

La guerre de l'e-marketing

TOURISME
Comment faire
venir les clients
en Valais?
Plusieurs pistes
sont évoquées
dont le marketing
sur le Net, lieu
d'une vraie guerre.

INTERNET Les cinq professionnels invités aux Rencontres du «Nouveliste» jeudi soir à Nendaz pour commenter les résultats du sondage de l'Observatoire valaisan du tourisme étaient d'accord sur au moins un constat. La Suisse en général et le Valais en particulier sont en retard dans le marketing numérique, une pratique qui englobe la communication en ligne, le commerce électronique et le trafic sur tous les supports numériques. Une pratique pourtant prioritaire.

Aux prestataires de jouer
A l'origine du problème, des sites web mal imaginés dès leur conception et isolés, estime Daniel Guinnard, directeur de l'Agence immobilière et de tourisme de Verbier. «Il est donc très difficile d'être bien référencé aujourd'hui.» Raymond Carrupt, président de la Chambre valaisanne du tourisme, est encore plus féroce. «Les sites internet de certains hôtels datent du début de l'ère informatique» alors qu'aujourd'hui



Daniel Guinnard, Arthur Clivaz, Raymond Carrupt, Sébastien Epiney et Nicolas Délétroz ont disserté sur les résultats du sondage réalisé par l'observatoire dans le cadre des Rencontres du «Nouveliste». LOUIS DASSELBORNE

une vision à 360 degrés d'un objet loué est monnaie courante sur le web. Un retard que le directeur de l'Observatoire valaisan du tourisme, Nicolas Délétroz, estime irréversible. Sans pessimisme. «La bataille du numérique est déjà perdue. A notre échelle, il est illusoire de vouloir régater. Par contre, nous pouvons être performants en développant, pour nos clients sur place, des applications locales sur les produits à disposition.» Pour sensibiliser les prestataires touristiques à l'e-marketing, Crans-

Montana a trouvé une méthode participative et responsabilisante. A eux de mettre à jour et de prioriser les informations sur le site de la destination. «On ne peut plus rejeter la faute sur l'office du tourisme», commente Arthur Clivaz, président des remontées mécaniques valaisannes et directeur de Crans-Montana-Aminona. Quant aux offices de tourisme, ils sont passés selon Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme, d'un bureau d'accueil dans les années 60-90 à une entre-

prise de marketing dans les années 2000 puis de management de destination global ces dernières années. «Un bon produit est le meilleur marketing», estime-t-il. Les Américains, précurseurs, l'ont bien compris, eux qui ont instauré un système permettant de générer gratuitement des millions de photos de leur destination sur les réseaux sociaux grâce à leurs clients... Précurseurs car ils ont mis des ressources à disposition. Qui manquent cruellement en Valais. **PASCAL FAUCHÈRE**

SONDAGE ET DÉBAT

Depuis plus d'un mois, votre quotidien a publié régulièrement les résultats d'un sondage de l'Observatoire valaisan du tourisme qui a récolté 6500 observations entre décembre 2013 et mai 2015, auxquelles s'est ajoutée une enquête en ligne auprès de 1000 propriétaires de résidences secondaires.

Jeudi soir, pour clore provisoirement ce cycle d'information, se sont déroulées à Nendaz les Rencontres du «Nouveliste», basées sur les réponses des hôtes du Valais, qui ont réuni Arthur Clivaz, directeur des Remontées mécaniques du Valais, Daniel Guinnard, directeur de l'Agence immobilière et de tourisme de Verbier, Raymond Carrupt, président de la Chambre valaisanne de tourisme, Sébastien Epiney, directeur de Nendaz Tourisme, et Nicolas Délétroz, directeur de l'Observatoire valaisan du tourisme. Morceaux choisis.

www.tourombs.ch

TROIS QUESTIONS À...



NICOLAS DÉLÉTROZ
DIRECTEUR
DE L'OBSERVATOIRE
VALAISAN
DU TOURISME

«Vers le haut de gamme»

Quels sont les constats généraux que vous tirez de cette enquête?

Primo, il y a la satisfaction élevée du client dont une partie est liée à la dotation «naturelle» du Valais. Secundo, le canton dispose d'une clientèle très fidèle puisqu'elle est composée à 60-70% de gens qui reviennent chez nous. Par contre, il y a peu de renouvellement. Tertio, les infrastructures et notamment les remontées mécaniques plaisent, au-delà de l'aspect environnemental.

Quel nouveau client doit-on attirer sur l'hiver?

Il y a 120 millions de skieurs dans le monde. Il faut donc cibler un marché de niche et s'orienter vers le haut de gamme, vers «Bob le Bourgeois» pour reprendre le nom d'un client type identifié dans notre enquête.

Comment?

En améliorant l'image agréable de la région et l'hospitalité, même si cette clientèle spécifique et habituée est particulièrement satisfaite de ses séjours. **O**

LEUR VISION DU TOURISME À L'HORIZON 2030



DANIEL GUINNARD
DIRECTEUR DE
L'AGENCE IMMOBILIÈRE
ET DE TOURISME
DE VERBIER

«Arrêter de jalouser celui qui réussit»

«Dans l'immédiat, cet hiver s'annonce excessivement difficile. Sur l'hébergement à Verbier, nous accusons actuellement un retard de 10% par rapport au 17 décembre 2014. A l'avenir, il faudra d'abord arrêter de ponctionner toutes sortes de taxes chez les propriétaires qui sont la base de notre richesse. Il faudra ensuite arrêter de jalouser celui qui réussit. Il n'y a malheureusement pas de dialogue entre les partenaires. En Valais, on cache l'innovation et les bonnes idées au lieu d'en faire profiter l'ensemble. C'est une erreur. Si hier, la réussite se calculait sur le nombre de nuitées, aujourd'hui ce n'est plus le cas.»



ARTHUR CLIVAZ
PRÉSIDENT
DES REMONTÉES
MÉCANIQUES
VALAISANNES

«Domaines skiables bien situés»

«Lorsque l'on part du constat que 65% des personnes qui visitent le Valais y reviennent, on peut en déduire que l'on ne fait pas tout faux en matière touristique! Mais je rappelle ces chiffres pour illustrer l'avenir: il faudra investir un milliard de francs dans les remontées mécaniques valaisannes pour qu'elles rattrapent leur retard. Et ça en vaut la peine: 1 franc dépensé dans les remontées mécaniques génère 7 francs en station. Compte tenu du réchauffement climatique, les domaines skiables relativement élevés dans notre canton sont bien situés. Rien n'est donc perdu. Le rôle de Valais/Wallis Promotion sera à cet égard déterminant.»



RAYMOND CARRUPT
PRÉSIDENT DE LA
CHAMBRE VALAISANNE
DU TOURISME

«Une vraie politique du tourisme»

«Nous devons nous doter d'une vraie politique du tourisme dans laquelle chaque station aura sa propre spécificité. Il faudra également veiller à ce que la fracture entre la plaine et la montagne ne s'amplifie pas. Le tourisme et ses offres sont un tout. Prenons l'exemple de l'aéroport de Sion. Une exploitation plus intensive permettra de réduire les coûts par client actuellement très élevés. Les stations comme Zermatt et Verbier bénéficient aujourd'hui déjà de ces facilités. Et c'est l'ensemble du Valais qui doit participer au développement des possibilités qu'offre cette infrastructure. Car, à terme, nous allons vers le «moins de voitures» en station.»



SÉBASTIEN ÉPINEY
DIRECTEUR
DE NENDAZ TOURISME

«Une attraction au-delà du service»

«La station de vacances idéale est celle qui vous offre des infrastructures et des services qui font que vous vous sentez mieux qu'à la maison. Pour approcher cet idéal, il faudra passer par une diminution des règlements tatillons et par la revalorisation des métiers du tourisme auprès des Valaisans et des jeunes en particulier. Mais nous devons savoir avant tout nous démarquer par rapport à la concurrence. Les produits ne doivent pas être interchangeables. C'est ce qu'ont compris les remontées mécaniques de la Jungfrau, du Gornegrat ou du Tignes qui offrent, au-delà du service de transport et de loisir, une véritable attraction.» **PF**

LES JO EN VALAIS
Je suis à 100% pour des JO bénéfiques à l'ensemble du canton tout comme les Valaisans je l'espère.

LES JO EN VALAIS
Je suis favorable à des JO en Valais à l'image de Lillehammer. La population l'est aussi à mon avis.

LES JO EN VALAIS
Oui à des JO de taille humaine en Valais mais je ne suis pas forcément sûr que la population y soit favorable.

LES JO EN VALAIS
Oui à des JO s'ils sont durables et permettent par exemple la construction d'une seule patinoire.