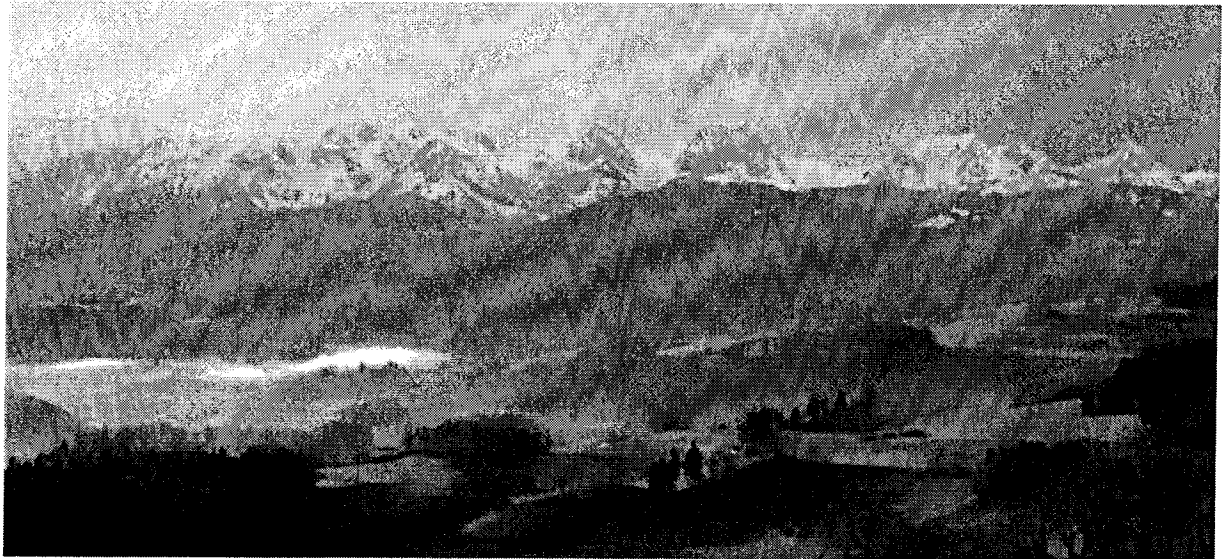


**Suisse Tourisme et le tourisme proche de la nature en Suisse.
Inventaire de l'offre touristique autour des futurs parcs
régionaux.**



Naturpark Gantrisch
www.schwarzenburg-online.ch

Travail réalisé pour l'obtention du diplôme de gestionnaire en tourisme de l'Ecole Suisse de
Tourisme de Sierre

Déposé le 20 juin 2008 à Sierre

Réalisé par
Caroline Wirz
Ch. des Baisemens 8
1807 Blonay
079 599 04 40

Directeur de mémoire
Rafael Matos-Wasem
Professeur à l'Ecole Suisse de Tourisme

Résumé français

De nombreux parcs naturels ou nationaux existent déjà depuis des décennies dans les pays voisins de la Suisse. Alors que la Suisse a érigé le premier parc national en 1914, elle a ensuite perdu de la vitesse et s'est laissée dépasser par ses voisins. Grâce à une révision de la Loi sur la protection de la nature, 30 projets de parcs sont en cours de réalisation et dix projets recevront un subventionnement de la Confédération fin septembre 2008, réparti sur une durée de dix ans.

Le tourisme de nature prend aujourd'hui de plus en plus d'importance. En effet, il s'inscrit dans une optique de développement durable, sujet d'actualité incontournable. Suisse Tourisme, sensible à ce sujet a décidé de développer son marketing dans ce sens et de créer un nouveau produit. "Naturreisen", le titre provisoire de ce projet sera lancé par en 2009. Il regroupera des offres touristiques proches de la nature autour des futurs parcs, des sites faisant partie du patrimoine mondial de l'UNESCO ainsi que des offres Suisse Pure déjà existantes.

Afin d'aider Suisse Tourisme dans son travail, j'ai effectué un inventaire non exhaustif d'offres touristiques autour des futurs parcs. Avec cette recherche j'ai découvert que le potentiel d'offres touristiques est très important, mais à mon sens, pas encore assez orienté dans le sens du tourisme durable.

J'ai également effectué une analyse des parcs situés dans des pays européens voisins de la Suisse. Il en est ressorti que la plupart de ces pays étaient extrêmement bien organisés et que la Suisse avait beaucoup à apprendre d'eux.

Ce projet regroupant de nombreux acteurs et étant en phase de lancement j'ai donné quelques propositions qui permettront d'améliorer le travail et la communication entre Suisse Tourisme, les parcs et les destinations touristiques. Ceci afin de définir le rôle de chacun et de permettre à la Suisse de se positionner le plus efficacement et le plus rapidement possible sur le marché des parcs.

Zusammenfassung

Obwohl die Schweiz das erste europäische Land war, das einen Nationalpark im Jahr 1914 errichtet hatte, wurde sie schnell von ihren Nachbarländern, die heute meistens über mehr als 20 Pärke besitzen, überholt. Die Schweiz hat darauf mit einer Revision des Natur- und Heimatschutzgesetzes reagiert und bis heute sind 30 Parkprojekte im Aufbau. Zehn von diesen werden Ende September 2008 mit insgesamt 10 Millionen Franken für die nächsten zehn Jahren subventioniert.

Der naturnahe Tourismus, stark verbunden mit der grundsätzlichen Haltung gegenüber Nachhaltigkeit, ist ein Thema, das immer stärker berücksichtigt werden muss und von der Schweiz aus verschiedenen Gründen nicht ignoriert werden darf. Schweiz Tourismus befasst sich deshalb immer intensiver mit diesem Thema und möchte es im 2009 in einem neuen Projekt umsetzen. "Naturreisen" - so heisst der provisorische Arbeitstitel dieses Projektes - möchte touristische Angebote rund um die zukünftigen Pärke und die mit dem UNESCO Label ausgezeichneten Gebiete lancieren. Bei diesem Projekt werden ebenfalls die *Schweiz Pur* Angebote mit eingebunden.

Um die Arbeit von Schweiz Tourismus zu erleichtern, habe ich mir vorgenommen, ein - leider aus Zeitgründen nicht vollständiges - Inventar von touristischen Angeboten aufzubauen. Obwohl ich mich bei meiner Arbeit nur auf die zehn zukünftigen Pärke konzentriert habe, konnte ich mit meinen Recherchen ein Potenzial in Bezug auf die touristische Vermarktung aufdecken.

Ich habe auch eine Analyse gemacht von den Pärken in unseren Nachbarländern. Es zeigte sich sehr schnell, dass diese Pärke sehr gut organisiert sind und dass die Schweiz von den Nachbarländern viel lernen könnte und dass sich gewisse Strategien auch problemlos auf die Schweiz übertragen liessen. Damit die Zusammenarbeit der verschiedenen Teilnehmer dieses Projektes gut verläuft, habe ich es mir auch zum Ziel gemacht, eine Art Orientierungshilfe zusammenzustellen, damit die Schweiz sich schnell und effizient auf den Markt "Pärke" positionieren kann.

Table des matières

Résumé français	2
Zusammenfassung	3
Table des matières	4
Répertoire des abréviations et des sigles	7
Introduction	8
1. Ecotourisme et tourisme de nature, quelle différence?	11
2. Le développement et l'importance du tourisme de nature aujourd'hui.....	12
3. Suisse Tourisme. Tourisme proche de la nature ou tourisme écologique ?	14
3.1 Offres existantes de tourisme de nature	15
3.1.1 Suisse Pure.....	16
3.1.2 Umweltbewusst schlafen	17
3.1.3 Wasser und Brot	17
3.2 Eléments de concept prévu pour 2009	18
3.3 Le potentiel et les chances de réussite d'un tel projet.....	19
4. Les futurs parcs en Suisse, un énorme potentiel touristique.....	20
4.1 Les différents parcs	22
4.1.1 Parc national	22
4.1.2 Parc naturel régional	22
4.1.3 Parc naturel périurbain.....	23
4.2 Les labels du parc	23
4.2.1 Le label "parc d'importance nationale"	23
4.2.2 Le label "produit"	23
5 Critères pour le choix d'offres touristiques	24
5.1 La gastronomie	24
5.2 L'hébergement.....	24
5.3 Les activités touristiques	25
5.4 La mobilité.....	25



6	Méthodologie pour le recensement des offres	26
7	Les différents parcs	27
7.1	Landschaftspark Binntal (VS)	27
7.2	Regional Naturpark Diemtigtal (BE).....	29
7.3	Naturpark Thunersee Hohgant (BE)	31
7.4	Naturpark Gantrisch (FR+BE).....	33
7.5	Parc naturel du Chasseral (BE/NE)	35
7.6	UNESCO Biosphäre Entlebuch	37
7.7	Sihlwald (ZH).....	38
7.8	Parc Ela (GR).....	39
7.9	Biosfera Val Müstair (GR).....	41
7.10	Naturpark Thal (SO)	42
8	Analyse critique des offres touristiques	44
9	Les parcs européens, des modèles pour la Suisse	48
9.1	Les parcs en France	48
9.2	Les parcs en Autriche	49
9.3	Les parcs en Italie.....	50
9.4	Les parcs en Allemagne.....	50
10	Les leçons à tirer des parcs européens	51
10.1	Amélioration de la visibilité sur Internet.....	51
10.2	Développement d'une fédération	51
10.3	Présence internationale	52
10.4	Création de matériel de présentation.....	52
10.5	Créer une identité "parc naturel"	52
11	Europarc, un label pour jouer dans la cour des grands	53
12	Collaboration de Suisse Tourisme avec les parcs. Mode d'emploi	54
12.1	Les leçons à tirer de Suisse Pure	54

13	Quelques pistes pour un marketing optimal.....	58
13.1	Un marketing général des parcs	58
13.2	La création de séjours d'une durée de 3 ou 5 jours	59
13.3	Une signalétique commune à tous les parcs	59
13.4	Des postes d'informations	59
13.5	Présence de guides.....	59
13.6	Informations aux personnes vivant dans les parcs	60
13.7	Amélioration de la mobilité	60
13.8	Collaboration avec d'autres prestataires touristiques	60
13.9	Bilan de fin d'année.....	61
14	Analyse de la première rencontre entre tous les acteurs du projet.....	62
15	Quel avenir pour le tourisme de nature et les parcs en Suisse ?	65
	Conclusion	67
	Bibliographie	69
	Annexes	73
	Déclaration de l'auteur.....	78

Répertoire des abréviations et des sigles

AFIT	Association française d'ingénierie touristique
BECO	Berner Wirtschaft
DETEC	Département Fédéral de l'Environnement, des Transports et de l'Energie
Km	Kilomètre
LOBAG	Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete
LPN	Loi sur la protection de la nature
M	Mètre
OFEV	Office fédéral de l'Environnement
OMT	Organisation mondiale du Tourisme
ST	Suisse Tourisme
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
USP	Unique selling product

Introduction

J'aimerais tout d'abord préciser que le contenu de ce travail n'engage que ma propre responsabilité et en aucun cas celle de l'école.

Ma principale motivation pour la réalisation de ce travail est ma passion pour la nature, l'envie de la découvrir, d'y pratiquer du sport et de mieux la connaître afin de la protéger. De plus, j'ai eu la chance de pouvoir effectuer un stage chez Suisse Tourisme à Zurich durant l'année 2007 dans le département médias et communication d'entreprise. Tout au long de l'année j'ai découvert l'intérêt que cette entreprise portait à la nature et j'ai pu suivre les réflexions qui se faisaient autour d'un marketing en adéquation avec son slogan "La Suisse tout naturellement".

Mes objectifs ont été d'allier ma passion pour la nature à l'envie d'aider Suisse Tourisme dans le développement d'un nouveau produit consacré entièrement à la nature et orienté autour des futurs parcs en Suisse. Mon but premier était de mettre à disposition de Suisse Tourisme une liste d'offres touristiques autour des futurs parcs et des sites appartenant au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ayant surestimé le temps à disposition j'ai effectivement réalisé un inventaire d'offres touristiques, mais me suis contentée de le faire autour des futurs parcs, sans tenir compte des sites de l'UNESCO.

Le projet est prévu pour 2009 et encore en phase de lancement. J'ai eu la chance de pouvoir assister à la première rencontre entre les responsables de parcs, les responsables marketing de Suisse Tourisme ainsi que des spécialistes de protection de la nature. Cela m'a incité à orienter mon travail dans la recherche de solutions afin que la collaboration entre Suisse Tourisme, les parcs et les destinations touristiques puisse se faire au mieux et que le projet se réalise dans de bonnes conditions.

Afin de rechercher des offres touristiques autour et dans les parcs je me suis beaucoup servie d'Internet, les sites des parcs étant souvent déjà très développés.

J'ai également utilisé de la documentation commandée auprès des parcs et des destinations touristiques.

J'ai commencé par définir ce qu'était le tourisme de nature et décrire le projet des parcs ainsi que le rôle de Suisse Tourisme. J'ai ensuite voulu mettre en lumière les différents parcs qui ont déposé une demande de subvention auprès de la Confédération puis j'ai commencé mes recherches d'offres touristiques.

J'ai ensuite analysé ces offres, fait une comparaison avec les parcs européens et proposer des solutions de travail pour une bonne collaboration entre les différents acteurs participant au projet.

Il a été très intéressant de suivre ce projet puisque j'ai pu voir son développement dès le début. De plus, c'est la première fois que je peux suivre la mise en place d'un tel projet et que je peux observer les difficultés de communication qui se créent lorsque autant d'acteurs sont impliqués. Cela a aussi parfois été un obstacle puisqu'il n'a pas toujours été évident de trouver les informations nécessaires, les rôles des différents acteurs n'étant pas encore très bien définis. De plus, la majorité de mon travail était rédigée le 10 juin 2008, jour de la première rencontre entre les responsables de Suisse Tourisme, des parcs et des destinations touristiques. A la suite de cette journée j'ai dû modifier plusieurs chapitres puisque j'ai obtenu certaines informations que je n'avais pas réussi à avoir précédemment. En effet, le projet est en perpétuel mouvement et avance gentiment de jour en jour. Lors de la remise de ce travail, le projet aura déjà pris une nouvelle tournure et des hypothèses évoquées dans mon travail se seront peut-être confirmées ou infirmées.

J'aimerais encore préciser que tout au long du travail j'utilise le mot "parc" comme terme générique regroupant les trois catégories de parcs existant ou en phase de création en Suisse. Le parc national, les parcs naturels régionaux et les parcs naturels périurbains.

De plus, à plusieurs reprises j'utilise l'expression "produit touristique". J'entends par là, toute offre touristique dans les domaines suivants : gastronomie, hébergement et activités de loisirs. Ces produits touristiques apportent une entrée d'argent à la personne les proposant.

Pour terminer, j'aimerais adresser mes sincères remerciements aux personnes suivantes :

Monsieur Roland Baumgartner

Madame Nicole Diermeier

Monsieur Rafael Enzler

Monsieur Jean-Paul Gehrig

Madame Véronique Kanel

Monsieur Rafael Matos-Wasem

Monsieur Gregor Nigg

Ma famille



1. Ecotourisme et tourisme de nature, quelle différence?

Ces deux termes sont utilisés tout au long de mon travail et j'aimerais les définir clairement afin de ne pas porter à confusion. Je me réfère à un article de Monsieur Rafael Matos reprenant la définition de l'OMT, l'Organisation Mondiale du Tourisme¹ :

"L'écotourisme rassemble toutes les formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation du tourisme est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles."

Le tourisme de nature, quant à lui

"(...) peut ainsi désigner des vacances classiques à la plage tout en n'incluant qu'une seule visite à un parc naturel."

Il est à relever qu'en Suisse on utilise souvent le terme de "Naturnaher Tourismus"

"(...) afin de désigner l'écotourisme pratiqué dans des pays tels que la Suisse et l'Autriche où l'écotourisme est davantage basé sur le paysage culturel que sur le paysage naturel"².

Mes recherches se baseront ainsi principalement sur le tourisme de nature puisque comme nous le verrons plus loin, Suisse Tourisme est à juste titre, plus active dans le domaine du tourisme de nature que dans l'écotourisme. Au cours de mon travail j'ai pourtant pu constater que la frontière entre ces deux expressions n'était pas toujours clairement définie et qu'il était parfois difficile de faire la différence entre les deux.

¹ Matos Wasem Rafael, *Ecotourisme*, p.5

² Op. Cit p.4

2. Le développement et l'importance du tourisme de nature aujourd'hui

Le tourisme de nature a aujourd'hui de plus en plus d'importance dans bon nombre de pays et la Suisse n'y échappe pas.

"Naturnaher Tourismus schont Natur und Landschaft und fördert die lokale Kultur und Wirtschaft des Ferienortes³"

Voilà ce qui ressort d'une étude réalisée pour le Département Fédéral de l'Economie en 2002 par le professeur Dominik Siegrist. On y rajoute qu'en faisant du tourisme de nature on va dans le sens du tourisme durable puisqu'on prend soin de la nature (environnement), on tient compte des personnes habitant dans les zones où le tourisme de nature est pratiqué (social) et on prend en considération le développement régional (économie). On a donc tout à gagner à faire du tourisme de nature. De plus, il est à relever que les touristes de nature dépensent beaucoup d'argent dans leurs activités. Ils sont prêts à dépenser 10 à 20% de plus⁴. Cependant, pour que le tourisme de nature fonctionne, il faut qu'il repose sur des bases légales et qu'il soit soumis à des contrôles réguliers et à de sévères exigences puisqu'à mon avis, ce qui prime sur le tourisme, c'est la protection de la nature. Le défi à relever est donc de sensibiliser un maximum de personnes à des sujets écologiques et culturelles à l'aide du tourisme de nature.

Un des meilleurs exemples allant dans cette direction est le parc national suisse situé dans les Grisons. Il accueille 150'000 visiteurs par an, il a créé 30 emplois à l'année et génère une plus-value touristique de 10,2 millions de francs⁵. Il propose de nombreuses activités didactiques ou des randonnées guidées sur des thèmes touchant à la protection de la nature.

³ Siegrist, *Naturnaher Tourismus*, p.6

⁴ Op.cit

⁵ www.bafu.admin.ch/paerke

Se concentrer sur le tourisme de nature me semble également important dans le sens où les offres proposées sont souvent encore peu connues ou représentent de petites offres individuelles. Theo Schnider, responsable de la biosphère Entlebuch l'a très bien précisé dans une de ses présentations⁶. Il dit ceci en parlant des produits de tourisme de nature :

"Die Finanzen sind fast immer nach der Produkte Erschaffung erschöpft. Somit geht häufig die Planung vom Marketing durch Andere und man delegiert somit die Erfolgsfaktoren"

En effet, financièrement parlant, le tourisme de nature n'est pas encore très soutenu que ce soit par les communes, le canton ou la Confédération. Avec un appui plus grand, des petits hôtels, des restaurants ou des offres touristiques pourraient être davantage mises en avant. Ce qui n'était donc que d'importance régionale pourrait devenir d'intérêt national voire à plus long terme, international.

⁶ V. power point *Der Wilde Westen von Luzern* T.Schnider

3. Suisse Tourisme. Tourisme proche de la nature ou tourisme écologique ?

En tant qu'entreprise de promotion nationale de la Suisse comme pays de vacances et de congrès, Suisse Tourisme se doit de se pencher sur les sujets d'actualité tels que le réchauffement de la planète, le développement et le tourisme durable. Avec un slogan comme "La Suisse tout naturellement" il est indispensable que l'entreprise promeuve la Suisse en tenant compte des aspects du tourisme durable. J'estime que le rôle de Suisse Tourisme n'est pas de faire la promotion de l'écotourisme. Il s'agit d'une entreprise de marketing cherchant à faire venir un maximum de personnes en Suisse, il est donc difficile de prôner un tourisme écologique. L'arrivée des touristes en voiture, leur logement et les activités pratiquées sont autant de facteurs qui vont dans le sens d'un tourisme non écologique. Il me semble en effet beaucoup plus important que Suisse Tourisme se rapproche un maximum d'un tourisme durable et proche de la nature. Des efforts du côté des destinations touristiques pourraient également être fournis dans le domaine de la mobilité, de l'hébergements et des activités touristiques proposées afin sensibiliser les visiteurs à un développement durable de la région dans laquelle ils se trouvent.

Dans un communiqué de presse publié par Suisse Tourisme en 2006⁷ on évoque les offres *Suisse Pure*⁸, mais on y retrouve ce qui, à mon avis, est le tourisme de nature et le rôle de Suisse Tourisme:

"(...) promouvoir des offres de tourisme doux qui rendent accessible le patrimoine naturel et rural unique de la Suisse tout en veillant à le préserver pendant longtemps encore."

Comme nous avons pu le voir plus haut, le tourisme de nature a de l'avenir et le projet des parcs⁹ va y contribuer. En effet, il est important que les petites offres de

⁷ Suisse Tourisme, communiqué de presse du 13.06.2006, "Suisse Pure 2006"

⁸ V. chapitre 3.1.1

⁹ V. chapitre 3.3

tourisme de nature puissent travailler en étroite collaboration avec les destinations touristiques auxquelles elles appartiennent et que ces dernières traitent ensuite avec Suisse Tourisme et profitent de sa plateforme marketing. Il existe déjà de nombreuses offres de tourisme de nature aujourd'hui, mais elles sont souvent gérées de manière individuelle par des personnes qui manquent souvent de moyens pour se faire connaître. Le nouveau projet des parcs est prévu pour 2009, mais les buts de Suisse Tourisme pour la saison d'été 2008 s'orientent déjà dans le sens du tourisme de nature afin de faire de la destination Suisse une destination estivale rêvée. Voici quelques-uns de ces objectifs pour l'été 2008¹⁰:

- "Accroître la notoriété: renforcement de la marque. La Suisse est LA véritable destination pour les vacances d'été dans l'espace alpin."
- "Le positionnement de marque - get natural - revêt ici une importance capitale et doit être développé en termes de contenu et de charge émotionnelle."
- "Susciter l'intérêt en donnant des idées concrètes d'activités et de visites."
- "A travers des offres attrayantes et des idées concrètes d'activités et de visites, accroître la fréquentation en saison estivale avec prolongement jusqu'en automne"

On peut donc en déduire que Suisse Tourisme se rapproche davantage d'un tourisme de nature que d'un tourisme écologique. Ce qu'il manque pourtant sur le site Internet de Suisse Tourisme ou sur un document réalisé par l'entreprise, c'est une description de ce qu'elle entend par tourisme de nature et jusqu'à quel point elle s'y intéresse.

3.1 Offres existantes de tourisme de nature

Comme énoncé plus haut, il existe de nombreuses offres de tourisme de nature en Suisse, notamment sur le site de Suisse Tourisme. Afin de déterminer ce qu'est un

¹⁰ www.stnet.ch

produit touristique de nature je me réfère aux critères¹¹ utilisés pour le concept de Suisse Pure qui sont:

- Les attractions culturelles ou naturelles représentent les offres principales
- Une attention particulière sera portée aux milieux naturels sensibles
- L'offre touristique doit être le plus possible insérée dans la région et doit y amener une valeur ajoutée
- Un partenariat avec des organisations culturelles ou de protection de la nature doit être créé.
- Concernant les déplacements, il faut miser sur les transports publics ou sur la force humaine
- Les visiteurs doivent être informés de manière intéressante sur l'offre touristique, la région, la nature et la culture.
- Une importance toute particulière est accordée à l'accueil des hôtes. Une partie de l'offre touristique devrait donc posséder un label de la Fédération Suisse du Tourisme

Dans les deux sous-chapitres suivants j'ai mis en lumière quelques-uns des projets qui s'orientent dans le tourisme de nature et qui se trouvent sur le site Internet de Suisse Tourisme.

3.1.1 Suisse Pure

Le concours Suisse Pure a été lancé pour la première fois en 2004 puis a été réédité en 2005 et 2006. Il s'agit de récompenser des offres touristiques déjà existantes, proches de la nature et de la culture. Ce projet

¹¹ Siegrist, *Schweiz Pur Kurzevaluation*, p.8

"(...) veut renforcer la visibilité des petits prestataires de service et contribuer au développement économique des régions périphériques¹²."

Le jury est composé de personnes du tourisme et d'organisations de protection de la nature qui jugent sur une base de critères définis¹³. Ces critères répondent à des exigences de qualité en matière d'accueil et des découvertes proposées, mais se basent également sur des critères écologiques. Ces critères ont été établis par Alpenbüro Netz en collaboration avec Hans Weiss (ingénieur diplômé de l'ETH, Conseiller en environnement, nature, paysages et aménagement du territoire). Les offres primées ne reçoivent pas de prix, mais la possibilité d'apparaître gratuitement sur le site de Suisse Tourisme ceci permettant d'acquérir une plus grande reconnaissance nationale et internationale. Les offres sont récompensées par un prix, mais aucun label n'a été créé suite à ce concours. Au total ce sont aujourd'hui 38 offres Suisse Pure que l'on retrouve sur le site de Suisse Tourisme.

3.1.2 Umweltbewusst schlafen

Il s'agit d'un concept qui prône l'écologie, le tourisme durable et la santé à l'aide de treize hôtels répartis dans six cantons. Ils se caractérisent par des prix reçus dans le domaine de l'écologie comme par exemple l'"Eco-Hotel Cristallina¹⁴" situé au Tessin. Certains de ces hôtels font de nombreux efforts dans le domaine de l'économie d'énergie ou dans le choix des matériaux de construction utilisés.

Il m'aurait paru intéressant que Suisse Tourisme s'inspire également du site Internet dédié aux hôtels écologiques en Suisse : www.oekohotel.ch. Il s'agit d'un site Internet recensant tous les hôtels faisant des efforts dans le domaine de l'écologie.

3.1.3 Wasser und Brot

C'est un concept réunissant des offres d'hébergement hors du commun pour la plupart dans la vallée de l'Albula. Suisse Tourisme a mis en lien sur son site le concept de Wasser und Brot. Il correspond à ce que Suisse Tourisme considère comme du tourisme de nature. En effet, plus que d'être orienté vers l'écologie, ce

¹² Vanda, Janka, *un champion français de l'écotourisme helvétique*, p. 54

¹³ V. point 3.1

¹⁴ www.hotel-cristallina.ch

concept permet au visiteur de vivre un "Erlebnis¹⁵". Il peut ainsi dormir en pleine nature dans une roulotte par exemple ou alors dans une étable. Il permet de découvrir un patrimoine naturel ou culturel qui ne lui était pas accessible.

Comme déjà dit plus haut, il n'est parfois pas évident de faire la distinction entre tourisme écologique ou tourisme de nature. De plus, il n'est pas facile de savoir exactement dans quelle direction Suisse Tourisme s'oriente puisqu'on retrouve sur son site quelques offres d'écotourisme.

3.2 Eléments de concept prévu pour 2009

Avec un slogan comme "La Suisse tout naturellement", Suisse Tourisme se doit d'orienter encore davantage son marketing vers un tourisme de nature. Comme précisé plus haut, Suisse Tourisme ne désire pas faire du tourisme écologique qui ne correspond pas à l'aspect "ventes d'offres touristiques", mais bel et bien de mettre en avant encore davantage la nature suisse et de permettre au visiteur de vivre un "Erlebnis".

Pour ce faire, Suisse Tourisme a décidé de mettre sur pieds un projet dont la réalisation devrait se faire en 2009. "Naturreisen", le titre provisoire de ce nouveau produit se définira très probablement par un complément du site Internet de Suisse Tourisme. La campagne "Naturreisen" s'axera autour des dix projets de parcs qui ont été déposés auprès de l'OFEV, l'Office fédéral de l'environnement, des offres Suisse Pure et des sites faisant partie du patrimoine mondial et culturel de l'UNESCO. Il s'agit également d'augmenter le tourisme estival en offrant des produits loin des centres touristiques pour au final, augmenter les nuitées en Suisse. Il s'agit de placer les nouveaux parcs ainsi que les offres faisant partie du patrimoine mondial de l'UNESCO et les offres Suisse Pure au centre d'un réseau autour duquel gravitent des offres dans les domaines suivants :

¹⁵ Je me permets d'utiliser ce mot en allemand qui signifie littéralement "une expérience vécue" et qui n'a pas de pendant francophone ayant la même force que le mot utilisé en allemand

- L'hébergement
- Les produits locaux
- La gastronomie
- Les excursions / les activités
- La mobilité

Il s'agit de proposer des offres concrètes dans le tourisme de nature qui jusqu'à présent n'avaient pas été mises en lumière, mais qui grâce au projet des parcs pourraient être intégrées à un marketing général effectué par Suisse Tourisme. Le but est que les parcs travaillent en étroite collaboration avec les destinations touristiques auxquelles ils appartiennent et que Suisse Tourisme garde, comme cela a été le cas jusqu'à maintenant, un contact direct avec les destinations touristiques.

3.3 Le potentiel et les chances de réussite d'un tel projet

Suisse Tourisme doit absolument saisir la balle au bond et proposer davantage d'offres dans le domaine du tourisme de nature avant qu'il ne soit trop tard. Des pays comme la France proposent déjà 42 parcs nationaux et l'Italie, l'Allemagne et l'Autriche s'y sont mises aussi. De plus, il est à relever que 42% des voyageurs viennent en Suisse pour "vivre la nature"¹⁶. Dix parcs supplémentaires en Suisse sont donc la possibilité d'exploiter un potentiel touristique qui correspond à la demande actuelle. De plus, de nombreuses stations de ski de faible à moyenne altitude sont condamnées à mettre la clé sous le paillason d'ici à quelques années. Il est donc grand temps de trouver des solutions pour améliorer le tourisme estival. Il peut paraître contradictoire d'amener des touristes dans un lieu protégé ou d'inclure des communes dans des parcs. Pourtant la présence humaine dans les parcs est souhaitée puisque c'est d'elle que dépend la préservation du patrimoine du parc.

¹⁶ Correspondance avec Cornelia Brauer, Département des études de marché, Suisse Tourisme, *Top 10 Reisemotive für die Schweiz*.

4. Les futurs parcs en Suisse, un énorme potentiel touristique

Le premier parc national suisse a été créé en 1914 dans les Grisons. Il est régi par une loi spécifique. Depuis, plusieurs aires protégées comme des réserves naturelles ont vu le jour. Chacune de ces réserves est soumise à une loi cantonale.

"La loi fédérale sur la protection de la nature et du paysage (LPN RS 452) premièrement arrêtée en 1965, a pour but de protéger l'aspect caractéristique du paysage (...), de protéger la faune et la flore indigène et de soutenir les actions des cantons et des organisations qui travaillent dans ce but. Manque néanmoins à ces objectifs une définition légale des aires protégées. En effet le seul parc de Suisse, le parc national des Grisons est régi par une loi exclusivement calquée aux objectifs propres de ce territoire¹⁷."

Le développement de parcs en Suisse s'inscrit donc dans la révision partielle de la Loi sur la protection de la nature, la LPN. Alors qu'en France, en Italie et en Autriche des parcs existent depuis de nombreuses années, en Suisse, il a fallu attendre la révision de la LPN pour voir des projets émerger. Une des raisons pour lesquelles la Suisse se réveille si tard est expliquée par une étude de Guignoux et Hausser:

"Le manque de cadre légal est une des raisons de la stagnations du nombre d'aires protégées en Suisse, où les aires protégées représentent seulement 2% du territoire¹⁸."

En 2002, ProNatura lance une campagne "Créons un Nouveau Parc National". Ce mouvement a suscité un grand intérêt et a relancé l'intérêt pour les zones protégées telles que les parcs. Malheureusement, à cette époque, la Confédération ne peut pas mettre assez d'argent à disposition pour financer un tel projet. Le Département

¹⁷ Gignoux et Hausser, *Rapport de l'école d'ingénieurs de Lullier*, p.5

¹⁸ Op. cit. p.5

fédéral de l'environnement, des transports et de l'énergie, le DETEC a donc été chargé de mener une consultation sur la révision partielle de la LPN.

"Selon le rapport présentant les résultats de cette procédure (DETEC, 2003a), 133 réponses ont été reçues en provenance de nombreuses institutions, associations, organisations et partis politiques. Le nombre et la qualité des réponses ont prouvé l'intérêt des autorités locales et de la société pour la révision de cette loi, elle fut également approuvée par les 26 cantons¹⁹."

En 2004 le processus fut à nouveau bloqué en raison du manque d'argent de la Confédération. C'est en février 2005 que la révision de la LPN est adoptée. Ces bases légales donnent un cadre pour la création de nouveaux parcs d'importance nationale.

Jusqu'à fin janvier 2008, les cantons ont eu la possibilité de déposer des demandes de parcs. La Confédération prévoit d'octroyer 10 millions de francs par année pour en assurer la gestion. Alors qu'une trentaine de parcs sont en cours de création, la Confédération a décidé de n'offrir un subventionnement qu'à dix parcs pour le moment. Ainsi, neuf demandes de parcs naturels régionaux et une de parc naturel périurbain²⁰ ont été déposées. Dans le courant de l'été 2008, des responsables de l'OFEV visiteront les lieux et décideront si les conditions sont remplies pour devenir un parc d'importance nationale.

La création de parcs en Suisse est une plus-value dans le milieu touristique. En effet, elle permet d'augmenter le tourisme estival, de faire connaître des régions qui n'étaient jusqu'à présent pas très touristiques, tout ceci en protégeant les espaces visités et en ayant un devoir d'informations envers les visiteurs des parcs.

Pourtant, une question fondamentale demeure et celle-ci s'est montrée à plusieurs reprises tout au long de mon travail. Le tourisme et le développement de l'économie dans ces futurs parcs ne vont-ils pas prendre plus d'importance que la fonction première de ces territoires : la protection de la nature ? Ce sujet est reflété dans une édition du GeoAgenda ²¹:

¹⁹ Op. cit. p.7

²⁰ Pour une définition des différents parcs, V. chapitre 4.1

²¹ Feuille d'avis de l'Association suisse de géographie. GeoAgenda 6/2006

"Il dépendra de leur réalisation sur le plan de la protection de la nature de voir si ces nouveaux parcs ne seront pas uniquement un succès du point de vue économique et touristiques. Pour être à la hauteur de leur titre, Pro Natura exige que les parcs naturels régionaux se fixent des objectifs concrets de mise en valeur de la nature. Ces objectifs peuvent être de revalorisation des espaces naturels, de protection d'espèces animales et végétales menacées, information compétente des visiteurs ou commercialisation de produits locaux, biologiques ou écologiques. Car la nature et le paysage doivent être mieux protégés dans un parc naturel qu'ils ne le seraient sans ce label."

4.1 Les différents parcs²²

Trois catégories de parcs ont été définies : les parcs nationaux, les parcs naturels régionaux et les parcs naturels périurbains. Leur dénominateur commun est de posséder une nature et un paysage de grande valeur qui justifie une aide financière. Ces parcs doivent correspondre à des critères établis par l'OFEV.

4.1.1 Parc national

Un parc national est un territoire relativement grand qui offre des habitats intacts à la faune et à la flore indigènes et permet au paysage d'évoluer naturellement. Dans ce contexte, il sert aussi à la détente de la population et à l'éducation, à l'environnement, ainsi qu'à la recherche scientifique.

4.1.2 Parc naturel régional

Un parc naturel régional est un territoire rural relativement vaste, en partie habité et d'une grande richesse naturelle et paysagère. Les bâtiments et les infrastructures sont particulièrement bien intégrés dans le paysage.

²² <http://www.bafu.admin.ch/paerke/03294/index.html?lang=fr>

4.1.3 Parc naturel périurbain

Un parc naturel périurbain est un territoire à proximité d'une région très urbanisée (dans un rayon de 20 km du centre d'une agglomération, à la même altitude que celle-ci et facilement accessible avec les transports publics). Il doit être composé de zones quasi naturelles, se prêter à l'apprentissage de la nature et améliorer la qualité de vie des citoyens.

A mon avis, l'augmentation du nombre de zones protégées dans un pays est à voir d'un bon œil. Même si un développement touristique s'y fait, les conséquences sont plus positives que négatives. L'un des avantages des parcs est qu'en cas d'affluence trop élevée de touristes on peut y limiter l'accès en faisant payer l'entrée du parc ou en limitant le nombre de personnes qui peuvent y entrer.

4.2 Les labels du parc

Une fois que les parcs auront été reconnus officiellement par la Confédération et auront reçu le montant de leur subvention, ils auront la possibilité d'utiliser les deux labels décrits ci-après.

4.2.1 Le label "parc d'importance nationale"

Ce label signifie simplement que le parc répond aux exigences de la Confédération à long terme.

4.2.2 Le label "produit"

C'est l'organe responsable du parc qui peut attribuer le label "produit" aux produits qui garantissent les qualités suivantes :

- Naturel
- Origine et authenticité
- Fabrication artisanale

5 Critères pour le choix d'offres touristiques

Mon but premier, comme cité plus haut était de faire pour Suisse Tourisme, un inventaire des offres touristiques de nature autour des futurs parcs. Cette idée était ma foi un peu trop optimiste et impossible à réaliser dans un délai de quatre semaines. Effectivement, les offres touristiques de nature sont extrêmement nombreuses autour de ces parcs. J'ai donc décidé d'orienter mon travail de manière différente, mais quand même dans le but d'aider Suisse Tourisme. J'ai donc poursuivi dans l'idée de rechercher des offres de tourisme de nature, mais je me suis concentrée sur des offres originales et qui ne figuraient pas encore sur le site Internet de Suisse Tourisme puisque, je le rappelle, le but de la campagne "Naturreisen" est de faire un élargissement de l'offre touristique de nature sur www.myswitzerland.com. Des critères pour les offres touristiques n'ayant pas été défini, j'en ai moi-même définis. J'ai choisi d'orienter mes recherches dans les domaines suivants:

5.1 La gastronomie

- La forme des établissements n'a pas d'importance
- Ces établissements doivent se situer dans le parc ou à proximité
- Les repas doivent être à base de produits de saisons et de la région.
Pas de menus exotiques

5.2 L'hébergement

- Sa forme n'a pas d'importance
- L'hébergement doit se situer dans le parc ou à proximité
- L'hébergeur doit proposer des activités touristiques dans le parc dans ses brochures ou sur son site Internet

5.3 Les activités touristiques

- Elles doivent se dérouler dans le parc ou dans ses environs proches
- Elles doivent se dérouler dans la nature ou avoir un rapport avec la nature
- Elles peuvent avoir un côté didactique

5.4 La mobilité

- Les offres gastronomiques, l'hébergement ainsi que les activités touristiques doivent être facilement accessibles à pieds ou en transports publics

Il faut également rajouter que des aspects historiques et culturels d'une région seront également énoncés. Il s'agit d'éléments considérés comme des "arguments de vente" d'une région. L'originalité de l'offre sera également prise en considération. Même si ce n'est pas le but premier de Suisse Tourisme, j'aimerais dans ma recherche d'offres trouver un maximum de propositions qui aient un lien avec le tourisme durable ou même avec l'écologie.

J'ai eu la chance de participer à la première rencontre entre les responsables de parcs, de Suisse Tourisme et des destinations touristiques. Cette rencontre a eu lieu le 10 juin 2008 et j'y ai constaté que les parcs avaient de la peine à développer leur USP ou ne savaient parfois pas vraiment de quoi il s'agissait. Il m'a donc semblé intéressant de proposer pour chaque parc un USP que je considère comme l'argument de vente principal du parc. Il s'agit d'une sorte de fil rouge autour duquel des offres touristiques pourront être créées.

6 Méthodologie pour le recensement des offres

Plusieurs outils ont été utilisés dans la recherche d'offres touristiques :

- Les sites Internet des parcs
- Des sites Internet tels que : www.mapsearch.ch afin de connaître le nom de communes situées dans les parcs et y faire des recherches
- La documentation commandée auprès des offices de tourisme régionaux

Le but de cet inventaire n'est pas qu'il soit exhaustif, mais qu'il reflète une partie des aspects touristiques qu'on peut y trouver.

J'aimerais préciser que par souci de compréhension j'ai laissé les noms des parcs dans la langue dans laquelle leur site Internet a été créé.

7 Les différents parcs

Les dix parcs présentés ci-dessous sont les parcs qui à la fin du mois de septembre 2008 recevront un subventionnement de la Confédération.

7.1 Landschaftspark Binntal (VS)

Le parc naturel régional de Binntal se situe en Valais, dans la vallée de Conches. Il s'agit d'un projet commun à trois communes : Binn, Ernen et Grengiols. Le périmètre du parc est d'environ 15'891 ha pour une population de 1'145 habitants. Outre le côté tourisme de nature un aspect historique et culturel doit être mis en avant.

Gastronomie

- o Hotel Ofenhorn

L'hôtel Ofenhorn est situé à Binn. Il est possible de rejoindre l'hôtel en bus et l'hôtelier se propose de venir chercher ses clients à l'arrêt du bus si ces derniers sont trop chargés.

La gastronomie de l'Hotel Ofenhorn est intéressante puisque variée mais très traditionnelle. La carte des mets comporte de nombreux plats valaisans ou de la cuisine suisse traditionnelle. Il est possible de consulter les menus sur le site Internet. Ce qui est également à relever et me paraît un argument de vente intéressant est le fait que l'hôtel Ofenhorn propose des semaines de jeûne sous contrôle, accompagnées de massages et de bains Kneipp.

Hébergement

- o Hotel Ofenhorn

L'hôtel Ofenhorn peut également être cité comme hébergement idéal puisque certaines chambres ont déjà été rénovées et d'autres devraient suivre. Les chambres présentent un caractère confortable et rustique.

L'hôtel Ofenhorn est également intéressant d'un point de vue historique. Il a été bâti en 1881 lorsque les voyageurs anglais étaient les principaux touristes de la Suisse.

Un autre point intéressant à relever est que sur le site Internet de l'hôtel, des liens vers des pages touristiques proposant des randonnées dans la région sont faits.

- Gasthaus zum Schmuggler

Cet hébergement est intéressant car ici aussi on inclut l'histoire du lieu. En effet, on fait référence aux contrebandiers qui sévissaient entre la Suisse et l'Italie. L'hébergement propose des chambres doubles, mais également des chambres pour les familles.

Activités touristiques

La région du Binntal est connue pour ses possibilités de randonnées, mais également pour ses activités autour des minéraux. Il est même possible de prendre des cours de polissage de pierre avec des artisans locaux. Il y a également des offres didactiques telles que :

- Geologischer Lehrpfad

Il permet d'apprendre à reconnaître les différentes pierres de la région de Binn

- Grube Lengenbach

Il s'agit d'un endroit où de nombreuses sortes de pierres peuvent être trouvées.

- Kräuterwanderung

Il s'agit d'un chemin permettant de découvrir des plantes médicinales aujourd'hui encore utilisées par les habitants de la région.

Mobilité

Tous les villages peuvent être rejoints en bus. Concernant les chemins de randonnées, il y a de nombreuses possibilités dans la Vallée de Conches en général,

mais concernant le Landschaftspark Binntal, des projets de rénovation des chemins pédestres sont prévus. Il s'agit de restaurer des chemins à l'aide de personnes volontaires. De plus, certains chemins sont d'anciens chemins romains que les responsables du parc aimeraient remettre en évidence.

Dans le Landschaftspark Binntal il faut relever également les aspects historiques et culturels qui peuvent être mis en évidence tels que par exemple le hameau d'Ernen qui date du 16ème siècle. Dans la commune de Mühlebach se trouve également le plus vieux "centre du village" de Suisse.

Une autre spécificité de l'endroit est la "Grenzier Tulpe". Elle pousse à Grengiols, un des derniers endroits où il est encore possible de l'admirer.

USP

Le Landschaftspark Binntal devrait proposer comme USP la diversité des roches qu'on peut trouver dans la région. A partir de là des offres touristiques peuvent être créés pour des enfants ou des adultes.

7.2 Regional Naturpark Diemtigtal (BE)

Le Diemtigtal est la vallée parallèle au Simmental. Elle fait 16 km de long et peut être traversée en transports publics jusqu'au dernier village.

Gastronomie

- Gasthof Hirschen

Situé à Oey, l'auberge se distingue par une cuisine traditionnelle, mais tout à fait originale. Une partie des produits utilisés vient de production locale.

- Gasthaus Bergli

Le Gasthaus Bergli offre également une cuisine traditionnelle avec une pointe d'originalité puisqu'il propose par exemple, des "Bärglizmorge" (petits-déjeuners Bärgli), des "Astromenu" et des spécialités végétariennes.

Hébergement

Le Diemtigtal compte 36 établissements hôteliers. Entre 1980 et 2000 les nuitées ainsi que le nombre d'hôtels a drastiquement diminué. Le nombre de nuitées se situe en 2006 à 6'000²³.

- Hotel restaurant Spillgarten

Situé tout au fond du Diemtigtal, l'hôtel restaurant Spillgarten possède dix chambres doubles et quatre chambres simple. La philosophie de l'hôtel repose sur le bon accueil de l'hôte.

Activités touristiques

- Natur-lernen

Il s'agit d'un concept didactique et ludique permettant d'acquérir des informations sur la nature et surtout, sur comment la préserver.

Plusieurs activités sont proposées aux demi-journées telles que par exemple :

- Klangwelten auf der Alpen

Découverte des divers sons des cloches et possibilité de mettre en œuvre ses talents musicaux

- Abendessen im Freien

Il s'agit de manger la fondue au feu de bois à l'aide de fourchettes géantes

- Lebensräume der Alpenpflanzen

Découverte des plantes de montagne et leur stratégie de survie

- Kunst in der Natur

Possibilité de créer des œuvres d'art à l'aide de matériaux trouvés dans la nature

²³ V. Siegrist, *Ökonomische Analyse*, p.19

Mobilité

Le Diemtigtal est très bien couvert par le réseau de chemins de fer depuis Spiez jusqu'à Oey. Le dernier tronçon menant au fond de la vallée est couvert par un bus. Le réseau de chemins pédestres est très dense et quelques projets sont en cours de réalisation. On peut par exemple citer le projet "Bikerouten" réalisé en collaboration avec Diemtigtal Tourismus. Il s'agit d'un réseau de chemins accessibles en vélo et qui devrait voir le jour en été 2008. De plus, un réseau de chemins adaptés au nordic walking avec une signalétique spéciale sera également mis en place. La région du Diemtigtal est une région idéale pour la course d'orientation. Des cartes géographiques spéciales sont en cours de réalisation et la région espère que des camps d'entraînement y seront réalisés.

Le Naturpak Diemtigtal offre également une grande attractivité de par ses richesses culturelles très intéressantes pour le tourisme. Il est par exemple possible d'assister à une soirée où l'on raconte à l'aide d'images, les terribles inondations qui ont séviés dans la région. De nombreuses légendes qui appartiennent également au patrimoine culturel de l'endroit sont à découvrir. De plus, la pratique de l'origami est une activité très répandue.

USP

Il est difficile de trouver un USP pour une région à la diversité paysagère aussi grande. De plus, rien historiquement ou culturellement ne pourrait la distinguer des autres parcs mis à part les terribles inondations qui y ont séviés. Ces dernières ne sont pourtant pas un très bon argument de vente ! Le parc devrait donc peut-être se concentrer sur les possibilités sportives de la région puisqu'elle a déjà développé un large réseau de chemins de randonnées, de nordic-walking et de courses d'orientation.

7.3 Naturpark Thunersee Hohgant (BE)

Le Naturpark Thunersee Hohgant se trouve entre Thun, Spiez et Brienz. La proximité du lac de Thoune augmente le potentiel touristique du parc. Le site Internet du Naturpark Thunersee Hohgant se distingue des autres sites de parcs

par ses offres touristiques dans le parc. La plupart des parcs renvoient aux sites Internet des régions touristiques pour une présentation des activités possibles. Ici, le parc s'est engagé en créant déjà des offres au sein du parc sans savoir combien de subvention il allait recevoir. De plus, une newsletter est proposée avec possibilité de recevoir toutes les informations actualisées concernant le parc.

Gastronomie et hébergement

Le territoire du Naturpark Thunersee Hohgant regroupe 35 hôtels ce qui représente 1772 lits et 55 restaurants. Pour des questions de temps et un nombre trop élevé d'hôtels, il ne m'est pas possible de faire une recherche complète sur tout le territoire pour définir les restaurants et les hôtels qui pourraient être pris en compte.

Activités touristiques

- Lombachalp

Il s'agit de la découverte d'un territoire très important pour les oiseaux.

- Les "kennenlernrouten" (chemins de découvertes)

C'est un concept permettant de découvrir le parc à pieds à l'aide de cartes géographiques, de photos et d'énigmes.

- Des trekkings à dos d'ânes

Il s'agit de randonnées accompagnées d'ânes.

Une activité qui, à la base n'est pas une offre touristique, mais qui pourrait le devenir et qui est spécifique au Naturpark Thunersee Hohgant c'est la possibilité de s'investir dans le développement à long terme du parc. En effet, les paysans n'ont pas le temps de s'occuper de certains travaux. C'est pourquoi le parc propose une sorte de bourse de travaux d'aménagement du parc. Il est possible d'aller ramasser du bois, de créer des plateformes en bois, de ramasser des déchets ou encore de créer un biotope pour les serpents et les lézards. Ces activités sont pour l'instant réservées à des groupes d'écoles ou d'entreprises. Mais vu l'intérêt grandissant des

gens pour la nature et l'écologie, il me semble qu'un tel projet pourrait intéresser bon nombre de touristes désireux de réaliser une activité bénéfique pour la nature.

Mobilité

Sur le site Internet du parc, il n'y a aucune indication concernant la mobilité du parc. Plusieurs excursions pédestres sont proposées, mais quant aux déplacements jusqu'au parc ou à l'intérieur du parc on ne trouve aucune indication.

USP

Ce qui pourrait faire l'objet d'un USP dans le Naturpark Thunersee Hohgant c'est de faire un lien avec l'eau. En effet, le parc touche les lacs de Thoune et de Brienz. Ce qui est également en rapport avec l'eau et qui a son importance dans le parc, ce sont les nombreux marais qui y sont présents. Le thème de l'eau me semble être un bon fil rouge pour ce parc.

7.4 Naturpark Gantrisch (FR+BE)

Gastronomie

La région du Gantrisch possède le label "Das Beste der Region", il s'agit d'un label de commercialisation régionale qui regroupe six organisations du canton de Berne, (LOBAG). Le label garantit au consommateur un produit de qualité et spécifique à une région. Ce label s'applique dans la région du Gantrisch pour la choucroute proposée dans divers établissements. Une brochure "Leckeres und spezielles aus der Region Gantrisch" a spécialement été créée et réunit toutes les spécialités culinaires mais également touristiques de la région. Y sont également référencés, toutes les fermes dont la production est bio.

- Gurtners-Weingrotte

Situé à Elisried, cette petite grotte du vin propose des spécialités de vin aux diverses baies telles que les framboises ou les mûres. Il est possible de déguster le

vin sur place et une offre intéressante est qu'il est possible de participer à la cueillette des fruits.

Hébergement

Dans la zone même du parc on trouve 12 hôtels, ce qui représente en tout 245 lits. On y trouve également des bed & breakfast, des hébergements de groupes et des appartements de vacances.

- Gurnigel-Berghaus

Facilement atteignable en transports publics, un bus mène jusqu'à l'établissement, l'hôtel offre une vue splendide sur les montagnes avoisinantes et offre des possibilités d'hébergement telles que des dortoirs pour les groupes ou des chambres doubles.

- Schweffelbergbad

Situé à 1400m d'altitude, le Schweffelbergbad est un hôtel romantique dont les sources thermales ont été citées pour la première fois en 1561. Cet hôtel de classe supérieure n'est pas accessible à tous les porte monnaies mais mérite d'être cité pour son côté historique et son architecture spécifique. Les propriétaires y sont depuis plus de 30 ans et ont sans cesse rénové l'hôtel qui tombait en désuétude. De plus, l'hôtel possède 100 hectares de forêts, de champs et un propre alpage. Tous les jours, des chèvres de l'alpage livrent du lait pour la création de beurre et de fromage.

L'hôtel propose également des soins tels que des bains au soufre ou des massages ainsi qu'une spécialité exclusive en Suisse, l'application de fango. Une réserve de cette boue se trouve derrière l'hôtel. Elle est appliquée sur des membres endommagés et permet une meilleure irrigation et un soulagement de la douleur.

- Im-stroh-schlafen.ch

La région du Gantrisch propose également la possibilité de dormir sur la paille à Mamishaus par exemple.

Activités touristiques

- Le passeport Gantrisch

Lancé pour la première fois pendant l'hiver 2007/2008, le passeport Gantrisch est une brochure proposant diverses activités touristiques à prix réduit ainsi que des réductions sur les remontées mécaniques de la région et dans divers magasins de la région.

Mobilité

Sur le site Internet des liens sont proposés quant à la possibilité de se rendre dans le parc et comment s'y déplacer. On peut relever qu'un "Wanderbus" (un bus pour les randonneurs) est prévu au sein du parc. Une partie du chemin de Saint-Jacques de Compostelle passe également par le Naturpark Gantrisch.

Un chemin panoramique est planifié pour les quatre prochaines années. Il sera long de 18 kilomètres et passera par les cantons de Fribourg et de Berne.

De plus, un très grand réseau de chemins a été aménagé pour la randonnée à VTT. Une carte a été spécialement créée avec tous les parcours à disposition. Il y a également la possibilité de faire des trekkings à cheval ou avec des lamas.

USP

Le USP du Naturpark devrait être «Die Perle von der Stadt Bern²⁴ ». En Effet, le Naturpark Gantrisch est situé aux portes de Berne et est déjà maintenant très fréquenté les week-ends et les jours de congé par les Bernois. Cet USP permettra de facilement s'intégrer à la stratégie marketing de Berne Tourisme.

7.5 Parc naturel du Chasseral (BE/NE)

Contrairement aux autres parcs, le parc naturel du Chasseral existe déjà et est reconnu par les autorités cantonales. Le parc cherche donc à avoir une reconnaissance fédérale. Pour obtenir les subventions de l'état le parc devra

²⁴ Cette expression est tirée d'un article du Bund, *Gantrisch will hoch hinaus*, 07.07.2005

procéder à quelques adaptations telles que délimiter une zone d'actions précises par exemple.

Le parc naturel du Chasseral, est d'après une étude de la Berner Wirtschaft (BECO)²⁵ le deuxième parc pouvant accueillir le plus de touristes potentiels. On parle de 950'000 visiteurs.

Gastronomie

Le parc naturel du Chasseral a développé une brochure intitulée: "La route des goûts et des saveurs". Elle recense tous les produits régionaux ainsi que les visites chez les agriculteurs et artisans régionaux.

Hébergement

- Hôtel Chasseral

L'hôtel Chasseral est situé à 1600m d'altitude. Il offre des chambres doubles mais également des dortoirs pour accueillir des groupes.

Activités touristiques

- Histoires d'arbres

Il s'agit de ballades organisées pour découvrir quelques fameux arbres de la région le tout accompagné de contes.

- Le Chasseral paradis des dolines

Il s'agit d'une ballade à la découverte des dolines, des dépressions circulaires dans la roche. Au cours de la randonnée on explique au visiteur leur importance pour l'agriculture, les eaux souterraines et le paysage.

²⁵ V. Siegrist, *Ökonomische Analyse*, p.16

Mobilité

La mobilité à l'intérieur du parc a été améliorée en instaurant un service de bus. Il est également possible de se déplacer à cheval puisque de nombreux chemins ont été créés spécialement pour cette activité. De plus, l'actuel parc régional du Chasseral propose une brochure intitulée: "Lignes et chemins". Cette dernière propose 22 randonnées combinées avec les transports.

USP

La région du Chasseral se caractérise par une richesse naturelle impressionnante qui côtoie des réalisations techniques importantes, telles que l'antenne se trouvant au sommet du Chasseral. Cela me semblerait intéressant d'associer les richesses naturelles aux réalisations techniques afin de montrer que les deux ne sont pas contraires. De plus, les communes de Sonceboz et de Saint-Imier se trouvant sur le territoire du parc ont de nombreuses entreprises spécialisées dans l'énergie ou dans la mécanique de précision. La ville de Saint-Imier se présente d'ailleurs comme ville en "terre d'énergies" dans un environnement "naturbain"²⁶.

7.6 UNESCO Biosphäre Entlebuch

La biosphère Entlebuch est la première biosphère de Suisse. Elle répond déjà à tous les critères d'un parc naturel régional. C'est pourquoi elle devrait être la première à être reconnue comme tel.

Dans le cas de la biosphère Entlebuch, il ne me semble pas nécessaire de faire une recherche approfondie d'offres touristiques. La biosphère a déjà un nombre important de visiteurs et peut fonctionner comme exemple pour les autres parcs en cours de création. En effet, l'Entlebuch propose déjà de nombreuses activités en relation avec la nature. Que ce soit des randonnées didactiques ou des expositions, tout tourne autour de la nature et de sa sauvegarde. Un nouveau concept marketing serait superflu. Il faudrait pourtant informer les visiteurs et la presse du nouveau statut obtenu par la réserve.

²⁶ www.saint-imier.ch

La biosphère Entlebuch est également un exemple à suivre dans le domaine de la labellisation des produits vendus dans la région. Le label "echt Entlebuch" a été créé pour des produits gastronomiques et touristiques de la région. Ici, tout comme dans le parc de Gantrisch qui possède le label "das beste aus der Region", il faudra faire attention à ne pas superposer trop de labels. Une fois les subventions reçues, les parcs pourront appliquer le label "produit" mis en place par les parcs. Je suis d'avis que trop de labels ne font qu'instaurer la confusion dans l'esprit des gens. Il faudra donc trouver une solution pour les harmoniser.

7.7 Sihlwald (ZH)

Il s'agit de mettre en commun le Sihlwald et le Wildpark Langenberg. Situé au bord de la rivière Sihl, le Sihlwald propose déjà un centre Pro Natura sur ses rives. Le but dans la forêt du Sihlwald est d'avoir une zone qui ne sera pas modifiée ou adaptée. On pourrait la comparer à la forêt d'Aletsch où on ne pratique pas d'intervention humaine. Le Wildpark Langenberg est une sorte de zoo où il est possible d'admirer des animaux tels que des ours ou encore des lynx. La force de la forêt du Sihlwald réside dans le fait qu'il a déjà un centre Pro Natura qui lui permet de sensibiliser les visiteurs aux problèmes de protection de la nature.

Gastronomie et hébergement

La faiblesse de la région du Sihlwald et du Wildpark Langenberg est qu'il n'y a pas beaucoup de restaurants ou d'hôtels très proches. La proximité avec la ville de Zurich me permet de penser que le Sihlwald restera principalement un parc accueillant des excursionnistes. Les touristes résidant dans un hébergement de vacances en ville de Zurich passeront peut-être une journée dans la forêt, mais pas davantage contrairement aux parcs situés en montagne et qui proposent plusieurs hébergements aux randonneurs. J'ai longtemps cherché un hébergement répondant à des critères de tourisme durable ou qui mettrait en avant un effort en direction de l'écologie, je n'en ai pas trouvé en ville de Zurich. Il serait intéressant ici de proposer des packages avec des hôtels qui, même s'ils sont situés en ville font un effort en direction de la protection de la nature.

Activités touristiques

- Walderlebnispfad

Ce chemin de découverte de la forêt réalisé par Pro Natura propose de nombreuses activités pour les grands et les petits.

Mobilité

Un chemin sera aménagé à travers la forêt. Ce sera un "Naturerlebnispfad" (un chemin de découverte de la nature).

La forêt du Sihlwald pourrait être l'endroit idéal pour proposer aux visiteurs des moyens de locomotion à la force humaine tels que la location de vélo ou de trottinette. Une grande partie de la forêt du Sihlwald se trouve au bord de la Sihl, les chemins sont donc plats et permettent de telles activités.

Le Sihlwald est également facilement accessible en train depuis Zurich.

USP

Comme le Gantrisch Park, le Sihlwald Park se trouve tout près de la ville de Zurich. Comme il est combiné avec le Wildpark Langenberg, il serait intéressant d'avoir un USP alliant aventure et repos.

7.8 Parc Ela (GR)

Situé dans les Grisons, le parc Ela représente 600 kilomètre carrés de nature. C'est le plus grand parc qui a déposé sa candidature à la Confédération pour une demande de subventions. Il s'étend du col de l'Albula au col du Julier. Il regroupe 21 communes dont les plus importantes sont Bergün, Savognin, Bivio et Tiefencastel.

Hébergement

Plusieurs restaurants qui me paraissent intéressants figurent souvent déjà sur le site Internet de Suisse Tourisme, comme par exemple le restaurant Bellaluna à Filisur. Il n'y aurait donc plus qu'à les mettre en lien avec le parc.

Gastronomie

- Restaurant Fuschena

Situé à Bergün, le restaurant Fuschena est une ancienne forge transformée en restaurant ce qui lui confère un caractère très spécial. La carte des mets est entre autre composée de cuisine traditionnelle des Grisons.

- Trattoria Caroline

Ce restaurant situé à Alvaneu Bad propose également des mets à base de produits régionaux ou parfois même bio.

Activités touristiques

Le parc Ela a la chance de posséder de nombreuses offres naturelles et culturelles.

- Moorlandschaft Alp Flix

Il s'agit d'un marécage où les responsables se sont fixés comme but de recenser toute la biodiversité présente et de faire des liens entre elles. Un moustique encore inconnu jusqu'à présent y a même été découvert.

- Crap Furò

Il s'agit d'un rocher en forme d'aiguille de plus 60 mètres. Depuis longtemps ce rocher fascine les grimpeurs. Les premiers à avoir réalisés son ascension sont Hans Steger et Paula Wiesinger. Il reste encore des traces de leur passage telles que des sangles.

- Waldreservat la Niva

Il s'agit d'une forêt où l'abattage des arbres est interdit et où la forêt pousse et se développe comme bon lui semble.

Ce qu'il faut encore relever est que le Parc Ela propose également de nombreuses curiosités historiques telles que des ruines de forteresses et des églises baroques datant du 17^{ème} siècle.

Mobilité

Il est possible d'arriver jusqu'au Parc Ela en utilisant la compagnie de train Rätische Bahn. Cette compagnie de transports a déposé sa candidature pour faire partie du patrimoine mondial de l'UNESCO. En effet, elle a été construite entre 1898 et 1903 et est une attraction en soi.

USP

Le parc Ela relie le nord au sud. En effet, il est tout près de l'Italie et s'étend au nord jusqu'à Lenz. Il serait intéressant d'orienter l'USP dans ce sens. Ceci permettrait d'inclure également la Rhätische Bahn, candidate au patrimoine mondial de l'UNESCO. Cette différenciation nord / sud permettrait également d'intégrer les trois langues parlées dans la région : l'italien, le romanche et le suisse allemand.

7.9 Biosfera Val Müstair (GR)

Afin d'être reconnu comme biosphère, une région doit d'abord postuler au près de la Confédération pour devenir un parc naturel régional. Le but ultime du Val Müstair est de faire partie du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Son partenaire principal est le parc national auquel elle est totalement intégrée. Il s'agit en fait d'une sorte de prolongement du parc national.

Pour ce futur parc, il ne me semble pas très bon de planifier deux stratégies marketing, une pour la biosphère et une pour le parc national. Le parc national étant déjà très connu, il serait plus judicieux de développer le marketing du parc national et d'intégrer à sa communication que le parc sera prolongé afin d'en faire

une biosphère. Les communes qui feront partie de la biosphère doivent également être intégrées au marketing du parc national.

7.10 Naturpark Thal (SO)

Le Naturpark Thal se situe dans le canton de Soleure non loin des villes de Zurich, Berne et Bâle.

Gastronomie

- Restaurant Pintli Neu, Falkenstein

Il s'agit d'un restaurant utilisant uniquement des produits de saison et de la région. Il s'inscrit donc tout à fait dans la démarche d'un tourisme durable. De plus, le bâtiment est intéressant puisqu'il représente également un aspect historique. En effet, il s'agit d'un ancien château qui servait d'auberge aux hôtes voyageant en diligence.

- Restaurant Alpenblick-Passwang, Ramiswil

Ce restaurant jouit d'une vue imprenable sur les Alpes bernoises et sur la chaîne du Jura. Ce restaurant propose aussi des produits régionaux et traditionnels.

Hébergement

- Hotel Erica, Balsthal

L'hôtel Erica est géré depuis plus de 30 ans par la même famille, il jouit donc d'une grande tradition hôtelière. L'architecture de l'hôtel est également intéressante puisqu'il s'agit d'Art Nouveau

- Seminarhotel Kreuz, Balsthal

L'hôtel Kreuz est intéressant car il est riche d'une longue histoire. Les premières mentions de son existence remontent au 15^{ème} siècle.

Le Naturpark Thal propose également des possibilités d'hébergement pour les groupes, des bed & breakfast et des nuitées dans le foin.

Activités touristiques

Ce qui me paraît très intéressant dans le Naturpark Thal c'est que de très nombreuses activités sont didactiques et centrées sur la découverte de la nature comme par exemple :

- Bewusste Begegnung mit der Natur
- Auf den Spuren des Gelbringfalters
- Die andere Welt der Bäume

USP

Le Naturpark Thal possède une très grande diversité naturelle, mais également culturelle. En effet, on trouve de nombreux châteaux, chemins historiques et musées. Il serait intéressant de combiner l'aspect nature et culture.

8 Analyse critique des offres touristiques

Les offres trouvées sont souvent très intéressantes et mériteraient d'être mises davantage en lumière. Elles ne figurent actuellement pas sur le site de Suisse Tourisme. On y fait parfois référence ou alors un lien sur l'office du tourisme de la région est proposé. Ce qui manque dans le choix de ces offres est souvent l'aspect didactique directement lié au parc, ce qui est normal puisque les parcs ne sont pas encore sûrs du montant des subventions qu'ils vont recevoir. Lorsque les parcs auront reçu de la Confédération la décision du montant de financement qui leur est accordé, il leur faudra créer des offres didactiques et ludiques plus spécifiquement liées aux parcs.

Un autre aspect important qu'il manque souvent sur les sites Internet consultés est la mobilité. Il n'y a souvent pas ou que très peu d'indications concernant les moyens de se déplacer jusqu'au parc et les moyens de déplacement au sein du parc. Il serait donc intéressant de proposer des offres spécifiques de déplacement à la force humaine telles que le vélo ou la trottinette par exemple.

Un point positif est que bon nombre des restaurants présents dans la plupart de ces parcs proposent déjà maintenant des produits de saison et de la région.

Plusieurs restaurants ou hôtels indiquent sur leur site Internet leur passé ou dans quelles conditions leur établissement a été construit. Ces éléments historiques et culturels devraient encore davantage être mis en avant. Ils s'inscrivent dans une philosophie de tourisme durable puisqu'il permette de découvrir le patrimoine et de contribuer à le conserver.

Il est pour l'instant difficile de choisir des hôtels respectant les critères de tourisme durable. En effet, outre la restauration qui est le plus souvent traditionnelle, aucun établissement ne met en avant des aspects de tourisme durable. De plus, les sites Internet des parcs ne proposent en général pas directement des restaurants ou des hôtels.

Ces parcs sont pour la plupart situés dans des régions où les nuitées sont en baisse, les hôtels ferment et les principaux touristes sont des excursionnistes. Il m'a donc paru important de trouver une solution pour accentuer la promotion de l'hébergement, chose qui pourrait être faite en lien direct avec la création de ces parcs.

Une manière de pallier à ce problème serait de proposer des packages comprenant les déplacements, les activités touristiques et l'hébergement. Je me suis également posé la question de savoir si d'autres parcs naturels de France, d'Italie et d'Autriche s'étaient souciés de ce genre de problème. Une solution qui pourrait être adaptée aux parcs de Suisse m'a été donnée par Monsieur Luc Herry, président de la commission tourisme du parc naturel régional du Queyras (France) lors du séminaire "Tourisme très nature. Le succès d'un marché de niche", les 6 et 7 septembre 2007 à Dienesse²⁷. En 2003, le Parc naturel régional du Queyras a été choisi par l'Association française d'ingénierie touristique, l'AFIT pour mener une expérience dans le domaine du tourisme durable. Une centrale de réservation en ligne a été créée et devrait être opérationnelle en septembre 2008. Tous les responsables des hébergements peuvent s'y connecter et remplir eux-mêmes les critères auxquels ils correspondent. Ce qui est très intéressant est que les visiteurs du site peuvent réserver leurs hébergements en fonction de critères touristiques classiques tels que le confort ou le service, ou en fonction de critères de tourisme durable. Ces critères s'appliquent aux domaines de l'environnement, de l'économie, du social et de l'éthique. Des sigles correspondent à des critères. Ci-après quelques exemples de critères par domaine²⁸.

Environnement :

- Rénovation du bâtiment dans le respect de l'architecture locale
- Participe au maintien ou à la création d'habitats spécifiques (mare, nichoir...)

Economie :

²⁷ Support du congrès des 6 et 7 septembre 2007, "Tourisme durable", Luc Herry

²⁸ Pour la totalité des critères, V. Annexe 1

- Priorité donnée aux entreprises et artisans locaux pour les travaux.
- Produits et matériaux locaux utilisés dans la construction

Social :

- Bibliothèque de plus de cent livres
- Information systématique sur les manifestations locales

Ethique :

- Prise en compte des exigences liées à la clientèle handicapée
- Soucieux du bon déroulement du séjour

Le but actuel du parc naturel régional du Queyras est de créer un véritable réseau de prestataires implantés sur le territoire du Parc qui s'engagent à travailler selon les critères définis dans la charte du tourisme durable européen. Ils ont déjà labellisé les producteurs de pommes de terre, les artisans de jouets en bois et les fromagers.

L'idée est très pertinente et me semble vouée au succès puisque ce système permet de sensibiliser non seulement le visiteur, mais également les acteurs du tourisme. De plus, il permet de créer un lien entre divers prestataires non seulement du tourisme, mais également d'autres milieux économiques dont le dénominateur commun est le parc naturel régional du Queyras. Ce parc me semble être un très bon exemple de collaboration entre les différents acteurs et va jusqu'au bout de la démarche du tourisme durable.

A l'échelle de la Suisse, il me semble que ce système pourrait être appliqué puisque la centrale de réservation en ligne d'hébergements de vacances de Suisse Tourisme, Switzerland Travel Center, permet aux visiteurs de choisir leur logement d'après des critères. D'un point de vue technique cela ne poserait pas de grands problèmes. Ce qui pose davantage de problèmes c'est la mise en place de tout le système puisqu'il ne faudrait pas l'appliquer qu'à un seul parc, mais aux dix qui ont lancé leur candidature. Ce projet ne pourrait évidemment pas voir le jour dès la première année ni de la deuxième puisqu'il demande un énorme travail d'inventaire, mais à

long terme ce système me paraît être un bon moyen de développer le tourisme durable en Suisse si tous les acteurs se donnent la peine d'y participer.

Une autre piste concernant la promotion des hébergements m'a été donnée par la Fédération des parcs naturels régionaux de France²⁹. Ils ont créé une marque qui reconnaît 21 établissements établis dans les parcs de France. Ces hôtels doivent correspondre à des critères de développement durable.

"(...) Les prestataires concernés contribuent au développement du territoire et s'attachent à les faire découvrir. (...) Ils proposent des produits et services qui valorisent le patrimoine culturel local (...). La marque cultive une forte dimension humaine: le savoir-faire, le rôle et la maîtrise de l'homme sont primordiaux dans le processus d'accueil (...) La marque revendique le respect de l'environnement et contribue au renforcement de sa richesse: les prestataires s'attachent à préserver les milieux naturels, la faune, la flore. (...)"

En débutant le projet des parcs, il est primordial de tenir compte des hôteliers et de leur offrir une possibilité de s'assurer une meilleure promotion. Ces deux systèmes pourraient être appliqués en Suisse sur une longue durée.

²⁹ www.parcs-naturels-regionaux.fr et www.hotels-au-naturel.com

9 Les parcs européens, des modèles pour la Suisse.

Des parcs naturels existent dans les pays voisins de la Suisse depuis de nombreuses années. La Suisse doit profiter de cette expérience pour analyser leurs offres, leurs infrastructures et la gestion de leur parc afin d'en tirer des leçons.

9.1 Les parcs en France

La France compte une quarantaine de parcs naturels régionaux réunis dans la Fédération des parcs naturels régionaux de France. On trouve également quelques parcs nationaux. La Fédération des parcs naturels régionaux de France a fêté en 2007 ses 40 ans d'existence. Tous les parcs sont réunis sur un site Internet.

La Fédération des parcs naturels régionaux de France fonctionne avec un système de pôles de compétence. Ces pôles définissent les priorités et les buts des parcs. Ils sont les suivants³⁰ :

- Pôle territoire

"(...) regroupe les activités de la Fédération qui concernent le fondement de la politique des Parcs"

- Pôle développement durable

"Ses travaux portent sur la préservation des milieux naturels, la gestion de l'espace, le tourisme, la culture et l'appui aux entreprises."

- Pôle institutionnel

"Le pôle institutionnel assure le suivi de l'activité statutaire de la fédération : nouveaux membres, statuts, règlement intérieur, cotisations..."

- Pôle communication

"Le pôle communication assure la mise en place de la charte de communication du réseau des Parcs, accompagne les Parcs dans leurs actions et leurs politiques de communication."

³⁰ <http://www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr/fr/approfondir/poles.asp>

- Pôle international

"Le pôle international anime et capitalise les démarches engagées par les Parcs et la Fédération auprès de partenaires internationaux"

La Fédération des parcs naturels et régionaux de France fonctionne comme le porte-parole des parcs et elle représente leurs intérêts dans les milieux politiques et administratifs. Elle met également à disposition des divers parcs, des outils leur permettant de mener à bien leur mission.

Il est également intéressant de relever que 17 parcs français ont inclus dans leur charte une dimension internationale et s'investissent dans ce domaine notamment par une collaboration avec Europarc³¹. De nombreux projets avec divers pays ont également été réalisés grâce à cette collaboration internationale³² comme par exemple des échanges d'œuvre d'art entre un parc naturel de France et un musée situé dans un parc naturel en Chine.

9.2 Les parcs en Autriche

Ici aussi les parcs naturels sont tous réunis dans une même fédération et présents sur un site Internet. Il y a également une brochure papier qui a été créée et qui réunit les 45 parcs autrichiens. En 2005 la fédération des parcs d'Autriche a fêté ses dix ans d'existence.

Ce qui est intéressant et apparaît sur le site Internet des parcs de l'Autriche est une présentation de toutes les activités et manifestations des divers parcs. On peut relever que la fédération des parcs d'Autriche s'implique énormément dans la formation. Que ce soit au niveau des visiteurs en leur proposant des activités qui permettent de les sensibiliser à des problèmes sur l'écologie ou sur la nature en général ou dans le domaine de la formation. Elle propose une formation de guides dans la nature.

Les parcs autrichiens reposent comme les parcs français sur des piliers qui sont ici:

³¹ V. Chapitre 11

³² V. Annexe 2

- La protection
- La détente
- L'éducation
- Le développement régional

9.3 Les parcs en Italie

Les parcs italiens sont regroupés sur un site Internet qui contient également toutes les aires protégées du pays ainsi que les zones maritimes également protégées. Trois parcs italiens possèdent le label Europarc. Il est à relever que dans le domaine international certains parcs sont jumelés à des parcs d'autres pays.

9.4 Les parcs en Allemagne

Depuis 1963 le Verband Deutscher Naturpärke est l'organisation faitière des parcs allemands. Comme pour les autres pays européens, les parcs allemands sont regroupés sur un site Internet qui rassemble tous les parcs du pays. L'Allemagne fait partie des membres créateurs de l'organisation Europarc et travaille en étroite collaboration avec elle. Les protagonistes de la Fédération des parcs allemands attachent une grande importance à la formation et à la sensibilisation des visiteurs des parcs. D'ailleurs la fédération reprend une citation vieille de plusieurs centaines d'années pour faire comprendre l'importance et la manière de sensibiliser les gens aux problèmes de développement durable. Je me permets de mettre cette citation en évidence puisqu'elle devrait être appliquée à tous les parcs naturels³³ actuels ou futurs.

"Sag es mir - und ich werde es vergessen

Zeig es mir - und ich werde mich erinnern

Beteilige mich - und ich werde es verstehen"

C'est dans ce sens que la fédération des parcs allemands a créé du matériel scolaire pour les écoles afin de permettre aux enfants dès leur plus jeune âge d'être sensibilisé et de comprendre le problème du développement durable.

³³ www.naturparke.de

10 Les leçons à tirer des parcs européens

Après avoir parcouru les efforts fournis par les parcs européens, il est évident que la Suisse peut s'en inspirer afin de créer un réseau de parcs rapidement à la hauteur de ses voisins. Ci-après j'ai réalisé une liste des points qui pourraient être améliorés ou instaurés dans les futurs parcs suisses.

10.1 Amélioration de la visibilité sur Internet

Les sites Internet des divers parcs européens sont très bien conçus et très informatifs. Ils donnent souvent des informations sur tous les parcs du pays avec des liens. De plus, on peut y commander des brochures, des livres et toutes sortes de documentation. Ces parcs existent depuis de nombreuses années pour la plupart c'est pourquoi ils ont eu le temps de développer ce genre d'outil. En Suisse, pour l'instant, chaque parc a son site Internet mais aucun site ne regroupe tous les parcs. Je pense qu'il est indispensable qu'un site Internet soit développé. Cela devrait être à mon avis le rôle du "Netzwerk Schweizer Pärke³⁴", qui fonctionne comme Fédération des parcs suisses. Ce n'est pas le travail de Suisse Tourisme puisque cette dernière s'occupe de la promotion de la Suisse, ni le travail d'un des parcs. Un regroupement externe devrait s'en occuper.

10.2 Développement d'une fédération

On peut relever que la plupart des parcs créés dans les pays européens ont été réalisés avant qu'une fédération ait été créée. Tous les pays avoisinants, sauf l'Italie pour laquelle je n'ai pas d'informations, travaillent avec une organisation faitière. Cette démarche me semble très pertinente. En Suisse, l'organisation qui tiendra ce rôle s'appelle "Netzwerk Schweizer Pärke". Créée il y a une année, elle est composée de membres des parcs et tiendra d'après un de ses membres, Monsieur Fabien Vogelsperger³⁵ le même rôle que les fédérations tiennent dans les pays européens. Cette organisation devra être responsable du contact avec les autorités politiques,

³⁴ Plus d'informations concernant cet organisme se trouve au chapitre 10.2

³⁵ Rencontré lors de la première réunion des responsables de parcs, de Suisse Tourisme et des destinations touristiques. Monsieur Vogelsperger est le responsable du parc naturel du Chasseral

devra être en mesure de défendre ses intérêts et de répondre à la presse. De plus, la fédération doit être un soutien pour les parcs. Elle doit pouvoir leur donner le fil rouge de leur mission et les aider en cas de questions. "Netzwerk Schweizer Pärke" doit également motiver les parcs à innover et à se tenir aux règles du tourisme durable. Elle pourrait par exemple proposer des distinctions telles que "meilleur parc de l'année" etc. Cette organisation aura également un rôle de coordinateur entre les différents parcs.

10.3 Présence internationale

Le "Netzwerk Schweizer Pärke" aura également le rôle de marquer sa présence de manière internationale ce qui, dans un proche avenir, doit avoir lieu. Tous les parcs des pays avoisinants travaillent en collaboration avec l'organisation Europarc. Malgré que la Suisse ne fasse pas partie de l'Europe, un accord doit être trouvé pour pouvoir faire partie de cette organisation, chose qui me semble indispensable.

10.4 Création de matériel de présentation

Il serait intéressant que les parcs produisent des flyers ou peut-être une brochure de présentation de leur parc. Cela ne va pas forcément dans le sens du développement durable, mais me semble indispensable afin de se faire connaître. Par souci écologique, il serait peut-être mieux de créer une brochure ou des flyers pour tous les parcs en général. Ce qui serait également le rôle de la fédération. De plus, une newsletter aurait également sa place et pourrait contenir de nombreuses informations sur tous les parcs en général.

10.5 Créer une identité "parc naturel"

Le but ultime est de créer une "identité parc". Il faut que tous les parcs de Suisse soient reconnaissables à une ligne graphique ou un logo. Des critères de tourisme durable doivent être définis et appliqués à chacun des parcs. Tout ceci afin d'atteindre une reconnaissance régionale puis nationale et enfin internationale.

11 Europarc³⁶, un label pour jouer dans la cour des grands

L'organisation Europarc est née en 1973. Elle est formée de spécialistes dans le domaine de la préservation de la nature. Elle compte 400 espaces protégés dans 38 pays. Ses buts sont les suivants:

- Améliorer le niveau de gestion des espaces protégés
- Protéger les variétés naturelles européennes
- Préserver les différentes espèces, les particularités et les beautés paysagères

Europarc travaille avec des organisations telles que:

- L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN)
- Le World Wide Fund (WWF)
- La Commission Européenne

Europarc se base sur la Charte Européenne pour le Tourisme Durable pour réaliser ses principaux objectifs dans le développement du tourisme durable. Cette Charte Européenne pour le tourisme durable est l'instrument principal de conduite des parcs. Ils devraient tous s'en inspirer. Cette charte reflète les buts du tourisme durable et les règles à appliquer pour y parvenir.

Ne faisant pas encore partie de l'union européenne, je ne sais pas si la Suisse pourrait participer à cette organisation. Pourtant, une collaboration avec Europarc me semble importante. Surtout car la Suisse débute dans le monde des parcs et qu'Europarc a déjà une très grande expérience. La Suisse pourrait profiter de ces connaissances pour améliorer son réseau de parcs et pour se faire connaître de manière internationale.

³⁶ V. www.europarc.org

12 Collaboration de Suisse Tourisme avec les parcs. Mode d'emploi.

Le but premier de Suisse Tourisme est évidemment d'intégrer ces parcs dans un concept marketing. Il ne faudrait toutefois pas que l'entreprise perde de vue la préservation de la nature qui devrait passer avant toute chose.

Dans un premier temps, il est important que les parcs aient une très bonne collaboration avec les destinations touristiques auxquelles ils appartiennent. En effet, pour mettre sur pieds des offres touristiques attrayantes, les deux parties doivent travailler ensemble afin de se conseiller et de s'aider. A l'heure actuelle, le regroupement de destination, mais également d'entreprises ou d'organismes travaillant dans le même sens est inévitable. Suisse Tourisme quant à elle, doit pouvoir chapeauter le tout. Une personne doit être responsable d'avoir régulièrement du contact avec les responsables de parcs et avec les destinations touristiques. Plusieurs acteurs entrant en jeu, il faut que la communication se passe de manière optimale. Il serait peut-être bon que Suisse Tourisme crée des rencontres une à deux fois par année avec tous les responsables de parcs ainsi que les responsables de destinations touristiques. Ces parcs ne doivent pas se sentir en concurrence, bien au contraire, ils doivent pouvoir parler librement de leurs projets, poser des questions, se soutenir mutuellement et se donner des conseils. Chacun pourra profiter du travail de marketing de Suisse Tourisme.

12.1 Les leçons à tirer de Suisse Pure

Le projet Suisse Pure a été un des premiers projets lancé dans le cadre du tourisme de nature. Suisse Tourisme doit profiter de cette expérience pour en tirer des leçons et ne pas refaire les mêmes erreurs avec le projet des parcs. Dans l'étude réalisée par le Professeur Siegrist³⁷ on relève qu'il n'a pas été possible de prouver qu'une augmentation du chiffre d'affaire des différentes offres Suisse Pure était directement liée à leur création. Il me semble qu'une des premières erreurs commises durant le projet Suisse Pure est d'avoir misé sur des éléments individuels sans les avoir rattachés à une quelconque destination, on a créé 38 offres individuelles. Bon

³⁷ V. Siegrist, *Schweiz Pur Kurzevaluation*

nombre de ces offres n'ont malheureusement pas pu compter sur le soutien de la région touristique à laquelle ils sont rattachés et n'ont donc pas pu investir beaucoup d'argent dans la promotion de leur produit. C'est pour cette raison que chacune des offres proposées dans le cadre du développement des parcs en Suisse doit être mise en relation avec :

- Le parc
- L'ensemble des parcs
- La destination touristique de laquelle l'offre fait partie
- Suisse Tourisme

Un autre aspect important est que le concours Suisse Pure a été effectué sur trois années et n'a pas été renouvelé. Les produits ont donc gentiment perdu de leur visibilité et sont repartis quelque peu dans l'anonymat. Le projet des parcs doit donc toujours être suivi et actualisé afin de ne pas partir aux oubliettes. Il doit s'inscrire dans une continuité.

Un autre point faible de Suisse Pure est que plusieurs personnes chez Suisse Tourisme ont été responsables du projet. Il a donc à chaque fois fallu former les nouvelles personnes s'occupant du projet et les responsables des offres Suisse Pure ne savaient plus vraiment à qui s'adresser. Ici, Suisse Tourisme a pris les devants et a engagé une personne responsable du projet "Natturreisen". Monsieur Jean-Paul Gehrig a pris ses fonctions en 2008 et s'occupera du projet qui sera lancé en 2009.

Suisse Pure n'a pas connu une résonance incroyable auprès du public car il y a eu un manque de communication. Les responsables des offres Suisse Pure ne sont pas satisfaits de la manière dont ont été communiquées leurs offres. En ce qui concerne les parcs il sera très important de définir qui s'occupe de la communication et comment elle sera faite. Pour ce faire, il me semble que Suisse Tourisme doit prévoir un événement pour lancer le projet et mettre clairement en évidence les offres dans les parcs sur le site Internet. De plus, il est de sa responsabilité de faire la promotion des parcs à l'étranger.

Suisse Tourisme doit faire une communication générale des parcs. Une action médiatique à entreprendre serait par exemple de proposer à des magazines tels que "Schweizer Familie" ou "L'Illustré" de faire une série sur plusieurs mois intitulée : "Partez à la découverte des parcs en Suisse" avec la description des parcs, les activités qui y sont proposées et la description de quelques hébergements qui font un effort dans le tourisme durable. Les destinations touristiques ont quant à elle un rôle à jouer également. Elles doivent s'occuper de faire la promotion de leur parc de manière individuelle.

Parmi tous les acteurs participant aux projets, il ne faut pas oublier les spécialistes de la protection de la nature. Ils doivent être inclus aux diverses réunions rassemblant les responsables de Suisse Tourisme et des parcs.

La visibilité du produit doit être très grande. Alors que Suisse Pure n'a pas toujours été sur la page d'accueil de Suisse Tourisme, il faut absolument que les parcs soient mis en évidence sur la première page du site Internet. Le site devrait ensuite au moins contenir les informations suivantes :

- Une explication concernant les différents parcs
- Une liste de tous les parcs
- Une liste de toutes les offres qui ont été choisies par parc répertoriées avec les rubriques suivantes :
 - Gastronomie
 - Hébergement
 - Activités touristiques
 - Mobilité
- Une série de liens menant aux diverses destinations touristiques

Les hôtels aux alentours des offres Suisse Pure n'ont pas profité d'une augmentation du nombre de leurs nuitées, les offres s'adressant plutôt à des

excursionnistes. Pour le projet des parcs, il me semble important de développer également un marketing autour des hôtels faisant partie de ces parcs. Comme je l'ai cité plus haut, de nombreux hôtels présents dans les parcs ont des nuitées qui sont en baisse ou ferment leurs portes. C'est pourquoi j'ai décidé de faire une recherche d'amélioration du nombre de nuitées dans les parcs³⁸.

Suisse Pure a été créé sous forme de concours et n'a pas amené à la création d'un label. Un label est important puisqu'il est officiel, est reconnu et permet un contrôle. L'instauration du label "parc" me semble donc une évidence. En effet, il permet une communication forte et claire. Les critères d'acquisition du label doivent cependant être clairement définis et un système de contrôle organisé doit être mis en place.

En lançant un projet tel que celui des parcs, cela risque d'être un désavantage pour les offres Suisse Pure. Afin de faire perdurer ces dernières, il est nécessaire de les inclure dans la promotion des parcs et de les citer sur la future page Internet dédiée au parc. Un lien spécifique menant à ces offres devrait y figurer.

³⁸ V. point 8

13 Quelques pistes pour un marketing optimal

Afin que le marketing des offres touristiques prévues dans les futurs parcs se déroulent de la meilleure façon, j'ai cherché quelques pistes pour y parvenir. Certains points ne devraient pas être négligés par Suisse Tourisme et quelques actions pourraient être mises en œuvre par les parcs afin d'attirer davantage de touristes et leur apporter un maximum de confort. J'ai également trouvé dans *Sustainable Tourism, in Protected Areas* des conseils pour améliorer l'apport de bénéfices dans les parcs³⁹. Je me permets de laisser les expressions utilisées dans la langue d'origine, l'anglais, afin de rester fidèle au texte cité :

- Increase the number of visitors
- Increase the length of stay
- Attract richer market niches
- Increase purchases per visitor
- Provide lodging
- Provide guides or other services
- Host events
- Purchase local food and drink

13.1 Un marketing général des parcs

Suisse Tourisme doit commencer par faire une promotion nationale et générale des nouveaux parcs. Chacun des parcs doit évidemment être minutieusement décrit sur la plateforme de Suisse Tourisme, mais il me semble que dans toutes les campagnes qu'elle mènera autour de ces parcs, elle doit les considérer comme un tout.

³⁹ V.Eagles, McCool, Haynes, *Sustainable Tourism in protected areas*.

13.2 La création de séjours d'une durée de 3 ou 5 jours

Afin de satisfaire les demandes des visiteurs il me paraît important que les parcs en accord avec les destinations touristiques créent divers packages de plusieurs jours. Ceci permettra de faire des propositions d'offres concrètes et attrayantes pour les visiteurs. Ils permettront également de favoriser l'hébergement dans les divers parcs.

13.3 Une signalétique commune à tous les parcs

Un autre point qui me semble important est que les parcs aient tous quelque chose de commun qui les définisse en tant que parc. C'est pour cela que le label "Parc " sera créé, mais une signalétique commune des chemins pourrait également être mise en place. L'idée d'une charte graphique commune pour des brochures ou pour les sites Internet des parcs ne me semble pas superflue non plus. D'un point de vue marketing, cela permettrait de vendre les parcs en tant que marque.

13.4 Des postes d'informations

Dans les parcs, sur les chemins pédestres, des postes d'informations pourraient être installés à quelques endroits. On y trouverait des informations écrites sur le parc mais également des personnes responsables de renseigner les visiteurs. Pas forcément sur les activités touristiques qu'on peut y pratiquer puisque pour cela les visiteurs peuvent s'adresser à l'office du tourisme de la région, mais plutôt des informations concernant les spécificités naturelles, culturelles et historiques du lieu. Ces postes seraient pris en charge par des personnes formées au préalable. Ces points d'information ne nécessitent pas d'être ouverts tout au long de l'année, la saison d'été suffit et ce serait un excellent travail d'été pour certains étudiants.

13.5 Présence de guides

Il faudrait que les parcs mettent à disposition des guides pour les visiteurs. Il pourrait s'agir d'un mélange de guides accompagnateurs en moyenne montagne pour les activités un peu plus sportive, mais il pourrait être très intéressant de mettre également à disposition des visiteurs des guides-interprètes du patrimoine. Cette nouvelle pratique en cours de reconnaissance officielle permet aux touristes

de découvrir de manière interactive les différents patrimoines d'une région (naturel, historique, culturel, culinaire...). Ces guides seraient parfaitement adaptés pour travailler dans des parcs naturels.

13.6 Informations aux personnes vivant dans les parcs

Si l'on veut avoir un concept de tourisme durable jusqu'au bout, il est important d'inclure tous les prestataires de la région mais également d'informer la population locale de ce qui est en train de se tramer. Les habitants deviennent des acteurs essentiels du processus. Il serait même envisageable d'informer les élèves des villages sur l'importance du tourisme durable dans leur région, et partout dans le monde en général.

13.7 Amélioration de la mobilité

Il ne sert à rien de vouloir se lancer dans le tourisme durable et de faire se déplacer les visiteurs en voiture. Il faut que les accès aux parcs soient toujours possibles en transports publics ou tout autre moyen de locomotion nécessitant la force humaine. La mobilité au sein des parcs devrait également être améliorée et faire preuve d'un peu plus d'originalité. Il serait intéressant de proposer des moyens de locomotion tels que des trottinettes ou des vélos électrique. Ces moyens doivent être adaptés à la topographie du lieu évidemment.

13.8 Collaboration avec d'autres prestataires touristiques

L'avantage de travailler avec un support de vente comme le site Internet, c'est qu'il permet d'être mis à jour régulièrement et qu'il peut être vu par un très grand nombre de visiteurs. Il serait donc intéressant d'y ajouter quelques liens sur le tourisme durable ou alors d'autres prestataires touristiques qui travaillent dans le sens du développement durable. Un système d'échanges de liens devrait être effectué. Voici une liste non exhaustive de liens qui pourraient être mis sur le site de Suisse Tourisme :

- www.wanderweb.ch
- www.swisstrails.ch
- www.schweizmobil.ch

13.9 Bilan de fin d'année

Chaque parc devrait, à la fin de chaque année créer un bilan de l'année écoulée en y indiquant les mesures qui ont été prises, les nouvelles offres qui ont été créées, un budget ainsi que les mesures d'amélioration qui devraient être entreprises.

14 Analyse de la première rencontre entre tous les acteurs du projet

Une première rencontre entre tous les acteurs du projet des parcs a été organisée par Suisse Tourisme le 10 juin 2008 à Flühli. Cette rencontre avait pour but de réunir les responsables de parcs, de Suisse Tourisme et des destinations touristiques. Suisse Tourisme y a présenté ses objectifs marketing par rapport aux nouveaux parcs et a montré comment elle souhaitait voir les différents acteurs collaborer entre eux. Cette rencontre a été un succès et était vraiment nécessaire. Jusqu'à présent tout le monde travaillait de son côté sans vraiment savoir ce que l'autre faisait. Lors de cette journée, d'importants contacts se sont noués et serviront à chacun dans le futur.

Suisse Tourisme a demandé aux parcs de réfléchir à ce qui pourrait faire l'objet d'un marketing touristique dans leur parc. Ce que je craignais depuis le début de ce travail s'est malheureusement quelque peu confirmé lors de cette rencontre. En effet, lors de cette journée, il m'est apparu très clairement qu'il s'agissait davantage de trouver des offres touristiques qui fassent vivre un moment exceptionnel au visiteur plutôt que de chercher des offres touristiques orientées vers un tourisme durable. A aucun moment lors de cette journée, des critères de choix des offres touristiques n'ont été évoqués. Suite à une conversation avec Monsieur Bruno Walder, chef de section de l'OFEV, il m'a expliqué que des critères pour la sélection des parcs avaient été créés et qu'une des prochaines étapes du projet serait certainement de trouver des critères définissant les offres touristiques. Pourtant, cela n'était pas très clair. Qui va instaurer ces critères? Suisse Tourisme ne s'occupe que de marketing, l'Office fédéral de l'environnement a mis en place des critères de sélection pour le choix des parcs, mais n'a pas vraiment d'intérêt dans les offres touristiques. Ne fallait-il pas se mettre d'accord sur des critères avant la rencontre? Pourtant lors de cette journée il a déjà été demandé aux responsables de parc de réfléchir à des produits touristiques qui pourraient être mis en avant. Il m'est ici apparu comme une évidence que le côté "Erlebnis" de l'offre avait plus d'importance qu'un rapport avec le tourisme durable ou avec une sensibilisation des visiteurs aux problèmes de l'environnement. Jusqu'à cette journée j'avais toujours imaginé que les parcs ayant été choisis sur des critères environnementaux,

il en serait de même pour les offres touristiques. Et le fait que le projet se concentre sur le tourisme de nature, cela me semblait une évidence que l'aspect tourisme durable aurait une grande place.

Suisse Tourisme, malgré sa préoccupation principale qui est le marketing aurait, en tant qu'organisatrice de l'événement, dû dire quelques mots au sujet de l'importance accordée aux offres touristiques s'inscrivant dans une optique de tourisme durable. Actuellement, les parcs peuvent proposer les offres touristiques qu'ils désirent. Je suis persuadée qu'automatiquement ces parcs feront un effort pour rejoindre l'esprit "tourisme durable", mais lors de cette journée on a pu s'apercevoir que tout le monde n'avait pas la même définition de l'expression "tourisme durable". Effectivement, un responsable de parc a évoqué le "downhill"⁴⁰ comme activité pouvant être proposé dans les parcs. Aussitôt le professeur Siegrist a expliqué qu'il ne voyait pas cette activité comme une offre devant faire partie des propositions d'un parc. Tout ceci pour dire que lors de cette journée il a manqué des informations aux responsables de parcs quant à ce qu'était le tourisme durable et comment il se traduisait. Je trouve qu'on aurait davantage dû saisir l'occasion de faire comprendre aux responsables de parcs que la priorité est la sauvegarde du patrimoine naturel et culturel de leur parc avant la promotion d'offres touristiques.

Un élément qui m'a également surpris lors de cette journée est qu'à deux reprises lors de cette rencontre j'ai parlé avec des personnes qui ne comprenaient pas vraiment le sens du financement de la Confédération. Ces conversations m'ont amené à penser qu'un malentendu pourrait se développer autour de cette question. En effet, ces personnes ont relevé le fait que les parcs étaient subventionnés par la Confédération et que Suisse Tourisme touchait également un subventionnement de la Confédération pour la promotion. La promotion des parcs ne devrait-elle donc pas être entièrement à la charge de Suisse Tourisme et non des parcs afin que ces derniers puissent se concentrer sur le développement de leur parc ? La promotion étant prise en charge par Suisse Tourisme, pourquoi n'a-t-on pour l'instant choisi de subventionner que dix parcs ? Si ces questions ne sont pas claires au sein d'un rassemblement de personnes concernées par le sujet, elles le seront peut-être

⁴⁰ Il s'agit d'une activité sportive qui se pratique à l'aide d'un vélo de montagne. Il s'agit de descendre le plus rapidement possible un montagne.

encore moins auprès d'un public de non connaisseurs et risquent de créer quelques polémiques.

Lors de cette rencontre j'ai également pu découvrir à quel point certains parcs étaient déjà très développés au niveau de leur organisation, de leur site Internet ou de leurs offres touristiques, mais n'avaient parfois jamais eu de contact avec les responsables touristiques de la destination à laquelle ils appartiennent. Cela m'a extrêmement surpris puisque pour moi, avant de mettre en œuvre un projet de parc censé avoir un fort potentiel touristique, il est important de prendre contact avec la région touristique la plus proche afin d'y trouver des conseils et une collaboration. Pour moi, cela est le reflet d'une des principales difficultés auxquelles les parcs et tous les autres acteurs seront confrontés : la collaboration. Il est malheureux de constater que dans le monde du tourisme, et ailleurs, celle-ci n'est pas toujours facile à appliquer.

J'ai pu sentir au cours de cette journée qu'il n'y avait aucun organe responsable de la coordination entre les différents partenaires. Je ne comprends pas pourquoi le "Verband Schweizer Naturpärke" n'a pas pris la parole et expliqué son rôle. Il me semble que le but de cette association serait d'assurer la communication entre tous les acteurs et de chapeauter le tout. De plus, cette association a été créée il y a plus d'une année et il n'y a toujours pas de site Internet à disposition.

J'ai donc trouvé cette rencontre inévitable et un très bon départ pour une future collaboration. J'espère simplement qu'elle permettra de mettre en place une structure solide dans laquelle chacun sait à qui il doit s'adresser en cas de questions. J'espère qu'elle servira aussi à faire comprendre que les parcs doivent collaborer entre eux et ne pas se voir comme des concurrents.

15 Quel avenir pour le tourisme de nature et les parcs en Suisse ?

Après une étude réalisée par le professeur Siegrist⁴¹ sur une population suisse allemande il a été possible de définir un pourcentage de personnes intéressées par le tourisme de nature. Ce pourcentage est de 30%. 60% sont considérés comme "neutre" et 10% comme n'étant "pas intéressés" par la nature. Parmi ces 30% intéressés par un tourisme de nature, l'étude a relevé cinq différents types de visiteurs qui sont:

- Les sportifs
- Les régionaux
- Les éthiques
- Les personnes à revenus peu élevé
- Les "Gemütlichen" (personnes recherchant la tranquillité)

Ce qui me paraît important à relever est qu'on ne parle pas d'un type de visiteurs mais de cinq qui ont chacun leurs envies et recherchent chacun autre chose dans le tourisme de nature. Des offres touristiques très différentes peuvent donc être composées pour chacun de ces types de visiteurs. Chacun de ces groupes a également ses spécificités. Les régionaux, les éthiques et les personnes à revenus peu élevés voyagent souvent avec des enfants alors que ce n'est pas le cas pour les sportifs. Des offres touristiques familiales sont donc également à inclure dans la création d'offres touristiques. On peut en conclure que le tourisme de nature a de l'avenir puisqu'il s'adresse à un nombre élevé de différents types de visiteurs.

Un autre facteur important est la situation politique et économique actuelle. Le pétrole étant en constante augmentation, il n'est plus sûr que le prix des billets

⁴¹ V. Siegrist, *Naturnaher Tourismus*, pp. 7-8

d'avion pourra, à long terme rester aussi bon marché qu'il l'est actuellement. Les gens auront de plus en plus tendance à rester en Suisse et profiter des offres touristiques de leur pays.

Un point qu'il me semble également important à relever est l'actuelle sensibilisation des gens aux problèmes écologiques. De par ce fait, de nombreuses personnes s'intéressent à la protection de la nature et désirent s'engager en sa faveur. Les parcs naturels et les offres de tourisme de nature en général sont donc un bon filon pour sensibiliser les touristes à ce problème. Il ne faut pas oublier que le tourisme est un bon moyen de sensibiliser le grand public au respect de l'environnement.

Conclusion

Ce qui ressort de cette étude c'est que ce projet a une très grande envergure, ce qui en fait également son intérêt. Il est encore en plein lancement et les structures sont seulement en train de se mettre en place. Il est donc difficile de porter un jugement sur ce qui se passe bien et ce qui pourrait être amélioré. Ce qui est certain c'est qu'il y a un énorme travail à réaliser au niveau de la communication entre les divers acteurs. Afin que ce projet vaille la peine et que chacun en retire un bénéfice, il est important que les parcs ne se sentent pas en concurrence, mais qu'ils se voient comme des alliés pour le futur. Les destinations touristiques doivent également absolument tenir compte de ces futurs parcs et participer à leur promotion par le biais de Suisse Tourisme.

On peut également relever que Suisse Tourisme ne tient un rôle que dans le domaine de la promotion. La recherche et la création d'offres touristiques priment parfois sur l'aspect du tourisme durable. On demande aux parcs de rechercher des offres alors qu'aucun critère de sélection n'a été défini. Le tourisme durable devrait prendre plus de place dans ce projet. Une évidence qui s'est révélée tout au long de mon travail et qui devrait être prise en compte par tous les acteurs participant au projet est que, outre l'apport économique et touristiques pour les régions auxquelles appartiennent ces parcs, la dimension de protection de ces territoires ne devrait pas être négligée. De plus, Ma participation à la première rencontre entre les différents acteurs du projet m'a permis d'en découvrir la réelle dimension. D'après le professeur Dominik Siegrist, si les 30 parcs prévus en Suisse voient le jour, ils couvriront 20% de la surface totale de la Suisse. Il faut donc absolument que la priorité première de ces 20% soit la protection du territoire et non un marketing à outrance. Une dimension économique doit évidemment être prise en considération, mais en respectant les règles d'un développement durable.

Je me demande également si le 30%⁴² de la population ayant aujourd'hui un attrait pour le tourisme de nature a réellement envie d'entrer dans un système d'offres touristiques qui jouissent d'un marketing très important. En effet, d'après moi, plus

⁴² V. Siegrist, *Naturnaher Tourismus*

ces offres seront connues, plus elles attireront de personnes et plus elles feront fuir les vrais amoureux de la nature qui ne sont pas forcément à la recherche de produits touristiques hyper développés ou utilisant des installations créées pour l'occasion. Au contraire, ces personnes sont plus à la recherche d'une nature intacte et d'une confrontation directe avec ses éléments sans avoir une centaine d'autres visiteurs autour d'elles.

Une chose est certaine, ce projet est une magnifique initiative permettant d'orienter les projecteurs sur la nature en Suisse et sur sa préservation. J'espère qu'il permettra d'y allier le tourisme et de devenir un exemple de tourisme durable pour que dans quelques années, d'autres pays prennent exemple sur la Suisse.



Bibliographie

Articles

DUBUIS, Etienne, *Dans les paysages de toute nature*, Le Temps, 26.04.2007

GAFNER, Rudolf, *Gantrisch will hoch hinaus*, Der Bund, 07.07.2005

JANKA, Vanda, *Un champion français de l'écotourisme helvétique*, in Exel, Nr. :
inconnu, 2007, pp.54-55

MATOS WASEM, Rafael, *Ecotourisme, Tourisme durable, Tourisme de nature...pour
ne pas y perdre son latin*, in Cahiers de l'Aumônerie, Université de Genève,
novembre 2003, numéro spécial «Tourisme éthique – tourisme durable », pp.5-18

Etudes et rapports

EAGLES, Paul F.G, McCOOL, Stephen F, HAYNES, Christopher D, *Sustainable
Tourism in Protected Areas. Guidelines for planning and Management*, World
Commission on Protected Areas, Adrien Phillips, Series Editor, 191 pages

GIGNOUX, Jenny et HAUSSER, Yves, Rapport de l'Ecole d'Ingénieur de Lullier –
filiale Gestion de la Nature, *Excursionnisme et parcs protégés – ExcParc*, 26 pages

Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la
communication DETEC, *rapport explicatif concernant la révision partielle de la loi
fédérale sur la protection de la nature et du paysage (parcs naturels et paysagers
d'importance nationale)*, Texte pour la procédure de consultation, 16 pages

Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la
communication DETEC, *Résultats de la procédure de consultation concernant les
parcs naturels et paysagers d'importance nationale, révision partielle de la loi fédérale
sur la protection de la nature et du paysage (LPN, RS 451)*, Juin 2003, 21 pages

Office fédéral de l'environnement, *Pärke von nationaler Bedeutung. Richtlinie für Planung, Errichtung und Betriebe von Pärken*, février 2008, 105 pages

Office fédéral de l'environnement, *Qualität von Natur und Landschaft : Instrument zur Bewertung*. Février 2008, 47 pages

SIEGRIST, Dominik et al., *Wettbewerb Schweiz Pur Kurzevaluation*, FTL-HSR, Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft, Schweiz Tourismus, 2006, 48 pages

SIEGRIST, Dominik et al., *Naturnaher Tourismus in der Schweiz. Angebot, Nachfrage und Erfolgsfaktoren*, Rapperswil, FTL-HSR, Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft, Universität Zürich, Abteilung Sozialpsychologie, 2002, 121 pages

SIEGRIST, Dominik et al. *Ökonomische Analyse von regionalen Naturpark-Projekten im Kanton Bern*, Rapperswil, FTL-HSR, Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft, Zürcher Hochschule Winterthur, Departement Technik, Institut für Nachhaltige Entwicklung, INE, 2006, 98 pages

Charte

La charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés, Parcs naturels régionaux de France et Europarc. Version mis à jour en octobre 2002

Sites Internet

Organisation	Site Internet	Date de consultation
Association suisse de géographie	www.swissgeography.ch	juin 2008
Association suisse des guides-interprètes du patrimoine	www.asgip.ch	juin 2008
Biosphère Entlebuch	www.biosphaere.ch	juin 2008
Région de Binn	www.binn.ch	mai et juin 2008
Département fédéral de l'environnement	www.bafu.admin.ch/paerke	mai et juin 2008
Diemtigtal Tourismus	www.diemtigtal-tourismus.ch	mai et juin 2008
Europarc	www.europarc.org	juin 2008
Forschungsstelle für Freizeit Tourismus und Landschaft	www.ftl.hsr.ch	mai 2008
Gasthof Hirschen	www.hirschenoey.ch	mai 2008
Gurnigel-Berghaus	www.gurnigel-berghaus.ch	mai 2008
Gurtner-Weingrotte	www.gurtner-weingrotte.ch	juin 2008
Hôtels écologiques en Suisse	www.oekohotels.ch	mai et juin 2008
Hotel Erica	www.hotelerica.ch	juin 2008
Hôtel Ofenhorn	www.ofenhorn.ch	mai et juin 2008
Hôtel Spillgarten	www.hotel-spillgarten.ch	mai 2008
Im Stroh schlafen	www.im-stroh-schlafen.ch	juin 2008
Institut für Landschaft und Ferienraum	www.ilf.hsr.ch	mai 2008
Landschaftspark Binntal	www.landschatspark-binntal.ch	mai et juin 2008
Naturpärke Deutschland	www.naturparke.de	juin 2008
Natur lernen	www.natur-lernen.ch	mai et juin 2008
Naturpark Gantrisch	www.naturpark-gantrisch.info	mai 2008
Naturpark Thal	www.naturparkthal.ch	juin 2008
Naturpark Thunersee-Hohgant	www.naturpark-thunersee-hohgant.ch	mai 2008
Naturpark Diemtigtal	www.naturpark-diemtigtal.ch	mai et juin 2008
Oekohotels	www.oekohotel.ch	juin 2008
Parc Ela	www.parc-ela.ch	juin 2008
Parcs naturels régionaux de France	http://www.parcs-naturels-regionaux.tm.fr/fr/accueil/	juin 2008
Parc naturel régional du Queyras	www.pnr-queyras.fr	juin 2008

Parc régional du Chasseral	www.parcchasseral.ch	juin 2008
Regionalprodukte	www.regionalprodukte.ch	juin 2008
Région du Gantrisch	www.gantrisch.ch	juin 2008
Restaurant Alpenblick	www.alpenblick.ch	juin 2008
Restaurant Pintli Neu Falkenstein	www.pintli-neufalkenstein.ch	juin 2008
Schwefelbergbad	http://schwefelbergbad.ch/hotel2.shtml	mai et juin 2008
Sihlwald	http://www.stadt-zuerich.ch/internet/gsz/home/naturraeume/sihlwald/aktuelles.html	juin 2008
Plateforme à destination des partenaires de Suisse Tourisme	www.stnet.ch	juin 2008
Suisse Tourisme	www.myswitzerland.com	mai et juin 2008
Verband der Naturpärke Österreich	http://www.naturparke.at/	juin 2008
Wasser und Brot	www.wasserundbrot.ch	juin 2008
Wildpark Langenberg	http://www.stadt-zuerich.ch/internet/gsz/home/naturraeume/wildpark_langenberg.html	juin 2008

Communiqué de presse

Suisse Tourisme, *Suisse Pure 2006*, communiqué de presse du 13.06.2006,

Littérature grise

Documentation distribuée lors du congrès : *Tourisme très nature. Le succès d'un marché de niche*. 6 et 7 septembre 2007, Diesse.



















Documentation distribuée lors de la rencontre organisée par Suisse Tourisme le 10 juin 2008 à Flühli.







Powert Point de Suisse Tourisme, *Naturreisen, Produktdefinition und Inhalt*, 13.02.2008

Annexes

Annexe I

Critères de développement durable pour le choix d'hôtels dans le parc naturel du Queyras en France.

Hôtels - Gîtes d'étape et de séjour	
 Environnement <i>tourisme durable</i>	
	Rénovation du bâtiment dans le respect de l'architecture locale
	Architecture en harmonie avec le paysage
	Situé dans un village disposant d'un espace privatif ou d'un jardin d'agrément
	Utilise des produits d'entretien biodégradables
	Situé dans un site éloigné des nuisances sonores
	Paysage visible depuis les fenêtres
 Economie <i>tourisme durable</i>	
	Produits bio ou locaux utilisés en restauration
	Politique de réduction des besoins énergétiques et des consommations
	Moyen de transport collectif disponible au sein de l'établissement
	Tri sélectif des déchets selon la politique locale de tri
 Social <i>tourisme durable</i>	
	Organisation de soirées et animations Nature
	Bibliothèque Montagne et Grande Nature
	Organisation d'excursions à thèmes
	Etablissement partenaire du Parc Naturel Régional
	Organisation de rencontres ou soirées avec les gens de pays

 Ethique <i>tourisme durable</i>
 Prise en compte des exigences liées à la clientèle handicapés
 Etablissement participant bénévolement à la vie locale
 Politique d'entreprise d'aides spécifiques aux salariés
 Etablissement favorisant les gestes citoyens
 Etablissement respectueux des traditions religieuses

Annexe II

Actions entreprises par certains parcs français avec des parcs du monde entier.



ACTION DES PARCS NATURELS REGIONAUX EN EUROPE ET A L'INTERNATIONAL *hors accueil des délégations étrangères*

Nom du Parc	Pays partenaire	Type d'action	Intitulé ou résumé de l'action	Origine des fonds	a c t i o n n a c h e v é e	a c t i o n n e n c o u r s	a c t i o n n e p r é v u e
Armorique	Chine	échanges techniques	Echanges entre le Musée impérial Wei-Hai de Chine et le musée des phares d'Ouessant		X		
	Royaume-Uni	jumelage	Jumelage avec le Parc National de Pembrokeshire (Pays de Galles) sur un projet de création de Parc Marin			X	
Avesnois	Sénégal	mission ponctuelle	Recherche d'engagement de relations avec des écoles sénégalaises (courte mission)	CR Nord-Pas-de-Calais	X		
	Vietnam	mission ponctuelle	Courte mission	CR Nord-Pas-de-Calais	X		
	Belgique	coopération transfrontalière	Réalisation d'un SAGE transfrontalier sur le Bassin de la Sambre		X		
	Belgique, Pays-Bas, Allemagne	échanges techniques	Développement agricole et gestion des paysages (le Pays-Bas est chef de file)	INTERREG III B		X	
	Belgique	échanges techniques	Projet de Parc de la Haute Sambre	INTERREG II	X		
Ballons des Vosges	Pologne	mission ponctuelle	Projet Natura 2000	PHARE (fonds européen)	X		
	Pologne	échanges techniques	Echanges avec la Basse Silésie	CR Alsace			X
	Allemagne	échanges techniques	Echanges avec le Sud de la Forêt Noire				X
Boucles de la Seine Normande	Brésil (Pantanal)	mission ponctuelle	Projet Pantanal	MAE	X		
	Pologne, Hongrie, Allemagne	échanges techniques	Programme de réintroduction de l'Elan en Normandie	fonds propres (fonds MEOD et INTERREG prévus)		X	
	Roumanie, Lituanie, Turquie, Suède, Pologne, Royaume-Uni	échanges techniques	Chantiers européens du bois		X		
	Allemagne (Basse-Saxe), Lettonie	échanges techniques	Hanse passage	INTERREG III C		X	
	Royaume-Uni	échanges techniques	Projet de développement touristique sur les rives de la Manche	INTERREG II	X		
	Royaume-Uni	jumelage	Jumelage entre le Parc des Boucles de la Seine Normande et la région du Sussex	PNR, Council (GB), INTERREG en cours de recherche	X		
	Argentine	mission ponctuelle	Mission d'expertise, gouvernance	MAE - Ambassade de France en Argentine			X
Brenne	Pologne	accompagnement technique	Appui au PN de Wigry en Pologne	PHARE		X	
	Pologne	formation	Accueil de gestionnaires du Parc	Leonardo	X		
	USA, Canada (Québec)	mission ponctuelle	Participation à un groupe d'experts pour Glynwood Center	Glynwood center	X		
Brière	Pologne	accompagnement technique	Appui aux Parcs de l'Oder et Wollinsky	CG Loire-Atlantique	X		

Résultats d'enquête menée en décembre 2003 -

Contact : Eléonore BECHAUX, Chargée de mission Europe-International, FPNR



Annexe III

Communiqué de presse de l'OFEV, 22.04.2008

Parcs: toutes les demandes ont franchi la première étape

Berne, 22.04.2008 (OFEV) - Après l'examen formel des dossiers déposés en janvier 2008 pour vérifier leur exhaustivité, il est établi que toutes les demandes de parcs d'importance nationale sont retenues. Neuf demandes de création de parc passent maintenant l'examen matériel.

L'Office fédéral de l'environnement (OFEV) avait reçu au 31 janvier 2008 dix demandes dont neuf de nouveau parc et une de label pour la réserve de biosphère de l'UNESCO de l'Entlebuch (cf. encadré 1). Huit demandes portent sur des parcs naturels régionaux et une sur un parc naturel périurbain (cf. encadré 2).

Maintenant que les neuf dossiers sont complets et que des documents complémentaires ont été remis, l'OFEV procédera cet été à leur évaluation sur la base de l'ordonnance sur les parcs ainsi que des lignes directrices pour la planification, la création et la gestion des parcs. En outre, les offices fédéraux concernés seront auditionnés pour vérifier que leurs intérêts sont pris en compte.

Dans le même temps, des représentants de l'OFEV procéderont à des visites d'évaluation sur le terrain pour vérifier si les sites ont les qualités de nature et de paysage requises, si les projets de parc sont bien acceptés dans la région et s'ils sont réalisables. A la fin de l'été 2008, une fois les évaluations terminées, l'OFEV décidera si les conditions pour devenir un parc d'importance nationale sont remplies et dans quelle mesure la Confédération peut octroyer des aides financières globales. Il mènera ensuite des négociations avec les cantons dans le but de conclure à la fin de l'automne des conventions-programmes portant sur plusieurs années.

La réserve de biosphère de l'UNESCO de l'Entlebuch, un site pionnier

Après 10 ans d'existence, la réserve de biosphère de l'UNESCO de l'Entlebuch recevra cette année encore le label de «Parc naturel régional». En attribuant ce label, l'OFEV veut souligner les efforts de la région pour le développement durable et la participation active de la population locale. La réserve de l'Entlebuch a joué un rôle de pionnier dans la création des parcs d'importance nationale. Elle est reconnue comme réserve de biosphère par l'UNESCO depuis 2001.

Les neufs nouvelles candidatures

Le 1er décembre 2007, la loi sur la protection de la nature et du paysage (LPN) révisée ainsi que l'ordonnance sur les parcs (OParcs) sont entrées en vigueur. Elles permettent la création de parcs d'importance nationale. La LPN définit trois catégories de parcs: les parcs naturels régionaux, les parcs naturels périurbains et les parcs nationaux.

Les organes régionaux responsables des parcs et les cantons concernés ont tout mis en œuvre pour arriver à neuf nouvelles candidatures. Voici les candidats à la création de parcs naturels régionaux: Chasseral (BE/NE), Diemtigtal (BE), Gantrisch (BE/FR), Thunersee-Hohgant (BE), Ela (GR), Thal (SO), Binntal (VS) ainsi que Biosfera Val Müstair (GR). Sihlwald (ZH) est candidat pour un parc naturel périurbain.

Annexe IV

Description et rôle des futurs parcs en Suisse.



Fiche d'information

Berne, le 23 février 2005

Trois catégories

Utilité et rôle des parcs nationaux

Parcs nationaux: grands espaces naturels protégés

Les nouveaux parcs nationaux offrent des habitats intacts à la faune et à la flore indigènes et permettent au paysage naturel de se développer librement. Ils sont utiles pour la détente, l'éducation à l'environnement et la recherche. Ils sont composés d'une zone centrale et d'une zone périphérique. La zone centrale doit avoir une superficie minimale de 100 km² dans les Préalpes et les Alpes, de 75 km² dans le Jura et de 50 km² sur le Plateau. La nature y est protégée de toute intervention humaine. Aux endroits où la protection de la faune et de la flore l'exige, l'accès du public est strictement limité. La zone périphérique est en général d'une superficie de 75 à 150 % de celle de la zone centrale. Elle peut inclure de petites localités qui ont gardé leur caractère rural. Le paysage de cette zone n'a été endommagé par aucune infrastructure technique et les écosystèmes n'ont subi aucune perte notable. L'objectif majeur est d'encourager l'exploitation du sol et des ressources naturelles selon des méthodes de gestion durable, lesquelles régissent aussi le tourisme et les activités de détente. Cette zone remplit deux fonctions biologiques importantes: elle constitue d'une part une transition protégeant les processus naturels dans la zone centrale, et d'autre part, elle préserve la diversité des espèces et des milieux grâce à l'exploitation mesurée des paysages ruraux traditionnels.

Parcs naturels régionaux: utilisation durable des ressources locales

Les parcs naturels régionaux sont de vastes territoires ruraux, peu urbanisés, disposant d'un patrimoine naturel et culturel particulièrement riche pour la Suisse. Ils comptent au minimum 100 km².

Les parcs naturels régionaux mettent en valeur le patrimoine naturel et culturel de la région, dynamisent les relations communautaires et renforcent donc l'identité régionale. Ils participent concrètement à la création de conditions favorables au développement durable, à la sensibilisation du public à l'environnement, ainsi qu'à la promotion de technologies novatrices et respectueuses de l'environnement. Ils permettent de préserver des paysages particulièrement beaux et d'une grande valeur écologique. Les parcs naturels régionaux créent et maintiennent des emplois. Les activités économiques sont tout particulièrement axées sur une utilisation des ressources locales selon les principes du développement durable.

Les localités situées dans les parcs naturels régionaux ont pour l'essentiel gardé leur caractère rural. L'architecture régionale traditionnelle reste prédominante et évolue avec la construction de nouveaux bâtiments de qualité. Les installations d'infrastructure répondent principalement aux besoins régionaux et n'endommagent pas le paysage.

Parcs naturels périurbains: zones de détente près des grandes villes

Comme les parcs nationaux, les parcs naturels périurbains comprennent deux zones: une centrale et une de transition. Ils doivent avoir une superficie totale d'au moins 6 km², dont au moins 4 pour la zone centrale. Celle-ci est soumise aux mêmes règles que celle des parcs nationaux.

Les parcs naturels périurbains sont des espaces semi-naturels proches des régions densément peuplées. Dans la zone centrale, la nature se développe selon sa propre dynamique. Dans la zone de transition, l'objectif prioritaire est d'offrir au public des possibilités de découverte de la nature. Les parcs naturels périurbains doivent donc être facilement accessibles avec les transports publics. Les grandes réserves forestières, les cours d'eau aux rives naturelles et les zones alluviales inexploitées conviennent particulièrement à la création de parcs naturels périurbains.



Déclaration de l'auteur

Ce travail a été réalisé dans le cadre de mes études à l'Ecole Suisse de Tourisme en vue de l'obtention du diplôme de gestionnaire en tourisme.

Je certifie que ce travail est l'aboutissement d'une recherche et d'une rédaction personnelle à partir des sources mentionnées dans la bibliographie.

Ce travail n'engage que ma propre responsabilité et en aucun cas celle de l'Ecole Suisse de Tourisme.

Sierre, le 20 juin 2008

Caroline Wirz

