus beau panorama de Suisse romande ». Sur ce même site, au milieu des onglets classiques tels qu'« Accès » et « Séjours », se trouve l'onglet « Le Moléson » uniquement dédié à ce dernier, témoignant de son importance. De plus, Moléson propose beaucoup d'activités culturelles et sportives sur un petit site géographique et se trouve être intéressant de par sa proximité avec tous les autres lieux touristiques de la région de la Gruyère.

La stratégie touristique globale semble combiner à la fois le côté culturel et sportif, bien que les activités de loisirs soient fortement mises en avant et très diversifiées. Au niveau culturel, les panoramas et les fromageries d'alpages sont les attractions clés. On peut également signaler la présence de l'observatoire du Moléson, qui permet d'admirer le ciel depuis le sommet. Au niveau sportif, l'offre estivale principale vient du parc de loisirs qui se situe à Moléson-sur-Gruyères. Il propose de nombreuses activités, telles que le bob-luge, le dévalkart ou la trottinerbe. La Via-Ferrata aérienne du Moléson et son arrivée sous le sommet sont également très connues. Finalement, il existe de nombreuses possibilités de faire de la randonnée selon ses intérêts pour le panorama, la botanique ou la fromagerie.

En ce qui concerne les événements sportifs, deux sont à relever : le Brevet des armaillis et la course « Neirivue-Moléson ». Le premier est une balade non chronométrée qui s'effectue à pied (10.5 km) ou en VTT (18.5 km) et qui relie les Paccots à Moléson. On peut retrouver les deux parcours sur le site officiel. La course de montagne Neirivue-

Moléson, qui a lieu le troisième dimanche de juin, est d'une longueur de 10.6 kilomètres et s'avère être fléchée toute l'année. Comme nous l'a expliqué le directeur de la course, elle se différencie d'un trail du fait qu'elle est mieux balisée et qu'il y a plus de ravitaillements. La stratégie évènementielle semble donc très faiblement présente.

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

Actuellement, il est très difficile d'obtenir des données précises sur la clientèle, car il n'y a pas de recensement spécifique pour la région. Un observatoire du tourisme fribourgeois vient toutefois d'être mis sur pied. Il est opérationnel depuis le 1er janvier 2014, mais les données ne sont pas encore exploitable. À terme, il permettra de connaître les clients afin d'adapter l'offre touristique. À l'heure actuelle, les constats sur la typologie des clients se font donc surtout par observation et l'on remarque dans ce sens qu'il y a beaucoup de randonneurs, sans pour autant connaître les chiffres. Comme M. Charlet l'explique : « *On le sait par rapport à nos visites sur le site internet, aux téléchargements des cartes sur le site, les demandes dans les offices du tourisme, mais là c'est plus au ressenti encore une fois* ». La clientèle vient donc en majorité pour les randonnées et plus généralement pour le panorama et le parc de loisirs qui propose plusieurs activités familiales. À ce titre, il est important de noter que le sport n'est pas le motif numéro un de visite des clients. La clientèle est majoritairement constituée de familles qui viennent dans un but de loisir. En se basant sur les statistiques de l'hôtellerie (les données les plus fiables à ce jour pour Moléson), la clientèle se compose environ pour 2/3 de Suisses. Il y a donc une grande majorité d'Helvètes sur le territoire, les étrangers venant surtout en Gruyère pour voir les « highlights » culturels, comme la Maison du Gruyère, la Maison Cailler et le Château de Gruyères. La majorité des touristes viennent uniquement une journée, la moyenne serait de 1.7 nuitée.

En ce qui concerne la saisonnalité, le tourisme est principalement estival, comme le confirme M. Charlet : « *Moléson-sur-Gruyères, malgré le fait que ce soit une petite station de ski, travaille bien plus sur l'été, avec 60 % de part. C'est d'ailleurs une des forces de la région* ». Pour résumer, la clientèle type actuelle est plutôt la suivante : familiale, suisse, de loisir et intéressée par la culture.

c) Problématiques actuelles

Aucune véritable problématique n'est à relever avec les informations qui ont pu être analysées actuellement, sans pouvoir rencontrer directement le directeur de l'Office du tourisme des lieux.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	X
VTT	X
VTT (downhill)	(axe de développement futur)
Trottinerbe	X
Via Ferrata	X
Accrobranche	-
Escalade	-
Luge d'été	X
Autres	Déval'Kart, Tir à l'arc
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	30km
Ski de fond	-
Raquettes à neige	X
Piste de luge	4km
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	-
Centre sportif (halle de sport)	-
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-
Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	-
Mini-Golf	X
Parc accrobranche	-
Autres	-
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Mi- mai à novembre (7j/7)

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	« Neirivue-Moléson »/Trail des Paccots (passage)
Randonnée	Brevet des Armaillis (hiver et été)
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-
Période hivernale	
Ski alpinisme	-
Ski de fond	-
Autres	-

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

En termes d'accessibilité, Moléson se trouve à mi-distance entre Lausanne et Berne. Il a l'avantage de se situer au pied des Alpes, ce qui rend son accès facile. La sortie d'autoroute A12 de Bulle se trouve à une quinzaine de minutes du village. En transports publics, il est possible d'y accéder une fois par heure, entre 7 h et 18 h, en empruntant d'abord le train depuis Bulle jusqu'à Gruyères, puis le bus menant à Moléson. Sur place, un parking gratuit est disponible. Il se trouve au centre des animations et au départ des remontées mécaniques.

*e) Le trail*État des lieux actuels

On rencontre beaucoup de randonneurs sur les différents sentiers qui accèdent au sommet. Il semble que peu de trailers en fassent partie, mais aucune donnée ne le prouve dans un sens ou dans l'autre. Les chemins sont effectivement déjà très parcourus par les touristes souhaitant accéder depuis le bas ou la station intermédiaire, au célèbre sommet. Les trailers aimant souvent le côté naturel et peu fréquenté, sont peut-être freinés par cette foule.

Point de vue des acteurs : avantages et problématiques perçus

Actuellement les acteurs ne souhaitent pas investir de moyens pour développer une offre « trail », ils ont comme projet le développement du VTT. Ils ne sont cependant pas contre le projet ni une potentielle collaboration future.

Potentialité de la région

La potentialité de la région est bien évidemment grande. De nombreux sentiers de randonnée balisés sont déjà en place et passent par les points intéressants (sommet et crête du Moléson par exemple). La possibilité de rejoindre rapidement et facilement le village touristique de Gruyères est également intéressante du point de vue de l'attractivité, tout

comme le fait de pouvoir accéder à certains parcours via les remontées. Il faut relever que'un parcours du trail des Paccots a déjà fait du Moléson un point de passage connu des coureurs.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Sommet du Moléson
- Via Ferrata (parcours technique avec matériel d'assurage obligatoire)
- Village de Gruyères

f) Constat

Actuellement l'Office du tourisme de Moléson, ne veut pas disperser ses efforts, et ne souhaite donc pas s'investir dans un potentiel réseau de trail. La porte n'est cependant pas fermée. Il sera intéressant de les recontacter lorsque le projet aura été mis sur pied et qu'une première évaluation sera possible.



*Figure 19: Panorama depuis le sommet du Moléson
(Source: Émilie Jaccard)*

4.11 SCHWARZSEE (LAC NOIR)

Altitude (village/sommet domaine skiable)	1050m/1750m
Commune	Planfayon/Plaffeien
Canton/District	Fribourg/District de la Singine
PNR	PNR Gantrish
Nombre d'habitants (env.)	500
Remontées mécaniques (été)	5 (1)
Enneigement mécanique	

a) Généralités sur le tourisme de la destination

Schwarzsee est une destination atypique située un peu à cheval entre la Romandie et la Suisse alémanique. Son lac et ses montagnes avoisinantes en font un lieu idyllique pour la pratique de nombreux sports et activités durant les 12 mois de l'année. Elle se présente comme une station familiale, disposant d'aménagements pour les enfants. La fréquentation se répartit entre 70 % en hiver et 30 % en été. L'objectif de la stratégie touristique est de tenter de pallier ce gros déséquilibre de fréquentation. Il faut relever que la fréquentation hôtelière est similaire toute l'année.

Actuellement, il manque une personne compétente en matière de tourisme et de loisirs au sein de l'Office du Tourisme (propos recueilli auprès du directeur de l'OT), un certain manque de ressources freine cet élan. Les acteurs publics s'occupent principalement des équipements présents dans la station. Un des gros travaux réalisés cette année est la rénovation et la transformation de l'ancien camp militaire du Lac Noir. Ce projet, appelé le Campus, supporté par différents acteurs, dont les communes a pour but d'offrir des logements type auberge de jeunesse et des infrastructures pouvant permettre le développement touristique souhaité.

Aucune stratégie évènementielle n'est actuellement présente. Quelques évènements ont lieu grâce à des initiatives privées (Stierenberglauf, Championnat de bateaux à voile).

b) Clientèle : Type, Provenance, Durée des séjours

La clientèle est plutôt de type familial modeste. 70 % des clients viennent à la journée, d'autres viennent plutôt pour des séjours courts

c) Problématiques actuelles

Une saison hivernale de plus en plus courte est bien entendu une problématique importante pour la station. De plus celle-ci réalise la majorité de son chiffre d'affaires durant cette période. Les moyens de financement sont limités, comme cela peut être le cas dans d'autres stations.

d) Analyse de l'existant

Offres sportives existantes (estivales et hivernales)

<u>Période estivale</u>	
Randonnées	200km
VTT	X
VTT (downhill)	-
Trottinerbe	X
Via Ferrata	X
Accrobranche	-
Escalade	-
Luge d'été	X
Autres	Activités aquatiques
<u>Période hivernale</u>	
Ski alpin	22km
Ski de fond	-
Raquettes à neige	X
Piste de luge	-
Autres	-

Infrastructures sportives

Piscine	-
Patinoire	X (naturelle)
Centre sportif (halle de sport)	Centre Multisports
Salle de fitness	-
Mur d'escalade	-
Terrains de sport ext.	-
Terrains de tennis	-
Mini-Golf	-
Parc accrobranche	-
Autres	SPA à l'Hostellerie am Schwarzsee
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Mai (we prolongé) /Juin à octobre (tous les jours)

Évènementiel sportif

Période estivale	
Trail/Course de montagne	Stierenberglauf
Randonnée	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	-
Période hivernale	
Ski alpinisme	-
Ski de fond	-
Autres	Swiss Alpine Rowing Trophy

Services touristiques (hébergements, restauration, accessibilité, ...)

La station dispose d'une offre variée en matière d'hébergements, le choix plutôt large, permet d'offrir plusieurs gammes de prix. De nouveaux investissements ont été réalisés afin d'attirer le tourisme et améliorer entre autres la capacité d'accueil. 4 hôtels, 9 chalets d'alpage, 37 maisons de vacances et un camping, sont à disposition des touristes. Une dizaine de restaurants, ainsi que 15 buvettes d'alpage permettent à la clientèle de se restaurer. Certaines buvettes disposent de plus de dortoirs.

En termes d'accessibilité, la voiture est le meilleur moyen pour s'y rendre. Il n'est pas aisément et surtout long d'utiliser les transports publics. Située à 1 h de Berne ou de Bulle, et à 45min du Fribourg, la station est assez éloignée des centres urbains, mais reste facilement accessible.

*e) Le trail*État des lieux actuels

Actuellement aucune offre orientée trail n'est proposée dans la station. Les randonneurs de bon niveau parcourent régulièrement les sentiers à caractère alpin qui atteignent les sommets avoisinants.

Point de vue des acteurs

Du point de vue des acteurs interrogés, le trail running est une opportunité pour la station, qui souhaite développer son offre estivale et surtout élargir son public cible. Cette implantation permettrait d'augmenter la fréquentation pour les courts et moyens séjours avec une clientèle plus jeune et sportive. Nombreux avantages ont été mentionnés, mais aucun véritable risque ou problématique n'a été émis.

Potentialité de la région

Le potentiel de la région est conséquent. Son caractère très alpin lui donne une certaine attractivité supplémentaire.

Éléments caractéristiques du territoire à mettre potentiellement en avant

- Lac Noir
- Kaiseregg
- Schopfenspitz
- Euschelspann
- Les Recardets

f) Constat

Schwarzsee apparaît comme lieu idéal pour l'implantation d'une station de trail. Le caractère durable de cette pratique permettrait de l'inscrire dans la dynamique stratégique actuelle qui vise à développer le tourisme estival pour un lissage des revenus sur l'année, tout en respectant une certaine durabilité et qualité. Le trail aurait également pour objectif de faire de Schwarzsee une destination sportive reconnue comme l'est déjà Jaun par exemple. Une stratégie évènementielle pourrait également être mise en place et permettre la planification de manifestations sur l'année pas uniquement en lien avec le trail. Il est de plus possible de se rendre rapidement dans les stations voisines (Jaun, Charmey) via les sentiers pédestres déjà existants.



*Figure 20: Schwarzsee
(Source : www.myswitzerland.ch)*

4.12 TABLEAUX RECAPITULATIFS

a) Offres sportives

Offres sportives	Charmey	Château d'Oex	Jaun	La Berra	Les Mosses	Les Paccots	Les Pléiades	Les Rochers de Naye (Caux/Les Avants)	Leysin	Moléson	Schwarzsee
ETE											
Randonnées	200km	300km	120km	X (+ Sentiers théma. en projet)	X	150km (nb. sentiers thém.)	X (sentiers thém.)	X (nb. sentiers thém.)	250km	X	200km
VTT	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
VTT (downhill)	-	-	-	(projet)	-	-	-	(enduro)	X	(axe de dév. futur)	-
Trottinerbe	X	X	X	-	-	-	-	-	-	X	X
Via-Ferrata	-	X	-	-	-	-	-	X	X	X	X
Accrobranche	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Escalade	-	X	X	-	X	-	-	-	X	-	-
Luge d'été	-	-	-	-	-	-	-	-	-	X	X
Autres	Sports de rivière			-	-	-	-	-	-	Déval'Kart, Tir à l'arc	Activités aquatiques
HIVER											
Ski alpin	30km	28km	25km	25km	100km (Leysin-Les Mosses)	20km	8km	8km	100km (Leysin-Les Mosses)	30km	22km
Ski de fond	X (entre Charmey-Jaun)	X	X (entre Charmey-Jaun)	-	X	-	X	X	X	-	-
Raquettes à neige	X	X	X (5 sentiers)	X (3 sentiers - 18km)	X (8 sentiers)	X (11 sentiers)	X	X	X (9 sentiers)	X	X
Piste de luge	-	4km (La Braye)	6km	1.4km	-	-	(téléluge)	-	-	4km	-
Autres	-	-	-	-	Snowtubing, biathlon, Fatbike	-	-	(piste multi-usage sur route enneigée)	Tobogganaging, Curling	-	-

b) Infrastructures

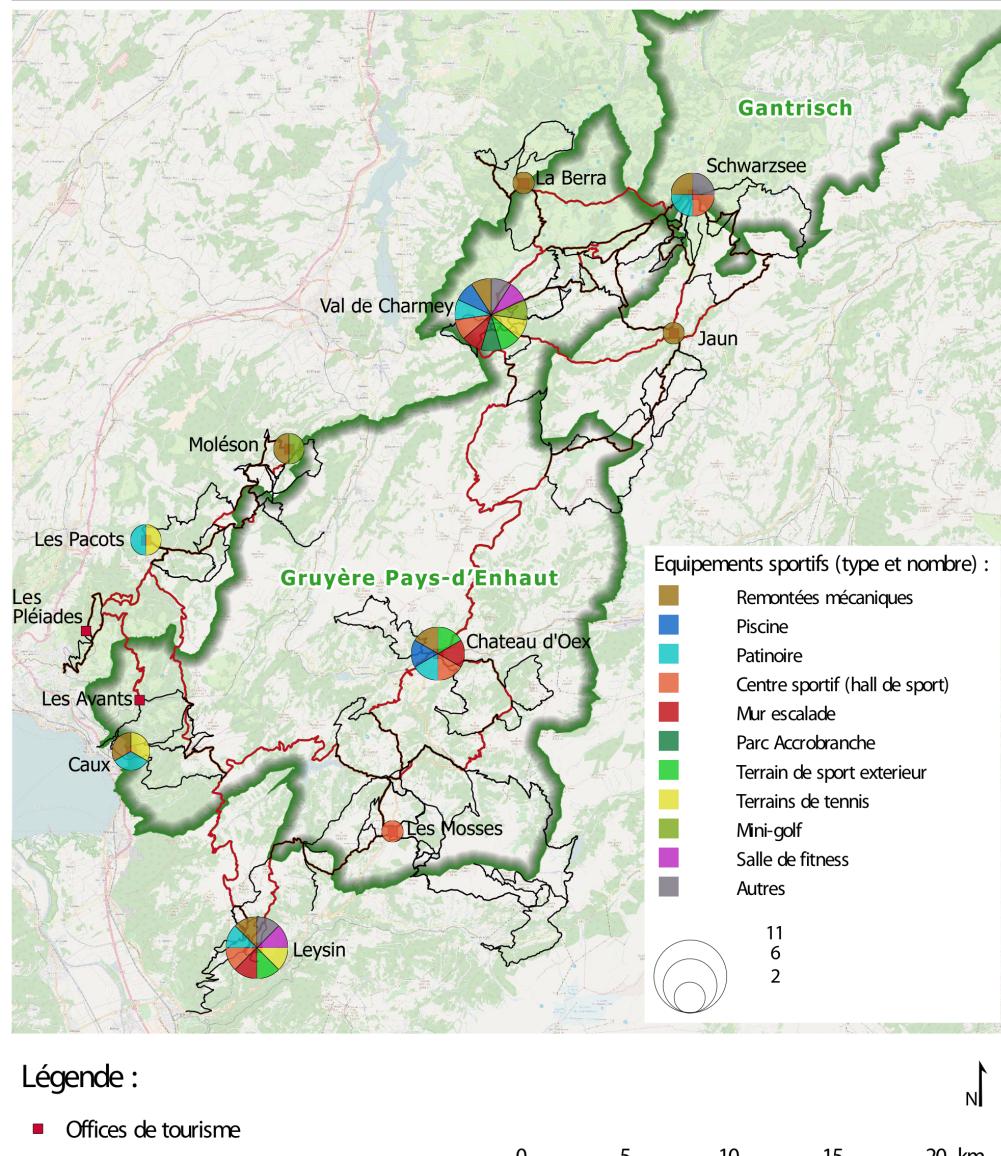
Infrastructures	Charmey	Château d'Oex	Jaun	La Berra	Les Mosses	Les Paccots	Les Pléiades	Les Rochers de Naye (Caux/Les Avants)	Leysin	Moléson	Schwarzsee	
Piscine	X	X	-	-	-	-	-	-	X	-	-	
Patinoire	X (naturelle)	X	-	-	-	X	-	X (naturelle)	X	-	X (naturelle)	
Centre sportif (halle de sport)	X	X	-	-	Terrains de badminton	-	-	-	X	-	Centre Multisports	
Salle de fitness	X	-	-	-	-	-	-	-	X	-	-	
Mur escalade	X	X	-	-	-	-	-	-	X	-	-	
Terrain de sport ext.	X	X	-	-	-	-	-	-	X	-	-	
Terrains de tennis	X	-	-	-	-	X	-	X	X	-	-	
Mini-golf	X	X	-	-	-	-	-	-	X	X	-	
Parc Accrobranche	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Autres	Bains thermaux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	SPA à l'Hostellerie am Schwarzsee	
Période d'ouverture estivale des remontées mécaniques	Mai à octobre (we et jours fériés) / Tous les jours de juin à septembre	Mi-juin à mi-septembre + we des vacs automne	We et jours fériés + we prolongé durant les vacs (mercredi au dimanche)	Juillet à octobre	-	-	-	Goldenpass (toute l'année)	Goldenpass (toute l'année)	Mi-juin à mi-octobre	Mi-mai à novembre (7j/7)	Mai (we prolongé) / Juin à octobre (tous les jours)

c) Évènements

Évènements	Charmey	Château d'Oex	Jaun	La Berra	Les Mosses	Les Paccots	Les Pléiades	Les Rochers de Naye (Caux/Les Avants)	Leysin	Moléson	Schwarzsee
ETE											
Trail / Course de montagne	Gruyère-Trial Charmey (2017)	Trail du Barlatay/ Montreux Trail Festival (passage- 2017)	Gastlosenlauf	Préalpes Trail du Mouret (2017)	Trail du Barlatay (passage)	Trail des Paccots	Biathlon des Pléiades	« Montreux-Les Rochers-de-Naye » / « Cross/Trail du Cubly » / « Montreux Trail Festival »	« Aigle-Leysin » / Montreux Trail Festival (lieu de départ et passage- 2017)	« Neirivue-Moléson » / Trail des Paccots (passage)	Stierenberglauf
Randonnée	-	Patrouille des Glaciers (confiseurs-pâtissiers)	-	-	-	Fest'Rando	-	-	-	Brevet des Armaillis (hiver et été)	-
Cyclisme (VTT, DH, Vélo de route)	Gruyère Cycling Tour	-	-	Bergibike (passage)	-	-	{Biathlon des Pléiades}	-	-	-	-
HIVER											
Ski alpinisme	Nocturne Vuinetz	Trophée de Monts-Chevreuils	Trophée des Gastlosen	Nocturne de la Berra	-	Trophée des Paccots	-	-	-	-	-
Ski de fond	-	-	-	-	{plusieurs courses}	-	-	-	-	-	-
Raquettes à neige	-	Rallye du goût	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres	-	Trophée de la Montagnette (luge)	-	-	Course internationale de Chiens de traîneau	-	Erika Hess Open (ski)	-	Triathlon Kids Cup, Leysathlon	-	Swiss Alpine Rowing Trophy

4.13 ACCESSIBILITES

Proposition d'un réseau de trail à l'échelle de la région de Gruyère



Sources : Confédération Suisse ([opendata.swiss](#)), Swissmobile, Openrunner, OpenStreetMap ; 2016.

Réalisation : UNIL, UGA-Cermesem ; 2016.

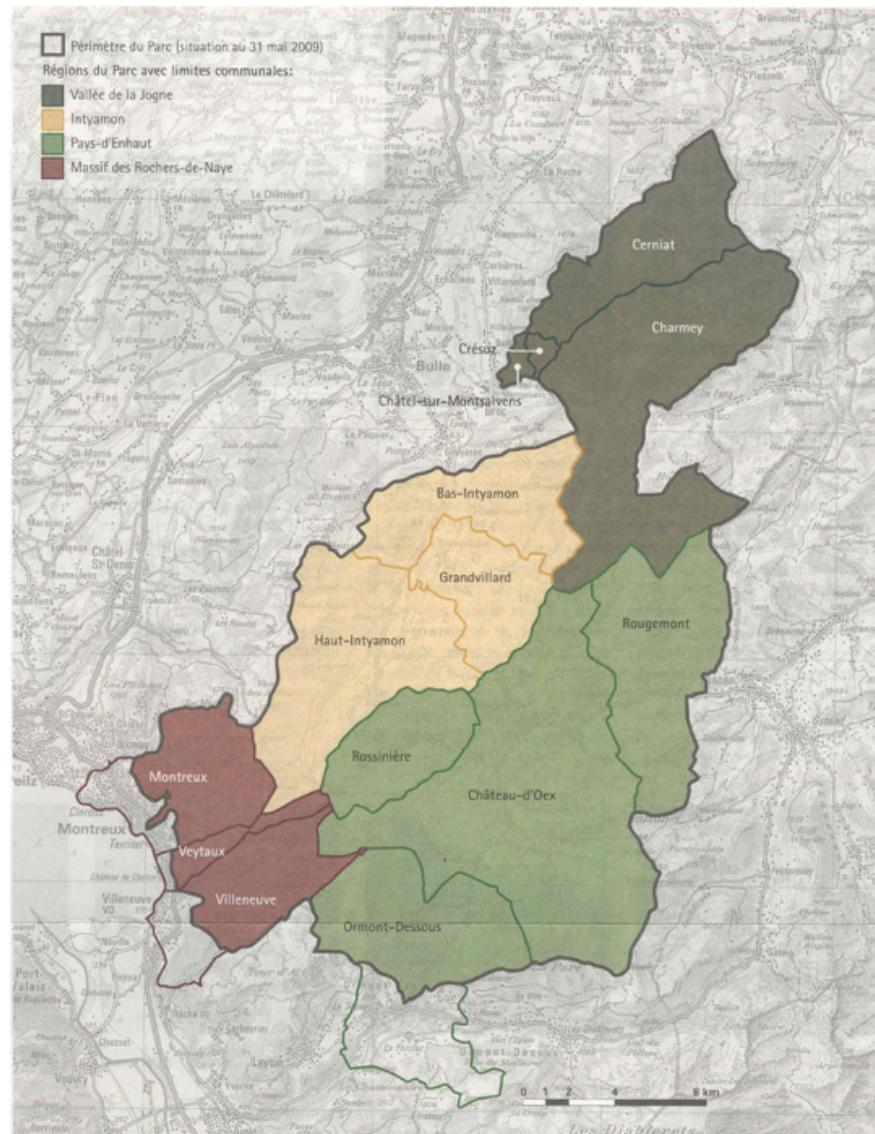
Figure 21: Répartition des équipements sportifs

4.14 PNR GRUYERE PAYS-D'ENHAUT

a) Son territoire

Situé sur les cantons de Fribourg et Vaud, le Parc Naturel Région « Gruyère Pays-d'Enhaut » s'étend sur 503 km² et abrite 3 réserves naturelles : La Pierreuse, le Vanil Noir et le Larzey. On peut le diviser en 4 régions, regroupant au total 13 communes et plus de 12'500 habitants :

- La Vallée de la Jagne (FR) : **Charmey** et Cerniat (Val-de-Charmey), Crésuz, Châtel-sur-Montsalvens
- La Vallée de l'Intyamon (FR) : Haut-Intyamon (dont Neirivue), Bas-Intyamon, Grandvillard
- Pays-d'Enhaut (VD) : **Château-d'Oex**, Rossinières, Rougemont, **Ormont-Dessous (Les Mosses)**
- Rochers-de-Naye (VD) : les hauts de communes de **Montreux** (dont Caux et les Avants), Veytaux, Villeneuve



b) Rôle et missions

Le concept de “Parc Naturel Régional (PNR)” est apparu dans les années soixante en France avec pour premier objectif d’être un outil de développement intégré des territoires ruraux fragiles et fragilisés. Puis, ce concept a été élargi de la notion de protection de zones naturelles particulières à la préservation du patrimoine naturel et culturel du territoire concerné. Les (PNR) “*se distinguent par leurs riches patrimoines naturel et culturel*” et intègrent l’activité humaine qui prend place dans cet environnement préservé. L’Office Fédéral de l’Environnement (OFEV) précise que “*les buts poursuivis par la création d’un PNR sont la conservation et la mise en valeur du paysage, le renforcement des activités économiques axées sur le développement durable, ainsi qu’un encouragement à la commercialisation des biens et services produits sur le territoire*”. La création d’un Parc est issue d’une initiative de régions, chaque engagement est volontaire, que ce soit au niveau des communes, des acteurs locaux, des membres individuels ou encore des associations ou institutions régionales. Les rapports entre les différentes parties prenantes sont réglés contractuellement par des conventions.

L’association PNR Gruyère Pays-d’Enhaut œuvre depuis 2005 à la préparation d’un projet de Parc qui a abouti en 2009 à l’obtention du statut candidat PNR. Une phase de création entre 2009 et 2011 a suivi, débutée par l’acceptation des contrats de Parc par l’ensemble des communes, puis de la Charte fin 2010. Le budget annuel est bouclé grâce aux contributions financières des communes membres, au soutien des cantons et de la Confédération.

Les missions du Parc sont nombreuses. “Conserver, valoriser, transmettre”, tout comme “Développer une économie régionale durable” composent ses missions phares. Le PNR travaille principalement avec les communes qui le mandatent sur des projets qu’elles souhaitent développer. Le PNR travaille sur des plans de gestion à 4 ans, ainsi qu’une planification à 10 ans divisée en 4 axes principaux et 13 objectifs stratégiques.



Tableau des objectifs stratégiques du Parc selon les axes définis par l'OFEV, tels qu'ils seront nommés dans la suite de la planification à 10 ans

Axe stratégique	No	Objectif stratégique
Prévention et mise en valeur de la qualité de la nature et du paysage	1	Valorisation, entretien et restauration de divers éléments spécifiques du paysage rural et villageois
	2	Meilleure connaissance des milieux naturels, des réseaux entre les écosystèmes et des espèces cibles, promotion de leur entretien et de leur protection
Renforcement des activités économiques axées sur le développement durable	3	Promotion d'une agriculture de type familial et d'un paysage agricole ouvert et diversifié
	4	Promotion de la diversification et du renforcement de l'offre touristique durable
	5	Valorisation des forêts et renforcement de la filière régionale du bois
	6	Développement et promotion des produits spécifiques du Parc
	7	Promotion d'une politique énergétique locale durable
	8	Promotion d'une politique de mobilité durable
Sensibilisation du public et éducation à l'environnement	9	Sensibilisation du public à la qualité et aux valeurs des patrimoines naturels et culturels du Parc
	10	Promotion d'une dynamique culturelle du Parc
Management, communication et garantie territoriale	11	Communication
	12	Garantie territoriale
	13	Gestion du Parc

Figure 22: Objectifs stratégiques du plan de gestion à 10 ans

Le point n° 4 nous intéresse tout particulièrement puisqu'il prend en compte la promotion de la diversification de l'offre touristique durable. De manière plus détaillée, ce point va dans le sens *d'une offre touristique diversifiée permettant de générer une nouvelle valeur ajoutée tout en améliorant sa durabilité*. Le cas de la construction d'une offre de trail sur ce territoire devrait respecter cet objectif, mais également celui concernant *la promotion d'une mobilité durable* ou encore *la sensibilisation du public à l'environnement*.

c) Les parties prenantes

Un nombre considérable de parties prenantes sont liées directement ou indirectement avec le PNR Gruyère Pays-d'Enhaut, que celles-ci soient privées ou publiques, commerciales ou associatives :

La Confédération	PNR Gruyère Pays-d'Enhaut	Charmey Tourisme	Habitants
OFEV (Office Fédéral de l'environnement)	ADPE (Asso. pour le dév. du Pays-d'Enhaut)	Château-d'Oex Tourisme	Touristes
Cantons (FR & VD)	ARG (Asso. régionale de la Gruyère)	Rougemont Tourisme	

Communes	ARDA (Asso. régionale du District d'Aigle)	OT de Rossinière	Agriculteurs
	Sté FR d'économie alpestre	Montreux-Vevey Tourisme	Commerçants locaux
Pro Natura FR	Sté VD d'économie alpestre	OT Les Mosses-La Lécherette	Hébergeurs
Pro Natura VD	Prométerre VD	La Gruyère Tourisme	Restaurateurs
WWF	Mouvement agricole de l'Intyamon	Fribourg Région (OT FR)	
Association Narcisses Riviera	Interprofession du Gruyère AOC	Vaud Région du Léman (OT Vaud)	Sociétés de transport (MOB et TPF)
Fond Suisse pour le paysage	Coopérative FR des producteurs de fromages d'alpage	Vaud-Rando (Asso. vaudoise du tourisme pédestre)	
	Interprofession du Vacherin FR AOC	CITAV (Alpes Vaudoises)	Patrimoine Suisse (Gruyère-Veveyse)
Sociétés FR de chasse (DIANA Gruyère et Pays-d'Enhaut)	Coopérative des producteurs « L'Etivaz AOC »	Les Sociétés de remontées mécaniques (4)	Pro Fribourg
Société VD des pêcheurs en rivière	Groupement forestier du Pays-d'Enhaut	Association des accompagnateurs en montagne FR-Broye	Patrimoine Suisse (section VD)
Société de pêche de la Vallée de la Jogene	Les 4 arrondissements forestiers du Parc (VD et FR)		Musée de Charmey
	Asso. Carbo d'Amont (Pays-d'Enhaut)		Musée du Vieux Pays-d'Enhaut
	Sociétés des Intérêts des Avants/Caux/Montbovon/Albeuve/Lessoc/Neirvue/Gr andvilard/La Lécherette		Espace Ballon à Château-d'Oex

	Sté de Développement de Caux		Associatio n « Musées en Gruyère »
	Asso. Pro Veytaux		
	Asso. de l'Avenir de l'Etivaz		

d) *Les zones protégées*¹⁴

Pas moins de 195 objets d'importance nationale figurent sur le territoire du parc (Paysages, biotopes, réserves, ...). Les zones protégées résultent d'une réglementation externe au Parc. La politique réglementaire des Cantons peut primer sur les décisions qui sont prises. Afin d'obtenir les autorisations de passage sur certaines zones, il faut à la fois se tourner vers la Charte du Parc, mais également vers les Cantons.



Figure 23: Aperçu de la réserve naturelle du Vanil Noir

¹⁴ Cf. Cartes détaillées en annexe

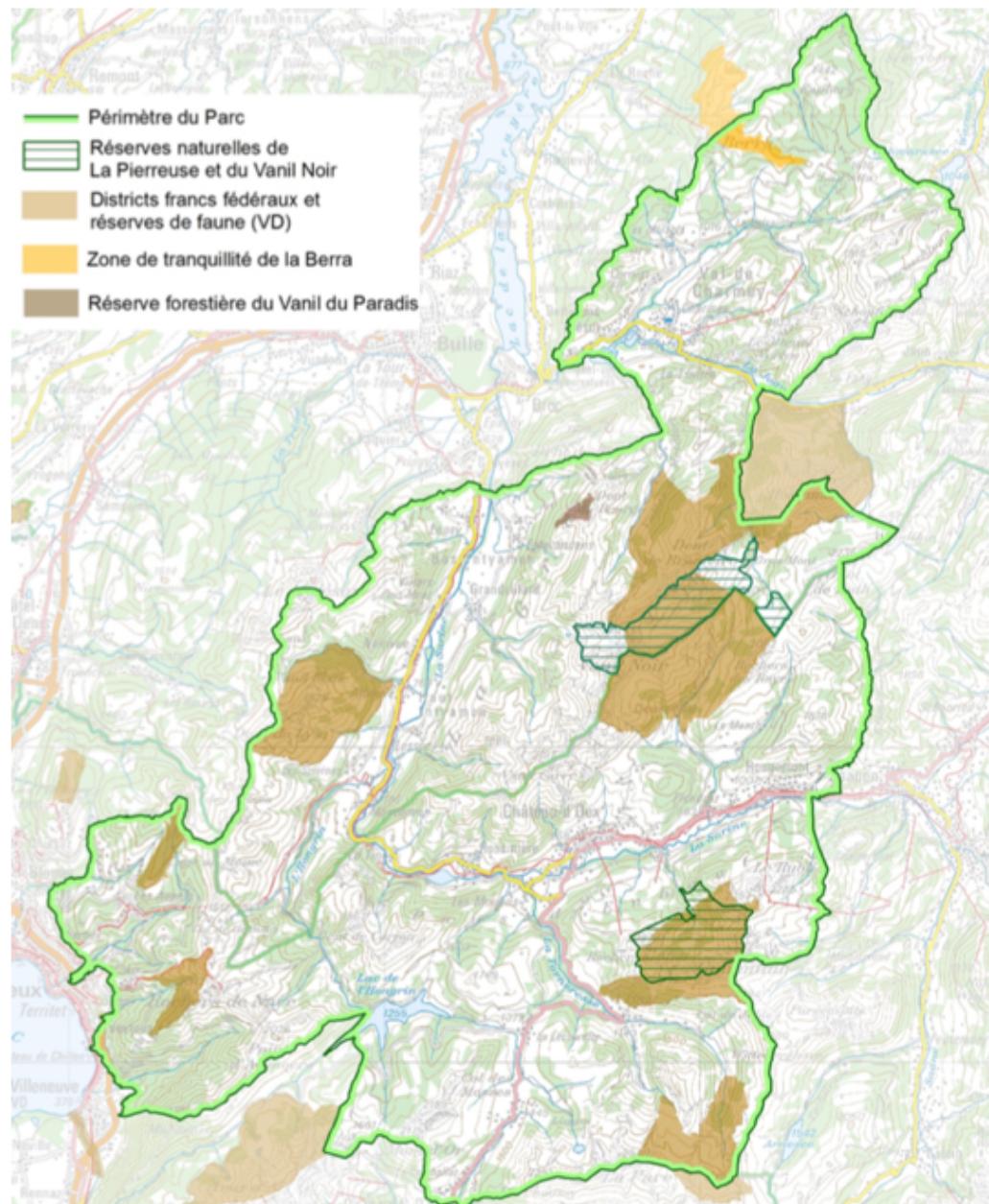


Figure 24: Délimitation des zones protégées du Parc

Plusieurs types de zones aux réglementations propres sont à prendre en compte :

- Districts francs fédéraux et réserves de faune (VD)
 - ⇒ Ne pas déranger la faune/Obligation des tenir les chiens en laisse
(Vanil Noir FR ; Vanil Noir VD ; Dent de Lys ; Pierreuse-Gummfluh)
- Réserve forestière du Vanil du Paradis
 - ⇒ Interdiction de quitter les sentiers balisés
- Zone de tranquillité de la Berra
 - ⇒ Obligatoire de rester sur les itinéraires officiels et de tenir les chiens en laisse
du 1-12 au 30-06

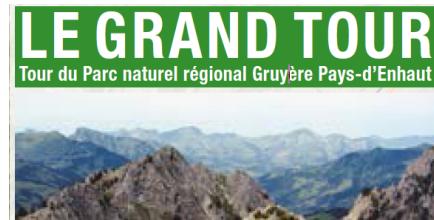
- Réserves naturelles Pro Natura
 - ⇒ Interdiction de quitter les sentiers balisés
 - ⇒ Interdiction de cueillir des espèces végétales
 - ⇒ Interdiction de déranger la faune
 - ⇒ Interdiction de s'y rendre avec des chiens

On peut constater qu'aucune de ces zones n'est inaccessible. Cependant, les restrictions sont claires et doivent être respectées. Actuellement ces règles sont écrites à l'encontre des randonneurs, elles devront peut-être être adaptées ou du moins être approuvées comme identiques pour les trailers. Certaines zones supplémentaires sont tenues secrètes (ex. zones de reproduction des coqs de Bruyère), afin de ne pas attirer les curieux. L'intégralité des itinéraires de trail devra donc être validée par les personnes responsables.

e) Itinéraires proposés par le PNR

Le Grand Tour

Ce parcours de randonnée balisé permet de réaliser le tour du PNR Gruyère Pays-d'Enhaut. Celui-ci se découpe en 10 étapes, il est conçu plutôt pour des marcheurs entraînés, mais il est adaptable à chacun. Chaque étape est réalisable dans un sens ou dans l'autre. L'objectif de cet itinéraire est de faire découvrir les richesses de la nature, de sa flore et de sa faune, et de pouvoir proposer des haltes dans différents hébergements, restaurants, buvettes, afin de faciliter l'organisation de l'excursion.



Voici les dix étapes proposées par le Grand Tour, avec leurs différentes caractéristiques :

1. CHARMEY – CABANE DES MARRINDES (16km ; 1165D+ ; 180D-)	2. BUVETTE DE JAMAN – ALLIERES (8.8km ; 513D+ ; 1225D-)
3. CABANE DES MARRINDES – CHÂTEAU-D'OEX (13.3km ; 363D+ ; 1273D-)	4. ALLIERES – ROSSINIÈRE (13.2km ; 100D+ ; 100D-)
5. CHÂTEAU-D'OEX – L'ETIVAZ (13.5km ; 1200D+ ; 1020D-)	6. ROSSINIÈRE – MONTBOVON (13.2km ; 735D+ ; 856D-)
7. L'ETIVAZ – LA LECHERETTE (9.3km ; 617D+ ; 378D-)	8. MONTBOVON – CABANE DE BOUNAVAUX (13.7km ; 1190D+ ; 350D-)
9. LA LECHERETTE – BUVETTE DE JAMAN (15.6km ; 1090D+ ; 740D-)	10. CABANE DE BOUNAVAUX – CHARMEY (12.4km ; 330D+ ; 1090D-)

Via Gruyère AOP & Via L'Etivaz AOP

Ces deux itinéraires sont également proposés sur le territoire du PNR Gruyère Pays-d'Enhaut. Les étapes sont globalement assez courtes, et ont pour objectif de faire découvrir l'historique de ces deux fromages fabriqués dans la région. La Via Gruyère AOP remonte par exemple le chemin suivi jadis par les meules de Gruyère amenées via le Col de Jaman à Vevey.



Figure 25: Itinéraires des Via Gruyère AOP et Via L'Etivaz AOP

f) Le trail dans le PNR Gruyère Pays-d'Enhaut

Plusieurs points ont été relevés au cours des entretiens avec les acteurs du PNR, qui devront être suivis ou du moins qui devront être étudiés attentivement, afin de limiter le nombre de problématiques qui pourraient survenir et de trouver les meilleures solutions.

- Zones protégées :
 - Validation des parcours par le PNR, les cantons et Pro Natura (autorisation de traverser certaines zones protégées)
 - Prise en grande considération de la zone du Vanil Noir
 - Informer les gardes-chasses

- Élaboration d'une Charte similaire à celle des randonneurs
- Faune & Flore :
 - Sensibilisation via des panneaux d'informations au départ des sentiers balisés (respect de l'itinéraire balisé, interdiction de la divagation...)
 - Montrer l'intérêt qu'il y a à préserver l'environnement qui les entoure, et donc de respecter certaines règles
- Sentiers :
 - Balisage de sentiers qui ont la capacité de supporter un certain nombre de passages
 - Sentiers sécurisés
 - Grande importance du balisage afin d'éviter de sortir des sentiers
 - Interdiction de la pratique en cas de mauvais temps/Ouverture ou non des sentiers selon la saison et l'état
- Surpopulation sur les sentiers (VTT, randonneurs, Trottin'herbe, parapente, paysans, bergers, ...)
 - Nécessité de réaliser une étude d'impact sur le flux de personnes supplémentaires qui se déplaceraient sur les sentiers
- Agriculture :
 - Travail en amont auprès des syndicats d'agriculteurs de la région
 - Position géographique des troupeaux
 - Importance de sensibiliser les trailers sur l'importance de respecter les clôtures et le comportement à adopter face au chien de troupeau (patou)
- Déchets :
 - Récupération des déchets
 - Mise en place de poubelles sur les parcours
 - Sensibiliser les trailers à la protection de l'environnement et à la gestion des déchets
 - Amendes
 - Mise en place de « nettoyeurs » qui passeraient sur les parcours régulièrement

g) Constat

« L'éloge de la lenteur » est clairement explicité par Monsieur Patrick Rudaz, coordinateur. L'objectif est d'inciter les randonneurs à prendre le temps d'admirer les paysages et de profiter des richesses des régions traversées. Le Parc doit rester « un parc à vivre, un parc à partager », sur lequel on peut, bien entendu croiser tout type de pratiquants. Une bonne gestion des activités proposées est donc essentielle, afin de conserver et protéger cet espace naturel de la meilleure des manières, tout en respectant la Charte qui lie l'ensemble des parties prenantes. Une analyse des bienfaits et méfaits

qui pourraient découler d'une nouvelle activité estivale est à réaliser. Les responsables du Parc sont conscients de la volonté des communes à développer l'offre estivale, mais selon eux, il est important de réfléchir en amont aux dégradations ou autres problèmes qui pourraient survenir. « La nature est fragile », il sera donc nécessaire de prendre en compte de manière très approfondie les zones protégées réglementées.

L'accompagnement de ce projet de développement d'itinéraires de trail par le PNR n'est bien entendu pas encore d'actualité dans le plan de gestion 2010-2020. Il pourrait faire son apparition dans le plan de gestion à 4 ans 2020-2023. Le Parc ne peut être mandaté pour créer ces itinéraires, mais ses compétences et l'expérience de terrain pourront être mises au service des initiateurs et porteurs du projet. Une grande participation à la communication pourra également être discutée. L'objectif du Parc n'est pas « de mettre des bâtons dans les roues » des initiateurs de nouveaux projets, mais d'anticiper les problématiques qui pourraient survenir et de trouver des solutions avec l'ensemble des acteurs concernés. La création du Grand Tour¹⁵ (Tour du PNR Gruyère Pays-d'Enhaut) est un exemple concret de mise en place d'une offre touristique mettant en relation plusieurs acteurs de différents environs. Il est intéressant de relever la présence d'une « Charte du Randonneur » qui incite tout randonneur à respecter entre autres le patrimoine naturel traversé.

Le PNR et ses représentants sont d'avis positifs quant à la création de sentiers balisés pour le trail au sein du Parc. Ils soutiendront et accompagneront le projet. Afin d'être en adéquation à leur philosophie, ils tenteront d'intervenir sur le fait de faire rester les touristes le plus longtemps possible sur le territoire et de promouvoir le patrimoine culturel qui s'y trouve. Cette nouvelle offre devra bien entendu s'inscrire dans une perspective de développement durable que ce soit du point de vue environnemental, mais également économique. L'intégralité des acteurs concernés de près ou de loin devra être consultée, afin de limiter les possibles problématiques, telles que celles liées aux conflits d'usage. Le PNR Gruyère Pays-d'Enhaut est en contact direct avec cet ensemble de parties prenantes très hétéroclites, et est donc un acteur central à la réalisation d'un potentiel réseau de trail dans les Préalpes.

¹⁵ « Le Grand Tour » est un circuit de randonnée en 10 étapes permettant de réaliser le tour complet du PNR Gruyère Pays-d'Enhaut. Il propose de découvrir les spécificités des régions traversées, avec des possibilités d'achat de « forfaits » avec nuits, repas, documentation de voyage, entrées pour sites culturels.

4.15 PNR GANTRISH

a) Son territoire

Le Parc Naturel du Gantrisch est situé dans les Préalpes bernoises et fribourgeoises, au cœur du triangle formé par les villes de Berne, Fribourg et Thoune. Regroupant 28 communes, le Gantrisch est un parc de 402km² réunissant différents environnements naturels. Très contrastés, les voyageurs découvrant cette région peuvent se retrouver face à des paysages faits de petits lacs de montagne, des chemins-passerelles, des ruines de monastère ou des vues à couper le souffle vers les sommets.

Afin de gérer au mieux ce Parc et son développement durable, une association de promotion de la région Gantrisch est née en 2009 (Förderverein Region Gantrisch, FRG). Elle prend en charge l'exploitation et la structuration du Parc dans son ensemble en y associant toutes les communes du PNR. Statuts et Charte viennent donner les directives pour la gestion de la Région, mais également définir les prestations intégrées par le PNR. Cette Charte a été signée par les 28 communes membres (26 BE et 2 FR).

La Confédération et les deux cantons concernés financent divers projets afin de valoriser ce PNR, préserver la nature, favoriser les valeurs sociales et relancer l'économie.



b) Rôle et missions

La PNR Gantrisch a pour missions de :

- Promouvoir des partenariats au sein de la région, mais également avec les acteurs extérieurs.
- Développer et promouvoir des offres et surveiller leur qualité.
- Soutenir et initier des projets et des études individuelles.
- Financer de manière temporaire ou permanente la conception d'infrastructures et l'exploitation du Parc.
- Gérer la communication et le marketing du Parc de manière appropriée.
- Gérer la marque collective « Parc Naturel Gantrisch »/« Naturpark Gantrisch » et gérer le livre des obligations pour l'attribution du label
- Organiser des évènements pour les membres de l'association et autres parties prenantes
- Soutenir dans la mesure du possible les activités aidant à promouvoir le PNR en termes de développement durable

Les buts statutaires sont entièrement répertoriés dans la Charte du Parc qui est synonyme de qualité et de respect de l'environnement. Celle-ci est signée par l'ensemble des communes et est valable pour une durée minimale de 10 ans. Le PNR régit également le label « Naturpark Gantrisch » qui peut être attribué à diverses offres, évènements, infrastructures, lorsque celles-ci respectent certaines conditions. Depuis 2012, plusieurs programmes de réunifications des communes autour d'un plan général de management du Parc ont été mis en place (comprenant 25 projets). L'objectif est de réunir l'ensemble des acteurs concernés et de leur permettre de suivre un but commun de développement du Parc.

Un premier plan managérial a été défini en 2011 et s'étale sur 10 ans, au sein de celui-ci est incluse une planification sur 4 ans qui vise à évaluer l'avancée des projets en cours et la mise en place des 5 buts principaux :

- Développement durable de l'économie avec un accent particulier sur l'écotourisme ou le tourisme vert
- Augmentation des ventes de produits et services locaux
- Maintien et amélioration de la protection de la nature, du paysage et de la culture
- Promotion de l'identité régionale, tout en améliorant la coopération intersectorielle et interrégionale
- Sensibilisation à la recherche et au respect de la nature

c) Financement et gestion

Le FRG est financé par la Confédération, les cantons de Berne et Fribourg, les communes et différents acteurs de la région. Toute personne ou tout organisme qui souhaite être membre ou utiliser la marque « Naturpark Gantrisch » paie une contribution. La part versée par les communes est proportionnelle au nombre d'habitants (3.- par habitant), tout comme le nombre de votes accordé lors de l'Assemblée Générale. L'association a un certain rôle de médiateur entre les diverses parties prenantes. Elle s'assure que chacune ait le même traitement, y compris les très petites communes qui n'ont que peu de voix de votes par rapport à d'autres.

L'inter-cantonalité du Parc ne pose aucun problème lié à la gestion. La direction du Parc et les responsables cantonaux se rencontrent une fois par année pour un échange bilatéral. Les communes bien porteuses principales du PNR n'ont pas de représentants officiels dans les groupes de projet. La majorité des postes au sein de ces divers groupes de travail sont occupés par des habitants, mais ceux-ci ne sont pas des « représentants » de leurs communes.

d) Zones protégées

Plusieurs sites naturels de grande importance sont répertoriés au sein du Parc, avec par exemple, les Gorges de la Singine et du Schwarzwasser, ou encore les marais du Gurnigel. Différentes zones sont considérées comme sensibles et requièrent une attention particulière. On peut observer (en vert sur la carte), les bas-marais qui régressent

progressivement et qui sont souvent l'habitat de nombreux animaux et plantes dont une bonne partie sont des espèces protégées. Des zones de tranquillité (en jaune sur la carte) ont également été délimitées afin de protéger les animaux y vivant. Ces zones ne sont pas interdites, mais accessibles à la randonnée, la question du trail devra être éclaircie. Une campagne de sensibilisation à la faune a été mise en place et est reconnaissable sous la nomination : « Respecter, c'est protéger ». Ce travail devra être élargi auprès des potentiels nouveaux pratiquants.

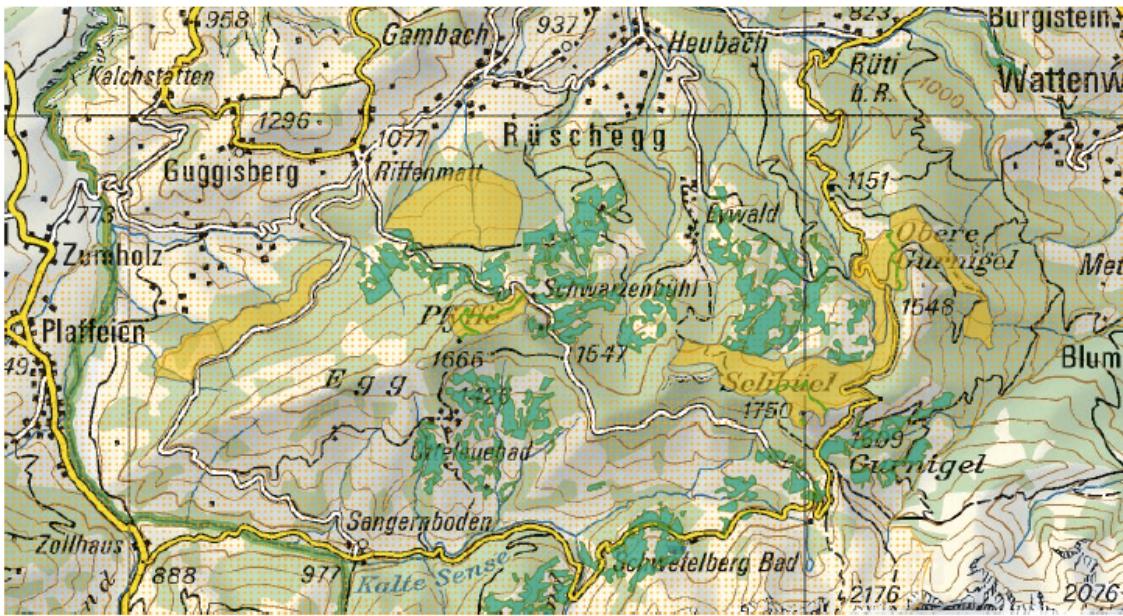


Figure 26: Zones protégées du PNR Gantrisch

e) Itinéraires existants

« Berner Wanderwege » (Berne Rando en français) est l'association responsable des sentiers de randonnée sur le canton de Berne. 10'000km de chemins pédestres sont balisés et entretenus sur l'ensemble du territoire. Cette organisation à but non lucratif s'occupe de planifier de nouveaux tronçons en fonction de l'extension du réseau routier et/ou des dégâts ayant eu lieu dans certaines régions et d'aménager et entretenir les chemins en construction ou existants. Des guides sont mis à disposition des randonneurs, et une revue est éditée quatre fois par année. Des randonnées de groupe sont également proposées.

L'ensemble des sentiers présents dans le PNR Gantrisch sont donc gérés par cette association.

Gantrisch Panoramaweg

« L'un des plus beaux chemins panoramiques des Préalpes bernoises » se trouverait au sein du PNR Gantrisch. Le « Gantrisch Panoramaweg » (chemin panoramique du Gantrisch) est une randonnée d'altitude permettant aux visiteurs de passer par différents points de vue qui permettent d'observer les plus grands sommets de la chaîne du Gantrisch et des Alpes. D'une longueur de 21km, le parcours peut se réaliser en une journée pour des personnes randonnant régulièrement.



Figure 27: Aperçu du tracé du Gantrisch Panoramaweg

f) Gestion de l'offre touristique au sein du Parc

La gestion de l'offre touristique, mais également de son développement, est actuellement en phase de restructuration, qui devrait être mise en œuvre début 2017.

Jusqu'en 2010, il existait un office du tourisme de la Région du Gantrisch, qui était soutenu pour les fonds du tourisme bernois. Depuis la création du PNR Gantrisch et de l'association liée (FRG), les bureaux de l'**OT ont été intégrés dans ceux du FRG à Schwarzenburg**. Le tourisme est actuellement un des 27 domaines principaux présents dans la stratégie du Parc. En 2012, un plan stratégique a été élaboré spécialement pour le tourisme, mais se verra considérablement adapté à la suite de la mise en œuvre de la restructuration en 2017. Actuellement, bien qu'affiliée à la stratégie de développement de la région Berne, celle du PNR lui est propre. Le Parc soutient la promotion, le développement d'offres touristiques dont les prestataires principaux sont des parties prenantes privées.

Le plan stratégique du PNR élaboré en 2012 comporte 6 buts généraux :

- Tous les prestataires s'engagent envers un développement durable et sensibilisent les visiteurs à un comportement adéquat
- Le PNR et ses offres doivent être connus à Berne
- « Près de la nature – Près de la Ville »
- Créer de la valeur et des retombées économiques directes et indirectes en offrant des services et une « aventure » qui incitent les touristes à rester plusieurs dans le Parc

- Créer des offres spécifiques pour les groupes
- Promouvoir les attraits du Parc (expérience, nature, culture, sport, loisirs, ...)
- Faciliter l'accessibilité grâce à des concepts de mobilité douce

Le public cible est clairement la population des centres urbains périphériques (Berne, Thoune, Fribourg) et de leurs alentours. Familles avec enfants, groupes et retraités représentent la part de marché la plus importante. Le cœur du plan stratégique 2017 a pour objectif de proposer un retour vers la nature et le calme (concept de « décélération » par opposition à l'accélération que subit la vie quotidienne). Le développement du tourisme sportif et d'offres liées au sein du PNR devra correspondre à cette volonté.

Un deuxième office du tourisme est présent sur le territoire, le « **Tourismus Schwarzsee-Senseland** », situé sur la commune de Planfayon. Celui-ci poursuit un agenda indépendant de celui de Gantrisch. Cet office a pour objectif principal de promouvoir tout le territoire de la Singine en mettant ses priorités sur la région du Lac Noir. En résumé, l'Office de la FRG situé à Schwarzenburg s'occupe principalement du territoire bernois du PNR, alors que celui situé près du Lac Noir se focalise sur le territoire fribourgeois du PNR, particulièrement de la région de la Singine.

g) Situation touristique actuelle

Nombreux touristes se déplacent dans le Parc essentiellement durant la période estivale. Leur nombre est estimé à 700'000 par année, pour 15'000 nuitées hôtelières environ. Ces touristes ont essentiellement suisses (80 %) et proviennent des villes et régions voisines (Berne, Fribourg, Thoune, ...). L'objectif futur est d'attirer des clients séjournant au moins une nuit dans le Parc. Un site internet répertoriant l'ensemble des possibilités d'hébergements doit voir le jour, afin de permettre des réservations online rapides et simplifiées. Les atouts du Parc sont encore très peu connus au niveau international, les touristes étrangers proviennent généralement des pays voisins uniquement.

h) Le site internet : Gantrisch Outdoor

« Gantrisch Outdoor » est une plateforme en ligne permettant à des annonceurs d'y faire figurer leurs offres d'activités de plein air se déroulant dans le Parc. Ce projet a été initié par trois parties prenantes de la région : l'Association de promotion de la Région de PNR Gantrisch, un fournisseur de vélo et une association d'ergonomie dans le travail. Malheureusement à l'heure de l'écriture de ce rapport, il n'était pas possible d'ouvrir la page d'accueil du site internet (www.gantrisch-outdoor.ch).

i) Le trail dans le PNR Gantrisch

Actuellement, l'offre de trail running n'est présente que sous la forme d'un événement appelé « Gantrisch Trail » dont la 3^e édition se déroulera le 29 octobre 2017 au départ de Rüeggisberg (30km de Schwarzsee). Trois distances sont proposées (10/20/30km), ainsi que des catégories enfants. L'utilisation du nom « Gantrisch » a été précédée par une demande auprès du Parc, qui a été acceptée.

Selon l'organisateur, le trail running est en plein essor dans la région. Limitées à 300 inscriptions, les places ont été rapidement prises d'assaut lors de la dernière édition, malgré une communication peu élargie. Seuls un site internet et une page Facebook permettent la diffusion des informations. L'idée serait d'organiser lors d'une édition future un plus long parcours, voir même un trail sur 3 jours qui traverserait plusieurs régions telles que la Gruyère, le Simmental, puis le PNR Diemtigtal.



j) Constat

Le PNR Gantrisch est clairement ouvert au développement du trail running dans le Parc. Il est bien sûr impératif que les lois, la charte et les zones naturelles sensibles soient respectées. Selon Mme Gloor, directrice du tourisme et marketing du Parc, l'initiative doit par contre venir d'acteurs privés de la région. Le PNR soutiendra et aidera bien entendu à l'implémentation des nouveaux projets, mais en tant que support secondaire et non comme acteur principal. Avec le processus de restructuration 2017 du tourisme au sein du PNR, il est possible qu'un nouvel acteur reprenne les tâches liées au tourisme, impliquant potentiellement quelques changements. Simon Zahnd, directeur de l'entreprise Gantrisch Bikestore est un acteur important au rôle prépondérant quant au développement d'une potentielle offre sportive liée au trail. Si le projet devait aboutir, il serait essentiel de créer un groupe de travail afin de définir les parcours les plus indiqués. Beaucoup de coureurs, trailers, sont déjà présents dans la région et utilisent un grand nombre de tracés GPS.

Avant toute décision, il sera malheureusement nécessaire d'attendre la mise en place de la restructuration de la partie liée au tourisme dans le Parc. Il faudra que le trail trouve une place dans le plan stratégique 2017-2021.

5 CONSTAT GLOBAL

Généralités

Les difficultés d’enneigement durant la saison hivernale, un manque à gagner récurrent des remontées mécaniques, le peu d’offres touristiques sportives alternatives et surtout différencier, forment le principal constat issu de ce diagnostic territorial. L’absence de véritable stratégie évènementielle a également été relevée dans la plupart des destinations. À la recherche d’activités complémentaires ou alternatives au ski, mais également permettant le développement du tourisme estival, les stations tentent de proposer des activités autres, mais qui sont finalement similaires d’une destination à l’autre. Les moyens à disposition de chacune d’entre elles conditionnent grandement leur capacité à innover, mais semble-t-il également la mise en place et le suivi d’une stratégie de développement formulée et cohérente sur le moyen voire long terme.

Les 11 destinations étudiées ont principalement en commun des difficultés liées aux hivers sans neige. Leysin qui se trouve être aux portes des Alpes est l’une des seules à bénéficier de systèmes d’enneigement mécaniques performants. La station du Jaun de par sa localisation et ses canons à neige peut aussi généralement proposer une offre de ski intéressante. Une recherche de durabilité et du développement du tourisme doux sont également des préoccupations majeures pour l’entier des stations. La grande difficulté réside dans l’acceptation du « sans-ski » et de la nécessité d’un lissage de l’activité touristique sur l’année. Certaines d’entre elles sont plus avancées que d’autres. Schwarzsee et plus largement la région Gantrisch semblent déjà bien attractives pour les touristes régionaux qui s’y déplacent durant la saison estivale.

Des activités sportives et de nature sont présentes dans toutes les destinations, en tant que positionnement principal clair pour certaines (Leysin), et secondaire ou du moins seulement complémentaire pour d’autres (Château-d’Oex, Rochers-de-Naye). Parfois combinées avec des activités culturelles ou gastronomiques (sentiers thématiques, randonnées vers les buvettes d’alpage, ...), ces offres sont destinées à un public généralement familial. Quelques évènements sportifs sont prévus au calendrier, mais peu semblent véritablement faire partie de la stratégie touristique en place. En effet, globalement, on constate un manque de formalisation claire de la stratégie évènementielle. L’organisation de manifestations dans un objectif de retombées touristiques, est souvent le fruit d’opportunités saisies au vol et non d’une réflexion globale et d’un calendrier préétabli sur le moyen voire long-terme. Afin d’optimiser au maximum les retombées de ces évènements, que ce soit au niveau des nuitées, de la restauration, ou en termes d’image et de notoriété, une réflexion globale devrait être tenue. Celle-ci permettrait également d’utiliser les ressources de manière efficiente en temps opportun. Château-d’Oex semble faire exception. En effet, la stratégie touristique de cette destination est claire et bien établie, son axe principal est l’évènementiel culturel. Des activités sportives sont proposées en parallèle dans la station afin de répondre à une demande, mais ce ne sont pas les produits principaux.

Développement du trail running

Marché de niche, effet de mode, opportunité à ne pas manquer, les avis sur le trail et son intérêt pour les stations divergent au sein des parties prenantes. Cependant, aucune d'entre elles n'a formulé son opposition ou du moins son désintérêt total pour la conception d'une nouvelle offre autour de cette pratique en vogue. Le point de vue des acteurs interrogés est globalement positif, bien que restent en suspens des interrogations concernant l'impact touristique effectif que pourrait engendrer un public de trailers.

Située entre la course à pied et la randonnée, une offre trail pourrait toucher un large public cible. Il n'est pas nécessaire d'être un athlète de haut niveau pour s'adonner à ce qu'on pourrait appeler la randonnée « rapide » ou la rando-trail. La place que pourrait prendre l'offre trail dans les différentes stratégies touristiques dépend par contre des stations. Pour Charmey ou les Paccots par exemple, le trail pourrait devenir un produit important au sein de la stratégie touristique sportive. Déjà très présent de manière informelle aux Paccots grâce entre autres à l'événement « Trail des Paccots » qui se déroule entre mai et juin, la création d'une offre spécifique accompagnée d'activités permettrait de communiquer à plus large échelle et de se positionner comme lieu incontournable. Charmey considère le trail comme une opportunité à saisir en cohérence avec la volonté de développer un tourisme vert 4 saisons. L'aspect sportif est actuellement faiblement représenté dans l'offre touristique, le produit trail pourrait combler ce manque et permettre d'élargir le public cible.

Pour les responsables du tourisme à Château-d'Oex, le trail est également à considérer comme une opportunité qui viendrait seconder l'offre sportive en place. Le produit trail ne serait clairement pas le produit phare, mais une activité supplémentaire au potentiel semble-t-il limité. La Berra bien que très intéressée par le concept, ne dispose que peu de ressources pour développer ce type d'offres. Trois projets sont actuellement en stand-by, il ne sera pas possible pour eux de tout faire en même temps. Cependant, un événement semble vouloir voir le jour, initié par des passionnés, en septembre 2017. À Jaun, station accueillant hiver comme été nombreux sportifs (escalade, ski alpinisme, randonnée), les acteurs sont très favorables à cette nouvelle offre. Pour eux, l'opportunité réside essentiellement dans l'organisation d'évènements qui permettrait de faire connaître la station à plus large échelle. C'est également le cas de Schwarzsee qui est fortement intéressé à élargir son offre estivale, le trail pourrait largement y trouver sa place, tout comme des évènements ou activités liant découverte des panoramas quasi alpins et sport.

L'Office du tourisme Vevey-Montreux est clairement intéressé par ce nouveau projet pour les stations des Rochers-de-Naye et des Pléiades. Pour ces destinations touristiques situées aux portes de centres urbains importants, le souhait est de pouvoir proposer de nouvelles activités à une clientèle étrangère très demandeuse, mais également de conserver ou même de développer le lien entre ville et montagne. L'accueil d'une manifestation trail de grande ampleur en 2017 montre clairement que la région a un fort potentiel, et une motivation à développer cette offre de pratique. L'Office du tourisme de Leysin-Les Mosses a aussi montré un fort intérêt pour le développement d'une offre trail

du côté de la station des Mosses, Leysin ayant déjà bon nombre d'activités à disposition des touristes.

6 PROPOSITIONS

6.1 GOUVERNANCE & FINANCEMENT

1^{re} proposition

La structure qui semble la plus appropriée pour mettre en place, puis gérer une infrastructure liée au trail et en réseau entre différentes stations touristique, est une association. Celle-ci, serait dénommée par exemple « Association de Trail des Préalpes » ou « Association du Parc de trail des Préalpes » et réunirait, en tant que membres fondateurs, l'ensemble des 11 destinations touristiques et des 2 Parcs Naturels Régionaux concernés par ce projet. En outre, d'autres acteurs économiques ou organisateurs d'évènement intervenant dans le secteur du trail pourraient par la suite adhérer à cette association afin de participer aux prises de décision via l'assemblé générale et au financement de cette infrastructure pourvoyeuse d'activité économique pour eux. Pour piloter au mieux cette nouvelle offre de trail sur le territoire, cette association devrait posséder : un comité exécutif, un comité de pilotage et un chef de projet salarié à l'année afin de coordonner techniquement le projet. Le comité de pilotage pourrait être composé des membres fondateurs.

En matière de financement, le budget pourrait être divisé en 3 parties distinctes :

1. Un premier financement permettra de lancer puis faire fonctionner l'association la première année. Celui-ci pourrait entre autres être financé par la NPR et d'autres institutions publiques soutenant des projets innovants.

Montants potentiels : 45 000 CHF (Salaire du chef de projet (taux <50 % : 35 000 CHF/Frais administratifs : 10 000 CHF).

2. Un budget est ensuite à prévoir pour concevoir physiquement le réseau de trail, c'est-à-dire pour en matérialiser l'existence par un balisage spécifique. Suivant, entre autres, les itinéraires proposés dans ce travail (et d'autres parcours qui seront très certainement ajoutés) pour chaque destination touristique, mais aussi pour la vingtaine de liaisons qui les relient entre elles.

Montant potentiel : 30 000 CHF¹⁶

Ces dépenses comprennent le prix du matériel, le défraiement des bénévoles/baliseurs et la prise en charge de leurs frais kilométriques, rapportés au nombre d'heures nécessaires pour baliser les itinéraires choisis. Ce montant peut considérablement varier en fonction du nombre de flèches de balisage prévu. Si le choix devait se porter vers des parcours balisés entièrement numériques, un

¹⁶ Source : responsable technique de Vaud Rando (entretien avec M. Matthey-Doret). Env. 45.- /1h de balisage réalisé par un bénévole défrayé.

montant important devra être alloué à la réalisation de l'application, cependant il sera bien certainement inférieur à celui-ci.

3. La troisième partie du budget à programmer est celle qui concerne le marketing et la communication. Elle permettra d'assurer la meilleure promotion possible de cette nouvelle offre, et sera répartie notamment entre : une campagne de communication, l'édition de documents supports comme des cartes des itinéraires ou encore le développement d'une identité visuelle spécifique. Un budget marketing conséquent sera nécessaire la première année, tandis que les années suivantes, un fonds de roulement pourra être suffisant pour assurer des campagnes de communication régulières. Un soutien aux manifestations pourrait également être prévu, notamment au niveau de la communication.

Montant potentiel : 1^{re} année (50 000 CHF)/2^e année et suivantes (30 000 CHF)

Le budget initial du réseau de trail serait donc d'environ 125 000 CHF. Après la première année, les fonds seront surtout nécessaires à la communication, au financement du poste de chargé de projet, à l'entretien du balisage et aux frais administratifs. Les recettes proviendraient des destinations (via les Offices du Tourisme et financé en partie par la taxe de séjour par exemple). Les montants varieraient en fonction de l'importance de chacune dans le réseau de trail (selon le nombre de parcours et les infrastructures proposées, mais également leur implication au sein du réseau). La Nouvelle Politique Régionale (NPR) pourrait certainement être financeur d'une partie, étant donné que cette nouvelle offre impliquerait un changement structurel dans le tourisme et une promotion économique pour le territoire. Des cotisations pourraient ensuite être demandées aux membres prestataires de services, en contrepartie d'une visibilité accrue sur le site internet et dans les Offices du tourisme partenaires. Des formes de sponsoring avec des contreparties en termes de visibilité pourraient également voir le jour.

Deuxième proposition

Une deuxième forme de gestion pourrait être la création d'une association d'un format identique à celui proposé ci-dessus, mais allégé, car la gestion en tant que telle du projet sera donnée à un mandataire externe (société du type « Swiss trail Parks »). Ce mandat serait alors financé annuellement par les cotisations des membres de l'association, qui seraient quant à elles proportionnelles au réseau de parcours présents sur le territoire. Ce type de gouvernance permettrait une certaine délégation du projet et donc une réduction de l'implication des parties prenantes des stations, déjà souvent fortement sollicitées. Cependant, une perte de « maîtrise » du projet est également une prise de risque, cette forme de gestion ressemble d'une certaine manière à celle proposée par « Station de Trail » (au travers de Outdoor Initiative). Les montants annoncés par la société « Swiss Trail Parks » (mandataire possible) sont conséquents, il est actuellement difficile d'imaginer que ces 11 destinations débloquent environ 500 000 CHF la première année. De plus, actuellement cette société n'est visible que sur le papier, nombreuses étapes seront nécessaires avant que celle-ci voit le jour.

Troisième proposition

Bien qu'à l'heure de la finalisation de ce rapport, une première décision a été prise concernant le non-souhait à s'associer au concept de *Station de Trail*, il n'est pas possible d'ignorer cette possibilité. En effet, au jour d'aujourd'hui, c'est finalement le seul concept qui a fait ses preuves. Cependant, le gros point d'interrogation réside dans le fait que celui-ci n'a jusqu'à lors pas été implanté et testé en Suisse. Les avantages avancés par le commercial en charge de la vente du projet ne sont semble-t-il pas tous parfaitement vérifiés dans ce cadre. La Suisse est un pays relativement onéreux pour des clients étrangers, il est donc justifié de se poser la question de l'intérêt qu'aurait des trailers de la communauté du réseau, majoritairement français, à se déplacer en Suisse pour pratiquer leur passion. De plus, la marque Raidlight très présente sur tous les supports de communication est peu présente en Suisse, ce qui pourrait rendre difficile à une station suisse de se lier avec un partenaire commercialisant potentiellement la marque, ou inversement de trouver d'autres partenaires commerciaux qui verraient en la marque Raidlight, un concurrent.

6.2 DEVELOPPEMENT INTERSECTORIEL POSSIBLE

L'infrastructure sportive destinée à la pratique du trail dont nous avons discuté de la pertinence dans ce travail devrait, dans un second temps, également jouer un rôle structurant pour une filière élargie autour du trail. Cette diversification « verticale », c'est à dire suivant plusieurs services, prestations ou fournitures de matériel tous en lien avec l'activité sportive qu'est le trail, est une opportunité pour élargir les possibilités d'installation d'entreprises. En effet, une politique d'accompagnement du développement économique d'une filière large autour du trail (notamment par les Cantons), pourra permettre à des entreprises proposant : de la conception de matériel sportif, des prestations de remis en forme ou de soin en lien avec le sport, des prestations d'entraînement typées « haut niveau » de s'implanter localement. Dans le cas de Saint-Pierre de Chartreuse et de l'implantation de sa *Station de Trail*, nous avons pu constater que la structuration locale induite du trail, outre le développement de la filière touristique, a conduit à l'implantation de plusieurs concepteurs et fabricants de matériel sportif (VTT notamment) attirés par l'image sportive et innovante du territoire. Par ailleurs, il semble que le trail ait aussi engendré un phénomène de migrations d'agrément pour des populations originaires des centres urbains proches (1 h à 1 h 30 de route) et recherchant un cadre de vie propice à leur loisir, dans ce cas le trail. Plusieurs entretiens menés localement dans le cadre de travaux préalables nous ont permis d'affirmer que la présence d'une *Station de Trail* avait engendré entre autres le développement du trail dans des clubs, et de l'événementiel, alors que tout cela ne préexistait pas.

Ce développement intersectoriel sera en partie propre au positionnement de chaque destination du réseau. Les acteurs commerciaux tels que les magasins de sport auront un rôle à jouer quant à la vente de produits trail ou même la location/test de certains (GPS, sac à dos, bâtons, ...), mais ce ne sont pas les seuls. Les Accompagnateurs de moyenne montagne pourront également développer leurs offres et seront des acteurs essentiels à l'élaboration d'activités animant la destination. Plus spécifiquement, une destination

comme Charmey par exemple, une orientation « bien-être » (en lien avec les Bains thermaux présents et connus) pourra permettre le développement d'une offre liée à la rééducation et au sport santé (traitement de l'obésité par exemple).

6.3 PARCOURS

Comme relevé dans les résultats issus du benchmarking réalisé auprès des stations labellisées, plusieurs caractéristiques différencient chaque parcours proposé. Le nombre de kilomètres, le dénivelé positif parcouru, ou encore la technicité des sentiers déterminent le niveau de difficulté représenté par des couleurs similaires à celles que l'on trouve sur les domaines skiables : vert, bleu, rouge et noir. Des parcours sont en boucle, d'autres de type « km vertical » (maximum de dénivelé et minimum de kilomètres) ont une arrivée au sommet, et certains encore permettent de rejoindre une destination voisine. Les parcours permettent de faire découvrir la région en proposant de passer aux abords de lieux touristiques ou de sommets connus.

Afin de définir au mieux les futurs parcours d'un réseau de trail dans les Préalpes, plusieurs caractéristiques qu'il s'agira de compléter pour chacun :

- Type : « boucle », « liaison », « KV (kilomètre vertical »)
- Lieu de départ
- Lien d'arrivée
- Dénivelé positif (D+)/Dénivelé négatif (D-)
- Niveau technique (★ à ★★★★)
- Description des difficultés
- Niveau physique (★ à ★★★★)
- Niveau global (détermine la couleur attribuée)
- % route goudronnée, % chemin forestier et d'alpage, % monotrace
- Particularités
- Période d'ouverture (praticabilité selon la saison)
- Profil
- Variantes possibles
- Autres remarques

Afin de réaliser l'ensemble des parcours disponibles en annexe, plusieurs applications, logiciels ou sites internet permettant de répertorier des parcours partagés par des utilisateurs, ont été utilisés. Les tracés des courses existantes ont également été pris en compte ainsi que les itinéraires de randonnée proposés par Suisse Mobile. En l'état les parcours nécessitent bien certainement des ajustements, afin de définir le tracé final idéal. Certaines caractéristiques n'ont de plus pas pu être complétées, car non encore testées. Cependant ces 41 parcours « boucle » ou « KV », ainsi que les 24 « liaisons » offrent déjà un bon aperçu des possibilités.

Il faut noter que l'ensemble de ces parcours sont des premières propositions, offrant une première base de travail ! Ils devront être vérifiés, validés, testés et certainement modifiés avant balisage.



7 CONCLUSION

La gestion du développement du tourisme sportif en montagne est un domaine actuellement soumis à de forts enjeux. La neige vient régulièrement à manquer, ou arrive tardivement, compliquant la situation économique des sports d'hiver. Le bilan annuel des remontées mécaniques est souvent déficitaire et les réservations se font parfois attendre. Si les constats semblent complexes, les solutions à adopter le sont tout autant. Certaines stations ont par exemple investi fortement dans les canons à neige, décision qui permet de « sauver » ou du moins limiter les dégâts causés par un manque de neige durant les vacances. D'autres n'ont tout simplement pas les capacités d'investissement nécessaires ou les conditions optimales pour leur utilisation. La diversification et la recherche d'activités complémentaires ou alternatives restent donc les solutions qui paraissent les plus idéales afin d'assurer un avenir touristique aux stations de montagne. Un constat revient ainsi souvent dans la bouche des gestionnaires : « il ne s'agit plus uniquement de vendre du ski, mais aussi de vendre de la montagne quel que soit l'activité que l'on vient y pratiquer ».

Le trail, sport très en vogue ces dernières années constitue une piste souvent envisagée comme l'alternative principale au « tout ski ». Ce nouveau produit a l'avantage d'être une activité très pratiquée et en constante croissance, à l'identité à la fois marquée par la nature et par une forte accessibilité. Toutefois, les retombées exactes que peut engendrer le développement d'une offre de trail sur un territoire sont malheureusement encore très difficiles à quantifier. Dès lors, la difficulté à évaluer ce phénomène peut freiner les volontés d'investir dans des infrastructures dédiées, quand bien même il est certain que cela permettrait de diversifier l'offre sportive en place même si elle touche uniquement un marché de niche : « nouvelle offre, nouvelle demande, nouveaux clients, nouvelles consommations ». Le territoire des Préalpes semble, de plus, être un terrain de jeu propice à la pratique. Proche des centres urbains et riche de panoramas emblématiques de la région, il est aussi relativement peu éloigné de la France voisine.

Actuellement, aucune véritable offre trail n'est présente dans les destinations étudiées au sein des Préalpes. Plusieurs événements ont néanmoins émergé ces dernières années et ils attirent de nombreux pratiquants. Ainsi, on peut croiser régulièrement des trailers de la région qui s'entraînent sur les itinéraires locaux alors qu'aucune infrastructure n'est dédiée. L'analyse les différentes formes de coopération présentes dans le massif des Préalpes, montre qu'elles sont encore trop rares. Un réseau de trail à l'échelle de ce massif, réseau de portée intercantonale, permettrait de regrouper un ensemble de parties prenantes directement intéressées par une stratégie de diversification touristique en partie appuyée sur le trail running, et dans une optique territorialisée. Ce réseau serait à même de fournir la spécificité nécessaire à une offre de trail pour se démarquer des autres destinations trail, et notamment des *Stations de Trail* qui sont elles, des infrastructures touristiques plutôt génériques, très similaires. En effet, la Suisse, les Alpes ou les Préalpes, la Gruyère ou encore Charmey sont des lieux ou des territoires qui, s'ils sont valorisés, se transforment en « quasi-marque », et donc en atout pour un produit touristique destiné à un marché concurrentiel. La dénomination, les contours ou la

coopération au sein de ce réseau sont les points essentiels à définir pour implanter durablement une offre liée au trail. Une stratégie de communication commune, un calendrier évènementiel cohérent ou encore des offres de type « package » permettant de se déplacer d'une station à l'autre durant son séjour (avec par exemple le transport des bagages), seraient quelques-unes des collaborations qui pourraient être mises en place entre les destinations du réseau. Par ailleurs, celles-ci pourraient se démarquer au sein de ce réseau de trail, par exemple entre les « villes de trail » (Charmey, Château d'Oex, Moléson) ou encore le « bases/spots de trail » (La Berra, Les Paccots, Caux, etc.) suivant leur capacité d'hébergement, d'investissement, ou leur patrimoine naturel.

L'aspect novateur des infrastructures dédiées au trail, et notamment de *Stations de Trail*, a inspiré plusieurs stations françaises qui ont vu en elles de nouvelles offres potentielles et donc une possibilité de se diversifier, de se différencier, et d'attirer un nouveau public sur le territoire. Globalement satisfaits des retombées dues à ces offres, les responsables des stations touristiques de montagne qui ont fait appel au trail relèvent la nécessité de faire vivre la culture du trail grâce entre autres à une stratégie évènementielle bien réfléchie et à des activités récurrentes programmées telle que des stages ou des sorties organisées. Enfin, ils constatent de manière unanime l'importance de mobiliser des moyens conséquents pour la communication afin de faire connaître l'existence de cette offre et la stratégie instaurée grâce au trail.

L'utilisation du trail running dans le cadre d'un processus de diversification touristique semble donc être une bonne solution, d'autant qu'il peut être mis en place avec des moyens humains, financiers ou politiques relativement modestes. Cette solution a surtout l'intérêt de valoriser un territoire et ses ressources, son patrimoine naturel, sa ou ses montagnes, et ce de manière constante dans le temps ainsi que d'offrir des vecteurs puissants de communication. En effet, les événementiels organisés toute l'année agissent comme autant de campagnes de communication, tandis que l'hyperconnectivité des trailers est un atout pour faire circuler des informations sur une ou plusieurs destinations touristiques.

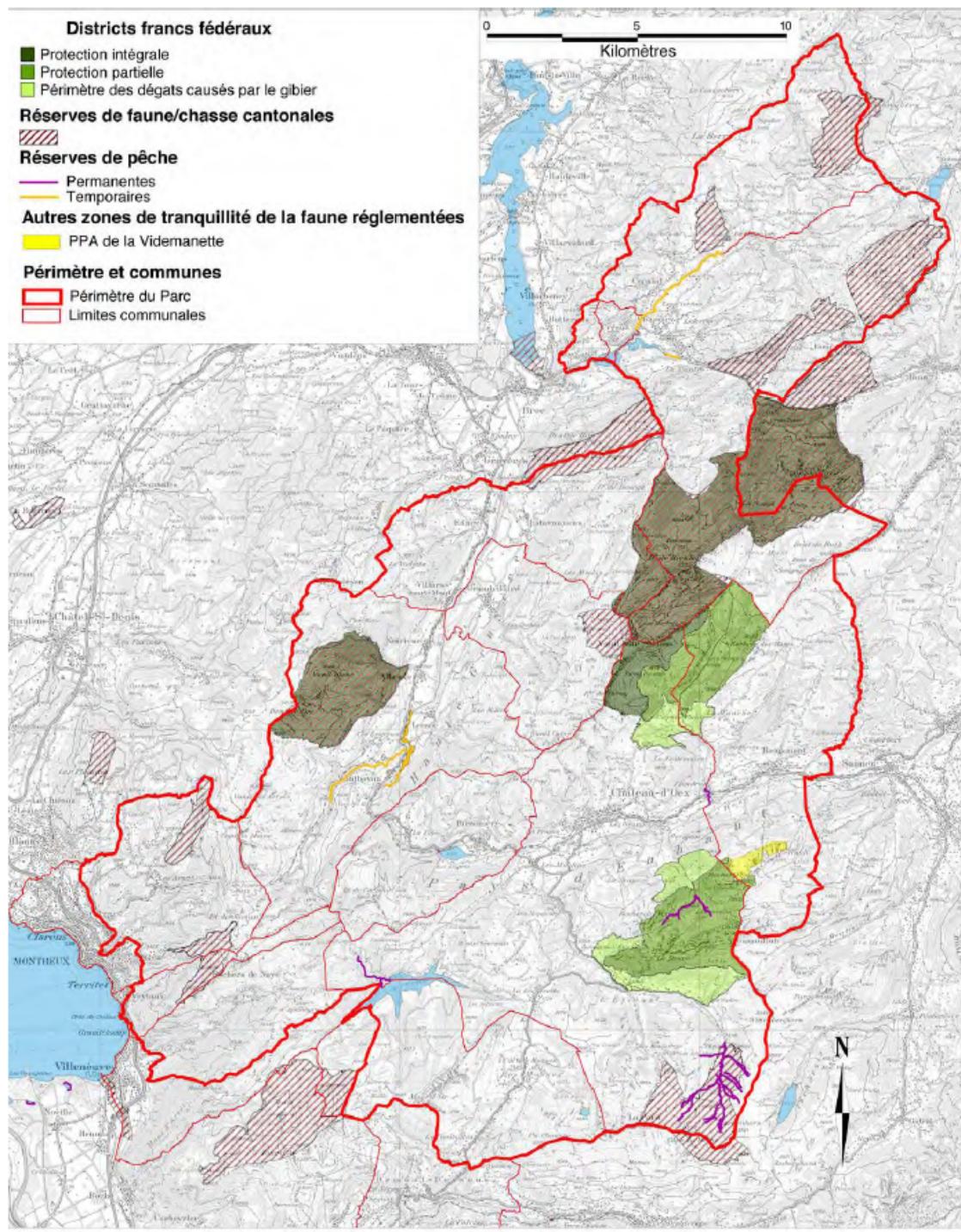
8 ANNEXES

8.1 LISTE DES ENTRETIENS REALISES

Prénom	Nom	Fonction	Station/PNR/...	
Benoit	Laval	Directeur RL/fondateur Outdoor Initiative	Raidlight/ St.-Pierre de Chartreuse/ Outdoor Initiative	Concept "ST"
Louis	Arnould	Ex-Responsable Station trail de	St.-Pierre de Chartreuse	Concept "ST"
Francis	Dujardin	Responsable "vente" du concept	Outdoor Initiative	Concept "ST"
Cyril	Braesch	Rattaché au syndicat mixte d'aménagement des stations de montagne de la vallée de Munster	Vallée de Munster/Hautes-Voges	Benchmarking
Bernard	Matthey-Doret	Président technique vaud Rando	Vaud Rando	Sentiers
Marion	Duc	Project and Communication Manager	Montreux-Vevey Tourisme	Tourisme
Christophe	Valley	Directeur OT Charmey	Charmey	Tourisme
Mathilde	Clépoint	Reps. Produit et Évènements OT	Charmey	Tourisme
Thierry	Moret	Initiateur futur événement trail	Charmey	Évènement
Jean-Francois	Broggio	Habitant de Charmey et "idée" projet	Charmey	Privé
Sébastien	Bonvin	Directeur Hôtel du Sapin à Charmey	Charmey	Hôtelier
Jeanine	Bapst	Accompagnatrice moyenne	Charmey	Privé
Didier	Castella	Directeur magasin de sport Castella	Charmey	Privé
Sébastien	Jacquat	Conseiller communal en charge	Charmey	Public
Frédéric	Delachaux	Directeur OT Pays d'EnHaut (Château d'Oex)	OT Pays d'Enhaut (Château d'Oex)	Tourisme
Pierre-Alain	Morard	Directeur Leysin-Les Mosses	Leysin - Les Mosses	Tourisme
Valérie	Voirol	Ass. Administrative et resp. marketing (Leysin -Les Mosses)	Leysin - Les Mosses	Tourisme
Stéphane	Genêt	Directeur d'un magasin de sport et accompagnateur de moy.montagne (Les Mosses)	Les Mosses	Privé
Pascal	Charlet	Directeur Gruyère Tourisme	Gruyères Tourisme	Tourisme
Jean-Marie	Buchs	Directeur OT Jaun	Jaun	Tourisme
Didier	Kilchoer	Directeur Exploitation SRM La Berra	La Berra	
Sophie	Reymond	OT des Paccots	Les Paccots	Tourisme
Patrice	Pernet	Course Neirivue-Moléson	Moléson	Évènement
Lionel	Berteau	Trail des Paccots	Les Paccots	Évènement
Adolf	Kaeser	Directeur OT Schwarzsee	Schwarzsee	Tourisme
Hugo	Raemy	Magasin Mahu-Sport	Schwarzsee	Privé
Simon	Zahnd	Organisateur Gantrish Trail	Gantrish	Évènement
Ramona	Gloor	PNR Gantrish	PNR Gantrish	Tourisme / PNR
Patrick	Rudaz	Coordinateur PNR Gruyère-Pays	PNR Gruyère-Pays d'EnHaut	Tourisme / PNR
Florent	Liardet	Chef de projet tourisme	PNR Gruyère-Pays d'EnHaut	Tourisme / PNR

8.2 CARTOGRAPHIE DES ZONES PROTEGEES¹⁷

CARTE VI Districts francs fédéraux



¹⁷ Source : Charte du PNR Gruyère Pays-d'Enhaut

CARTE VII Réserves naturelles

Réserves naturelles

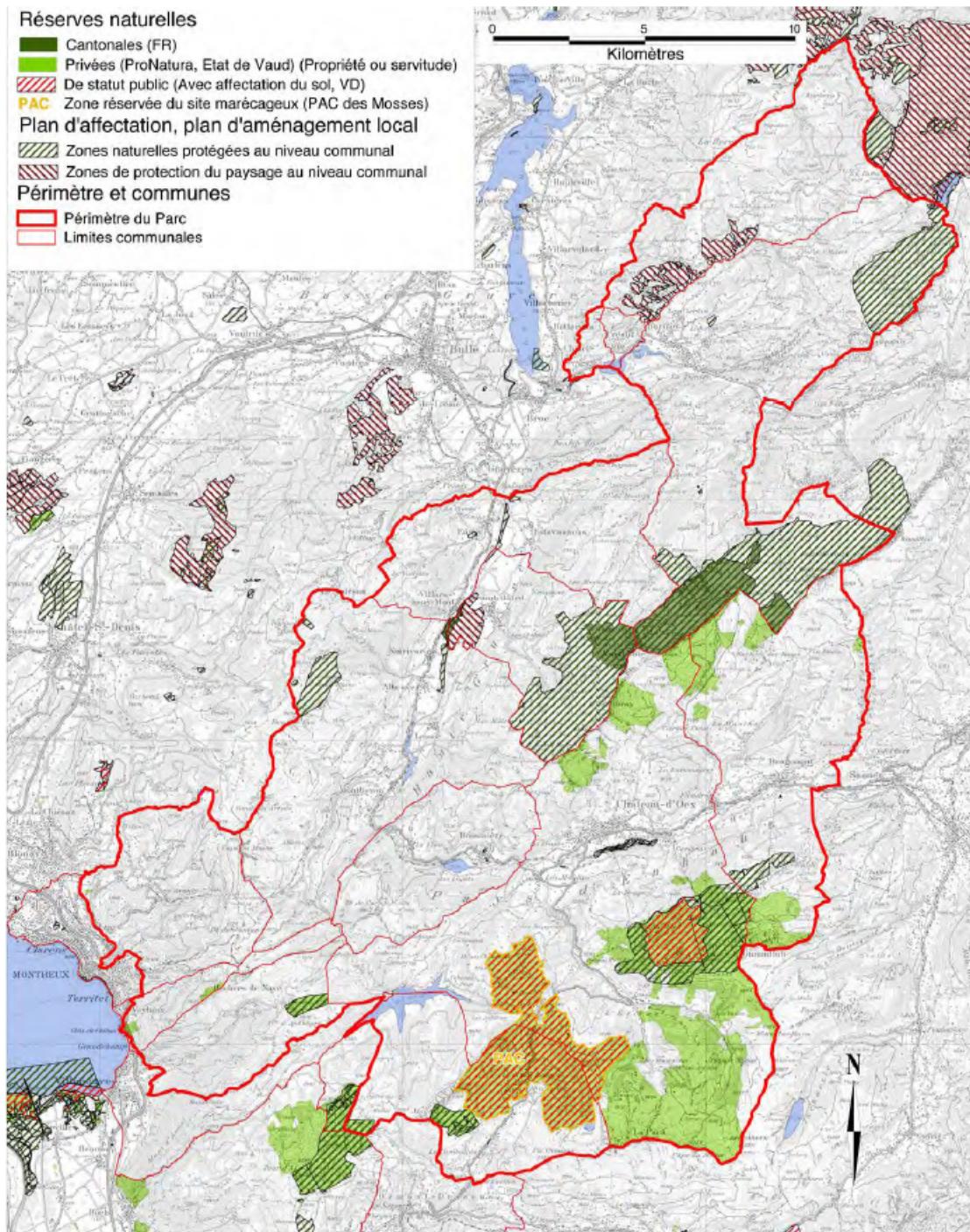
- Cantonales (FR)
- Privées (ProNatura, Etat de Vaud) (Propriété ou servitude)
- De statut public (Avec affectation du sol, VD)

PAC Zone réservée du site marécageux (PAC des Mosses)
Plan d'affectation, plan d'aménagement local

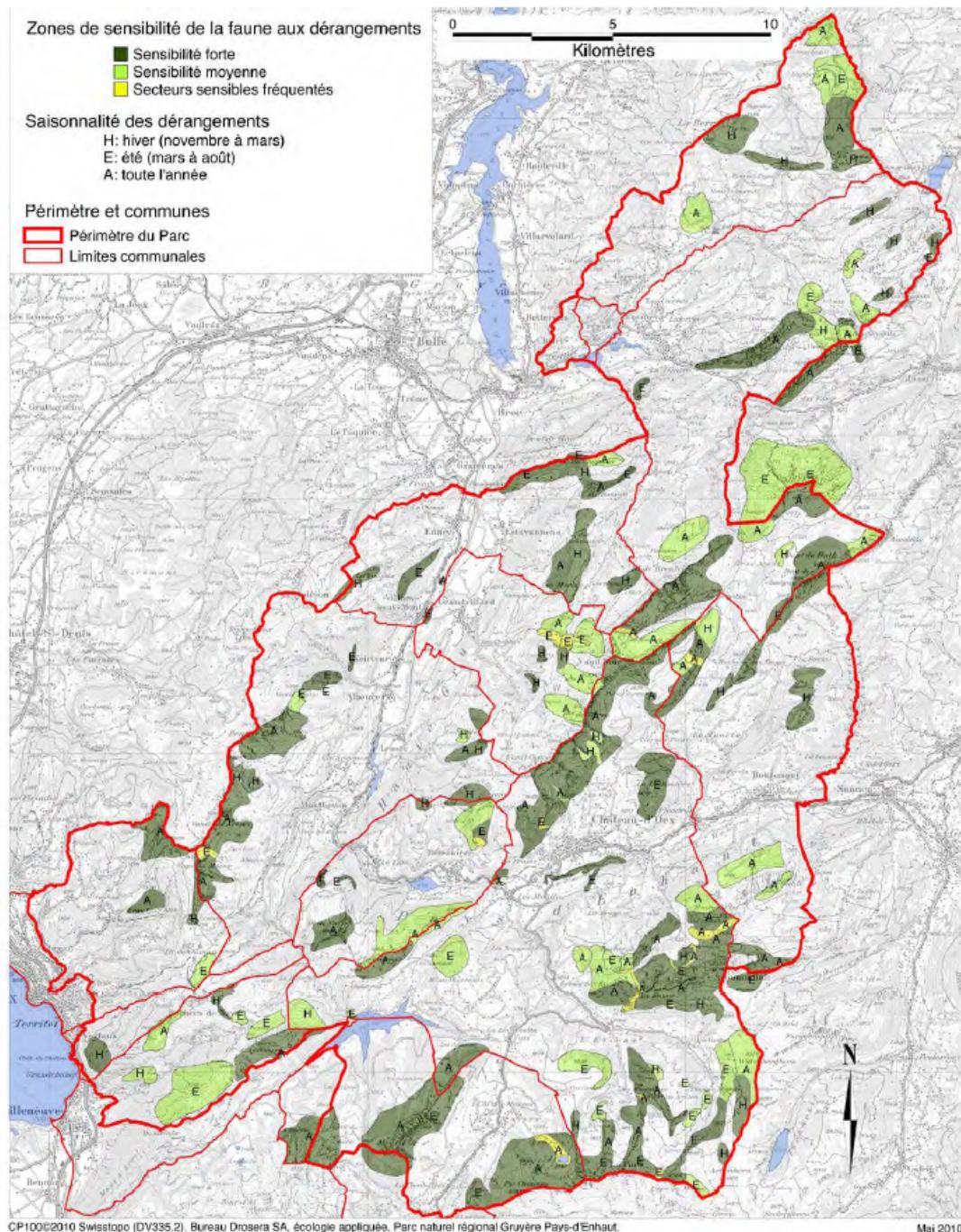
- Zones naturelles protégées au niveau communal
- Zones de protection du paysage au niveau communal

Périmètre et communes

- Périmètre du Parc
- Limites communales



CARTE XI Zones de sensibilité de la faune aux dérangements

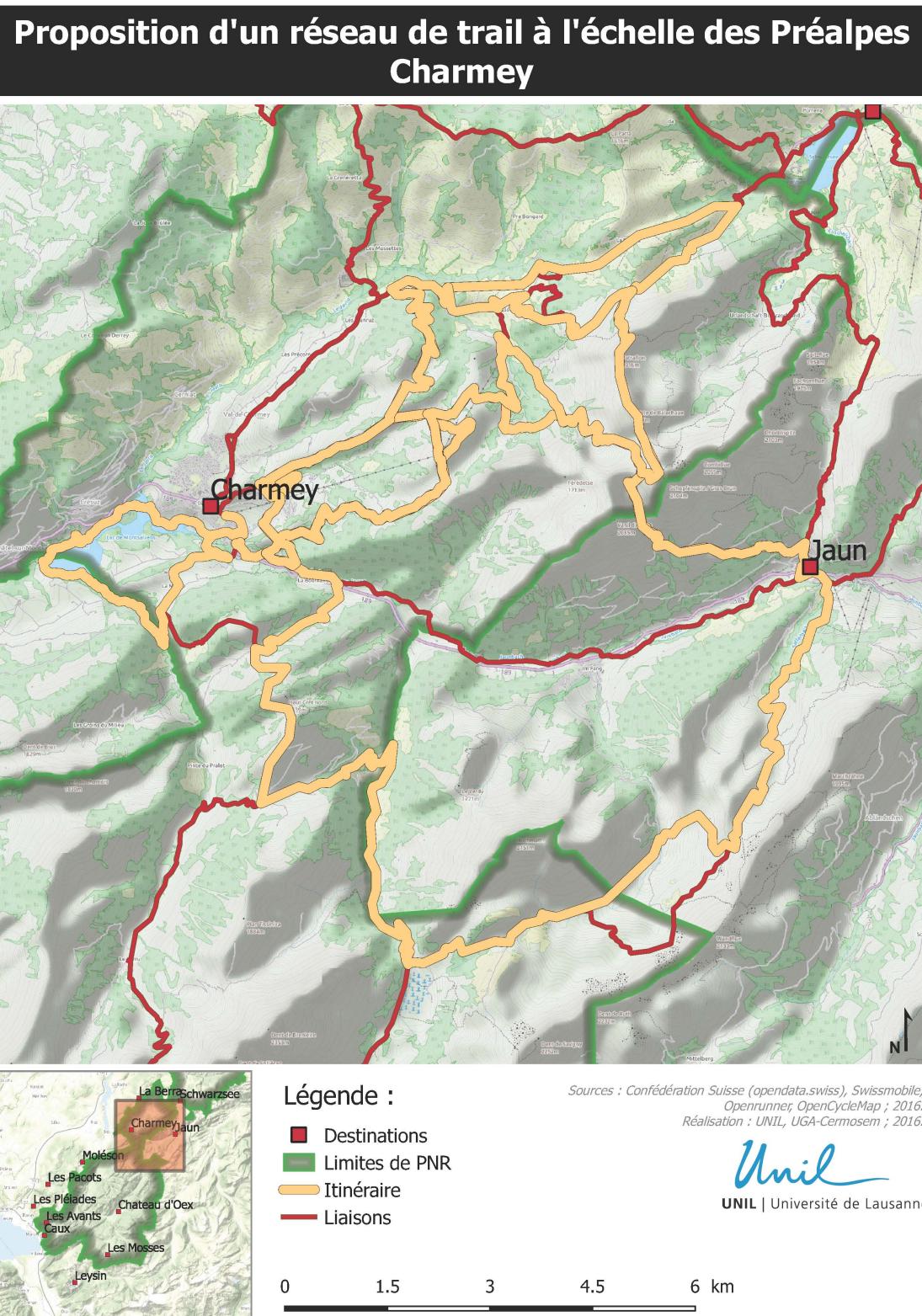


8.3 REPRESENTATIONS GLOBALES DES PARCOURS PROPOSES

I. Totalité du territoire



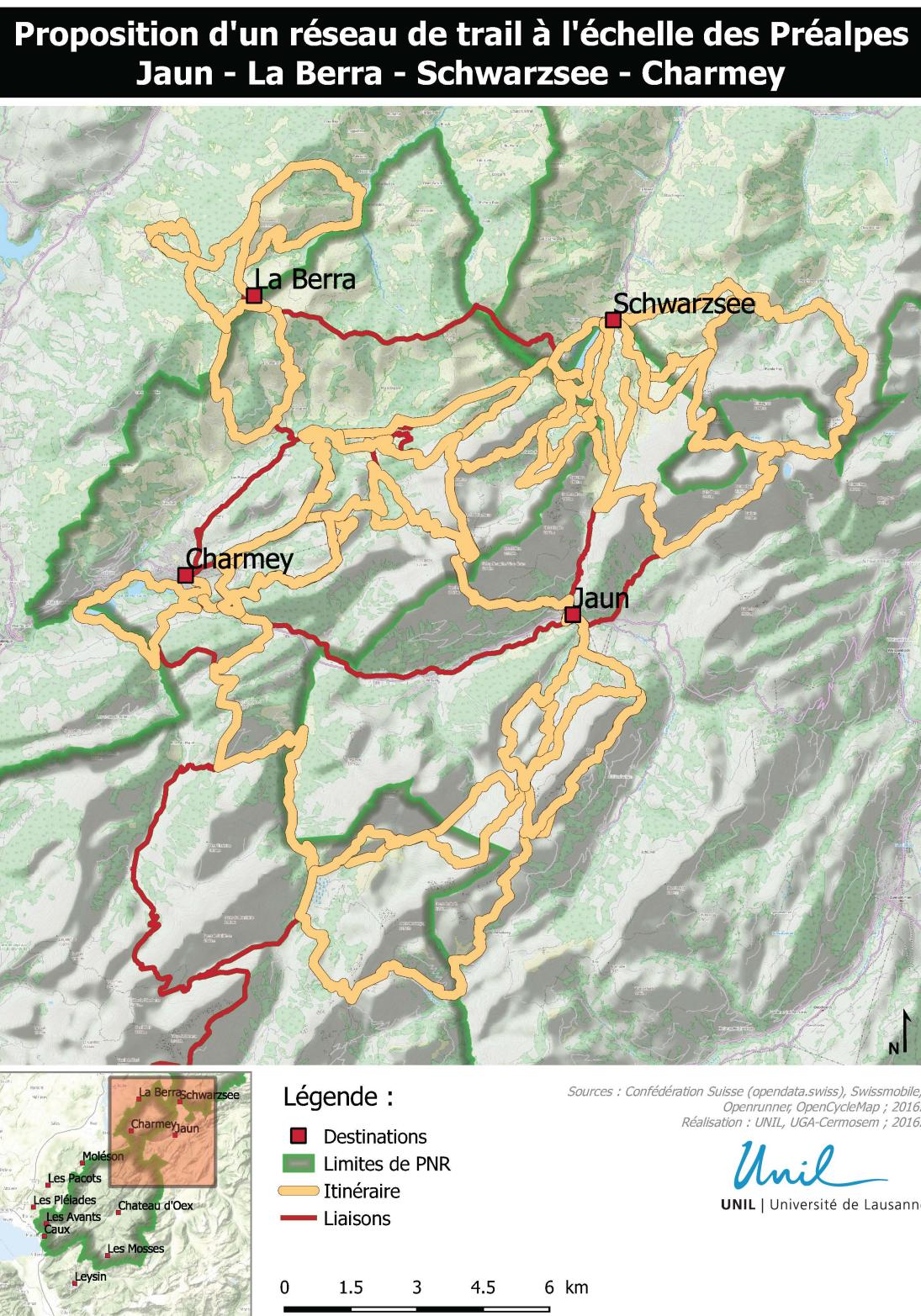
II. *Charmey*



III. Château-d'Oex

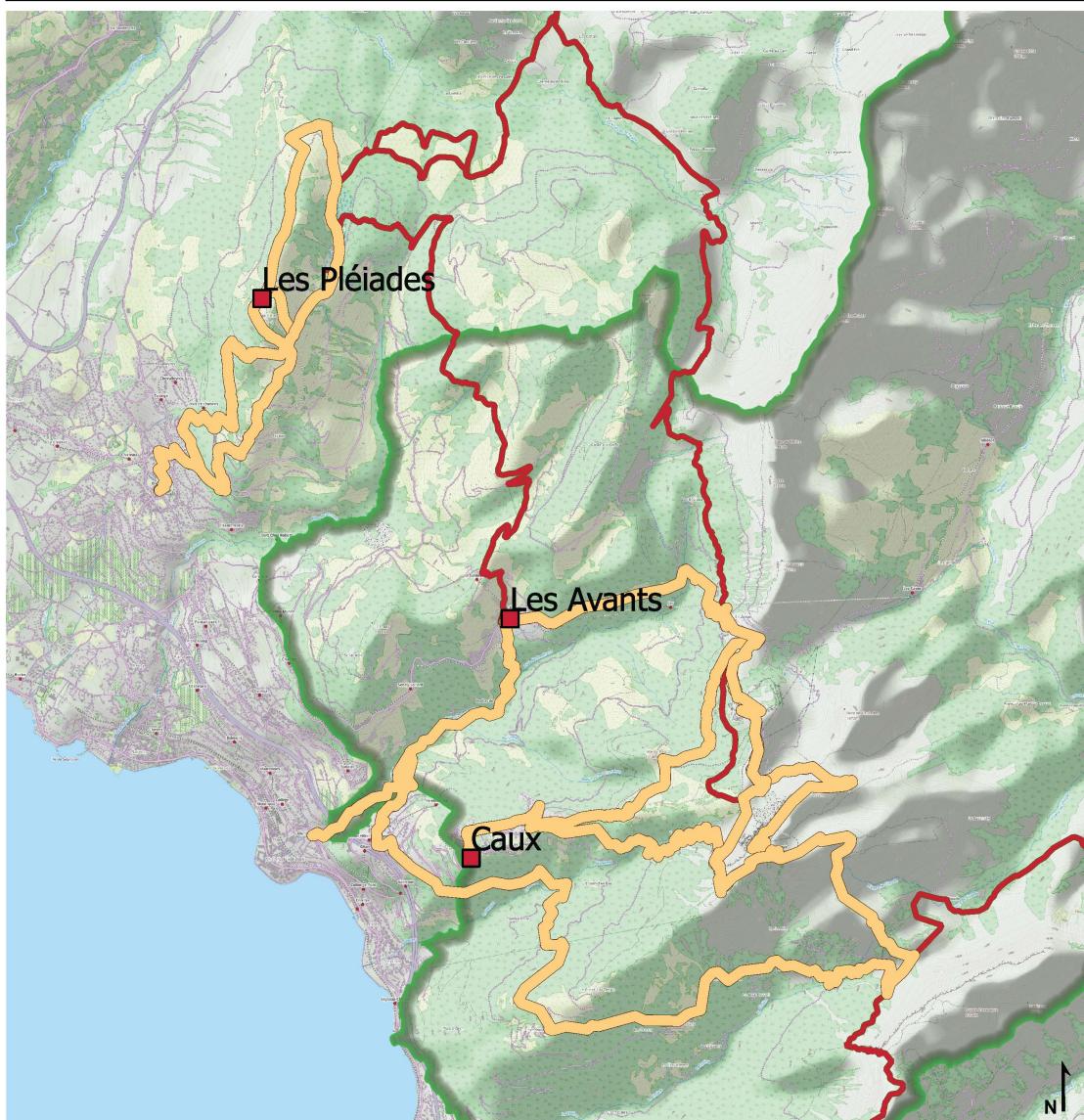


IV. Jaun/ La Berra/ Schwarzsee/ Charmey



V. Les Pléiades/Les Rochers-de-Naye

**Proposition d'un réseau de trail à l'échelle des Préalpes
Les Pléiades - Les Avants - Caux**



Légende :

- Destinations
- Limites de PNR
- Itinéraire
- Liaisons

Sources : Confédération Suisse (opendata.swiss), Swissmobile,
Openrunner, OpenCycleMap ; 2016.
Réalisation : UNIL, UGA-Cermosem , 2016.

Unil
UNIL | Université de Lausanne



0 1.5 3 4.5 6 km

VI. Leysin/Les Mosses



VII. Les Paccots/Moléson



8.4 DESCRIPTIFS DES PARCOURS PROPOSÉS

GPX	Type	Station	Départ	Arrivée	Km	Dr-ID	Technique	Physique	Description des difficultés	Particularités	Variantes	Remarques	Période	Profil	% Rte goudronnée	% Sentiers	Nom du fichier (GPX)
ok	Boucle	Charmey	Charmey	Charmey	53.7	4044/4044	?	*****	Summit Vounettz, Schafenpitz, Gasilosen, pied Hochmatt	Retour en bus depuis Jaun	=Parcours envisagé pour le futur événement						charney_grandparcours_via_jaun
ok	Boucle	Charmey	Charmey	Charmey	30.4	2795/2793	?	****	Summit Vounettz, Schafenpitz	Summit Vounettz, Schafenpitz	=Parcours envisagé pour le futur événement						charney_moyen
ok	Boucle	Charmey	Charmey	Charmey	11.4	828/828	?	*	Summit Vounettz	Lac de Montsalvens	=Parcours envisagé pour le futur événement						charney_tour_du_lac_montsalvens
ok	Boucle	Charmey	Charmey	Charmey	10.6	412/412	?	*			Parcours proposé par l'OT						chateaud_oxe_poi
ok	Boucle	Château-d'Oex	Château-d'Oex	Château-d'Oex	22.5	1908/1908	?	*****	Pointe de Cray par l'arête		Itinéraire de montée conseillé en partie par Guide Officiel						Pointe_de_cray
ok	"Ny"	Château-d'Oex	Château-d'Oex	[sommet remontées]	5.5	754/93	★	★★	Arrivée au sommet des remontées mécaniques		Montée ou redescente en remontées mécaniques						chateaud_oxe_col
ok	Boucle	Château-d'Oex	Château-d'Oex	Château-d'Oex	30.5	2643/2643	?	*****									la_videemanette
ok	Boucle	Jaun	Jaun	Jaun	16.2	1250/1250	?	★★									tour_des_gastisse
ok	Boucle	Jaun	Jaun	Jaun	14.6	1103/1103	?	★★		Via Châtel du Soldat						jaun_chateletsoldat	
ok	Boucle	Jaun	Jaun	Jaun	36.8	2860/2860	?	*****								jaun_point_a_bon_ets	
ok	Boucle	La Berra	Le Brand	Le Brand	10.9	730/730	?	★★								laibera_lebrand	
ok	Boucle	La Berra	Le Brand	Le Brand	26.1	1767/1767	?	*****	Summit la Berra, Valaisanne, Caubinbert (Käsenberg)							laibera_commebo	
ok	Boucle	Les Mosses	Les Mosses	Les Mosses	10.7	972/972	?	★★	Summit du Pic Chaussey, Touf du Lac du Lioson							valaisanne_bera	
ok	Boucle	Les Mosses	Les Mosses	Les Mosses	21.3	1401/1401	?	*****	Summit du Pic Chaussey, Touf du Lac du Lioson, Pra-Cornet, Lecherette, Sommet des pâches Van	Postibilités de monter au Gros Van						lesmosses_pochau	
ok	Boucle	Les Mosses	Les Mosses	Les Mosses	21	1338/1338	?	★★								lesmosses_pochau_ssp	
ok	Boucle	Les Mosses	Les Mosses	Les Mosses	22.7	1360/1360	?	★★★								lesmosses_beud	
ok	Boucle	Les Mosses	Les Mosses	Les Mosses	45.8	2760/2760	?	*****								u_mondor	
ok	Boucle	Les Mosses	Les Mosses	Les Mosses	85.5	5590/5590	?	*****								les_mosses_barbatay	
Non	Boucle	Les Pacons	Les Pacons	Les Pacons	17.7	1147/1147	?	★★								Les_Mosses_Ultrabla	
Non	Boucle	Les Pacons	Les Pacons	Les Pacons	27.6	1913/1913	?	★★★								ratay	
ok	Boucle	Les Pacons	Les Pacons	Les Pacons	42.1	3043/3043	?	*****	Points de vue: Teyachaux, Crête du Maleson, sommet du Molaison	Passage au pied de la Dent de Lys						Les_pacons_trail42km	
ok	Boucle	Les Pacons	Les Pacons	Les Pacons	13.6	666/666	?	★★		Arrivée au sommet des Platiades						panoramique	
ok	"Ny"	Les Platiades	Blonay	Les Platiades	4.6	745/15	?	★★★		Summit des Platiades et Crêtes						Les_platiades_typeIV	
ok	Boucle	Les Platiades	Blonay	Blonay	13.5	899/899	?	★★								Les_platiades_depart	
ok	"Ny"	Leyzin	Algée	Leyzin	20	184/1876	?	★★★	Bonnevaux, Lac d'Al	Redescente en train à crémaillère	=Parcours de la course "Aigle-Lézat"						algle_leyzin_parcours_causeuse

GPK	Type	Station	Départ	Arrivée	Km	D+/-D-	Technique	Physique	Description des difficultés	Particularités	Variantes	Remarques	Période	Profil	% Rte goudronnée	% Sentiers	Nom du fichier (GPX)	
ch	Leyrin	Leyrin	Le Sepey	18.3	1218/1527	****	*****		Berneuse, Lac d'Al, Tour du Fanelon	Possibilité de rentrer à pied par le pédestre, remonte la mècanique jusqu'à la Berneuse, Montée à la Tour de Mayen	Dans un sens ou l'autre selon si l'on veut une montée raide ou une descente raide						leyrin_isespey_fanelon	
ch	Boucle	Leyrin	Leyrin	Leyrin	10.1	650/650	?	**		Arrivée au sommet de la Berneuse	Sommet de La Vuadala en passant par la crête, Sommet du Moléson	Trace "La Vuadala" proposé par ID.Rando +						leyrin_zabergre
ch	"XV"	Leyrin	Leyrin	Leyrin (platane)	6.5	833/44	?	****		Arrivée au sommet de la Berneuse	Sommet du Moléson	Possibilité de prendre les remontées côte Moléson						leyrin_typeav
ch	Boucle	Moléson (Village)	Moléson (Village)	Moléson (Village)	20.1	1674/1674	?	****		Arrivée au sommet de la Berneuse	Sommet du Moléson	Possibilité de prendre les remontées (pour ne faire que la montée ou que la descente)						molensvillage_vu_dala_moleson
ch	Boucle	Moléson (Village)	Moléson (Village)	Moléson (Village)	12	1018/1018	?	**		Arrivée au sommet du Moléson		Possibilité de prendre les remontées (pour ne faire que la montée ou que la descente)						Nerviav-moleson
ch	"XV"	Moléson	Neriveu	Moléson	10.24	1304/1005	?	****		Arrivée au sommet du Moléson	Dent Jaman, Rochers de Naye, Col de Jaman	Trace de la course "Nerviav-Moléson", possibilité de redescendre en cabine						molens_trac_cune
ch	Boucle	Rochers de Naye	Caux	Caux	16.8	1256/1256	?	**		Arrivée au sommet du Moléson	Gorges du Chaudron, Jaman, Rochers de Naye, Col de Caudale	Jusqu'aux Rochers, Départ depuis Montreux						rochersdeman-rocher_de_naye
ch	Boucle	Rochers de Naye	Montreux	Montreux	30	2282/2282	?	****		Arrivée au sommet du Moléson	Train jusqu'aux Rochers, Départ depuis Montreux	Possibilité de rejoindre une gare et redescendre en train						schwarzees_store_nberglauf_chf
ch	"XV"	Schwarzsee	Schwarzsee	Balghuss/Ribüs alp	9.7	620/200	?	**		Arrivée au sommet du Moléson	Tour du Lac Noir	Propriété mécanique possible pour redescendre depuis Balghuss/Ribüs alp						schwarzees_kv
ch	"XV"	Schwarzsee	Schwarzsee	(Sommet des remontées)	4.7	719/0	?	****		Arrivée au sommet du Moléson		Propriété mécanique possible pour redescendre depuis Balghuss/Ribüs alp						schwarzees_tour_ls
ch	Boucle	Schwarzsee	Schwarzsee	Schwarzsee	4.1	58/58	=	*		Arrivée au sommet du Moléson							schwarzees_11_5km	
ch	Boucle	Schwarzsee	Schwarzsee	Schwarzsee	11.5	634/634	?	*		Arrivée au sommet du Moléson							m_634mdm	
ch	Boucle	Schwarzsee	Schwarzsee	Schwarzsee	11.7	785/785	?	**		Arrivée au sommet du Moléson							schwarzees_salam_atm_hohmann	
ch	Boucle	Schwarzsee	Schwarzsee	Schwarzsee	24.1	1857/1857	?	****		Arrivée au sommet du Moléson							schwarzees_kaiserr	
ch	Boucle	Schwarzsee	Schwarzsee	Schwarzsee	24.7	2120/2120	?	****		Arrivée au sommet du Moléson							schwarzees_kaiserr	
ch	Boucle	Schwarzsee	Schwarzsee	Schwarzsee	13.7	967/967	?	**		Arrivée au sommet du Moléson							schwarzees_kaiserr	

GPX	Type	Départ	Arrivée	Km	D+/-D-	Technique	Physique	Description des difficultés	Particularités	Variante(s)	Remarques	Période	Profil	% Rte goudronnée	% Sentiers	Nom du fichier (GPX)
ok	Liaison	Blonay	Les Avants	13.6	969/639	?	★★	Via le sommet et la Crête des Pléadiades	Possibilité de prendre le train jusqu'aux Pléadiades							blonay_les_pleadiades_les_avants.blonay_les_pleadiades_via_les_pleadiades
ok	Liaison	Blonay	Les Paccots	14.5	1060/600	?	★★	Via le sommet et la Crête des Pléadiades	Possibilité de prendre le train jusqu'aux Pléadiades							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Charmey	La Bierra	14.4	921/774	?	★★	Valaisanne	Summet de la Bierra, La Valaisanne							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Charmey	Jaun	15.8	1401/1243	?	★★	Summet Vuoneit, Gros brun								blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Charmey	Château-d'Oex	10.3	209/53	?	★	Sentier le long de la Jigne								blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Charmey	Château-d'Oex	32.1	2334/2237	?	★★★		Couvent Valaisanne, Col La Balika							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Charmey	Schwarzsee	13.3	644/482	?	★		Passage par l'Ethaz, Réserve Naturelle de la Pierreuse							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Château-d'Oex	Les Mosses	22.4	1663/1177	?	★★★									blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Château-d'Oex	Les Mosses	16	860/385	?	★★									blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Jaun	Château-d'Oex	30.5	1850/1893	?	★★★	Longe la Gastonnette, Chalet du Soldat (après 6km), Vanil Noir								blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Mosses	Rochers de Naye	22	1510/985	?	★★★	Lac de l'Hongrin, Col de Chaudie								blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Paccots	Mollison (Village)	15.9	1158/1126	?	★★★		Passage par sommet Mollison							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Paccots	Mollison (Village)	13.9	1114/1104	★★★★	★★★★	Points de vue: Teyachaux, Crête du Mollison, sommet du Mollison	Montée à la Teyachaux							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Paccots	Les Pléadiades	9.6	562/299	?	★									blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Paccots	Rochers de Naye	17.9	1465/599	?	★★★	Lac des Iones, Col de Soladier, Col de Jaman								blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Pléadiades	Les Avants	9	353/582	?	★									blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Les Pléadiades	Les Mosses	16	870/850	?	★★									blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Leysin	Rochers de Naye	21.1	1841/1311	?	★★★		Summet Barneuse, Col Chaudie, Rochers de Naye							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Schwarzsee	Jaun	17	1418/1441	?	★★★		Kaiseregg							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Schwarzsee	Jaun	13.5	1156/1189	★★★	★★★		Patrion, Schofenengspitz/Gros Brun, Vue sur le Vanil d'Arpille							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Schwarzsee	Jaun	12.5	732/753	★	★★		Col d'Euschelipass, Ruines du château de Bellgardie							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Schwarzsee	La Bierra-Lie	14.8	920/954	?	★★★		La Parte, Autre Chia d'Amont => beau panorama							blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau
ok	Liaison	Schwarzsee	Charmey	17.8	959/1119	?	★★★									blonay_lebrand_via_la_ben_fra.blonay_charmey_jaun_grosdunin_charmey_jaun_court_plat_charmey_chateaud_oex_charmey_schwarzscheide_Randosuisse_chateaud_oex_les_mosses_etape3_45.jau

8.5 LIENS VERS LES PARCOURS SUR LA PLATEFORME « SUISSE-MOBILE »

I. Charmey

- Charmey_grandparcours-via_jaun

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=583780&Y=161995&trackId=2927903>

- Charmey moyen

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=582579&Y=164360&trackId=2928022>

- Charmey_petit

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=581229&Y=163398&trackId=2928044>

- Charmey_tour_du_lac_montsalvens

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=577959&Y=162159&trackId=2928126>

- Charmey_jaun_grosbrun

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=583473&Y=163530&trackId=2950557>

II. Château-d'Oex

- Chateau_d_oex_typekv

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=577003&Y=145574&trackId=2948840>

- Chateaud_oex_col_de_base-la_videmanette

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=578995&Y=144946&trackId=2948865>

- Chateaud_oex_pointe_de_cray

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=573799&Y=148258&trackId=2948822>

III. Jaun

- Jaun_chaletsoldat

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=587616&Y=160288&trackId=2949640>

- Jaun_pertet_a_bovets

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=585370&Y=157901&trackId=2949676>

- Tour_des_gastlosen

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=587917&Y=159739&trackId=2847752>

IV. La Berra

- Laberra_lebrand-laberra-cousimbert

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=579544&Y=170085&trackId=2949561>

- Laberra_lebrand-valsaiente-berra

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=580551&Y=169316&trackId=2949588>

V. Les Mosses

- Les Mosses_Barlatay_Moyen

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=578430&Y=138677&trackId=3066601>

- Les Mosses_Barlatay-Petite

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=576066&Y=139837&trackId=3066604>

- Lesmosses_picchaussy-lioson_court

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=575151&Y=137216&trackId=2948733>

- Lesmosses_picchaussy-lioson-lecherette

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=574470&Y=138646&trackId=2948752>

- Lesmosses_tour_du_montd_or

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=571969&Y=138700&trackId=2948775>

- LesMosses_ultraBarlatay

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=577141&Y=138404&trackId=3066613>

VI. Les Paccots

- 41 km

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=565736&Y=154097&trackId=3066619>

- Lespaccots_sentierpanoramique

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=564434&Y=151746&trackId=2925292>

VII. Les Pléiades

- Blonay-lespleiades_typekv

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=559011&Y=147177&trackId=2936542>

- Lespleiades_depart_blonay

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=559254&Y=148041&trackId=2936579>

VIII. Leysin

- Aigle-leysin_parcours_course

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=566052&Y=132305&trackId=2937270>

- Leysin_solacyre

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=566075&Y=132573&trackId=2937411>

- Leysin_typekv

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=566979&Y=133312&trackId=2937449>

- Leysin-leseppey_famelon

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=568377&Y=135336&trackId=2937309>

IX. Moléson

- Molesonvillage_moleson

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=568190&Y=156015&trackId=2927846>

- Molesonvillage_yudalla-moleson

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=568918&Y=155305&trackId=2927741>

- Neirivue-moleson_trace_course

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=568947&Y=154075&trackId=2925465>

X. Les Rochers de Naye

- Caux-rochersdenaye-dentjaman

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=563493&Y=143294&trackId=2936704>

- Montreux-jaman-rocher_de_naye

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=563009&Y=142919&trackId=2936777>

XI. Schwarzsee

- Schwarzsee_11_5km_634md+

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=587525&Y=167005&trackId=2849963>

- Schwarzsee_kaiseregg

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=591347&Y=167782&trackId=2906857>

- Schwarzsee_kaiseregg_2

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=590298&Y=166252&trackId=2847689>

- Schwarzsee_kv

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=2,5&X=589750&Y=168166&trackId=2919817>

- Schwarzsee_les_recardets

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=586731&Y=167190&trackId=2906919>

- Schwarzsee_salzmann-hohmattli

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=590058&Y=168302&trackId=2906996>

- Schwarzsee_stierenberglauf

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=5&X=588025&Y=167114&trackId=2850447>

- Schwarzsee_tour_du_lac

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=2&X=587843&Y=168215&trackId=2907047>

XII. Liaisons inter-stations

- Blonay-les_pleiades-les_avants

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=560244&Y=146870&trackId=2936596>

- Blonay-lespaccots_via_les_pleiades

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=560826&Y=149243&trackId=2936629>

- Charmey_schwarzsee_RandoSuisse

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=583680&Y=166007&trackId=3066675>

- Charmey-chateaud_oex

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=50&X=578300&Y=155085&trackId=2950691>

- Charmey-jaun_court-plat

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=583504&Y=161711&trackId=2950567>

- Charmey-lebrand_via_la_berra

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=579933&Y=166942&trackId=2950539>

- Chateaud_oex-les_mosses_etape3&4-46_

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=576656&Y=142687&trackId=2905376>

- Chateaud_oex-lesmosses_etape3-46

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=574683&Y=142698&trackId=2905689>

- Jaun-chateaud_oex_78-etapes4-5

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=50&X=582163&Y=154640&trackId=2903869>

- Les_pleiades-les_avants

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=561131&Y=146925&trackId=2847155>

- Lesmosses-rocherdenaye_etape18_1_+_46

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=569414&Y=140672&trackId=2905887>

- Lespaccots-lespleiades_9_6

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=561389&Y=150242&trackId=2925318>

- Lespaccots-moleson_sansteysachaux

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=565913&Y=154611&trackId=2925432>

- Lespaccots-molesonvillage_cretes

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=566192&Y=154340&trackId=2925414>

- Lespaccots-rochersdenaye_jaman

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=563503&Y=147225&trackId=2950670>

- Leysin-lesmosses_etape2_46

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=570565&Y=135613&trackId=2905738>

- Leysin-rocher_de_naye

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=565828&Y=137603&trackId=2847166>

- Schwarzsee-charmey

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=583705&Y=165986&trackId=2847142>

- Schwarzsee-jaun_etape3-78

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=587838&Y=165540&trackId=2903068>

- Schwarzsee-jaun_grosbrun_schopfenspitz

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=586689&Y=165522&trackId=2907148>

- Schwarzsee-kaiseregg-jaun

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=20&X=590178&Y=165442&trackId=2847123>

- Schwarzsee-la_berra-le_brand

<https://map.schweizmobil.ch/?lang=fr&showLogin=true&bgLayer=lb&resolution=10&X=583347&Y=169407&trackId=2847132>