

RENDEZ-VOUS DU TOURISME · 6 OCTOBRE 2026

Scénario du tourisme valaisan

01 Rétrospective

Dans le monde · En Suisse · En Valais

02 Le tourisme de demain

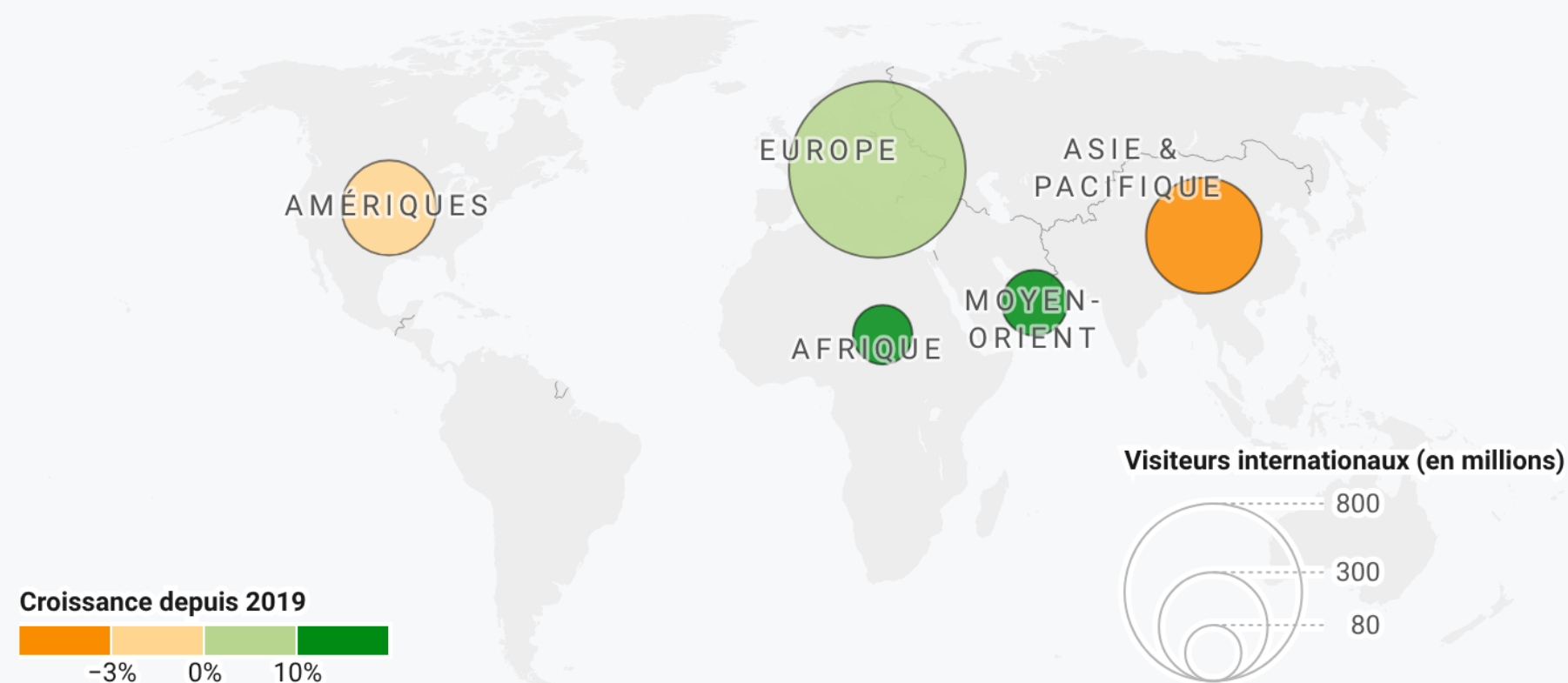
Croissance et potentiel à l'horizon 2050

03 Les défis

Climat · Marchés · Personnel qualifié · Technologie · Territoire

Rétrospective : le tourisme mondial

Arrivées internationales 2025 1,52 mrd +4 % vs 2019	Europe 2025 793 mio 52 % du marché mondial	Recettes du tourisme international 2025 1,9 bio USD +27 % vs 2019	Recettes d'exportation liées au tourisme 2025 2,2 bio USD +29 % vs 2019
--	---	--	--



Erstellt mit Datawrapper

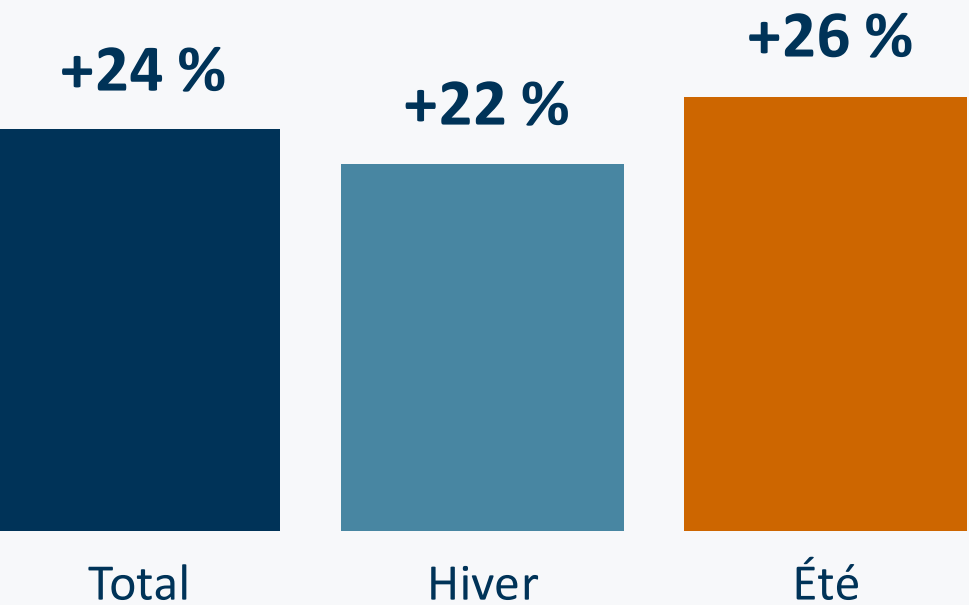
L'Europe est la plus grande région touristique du monde ; **l'Afrique connaît actuellement la plus forte croissance** ; le Moyen-Orient affiche l'expansion structurelle de loin la plus marquée par rapport à 2019

La situation géopolitique freine toutefois cette croissance : UN Tourism pointe désormais explicitement la hausse des coûts de transport et les risques géopolitiques

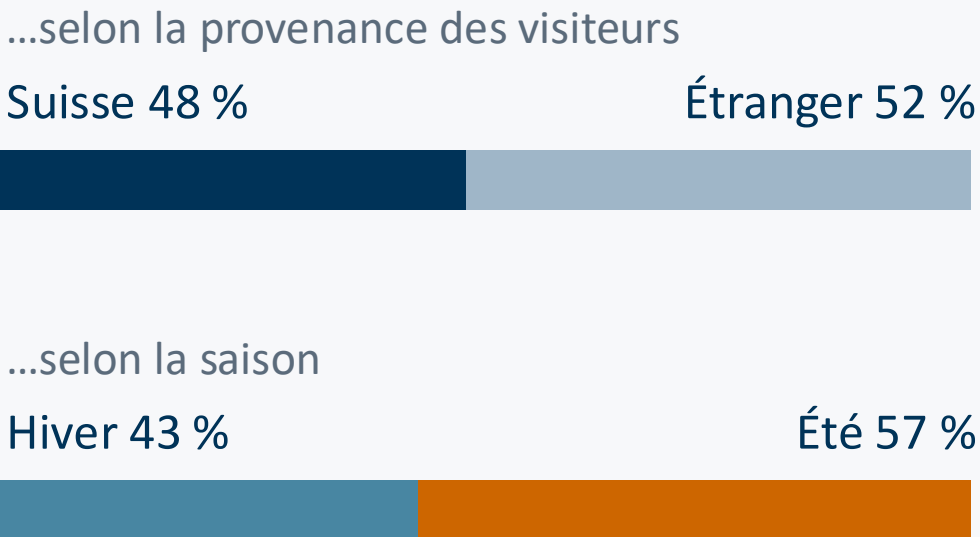
Rétrospective : demande et offre du tourisme suisse

Nuitées hôtellerie 2025	Nuitées parahôtellerie 2025	Taux d'occupation des lits 2025	Durée de séjour 2025	Établissements hôteliers 2025	Lits d'hôtel 2025
43,7 mio	18,1 mio	41 %	2,1/ 1,9	4 357	291 517
+24 % vs 2016	+22 % vs 2016	36 % en 2016	hiver / été	-12 % vs 2016	+8 % vs 2016

CROISSANCE DES NUITÉES 2016 – 2025



RÉPARTITION DES NUITÉES 2025

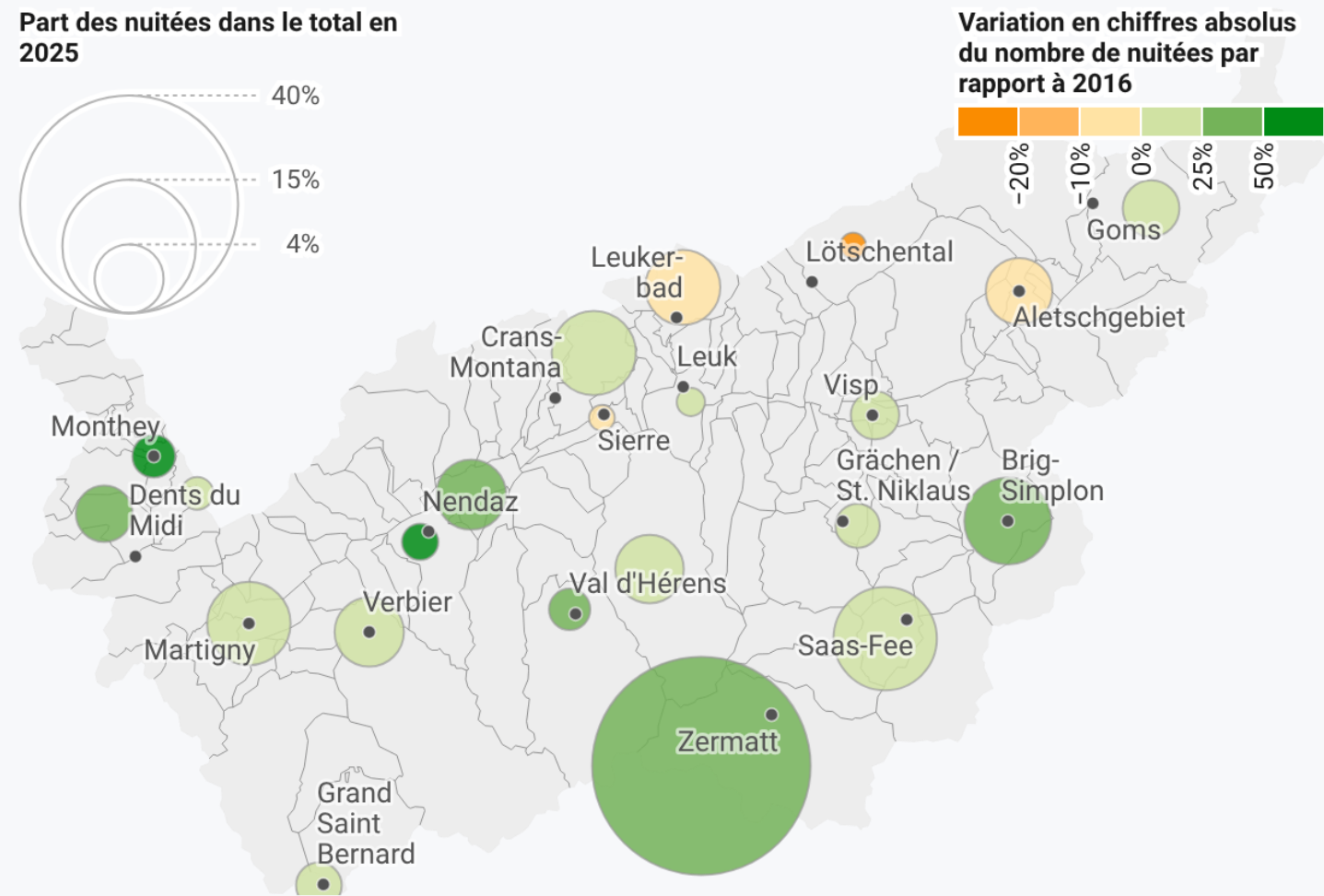


Après le Covid, la demande étrangère a retrouvé un niveau record, et la demande domestique reste elle aussi élevée.

On constate plus de demande, moins d'établissements, davantage de capacité et une utilisation plus intensive, tandis que le taux d'occupation globale reste faible.

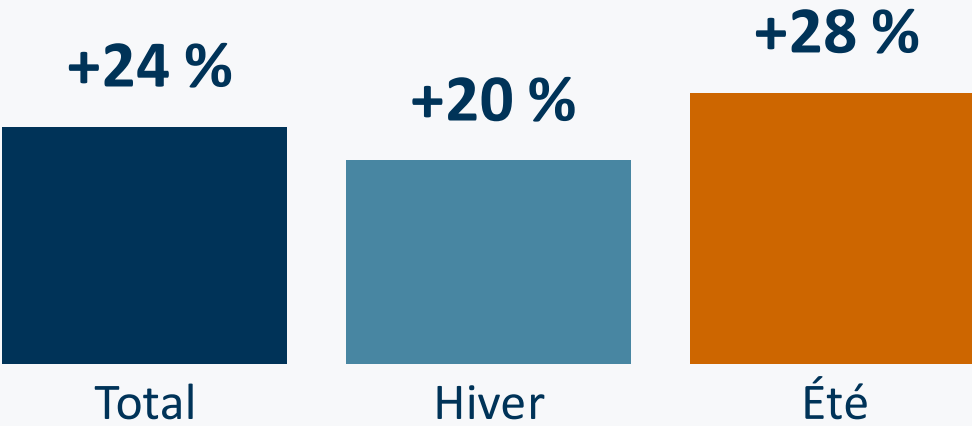
Rétrospective : demande et offre du tourisme valaisan (1/3)

Nuitées hôtellerie 2025	Taux d'occupation des lits 2025	Durée de séjour 2025	Établissements hôteliers 2025	Lits d'hôtel 2025
4,5mio	38%	2,6/ 1,9	548	32 406
+24 % vs 2016	+30 % en 2016	hiver / été	-17 % vs 2016	-2 % vs 2016

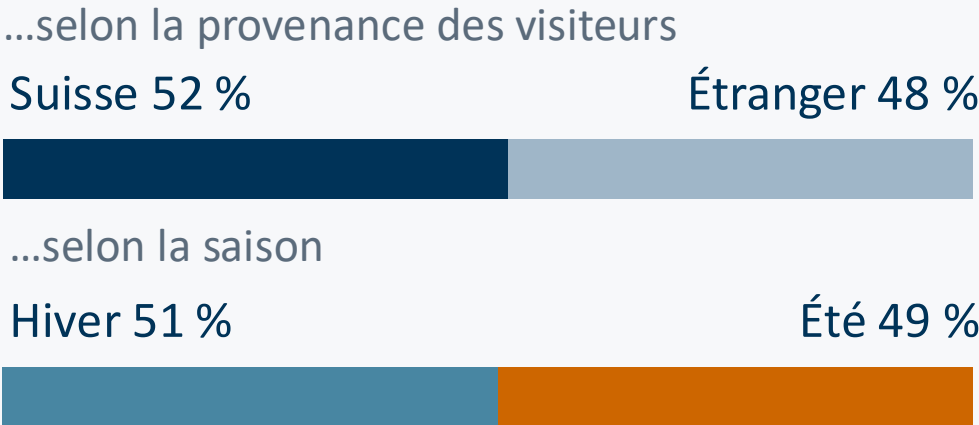


Erstellt mit Datawrapper

CROISSANCE DES NUITÉES 2016 – 2025



RÉPARTITION DES NUITÉES 2025



Le Valais bénéficie à la fois d'un marché domestique fort et d'une demande internationale importante. **La croissance se concentre toutefois sur un petit nombre de destinations.**

Rétrospective : demande et offre du tourisme valaisan (2/3)

La croissance se concentre sur quelques districts, tandis que d'autres reculent par rapport à 2016.

REMONTÉES MÉCANIQUES VALAISANNES

Chiffre d'affaires 2023
411 mio CHF +31 % vs 2016

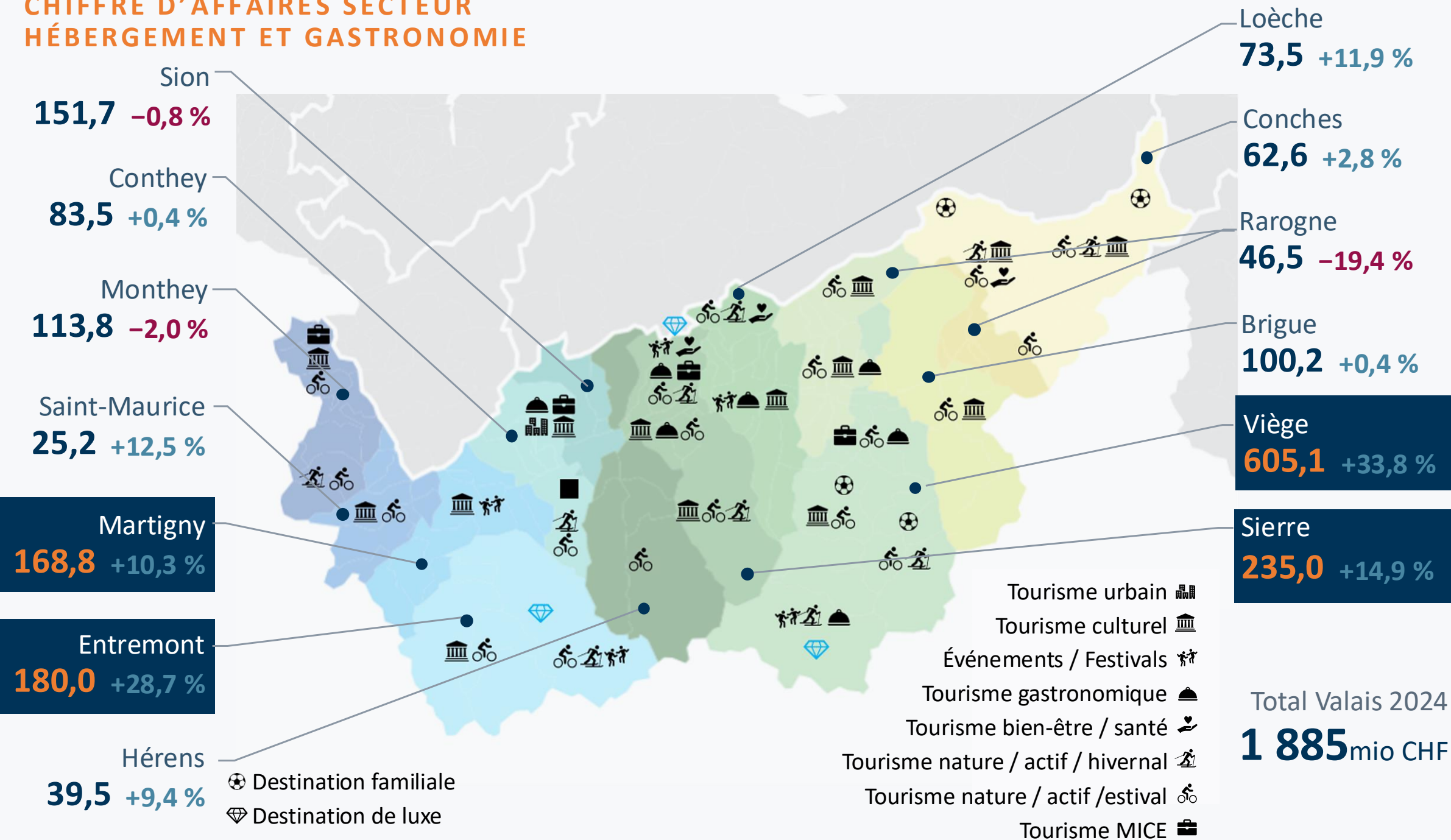
Investissements 2023
135 mio CHF +14 % vs 2016

Premières entrées 2023

Hiver **8.14** mio +37 % vs 2016

Été **3.25** mio +16 % vs 2016

CHIFFRE D'AFFAIRES SECTEUR HÉBERGEMENT ET GASTRONOMIE



Rétrospective : demande et offre du tourisme valaisan (3/3)

Dépenses touristiques 2022 3 377mio CHF +18 % vs 2016	Construction 2024 : loisirs et culture 33,1mio CHF ... dont 19 mio CHF dans les installations de loisirs et de tourisme -25,9 % vs 2016	Construction 2024 : industrie, artisanat et services 382,4mio CHF ... dont 90 mio CHF dans l'hébergement, l'hôtellerie et la restauration +86,1 % vs 2016
RÉPARTITION DES DÉPENSES TOURISTIQUES 2022 Transport de voyageurs22,6 % Hébergement22,1 % Produits non spécifiques19,8 % Restauration14,2 % Produits de tourisme11,3 % Culture, loisirs, divertissement9,9 %	INVESTISSEMENTS DANS LA CONSTRUCTION, EN MIO CHF Loisirs et culture = installations tourisme, bâtiments religieux, musées, bibliothèques, monuments, salles omnisports et places de sport Part du total 20161,5 % 20241,1 % Publics19,7 -40,6 % Privés13,4 +16,1 % Industrie, artisanat et services = fabriques, usines, ateliers, halles, dépôt, bureaux, bâtiments commerciaux, magasins, hôtels, restaurants, autres hébergements de courte durée Part du total 20167,0 % 202412,8 % Publics72,1 +203,9 % Privés310,3 +70,7 %	

Les défis

Selon vous, quel sera le plus grand défi pour le tourisme valaisan au cours des dix à vingt prochaines années?

Les résultats sont masqués



menti.com
6459 1578

0 of 2 responded

Le tourisme de demain : développement économique

La croissance économique mondiale reste positive et le tourisme devrait croître plus rapidement.

LE TOURISME CROÎT PLUS VITE QUE L'ÉCONOMIE dans les 10 prochaines années

3,6 % PIB secteur voyage et tourisme (croissance annuelle moyenne)



2,4 % Économie mondiale (PIB mondial / croissance annuelle moyenne)



La question n'est plus de retrouver le niveau d'avant-crise, mais de savoir comment transformer cette demande élevée en **valeur durable pour le territoire.**

CROISSANCE ÉCONOMIQUE DES MARCHÉS DE PROXIMITÉ à l'horizon 2050

PIB Suisse **1,4 %**

PIB Union européenne **1,3 %**

PIB pays voisins **1,2 %**

Croissance annuelle moyenne, scénario médian

TRAFIC AÉRIEN EUROPÉEN

2,3 – 3,1 %

croissance annuelle moyenne prévue par l'IATA

Le tourisme de demain : scénarios d'évolution des nuitées à l'horizon 2050*

Les marchés lointains comme les marchés proches stimulent le potentiel touristique du Valais, la demande internationale gagnant en importance : les marchés lointains resteront pertinents à long terme.

MARCHÉS LOINTAINS



SUISSE, EUROPE ET PAYS VOISINS

La demande touristique étant corrélée à la croissance économique (PIB), une progression équivalente des nuitées est retenue pour les marchés suisse, européen et des pays voisins.

POTENTIEL VALAISAN POUR LES MARCHÉS LOINTAINS

1,7 – 2,0 mio +76 % vs aujourd'hui

nuitées hôtelières à l'horizon 2050

Aujourd'hui 1,0 mio

POTENTIEL VALAISAN POUR L'EUROPE (Y COMPRIS LA SUISSE)

5 mio +41 % vs aujourd'hui

nuitées hôtelières à l'horizon 2050

Aujourd'hui 3,5 mio

Le volume ne manquera pas (+ ≈ 2.5 mio nuitées hôtelières vs aujourd'hui). L'enjeu porte sur la capacité, la saisonnalité, la qualité de l'offre et la valeur créée par nuitée.

Les défis

Selon vous, quel sera le plus grand défi pour le tourisme valaisan au cours des dix à vingt prochaines années?

Tgfxcvb

Les défis : climat et enneigement

Des conditions naturelles moins prévisibles : **moins de neige à moyenne altitude**, mais nouvelles opportunités saisonnières.

RÈGLE EMPIRIQUE DE LA RENTABILITÉ

30 cm de neige naturelle pendant **100 jours**

condition pour damer les pistes et exploiter la saison de manière commercialement rentable

DIMINUTION DE LA COUVERTURE NEIGEUSE

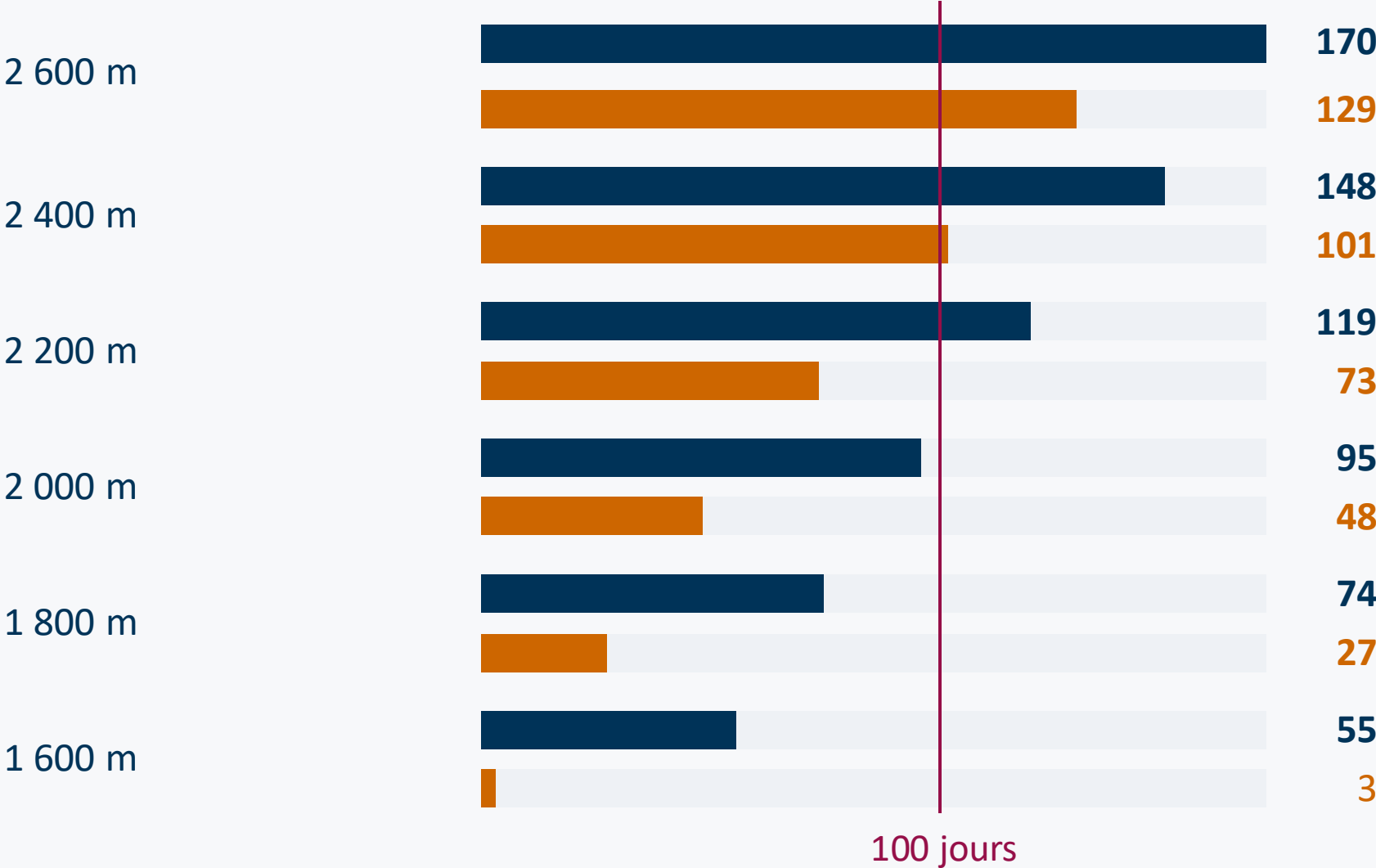
Altitude	+1,5 °C	+3 °C
1 500 – 2 000 m	-34 %	-63 %
1 000 – 1 500 m	-51 %	-78 %

À long terme, **seules les régions situées à haute altitude bénéficieront d'un enneigement garanti.** En parallèle la chaleur urbaine, l'allongement des saisons d'été et d'automne créent de **nouvelles opportunités pour le Valais.**

JOURS AVEC PLUS DE 30 CM DE NEIGE NATURELLE

■ Climat de référence (1991 – 2020) ■ Réchauffement de +3 °C

Valeurs indépendantes de l'orientation du terrain; niveau de confiance de 90 %



Les défis : marchés, talents, technologie, territoire

Plus la demande s'internationalise, plus la dépendance à des facteurs externes augmente : liaisons aériennes, conflits géopolitiques, taux de change et concentration des marchés d'origine.

MARCHÉS ET CLIENTS

Internationalisation, nouveaux marchés, attentes plus élevées

Les comportements changent et la demande devient plus volatile : géopolitique, prix des vols et incertitude économique exposent davantage la destination aux crises.

MAIN-D'ŒUVRE

Le capital humain devient une ressource rare

–16 % d'offre de travail par rapport aux besoins en 2035, soit plus de 43 millions de personnes manquantes dans le tourisme mondial (WTTC)

Concurrence pour les talents, évolution démographique et attentes différentes envers le travail aggravent encore la situation difficile qui s'annonce.

TECHNOLOGIE

IA, données, productivité et compétences deviennent des facteurs de compétitivité

La politique du tourisme de la Confédération retient elle aussi la numérisation, les données, l'IA, le marché du travail, la durabilité et la coopération comme thèmes stratégiques.

TERRITOIRE ET ACCEPTATION

Le tourisme doit créer de la valeur pour les visiteurs et pour les habitants

Pression sur l'espace, les infrastructures, les ressources, le logement, la mobilité et la qualité de vie.

Les défis : tendances et besoins des clients

Le Valais doit transformer ses atouts naturels en expériences distinctives, en toute saison.

TENDANCES ET BESOINS DES CLIENTS

01 Value for money

Rapport qualité-prix, flexibilité, accessibilité financière, sécurité

CONSÉQUENCE POUR LE VALAIS

Justifier le niveau de prix par une expérience et un service supérieurs

03 Personnalisation

Information claire, réservation facile, offres adaptées aux intérêts au moment et profil du client

CONSÉQUENCE POUR LE VALAIS

Mieux utiliser les données et l'IA pour guider et recommander; DMO n'a plus pour rôle principal la promotion de la destination

02 Expériences authentiques

Nature, culture locale, gastronomie, rencontres, lieux moins fréquentés, slow tourism

CONSÉQUENCE POUR LE VALAIS

Proposer des expériences distinctives et locales, création de valeur locale

04 Climat & bien-être

Fraîcheur, nature, santé, calme, activités quatre saisons

CONSÉQUENCE POUR LE VALAIS

Opportunités accrues en été et en automne, notamment en altitude (étés frais et enneigement garanti en hiver)

BESOINS SELON LE MARCHÉ D'ORIGINE

Marchés de proximité

Nature · détente · rapport qualité-prix · flexibilité · nouvelles découvertes

Europe du Nord / UK

Outdoor · aventure · authenticité · mobilité individuelle

Amérique du Nord

Paysages iconiques · confort · qualité · expériences uniques

Asie / marchés lointains

« Must-see » · efficacité · sécurité · shopping · services adaptés

Open Menti to edit



Replace this slide



Add Menti slides



Tourisme valaisan demain

Au-delà de ses atouts naturels, quelle qualité ou force moins visible du tourisme valaisan faut-il absolument préserver pour l'avenir?

🔒 Les résultats sont masqués

Antworten können bis zu 200 Zeichen lang sein und werden hier angezeigt.

Bei mehr als 10 Antworten können Sie Antworten gruppieren.

„Abstimmung“ einschalten, damit Lieblingsantworten markieren werden können.



menti.com

6459 1578

Waiting for participants

CE QUI CHANGE

Attentes et comportements des visiteurs

Conditions climatiques

Concurrence entre destinations

Technologies

Besoins de la population locale

Le problème de demain ne sera probablement pas le manque de demande touristique.

La question centrale est de savoir comment le Valais traduira cette demande en **valeur ajoutée durable**, dans des conditions climatiques, humaines, sociales et géopolitiques modifiées.

Si vous deviez écrire la première phrase de la nouvelle stratégie pour le Valais, comment serait-elle?

Antworten können bis zu 200 Zeichen lang sein und werden hier angezeigt.

Bei mehr als 10 Antworten können Sie Antworten gruppieren.

„Abstimmung“ einschalten, damit Lieblingsantworten markieren werden können.



menti.com
6459 1578

Waiting for participants

Merci.

René Götz

Associé

Hanser Consulting AG

r.goetz@hanserconsulting.ch

info@hanserconsulting.ch

www.hanserconsulting.ch

ZÜRICH

Lagerstrasse 33

8004 Zürich

+41 44 299 95 11

COIRE

Poststrasse 3

7000 Chur

+41 81 253 34 34

BERNE

Schanzenstrasse 1

3008 Bern

+41 33 221 40 22