



RESTAURANT HÔTEL TOURISME TOURNANT FORMATION

25.10.17

retour

Aquatris: l'avis des experts



Passé l'effect de nouveauté, l'aquarium Aquatis devra trouver son public. Photos: Johanne Stettler

Le tourisme lausannois profitera-t-il de cette toute nouvelle attraction? Les points de vue convergent.

Johanne Stettler

Aquatris est le plus grand aquarium-vivarium d'eau douce d'Europe! Le slogan est répété depuis des mois. Ouvert samedi, le public a pu vérifier la véracité de cette accroche en traversant une vingtaine d'écosystèmes différents, où sont disséminés 46 aquariums, vivariums et terrariums contenant une centaine de reptiles et 10 000 poissons venus des cinq continents. Mais Aquatis ce sont aussi deux restaurants, un hôtel 3 étoiles supérieur, un espace bien-être et un centre de conférences. 65 millions de francs ont été nécessaires à la réalisation du musée, dont la scénographie immersive et interactive de la faune et de la flore aquatiques est, il faut l'avouer, très efficace.



«C'est un plus, une nouvelle offre complémentaire»

David Werlen

Pour rentrer dans leurs frais, les responsables tablent sur 450 000 visiteurs la première année, puis sur une stabilisation à 400 000 par an. L'attraction trouvera-t-elle son public? Quelles sont les attentes au niveau du tourisme local? Décryptage. Les premières constatations sont assurément positives. «C'est un plus pour la région, une nouvelle offre complémentaire à ce qui existe, qui participe au développement de celle de loisirs, essentielle à la visibilité de la ville. Nous ne pouvons donc que nous réjouir de l'arrivée de cette nouvelle attraction», explique David Werlen, responsable médias, à Lausanne Tourisme.

Une position partagée par Manu Broccard, professeur à la HES-SO Valais-Wallis: «Lausanne est connue pour son tourisme de loisir, mais également pour son tourisme d'affaires. Cette nouvelle offre devrait ainsi offrir une alternative de choix pour ces visiteurs-là et constituer un atout économique pour les hébergeurs et les restaurateurs.»



«Le segment est encore peu exploité»

Manu Broccard

Précisément, Lausanne Tourisme espère que l'exposition aura un impact sur les nuitées dans la région. «Nous espérons notamment attirer le public suisse allemand pour qu'il reste à Lausanne le temps d'un week-end», indique David Werlen. Le côté original de l'attraction pourrait justement venir combler cette attente. «Aujourd'hui, le client ne veut plus uniquement <voir> un lieu, il veut vivre de nouvelles expériences. Or, si l'on combine ce point avec le côté <innovation>, il semble qu'Aquatris n'est pas uniquement un <aquarium> en plus, mais qu'en se concentrant sur l'environnement naturel en eau douce, ce qui paraît assez pertinent pour la Suisse, ses concepteurs ont touché un segment encore peu exploité. De ce fait, le fameux <USP> marketing souvent recherché semble tout trouvé et apportera sans aucun doute un avantage concurrentiel», argumente Manu Broccard.

Les spécialistes du tourisme sont unanimes: ce type d'attractions fortes participe au succès d'une destination. «Chaque région a besoin d'atouts pour attirer une clientèle externe. A Zermatt, le Gornergrat est un moteur pour l'économie touristique. En ville, c'est entre autres la culture qui peut jouer ce moteur. Un musée réputé peut par exemple transformer le tourisme d'une ville», explique Roland Schegg, professeur à la HES-SO Valais-Wallis. «De plus, l'idée d'avoir un hôtel, un restaurant et un aquarium au même endroit est un concept typique des parcs d'attractions, dont la clientèle <captive> va dépenser dans un périmètre bien défini», ajoute Ralph Lugon, collaborateur à l'Observatoire Valaisan du Tourisme.

Pour autant, personne ne peut encore confirmer si les investissements consentis seront rentables. «Nous ne savons pas encore comment le produit sera accueilli et quel en sera l'impact dans le reste de la Suisse et à l'étranger», déclare David Werlen. «Pour assurer un succès sur le long terme, l'édifice devra trouver sa clientèle, être capable de la renouveler et de se positionner en accord avec les tendances du marché», avertit Manu Broccard.