

Perspectives d'avenir des Remontées Mécaniques Fribourgeoises



Travail réalisé pour l'obtention du diplôme de Gestionnaire en
Tourisme de l'Ecole Suisse du Tourisme (EST)

Déposé le 20 juin 2008 à Sierre

Elaboré par :

Floriane Pochon

Ch. des Préalpes 2

1680 Romont

079 / 545 55 49

floriane.pochon@bluewin.ch

Directrice de mémoire :

Marie-Françoise Perruchoud-Massy

Institut Economie et Tourisme

HEVs – TECHNO-pôle Sierre

3960 Sierre

027 / 606 90 07

mfrancoise.perruchoud@hevs.ch

ECOLE SUISSE
DE TOURISME
E S T



SCHWEIZERISCHE
TOURISMUSFACHSCHULE
S T F

RESUMÉ

Les stations de ski fribourgeoises prennent une part importante dans l'offre touristique du canton. Avec leurs installations de remontées mécaniques, elles occupent également une place considérable dans l'économie des régions de montagne. De plus, elles jouent un rôle social ressenti dans l'ensemble du canton. Toutes ces raisons poussent les acteurs touristiques de la région à considérer qu'assurer un avenir de nos stations est un des enjeux importants pour le monde du tourisme fribourgeois.

Malgré les bons résultats des derniers hivers, il devient de plus en plus difficile de garantir des conditions de ski optimales pour ces petites stations de basse altitude. En plus de la problématique du réchauffement climatique, elles doivent redoubler d'efforts pour attirer une clientèle de plus en plus exigeante avec des besoins qui évoluent sans cesse. A cela s'ajoute une concurrence toujours plus forte des stations garantissant un enneigement suffisant pour la pratique du ski. Tous ces éléments doivent être pris en considération afin de permettre aux stations des Alpes fribourgeoises de mieux se positionner et d'améliorer leurs infrastructures.

Ce travail met en avant plusieurs solutions internes ou externes à l'entreprise permettant à ces stations, particulièrement les sociétés de remontées mécaniques, de devenir plus compétitives. Toutes les propositions faites permettent d'utiliser les installations de remontées mécaniques d'une autre manière et d'attirer les non-skieurs à les emprunter. En plus de cet objectif, ces nouvelles idées ont pour but de diversifier l'offre touristique de la région avec certains concepts encore peu développés dans la concurrence.

ZUSAMMENFASSUNG

Der Tourismus des Kantons Freiburg lebt zu einem grossen Teil von den Skistationen. Mit ihren Bergbahnen beeinflussen sie die Wirtschaft der Bergregionen beträchtlich. Zusätzlich spielen sie eine soziale Rolle, welche im ganzen Kanton zu spüren ist. All diese Gründe führen die Tourismus- Spezialisten zur Annahme, dass die Förderung unsere Stationen für die Zukunft des Tourismus des Kantons Freiburg unerlässlich ist.

Trotz der guten Resultate der letzten Winter, wird es für die tief gelegenen und kleinen Stationen immer schwieriger, optimale Bedingungen zu schaffen. Die Klimaerwärmung und eine immer anspruchsvollere Kundschaft verlangen von den Tourismusverantwortlichen riesige Anstrengungen um neue Kunden anzuziehen. Dazu kommt die immer grössere Konkurrenz der Skigebiete welche eine Schneegarantie abgeben. Alle diese Punkte müssen berücksichtigt werden, um die Zukunft der Stationen der Freiburger Alpen zu sichern.

Aus dieser Arbeit bieten sich verschiedene Lösungen an, intern oder extern unseres Unternehmens, welche diese Stationen, und vor allem die Bergbahnbetreiber, fordern und ihnen erlauben, wettbewerbsfähiger zu werden. Alle gemachten Vorschläge erlauben die Benutzung der Installationen auf eine andere Art, und somit auch Nichtskifahrer anzuziehen. Zusätzlich dieser Zielsetzung, bezwecken diese neuen Ideen, das regionale Tourismusangebot abwechslungsreicher zu gestalten, neue Konzepte zu entwickeln, und somit die Konkurrenz auszuschlagen.

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES ILLUSTRATIONS ET LISTE DES ABRÉVIATIONS	VI
INTRODUCTION.....	p. 1
1. Situation générale	p. 3
<hr/>	
1.1. Les remontées mécaniques en Suisse	p. 3
1.1.1. <i>Historique</i>	p. 3
1.1.2. <i>Faits & Chiffres</i>	p. 4
1.2. Le tourisme dans le canton de Fribourg.....	p. 5
1.3. Les stations fribourgeoises.....	p. 6
1.3.1. <i>Moléson</i>	p. 7
1.3.2. <i>Charmey</i>	p. 8
1.3.3. <i>Jaun</i>	p. 9
1.3.4. <i>La Berra</i>	p. 10
1.3.5. <i>Schwarzsee</i>	p. 11
1.3.6. <i>Les Paccots</i>	p. 12
1.3.7. <i>Rathvel</i>	p. 13
1.4. L'Association des Remontées Mécaniques Fribourgeoises	p. 14
2. Contraintes d'aujourd'hui	p. 14
<hr/>	
2.1. Les changements climatiques	p. 15
2.1.1. <i>Le climat</i>	p. 15
2.1.2. <i>La faune et la flore</i>	p. 15
2.1.3. <i>L'économie</i>	p. 16
2.2. Les nouveaux besoins des touristes	p. 16
2.2.1. <i>La mobilité</i>	p. 17
2.2.2. <i>Les loisirs</i>	p. 17
2.2.3. <i>La pratique du ski</i>	p. 17
2.2.4. <i>La fidélité des clients</i>	p. 18
2.3. La concurrence.....	p. 19
2.3.1. <i>Régionale et nationale</i>	p. 19
2.3.2. <i>Internationale dans les Alpes</i>	p. 20
2.3.3. <i>Les destinations « soleils »</i>	p. 20
3. Analyse de comparaison entre Moléson et Buttes – La Robella	p. 21
<hr/>	
3.1. Information générale	p. 21
3.2. Offre hivernale.....	p. 23
3.3. Offre estivale	p. 24

3.4. Hébergement et autres prestations	p. 25
3.5. Synthèse	p. 25
4. Solutions internes	p. 27
4.1. Promotion commune	p. 28
4.1.1. <u>Carte d'activités</u>	p. 28
4.1.2. <u>Bons de réduction</u>	p. 29
4.1.3. <u>Passeport « A la découverte des Alpes fribourgeoises »</u>	p. 29
5. Une clientèle locale indispensable	p. 30
5.1. Situation actuelle	p. 31
5.2. Package ski	p. 32
5.2.1. <u>Séance de préparation</u>	p. 32
5.2.2. <u>Logement avec pension complète</u>	p. 32
5.2.3. <u>Abonnement de ski</u>	p. 32
5.2.4. <u>Activités supplémentaires « Après-ski »</u>	p. 33
5.2.5. <u>Activités en cas de mauvaises conditions météorologiques</u>	p. 33
5.2.6. <u>Prix et conditions</u>	p. 33
5.3. Package vert	p. 34
5.3.1. <u>Séance de préparation</u>	p. 34
5.3.2. <u>Logement avec pension complète</u>	p. 34
5.3.3. <u>Activités journalières</u>	p. 34
5.3.4. <u>Prix et conditions</u>	p. 35
5.4. Communication et répercussions	p. 35
6. Proposition de nouvelles offres	p. 36
6.1. Dans toutes les stations fribourgeoises.....	p. 37
6.1.1. <u>Journées à la montagne 2009</u>	p. 37
6.2. A Moléson	p. 41
6.2.1. <u>Concours d'idées</u>	p. 41
6.2.2. <u>Forfait « Damage au coucher du soleil »</u>	p. 42
6.3. A Charmey	p. 43
6.3.1. <u>Parcours « podo-sensoriel »</u>	p. 43
6.3.2. <u>Cours pour adultes</u>	p. 43
6.4. Au Jaun	p. 44
6.4.1. <u>Exposition sur câbles</u>	p. 44
6.4.2. <u>Joutes sportives</u>	p. 44
6.5. A La Berra	p. 45
6.5.1. <u>A la découverte du Land Art</u>	p. 45

6.5.2. <u>Camp de yourtes</u>	p. 45
6.6. A Schwarzsee	p. 46
6.6.1. <u>Handy Safari Coop</u>	p. 46
6.6.2. <u>Jeu de l'oie préventif pour le freeride et les dangers d'avalanche</u>	p. 46
6.7. Aux Paccots	p. 47
6.7.1. <u>Journée d'initiation au télémark</u>	p. 47
6.7.2. <u>Théâtre à la montagne</u>	p. 47
6.8. A Rathvel.....	p. 47
6.8.1. <u>Organisation de sorties</u>	p. 47
6.8.2. <u>Carte au trésor</u>	p. 48
7. Synthèse et évaluation	p. 48
7.1. Dans toutes les stations fribourgeoises.....	p. 48
7.1.1. <u>Journées à la montagne 2009</u>	p. 49
7.2. A Moléson	p. 49
7.2.1. <u>Concours d'idées</u>	p. 49
7.2.2. <u>Forfait « Damage au coucher du soleil »</u>	p. 50
7.3. A Charmey	p. 50
7.3.1. <u>Parcours « podo-sensoriel »</u>	p. 50
7.3.2. <u>Cours pour adultes</u>	p. 51
7.4. Au Jaun	p. 51
7.4.1. <u>Exposition sur câbles</u>	p. 51
7.4.2. <u>Joutes sportives</u>	p. 52
7.5. A La Berra	p. 52
7.5.1. <u>A la découverte du Land Art</u>	p. 52
7.5.2. <u>Camp de yourtes</u>	p. 53
7.6. A Schwarzsee	p. 53
7.6.1. <u>Handy Safari Coop</u>	p. 53
7.6.2. <u>Jeu de l'oie préventif pour le freeride et les dangers d'avalanche</u>	p. 54
7.7. Aux Paccots	p. 55
7.7.1. <u>Journée d'initiation au Télémark</u>	p. 55
7.7.2. <u>Théâtre à la montagne</u>	p. 55
7.8. A Rathvel.....	p. 56
7.8.1. <u>Organisation de sorties</u>	p. 56
7.8.2. <u>Carte au trésor</u>	p. 56
CONCLUSION	p. 57
BIBLIOGRAPHIE	VII
ANNEXES	IX

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Graphique n°1 : Type d'installations de remontées mécaniques en Suisse en 2005

Graphique n°2 : Parts de marché régionales de Remontées Mécaniques Suisses,
exercice 2004/2005

Graphique n°3 : Age moyen de la clientèle des RMF

LISTE DES ABRÉVIATIONS

RMS : Remontées Mécaniques Suisses

RMF : Remontées Mécaniques Fribourgeoises

USP : Unique Selling Proposition

UFT : Union Fribourgeoise du Tourisme

DINKS : Double Income No Kids

INTRODUCTION

Les stations de ski fribourgeoises sont pour ma part un terrain de jeu connu. Durant toute mon enfance, j'ai eu l'occasion de fréquenter ces lieux magnifiques. En hiver, je me réjouissais du camp de ski à Rathvel alors qu'en été je partais en randonnée pédestre dans les Alpes fribourgeoises. Tous ces souvenirs font de ces destinations touristiques des endroits importants à mes yeux et par ce travail, j'aimerais contribuer à l'amélioration de ces stations authentiques et permettre aux gens de les découvrir et de les apprécier à leur juste valeur.

L'objectif principal de ce travail de diplôme est de trouver des alternatives pour dynamiser le tourisme hivernal et estival en y apportant de la nouveauté. J'aimerais également présenter de nouvelles perspectives pour ces stations de basse altitude que le changement climatique ne va pas épargner dans le futur.

Pour élaborer ce document, je me suis principalement basée sur une étude faite en 2007 par l'Association des Remontées Mécaniques fribourgeoises avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais nommé « Partenariat entre les agglomérations, les Préalpes et les Alpes pour la promotion de la relève des skieurs ». Diverses études, sondages et articles de journaux relatifs aux différents thèmes des chapitres de mon travail m'ont également été d'une grande aide pour illustrer mes propos. De plus, j'ai pris contact avec les responsables des sociétés de remontées mécaniques de chacune des stations et cela m'a permis de proposer de nouvelles activités correspondant à leur souhait de développement.

Mon travail débutera avec une présentation générale de la situation des remontées mécaniques en Suisse, du tourisme dans le canton de Fribourg ainsi qu'une brève description de chaque station étudiée. Ensuite, je me tournerai vers les contraintes actuelles qui touchent les stations de ski des Alpes fribourgeoises : c'est-à-dire la problématique du changement climatique, des nouveaux besoins et attentes des touristes ainsi que de la concurrence.

Au terme de cette partie descriptive, j'analyserai deux stations de basse altitude : Moléson et la station neuchâteloise Buttes - La Robella. Cette analyse permettra de positionner la station fribourgeoise par rapport à une station d'un autre canton et de voir comment ces deux sociétés se sont développées afin de satisfaire toujours plus de touristes dans leur destination.

Après une brève explication de l'importance d'une clientèle locale, je développerai un arrangement forfaitaire afin d'attirer les écoles du canton de Fribourg dans les Alpes fribourgeoise pour l'organisation de leurs camps. Je vous présenterai ensuite trois solutions internes favorisant une promotion commune. Mon travail se terminera avec plusieurs propositions de nouvelles offres pour l'ensemble des stations dont j'ai bien sûr étudié leur faisabilité dans un chapitre particulier.

Je précise que le contenu de ce travail n'engage que ma responsabilité et en aucun cas celle de l'école.

Je tiens à remercier de tout cœur les personnes suivantes qui m'ont permis d'élaborer mon travail de diplôme :

- Mme Marie-Françoise Perruchoud-Massy, Directrice de mémoire et responsable de l'Institute Economie & Tourisme à Sierre
- M. Jacques Baudois, Expert et ancien Président de l'Association des Remontées Mécaniques Fribourgeoises
- M. Jean-Marie Buchs, Directeur de Skilift Jaun AG
- M. Sandy Grandjean, Responsable Commission Marketing, Télésiège Buttes Robella
- M. Philippe Gaillard, Directeur de la société de remontées mécaniques La Berra SA
- M. Adolf Kaeser, Directeur de Schwarzsee / Kaiseregg SA
- M. Antoine Micheloud, Directeur de Gruyères – Moléson – Vudalla SA
- M. Alexandre Pilloud, Directeur de Monte-Pente de Corbettaz SA
- M. Jean-Pierre Repond, Directeur de Charmey / Les Dents-Vertes SA
- M. Alexis Tâche, Directeur de Rathvel (Remaufens)
- M. Joachim Tillessen, Directeur de Coop Presse

1. Situation générale

1.1. Les Remontées Mécaniques en Suisse¹

1.1.1. *Historique*

Le premier téléphérique a été mis en exploitation en Suisse en 1866 près des Chutes du Rhin à Schaffhouse. Il servait au personnel de la station de turbines et était donc privé.

Construit en 1879, le funiculaire reliant le lac de Brienz à l'hôtel Giessbach fut la première remontée mécanique à but touristique. Dès ce jour, ces types d'installations furent le point de départ du tourisme dans les Alpes suisses.

Dans les années 1900, plusieurs projets furent mis en route pour relier les différents sommets du pays. Les montagnes les plus impressionnantes ont été accessibles grâce aux chemins de fer à crémaillère et aux funiculaires. Tout se développa autour de ces installations : restaurants d'altitude, aménagements de points de vue, etc. La construction de ces diverses installations permit également à de nombreux villages d'être joignables plus facilement depuis la vallée.

Dès l'arrivée du ski en 1930, les constructions se multiplièrent dans les Alpes et beaucoup d'entre elles servirent uniquement à la pratique de ce nouveau sport de glisse. De là, les constructeurs mirent au point des équipements toujours plus performants et innovants. Toutes les formes actuelles de remontées mécaniques virent le jour : le funiculaire, le téléphérique, la télécabine, le télésiège et le téléski. En 1950, quelques 130 installations étaient réparties sur le territoire suisse, plus de 390 en 1960 et 1450 remontées mécaniques en 1975.²

Après le boom des constructions des années trente aux années huitante, une prise de conscience apparut auprès de la population suisse concernant la protection des paysages alpins. Afin de minimiser les impacts écologiques, la Confédération, avec l'aide des autorités compétentes, a mis sur pied un concept du tourisme et une nouvelle politique des concessions. Dès lors, le développement touristique des stations fut limité et les nouvelles installations devinrent moins nombreuses. Ainsi, depuis plus de vingt ans, aucun site vierge n'a été envahi par ces machines métalliques.

¹ www.seilbahnen.org

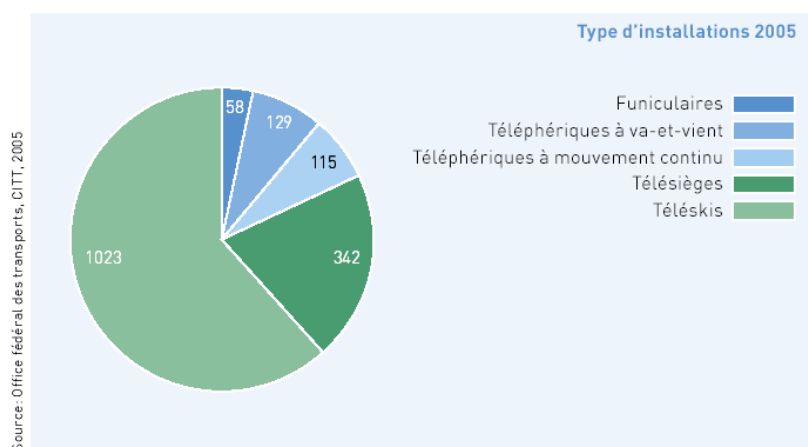
² Küng, Anne (1993) : La réactualisation de la politique touristique pour les régions de montagne en Suisse – Concept analytiques et cas pratique de la Gruyère. Fribourg Suisse : Ed. Universitaires. p. 82

1.1.2. Faits & Chiffres³

A ce jour, 650 entreprises de remontées mécaniques recouvrent les 7'400 kilomètres de pistes préparées et gèrent 270 kilomètres de pistes de luges ainsi que 1'200 kilomètres de chemins de randonnée hivernale.

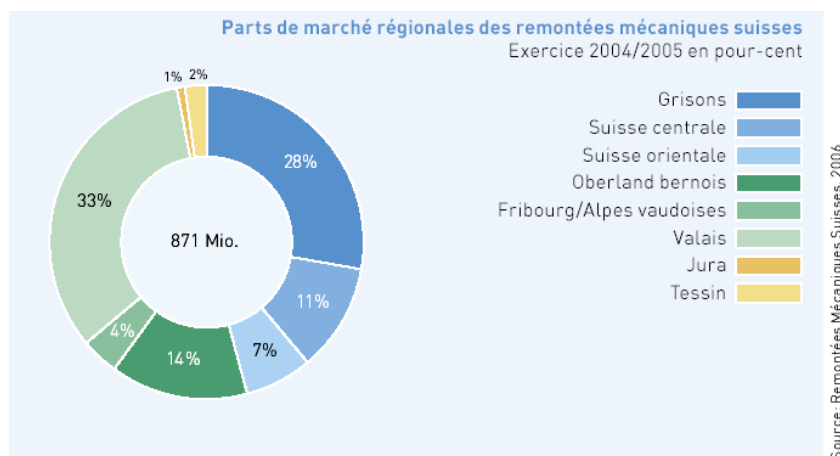
On ne compte pas moins de 2'400 installations de remontées mécaniques et skilifts qui transportent chaque année plus de 28 millions de passagers. Le nombre de téléskis tend à diminuer au fil des ans suite au renouvellement de ceux-ci par des infrastructures plus performantes et confortables. La répartition des types d'installations en 2005 se présente comme suit :

Graphique n° 1



L'ensemble des entreprises de remontées mécaniques en Suisse totalise environ 840 millions de francs de chiffre d'affaires par année, dont 84 % effectués lors de la saison hivernale. Comme le montre le graphique ci-dessous, le Valais et les Grisons présentent les plus hautes parts de marché :

Graphique n° 2



³ Remontées Mécaniques Suisses (2006). Faits et chiffres.

1.2. Le tourisme dans le canton de Fribourg⁴

Les destinations touristiques fribourgeoises sont divisées en dix régions distinctes qui représentent plusieurs formes de tourisme. Il y a tout d'abord les cités médiévales : Gruyères, Murten / Morat, Romont et Estavayer-le-Lac. En plus de leur architecture datant du Moyen Age, ces lieux touristiques offrent une large palette d'activités liées à la nature, au sport ainsi qu'à la culture. Les deux centres économiques du canton, Fribourg et Bulle, proposent aux touristes plusieurs activités variées allant des musées à la découverte de l'histoire de la ville. Enfin, vous avez les stations de ski des Alpes fribourgeoises qui seront expliquées en détail dans le point « 1.3. Les stations fribourgeoises ».

Les structures touristiques fribourgeoises sont en plein développement depuis quelques années. Grâce à la nouvelle loi sur le tourisme du 13 octobre 2005, les organismes touristiques ont tout à leur disposition pour augmenter leurs attractivités et diversifier leurs offres. L'Union Fribourgeoise du Tourisme, une association de droit privé d'utilité publique, est également d'une grande aide dans l'évolution du tourisme fribourgeois, notamment avec ses nombreuses actions de marketing telles que : action de promotion des ventes, partenariats avec Suisse Tourisme et d'autres organismes cantonaux, accueil de médias touristiques, création d'un Fonds cantonal de marketing coordonné, etc.

Du côté des statistiques, tout va pour le mieux pour l'hôtellerie fribourgeoise. Elle compte en 2007 plus de 26'000 nuitées supplémentaires, soit une hausse de 7,3 % par rapport à 2006. La clientèle suisse représente 59 % du marché suivie par l'Allemagne (9.2 %) et la France (7.8 %). Dans les stations, on note également une augmentation de 25,1% des nuitées pour Charmey, 44,2% pour Châtel-St-Denis/Les Paccots, 16% pour Gruyères/Moléson et 12% pour Schwarzsee.

Au vu de ce qui précède, je peux constater que le tourisme fribourgeois est en bonne santé et que les organismes touristiques mettent en place des stratégies de qualité pour assurer l'avenir de celui-ci.

⁴ www.fribourgregion.ch

Union Fribourgeoise du Tourisme (2007). Rapport d'activités annuel. Fribourg : UFT. p. 4 ss.

1.3. Les stations fribourgeoises

Malgré une saison hivernale 2007/2008 exceptionnelle⁵, les stations fribourgeoises sont toujours dans l'impasse et risquent de voir leur avenir chamboulé. Afin de leur assurer un futur en bonne santé, il est primordial de remettre en question leurs activités et de trouver les solutions adéquates.

Le renouvellement des installations⁶, indispensable pour les stations de Moléson, Charmey, La Berra et Schwarzsee pour cause de fin de concession, est une occasion en or pour redynamiser ces stations. L'investissement nécessaire pour ce « lifting » se monte à environ 57 millions de francs. Pour pouvoir réaliser ces travaux, les stations ont fait une demande commune d'aide extraordinaire auprès du canton. Selon l'UFT, ces modifications sont primordiales pour garantir le maintien du patrimoine économique et touristique du canton.

Dans ce point, vous trouverez une brève description des stations de Moléson, Charmey, Jaun, La Berra, Schwarzsee, Les Paccots et Rathvel. Il a été conçu grâce aux différents sites internet et aux contacts que j'ai eus avec les sociétés de remontées mécaniques. L'image de chaque station, son USP ainsi que sa vision d'avenir se basent sur une étude effectuée par l'Institut Economie et Tourisme à Sierre et les différents acteurs touristiques des Alpes fribourgeoises.⁷

⁵ Lebreau, Aurélie. Une très bonne saison pour les stations in La Liberté. 28 mars 2008

⁶ Gross, Lara. Stations de ski – Le prix à payer pour l'avenir in La Gruyère. 6 mars 2008


⁷ Remontées Mécaniques Fribourgeoises avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais (2007) : Partenariat entre les agglomérations, les Préalpes et les Alpes pour la promotion de la relève des skieurs. p.24 ss.

1.3.1. Moléson⁸

Moléson, la montagne connue comme le « Cervin fribourgeois », est l'une des stations la plus développée au niveau touristique. Elle est perçue comme une montagne de loisirs et est très appréciée des touristes de par son panorama exceptionnel. L'exploitation estivale est déjà très forte puisque plus de 50% de son chiffre d'affaires s'effectue durant cette saison.

Pour les années à venir, la stratégie à adopter pour la rendre encore plus attrayante serait d'accentuer et d'intensifier son positionnement déjà très présent auprès de la clientèle « jeune ». Il ne faut tout de même pas mettre de côté les autres clients en assurant des mesures complémentaires pour fidéliser les familles ainsi que les seniors.

Voici la fiche technique de la station :

 <p>« La montagne branchée pour les jeunes »</p>	
Altitude minimum et maximum :	1'109 à 2'002 mètres
Installations de remontées mécaniques :	1 téléphérique 1 funiculaire 4 téléskis
Domaine skiable :	8 pistes de ski pour 30 kilomètres
Autres activités hivernales :	1 piste de luge de 4 kilomètres, 1 snowpark, 1 école de ski, 3 sentiers de raquettes à neige, cours de snow bike, vol en parapente, observatoire au sommet.
Activités estivales :	Bob-luge, dévalkart, trotinherbe, minigolf, animation pour les enfants, randonnée pédestre, parcours VTT, via ferrata, vol en parapente, observatoire au sommet, fromagerie d'alpage, sentier botanique.
Hébergements :	1 hôtel d'altitude, 1 backpacker, 4 logements de groupe, location de chalet et appartement.
Autres prestations :	2 restaurants d'altitude, 1 buvette, 1 restaurant et bar discothèque au village, 1 magasin de location de matériel de sports d'hiver, 1 salle de spectacles.
Manifestations principales :	Gruy'air nite (janvier), Brevet des Armaillis (janvier et juin) Rivella Family Contest (février) Course de montagne Neirivue-Moléson (juillet) Concert de Cors des Alpes (juillet) Fête de l'Air (août)


⁸ www.moleson.ch

1.3.2. Charmey⁹

Le tourisme hivernal apparut en 1962 avec l'ouverture de la première installation du domaine skiable et du restaurant de Vounetz. Il s'agit sans doute de la seule « vraie » station des Alpes fribourgeoises car elle dispose d'une infrastructure hôtelière de qualité. Grâce à l'ouverture des Bains de la Gruyère, le dynamisme de Charmey a augmenté et l'image de celle-ci est de plus en plus attrayante aux yeux des touristes.

Ces bains thermaux lui permettent de se positionner en tant que petite station de « luxe » et d'attirer un public cible tels que les « DINKS » et les « Best Agers ».

Voici la fiche technique de la station :

 <p>« La station du bien-être en Pays de Fribourg »</p>	
Altitude minimum et maximum :	897 à 1'630 mètres
Installations de remontées mécaniques :	1 télécabine 6 téléskis
Domaine skiable :	8 pistes de ski pour 30 kilomètres
Autres activités hivernales :	1 piste de luge de 2,5 kilomètres, 1 snowpark, 1 école de ski, 1 piste de ski de fond de 20 kilomètres, 4 sentiers de raquettes à neige, vol en parapente.
Activités estivales :	Parcours VTT, vol en parapente, minigolf, Charmey Aventure (accrobranches), trotinherbe, randonnée pédestre, 2 sentiers « découverte », 8 itinéraires de Nordic Walking.
Hébergement :	4 hôtels, 8 logements de groupe, 9 chambres d'hôtes, 1 logement sur la paille, location de chalet et appartement.
Autres prestations :	Bains de la Gruyère, musée de Charmey, 1 centre sportif, 1 restaurant d'altitude, 4 buvettes d'alpage, 6 restaurants en station.
Manifestations principales :	Marché du Pays et Val de Charmey (tout l'été) Marathon des Bains (août) Rencontre des amis du patois (août) Cinéma Open Air (août) Fête de la désalpe (septembre) Gruyère Alpathlon (septembre) Course des charrettes à foin (octobre)


⁹ www.charmey.ch

1.3.3. Jaun¹⁰

Ce village traditionnel est perçu comme le « Ballenberg » du canton de Fribourg. Son architecture particulière et son folklore la confortent dans son image de station authentique et puritaine.

La stratégie à adopter pour les années à venir est de soigner son authenticité et ses traditions. La communication doit se faire autour d'un lieu de retraite, loin du stress et sans trop de luxe.

Voici la fiche technique de la station :

 « Le Ballenberg réel »	
Altitude minimum et maximum :	1'050 à 1'580 mètres
Installations de remontées mécaniques :	4 téléskis
Domaine skiable :	10 pistes de ski pour 20 kilomètres
Autres activités hivernales :	1 piste de luge de 3 kilomètres, 1 piste de ski de fond de 20 kilomètres, 1 école de ski, 2 sentiers de raquettes à neige, 1 parcours de randonnée pédestre.
Activités estivales :	Vol en parapente, parcours VTT, varappe, randonnée pédestre.
Hébergement :	2 hôtels, 5 logements de groupe, 5 chalets d'alpage.
Autres prestations :	La maison du chant (Cantorama)
Manifestations principales :	Bénichon de la Saint-Jacques (juillet) Course de montagne (juillet) Rencontre internationale de folklore (août) Fête des moutons et des bergers (septembre)


¹⁰ www.jaun.ch

1.3.4. La Berra¹¹

Les débuts de la station remontent aux années vingt avec un premier télésiège rudimentaire accessible après deux heures de marche. En 1946, le développement de La Berra fut possible grâce à un promoteur d'installations sportives.

Cette petite station classique avec un panorama sensationnel sur le lac de Gruyère possède de nombreux avantages sur lesquels elle doit jouer pour attirer une clientèle de proximité. La Berra doit donc se concentrer sur son public cible « Habitants de la ville de Fribourg et environs » et les fidéliser par des offres spéciales et par son authenticité. Cet atout de proximité doit aussi se jouer auprès des écoles de la région.

Voici la fiche technique de la station :

 <p>« Lieu de récréation pour les habitants de la ville de Fribourg et environs »</p>	
Altitude minimum et maximum :	1'040 à 1'635 mètres
Installations de remontées mécaniques :	1 télésiège 6 téléskis 1 télésiège pour débutant
Domaine skiable :	8 pistes de ski pour 25 kilomètres 14 canons à neige sur 2 kilomètres
Autres activités hivernales :	1 piste de luge de 1,4 kilomètre, 1 école de ski, 3 sentiers de raquettes à neige.
Activité estivale :	Randonnée pédestre
Hébergement :	1 logement de groupe
Autres prestations :	2 restaurants, 2 buvettes d'alpage.
Manifestations principales :	Crèche vivante (décembre) La Nuit de la Glisse (janvier) Nocturnes de la Berra (janvier) Interneige (février) Bénichon de la Berra (juillet) Cours de côte La Roche – La Berra (juillet) Fête médiévale (août)


¹¹ www.laberra.ch

1.3.5. Schwarzsee¹²

Les premiers hôtes de la région de Schwarzsee y sont venus pour ses sources d'eau minérale aux vertus curatives. Ce n'est qu'en 1946 que le premier télésiège a été construit reliant la Gypsera à la Riggisalp. Le tourisme est un facteur économique important pour ce village de la vallée de la Brecca. Schwarzsee jouit d'un espace naturel privilégié et romantique. C'est la seule station du canton avec un lac naturel, d'où son nom signifiant « Lac Noir ».

Malheureusement, ses prestations touristiques ne sont pas encore à la hauteur de ses atouts. Son positionnement est principalement axé sur le public des familles, notamment avec le label « Familles Bienvenues ». Dans le futur, Schwarzsee doit améliorer son offre touristique afin d'être à la hauteur de ses atouts naturels. Etant donné que la station est déjà labellisée, elle doit consentir d'efforts supplémentaires pour améliorer l'offre destinée aux familles.

Voici la fiche technique de la station :

 <p>« Destination familiale, magnifique cadre avec son lac et sa nature »</p>	
Altitude minimum et maximum :	1'047 à 1800 mètres
Installations de remontées mécaniques :	1 télésiège 6 téléskis
Pistes de ski :	6 pistes pour 22 kilomètres
Autres activités hivernales :	1 école de ski, tours en raquettes à neige guidés, 3 parcours de randonnée pédestre, 3 kilomètres de piste de ski de fond, 1 piste de luge de 4 kilomètres, 1 patinoire, palais des glaces.
Activités estivales :	Randonnée pédestre, visite à la ferme, trottinette géante, cinéma pour enfants, parcours VTT, activités lacustres, installations multisports, cours de Nordic Walking.
Hébergements :	4 hôtels, 1 auberge de jeunesse, 2 chambres d'hôtes, 5 logements de groupe, 12 cabanes de montagne, 1 camping, location de chalet et appartement.
Autres prestations :	1 restaurant d'altitude, 3 magasins de sports.
Manifestations principales :	Country Night (septembre), Fête de lutte (juin) Triathlon et duathlon (juin) Festival « Rock am Schwarzsee » (septembre)


¹² www.schwarzsee.ch

1.3.6. Les Paccots¹³

La station des Paccots a une image d'authenticité notamment grâce à son offre liée aux produits du terroir. Son infrastructure de remontées mécaniques est très faible mais elle possède une offre en parahôtellerie assez importante. Sa proximité avec le canton de Vaud attire également beaucoup d'excursionnistes vaudois.

A l'avenir, elle doit se concentrer sur son offre de gastronomie traditionnelle entre autres avec ses sentiers gourmands et ses nombreuses buvettes d'alpages.

Voici la fiche technique de la station :

 <p>« La gastronomie traditionnelle, aussi dans les buvettes d'alpage »</p>	
Altitude minimum et maximum :	1'061 à 1'500 mètres
Installations de remontées mécaniques :	11 téléskis
Domaine skiable :	11 pistes de ski pour 20 kilomètres
Autres activités hivernales :	1 piste de luge de 4 kilomètres, 1 snowpark, 1 école de ski, 6 sentiers de raquettes à neige, 1 patinoire, 2 parcours de randonnée pédestre.
Activité estivale :	4 sentiers thématiques, randonnée pédestre, parcours VTT, 2 parcours de Nordic Walking, 2 courts de tennis, fromagerie d'alpage.
Hébergement :	5 hôtels, 14 logements de groupe, 2 logements sur la paille, 1 camping, location de chalet et appartement.
Autres prestations :	7 restaurants, 6 buvettes d'alpage.
Manifestations annuelles :	Narcisses en fête (juin) Marché artisanal de la Mi-Eté des Paccots (juillet)


¹³ www.les-paccots.ch

1.3.7. Rathvel¹⁴

Proche des Paccots, cette station est assez similaire de sa voisine. Avec son offre spécialisée pour les enfants, elle se veut plus tournée vers les familles.

Sa vision d'avenir doit se faire en collaboration avec la stratégie des Paccots afin de devenir plus forte.

Voici la fiche technique de la station :

 <p>« <i>Petit domaine skiable pour les enfants et les écoles</i> »</p>	
Altitude minimum et maximum :	1'220 à 1'496 mètres
Installations de remontées mécaniques :	3 téléskis
Domaine skiable:	4 pistes de ski pour 2,5 kilomètres
Autres activités hivernales :	2 sentiers de raquettes à neige, 1 école de ski
Activités estivales :	Randonnée pédestre Le petit train de Rathvel Mini-zoo, place de jeu et un manège
Hébergement :	1 chalet / colonie
Autres prestations :	1 restaurant
Manifestations principales :	Journées musicales (été) Bénichon de Rathvel (octobre)

¹⁴ www.rathvel.ch

1.4. L'Association des Remontées Mécaniques Fribourgeoises

L'association des RMF regroupe toutes les sociétés de remontées mécaniques du canton. Elle a pour but d'établir des stratégies afin d'aider les stations à se développer, dont les principales sont :

- l'abonnement cantonal de saison valable pour toutes les Alpes fribourgeoises,
- l'achat de matériels et de marchandises en commun,
- conclusion d'assurances communes de protection juridique,

Le comité de l'association est composé d'un Président, d'un Vice-président ainsi que de cinq membres. Le Président est une personne neutre, soit quelqu'un qui n'est pas impliqué directement dans le domaine du tourisme fribourgeois, afin de n'avoir aucun conflit d'intérêts. Les membres de celui-ci sont les directeurs des différentes sociétés de remontées mécaniques.

2. Contraintes d'aujourd'hui

Afin de s'assurer d'un avenir le plus serein possible, les sociétés de remontées mécaniques doivent prendre en considération plusieurs facteurs indépendants de leur volonté. L'élément le plus important pour ces stations de basse altitude est le changement climatique prévu pour ces cinquante prochaines années. Elles seront les premières touchées par cette problématique et se doivent de connaître ce sujet afin de trouver les solutions adéquates.

Le second élément à analyser en profondeur est la modification des comportements et des habitudes des touristes. En effet, les besoins des clients évoluent et ceux analysés il y a vingt ans ne sont plus les mêmes aujourd'hui. Afin d'être performant et de répondre à la demande de sa clientèle, une entreprise touristique se doit de connaître les attentes de son public et de s'adapter en conséquence.

Enfin, le dernier élément à prendre en compte est l'analyse de la concurrence. Sans cette réflexion, il est impossible de se positionner par rapport aux autres stations. Il est donc primordial de connaître le fonctionnement de ses concurrents, de s'améliorer dans la mesure du possible en rapport à ses capacités et ses moyens afin de tenir un rôle important et attrayant sur le marché.

2.1. Les changements climatiques¹⁵

La problématique du réchauffement climatique n'échappe pas au monde du tourisme de montagne. Le climat mondial est en train de se modifier suite aux *activités naturelles et humaines* qui *modifient la quantité d'énergie solaire qui est absorbée ou réfléchi dans l'espace*. Toutes ces activités forment différents gaz à effet de serre qui sont plus ou moins nocifs pour la planète. Il est probable que dès les années cinquante, l'augmentation des gaz à effet de serre serait principalement due à l'activité humaine.

Le réchauffement climatique apporte de nombreux changements sur le climat mondial et ce thème est très vaste. Dans ce chapitre, je me concentrerai uniquement sur les phénomènes touchant les régions de montagne. Le réchauffement de nos Alpes n'a pas seulement un impact négatif sur la faune et la flore mais également dans le domaine physique et économique.

2.1.1. Le climat

Les spécialistes prévoient beaucoup de changements au niveau du climat. Les précipitations hivernales augmenteront de plus de 15% alors que la température s'élèvera de 4°C. L'été sera plus sec et chaud avec une diminution des précipitations et une augmentation de la température jusqu'à 6°C.

Ils prévoient également qu'en 2030, plus de 70 % des glaciers suisses auront disparu. La terre s'est réchauffée de 0.5°C durant le XX^{ème} siècle. La température en Europe devrait encore augmenter dans les cent ans à venir de 2°C à 6,3°C par endroit.

De plus, les catastrophes naturelles telles que coulées de boue, avalanches, chutes de pierres deviendront de plus en plus fréquentes dans les régions de montagne.

2.1.2. La faune et la flore

Les milieux naturels vont aussi être les victimes de sérieux changements. Les espèces vivantes seront contraintes de migrer de leur environnement habituel ou pire, elles disparaîtront. Toutes les espèces sont capables de subir à des variations de température occasionnelles, dès qu'elles deviennent fréquentes, la faune et la flore ne résistent plus.

¹⁵ <http://www.greenfacts.org>

Bourdeau, Philippe (2007) : Les sport d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?, Paris : Hermès Science/Lavoisier. p. 89 ss.

2.1.3. L'économie

Selon une étude suisse, la viabilité d'une station suite au changement climatique est garantie s'il y a :

- de la neige en abondance sept hivers sur dix,
- avec 30 centimètres d'épaisseur au minimum,
- pendant cent jours,
- entre le 1^{er} décembre et le 15 avril.

Toutes les stations en dessus de 1'600 mètres sont pour le moment assurées de remplir ces conditions. Les stations fribourgeoises, sauf partiellement Moléson et Schwarzsee, se situent en dessous de cette limite. Chaque degré supplémentaire élève cette limite d'environ 150 mètres.

Actuellement, 85% des 230 domaines skiables suisses remplissent ces critères. En 2030-2050, ce taux passerait à 63%. Huitante stations sont donc pour l'instant sur la sellette et se doivent de revoir leurs objectifs à long terme pour trouver une alternative à la pratique des sports de glisse.

Selon RMS¹⁶, le changement climatique doit être considéré comme un défi mais également comme une chance. Environ quatre entreprises sur cinq sont dans l'obligation d'élaborer une stratégie afin de palier à cette problématique. Elles doivent, en outre, développer leur offre estivale, investir dans de l'enneigement artificiel mais également organiser des événements et activités qui seront indépendants des conditions météorologiques.

2.2. Les nouveaux besoins des touristes¹⁷

Pour attirer les vacanciers en grand nombre dans les stations de ski, il est nécessaire de cerner leur comportement et leurs habitudes dans le but de satisfaire leurs besoins au maximum. Au fil des ans, la société change, les touristes ont besoin de renouveau et il est important de s'adapter aux nouvelles tendances afin de ne pas perdre cette clientèle très précieuse.

Plusieurs facteurs ont évolué ces dernières années, à savoir : la mobilité, les loisirs, la pratique du ski et la fidélité des clients.

¹⁶ Remontées Mécaniques Suisses. Communiqué de presse. 25 octobre 2007

¹⁷ Remontées Mécaniques Suisses (2003) : Les remontées mécaniques en Suisse, quel avenir ?. Berne : Remontées Mécaniques Suisses. p. 14 ss.

2.2.1. La mobilité

Grâce à un réseau routier et de transports publics de qualité, se déplacer n'est plus un problème pour le citoyen suisse. Ainsi, n'importe quel endroit situé dans le plateau suisse est concevable pour une excursion d'une journée. Avec cette facilité de déplacement, on enregistre des pointes de fréquentation les jours où la météo est plus favorable. Le touriste décide donc parfois le matin même de son lieu de visite du jour.

⇒ Comme le choix de la destination est fait tardivement, les stations fribourgeoises ont donc une clé à jouer sur l'aspect de proximité. Une forte présence Internet est souhaitable afin d'influencer le touriste à se déplacer dans une des stations du canton de Fribourg. Des offres « last minute » pourraient même être mises en ligne afin d'attirer leur attention.

2.2.2. Les loisirs

Les touristes sont de plus en plus exigeants et veulent disposer d'une palette d'offres de sports, de logements, d'animations et de restaurations toujours plus importante. Depuis quelques années, peu de personnes viennent en montagne pour pratiquer exclusivement du ski durant leur semaine de vacances. Ils cherchent à pouvoir combiner plusieurs sports pendant leur séjour. C'est pour cela que les stations doivent redoubler d'efforts pour attirer cette nouvelle clientèle.

⇒ A nouveau, les stations fribourgeoises ont un sérieux atout à jouer. Etant donné leurs domaines skiables réduits et la proximité de différents lieux touristiques, pratiquer plusieurs activités sportives ou culturelles est tout à fait concevable dans nos stations. Un effort de communication doit être réalisé sur ce point. De plus, l'attractivité des offres « all inclusive » doit être forte. Il faut donner l'impression au client qu'il vit une expérience individuelle remplie d'aventures.

2.2.3. La pratique du ski¹⁸

Bien que le ski représente l'une des trois activités sportives préférées des Suisses, la demande ne cesse de stagner depuis les années nonante. Au début de l'hiver, les adeptes du ski et du snowboard sont en attente de l'ouverture des stations. Et au contraire, à l'arrivée du printemps, le ski n'est plus d'actualité et il est difficile d'attirer les skieurs malgré des conditions souvent très bonnes. Aujourd'hui, le ski se pratique de manière différente. Les

¹⁸ Bourdeau, Philippe (2007) : Les sport d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?, Paris : Hermès Science/Lavoisier. p. 174 s.

skieurs passionnés d'il y a vingt ans ne skient plus autant intensément qu'auparavant et préfèrent s'adonner à leur sport favori lorsque les conditions météorologiques sont idylliques.

⇒ Pour cela, il est primordial de développer de nouvelles offres liées aux sports de glisse. L'arrivée de nouveaux sports à sensation représente une opportunité pour les stations de montagne. Cela permet de toucher un nouveau public cible ou encore de moderniser les produits existants afin de les adapter à la tendance du moment. Ces sports sont vus par la population comme des activités à forte sensation et un grand nombre de personnes s'y sent attiré.

2.2.4. La fidélité des clients¹⁹

Le touriste a désormais l'habitude de voyager. Il est informé de manière optimale sur les offres proposées par les stations concurrentes, notamment grâce à Internet. Il exige donc une qualité irréprochable de toutes les prestations touristiques. Il fréquente plusieurs destinations de montagne et n'est pas spécialement attaché à un lieu précis. Ce type de clientèle est appelé « client zappeur ». Le choix de la station se fait plus ou moins selon les propositions faites aux touristes en dehors de la pratique du ski. L'importance pour l'avenir des stations est de passer d'une activité uniquement basée sur le ski à une activité orientée sur tous les loisirs.

⇒ A cause de cette image du client se déplaçant dans plusieurs stations de ski, les entreprises touristiques n'ont pas jugé nécessaire de faire de la promotion auprès des personnes fréquentant déjà leurs pistes et se sont concentrées sur les clients potentiels. Mais comme on le sait, il est bien plus facile de fidéliser un client que d'aller en rechercher de nouveaux. C'est aux stations de redoubler d'efforts pour influencer les clients dans leurs choix de destinations. Des actions de fidélisation pourraient être mises en place, comme par exemple, une carte de fidélité « 9 journées de ski = 1 journée offerte ».

¹⁹ Bourdeau, Philippe (2007) : Les sport d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?, Paris : Hermès Science/Lavoisier. p. 176 s.

2.3. La concurrence²⁰

La problématique de la concurrence est le nerf de la guerre de chaque entité économique dans tous les domaines confondus. Sans la présence de la concurrence dans le milieu du tourisme de montagne, les stations de ski ne redoubleraient pas d'efforts pour améliorer leurs infrastructures d'accueil et leurs offres. L'environnement concurrentiel est un élément qu'il faut prendre en considération et analyser afin de mieux positionner sa station et de la perfectionner en conséquence.

Pour les stations fribourgeoises, j'ai analysé les différents concurrents selon trois groupes : la concurrence régionale et nationale, la concurrence internationale dans les Alpes et la concurrence des destinations « soleils ».

2.3.1. Régionale et nationale

En premier lieu, il faut prendre en considération les autres stations des Alpes fribourgeoises. Même si celles-ci adoptent une stratégie de partenariat en commun, elles sont tout de même en concurrence directe. Afin de minimiser cette compétition, il est nécessaire de les positionner différemment et de proposer des offres complémentaires plutôt que concurrentielles.

En seconde position, nous trouvons les autres stations de basse altitude principalement situées dans les Alpes Vaudoises suivies des cantons de Neuchâtel et de Berne. Celles du canton de Vaud sont en forte concurrence avec celles de Fribourg. Elles possèdent des infrastructures plus modernes, des domaines skiables plus grands et également des moyens financiers plus importants. La concurrence de proximité est donc rude et il est primordial pour les stations fribourgeoises de trouver des solutions attractives pour attirer des touristes chez elles.

Les autres stations des Alpes suisses représentent une concurrence indirecte. En effet, il est très difficile, voire impossible, de rivaliser avec ces stations de haute altitude garantissant un grand domaine skiable et de la neige en abondance.

²⁰ Remontées Mécaniques Suisses (2003) : Les remontées mécaniques en Suisse, quel avenir ?. Berne : Remontées Mécaniques Suisses. p. 22 s.

2.3.2. Internationale dans les Alpes

Cette concurrence de haut niveau, composée des stations des pays limitrophes à la Suisse, ne peut pas être comparée à celle de nos Alpes fribourgeoises. Néanmoins, il est toujours intéressant pour les responsables de petites stations de voir ce que font les leaders dans le monde du tourisme de montagne et de s'en inspirer. Ces stations, pour certaines mondialement connues, sont d'excellents modèles de réussite avec leurs infrastructures de pointe, leur domaine skiable d'excellente qualité ainsi que toutes les innovations qu'elles entreprennent.



2.3.3. Les destinations « soleils »

Le modèle « les vacances d'hiver à la montagne et les vacances d'été à la mer » n'est malheureusement plus d'actualité. Avec le prix bas des transports aériens, des hôtels bon-marché et d'une garantie de beau temps, les destinations balnéaires sont de plus en plus prisées en hiver. Pour le touriste, cela lui revient souvent moins cher de partir une semaine en Crête que de passer quelques jours sur les pistes de ski à cent kilomètres de son lieu d'habitation. Les stations doivent donc devenir plus attractives pour les touristes à petit budget.

3. Analyse de comparaison entre Moléson et Buttes – La Robella

Cette analyse a pour but de comparer deux stations de basse altitude. J'ai pris comme référence la station fribourgeoise Moléson suite à son développement de ces dernières années. Comme concurrente, j'ai opté pour la station située dans le Val-de-Travers : Buttes – La Robella²¹. Cette comparaison nous permettra de situer leur stratégie dans le but de se démarquer de la concurrence de stations plus réputées et de voir quelles sont leurs alternatives pour leur assurer un avenir en bonne santé.

3.1. Situation générale

		
Altitude min. et max :	1'109 à 2'002 mètres	770 à 1'457 mètres
Accès :	desservie par le bus à 30 minutes de Bulle	desservie par une ligne CFF à 45 minutes de Neuchâtel
Chiffre d'affaires hiver :	CHF 658'000.- 47% du chiffre d'affaires total	entre CHF 80'000.- et 100'000.- ²²
Jours d'ouverture en hiver :	70 jours	30 jours
Chiffre d'affaires été :	CHF 742'000.- 53% du chiffre d'affaires total	entre CHF 60'000 et 80'000.- ²²
Type de clientèle :	locale : canton de Fribourg et canton de Vaud	locale : Val-de-Travers et canton de Neuchâtel
Partenariat :	de promotion avec divers prestataires touristiques	de compétence et de promotion avec Verbier

A première vue, les deux stations n'ont pas beaucoup de points en commun. Moléson, avec sa montagne emblématique, a une altitude plus importante. Son sommet, fréquemment visité par les non-skieurs, permet à la station d'ouvrir ses installations de remontées mécaniques en hiver même si les pistes ne sont pas praticables. La petite station de Buttes – La Robella n'est pas en mesure d'égaliser sa concurrente fribourgeoise en matière de jours d'ouverture durant la saison de ski, celle-ci ne proposant que des activités dépendantes des conditions de neige (excepté la luge sur rail). Afin de combler le manque à gagner en cas de mauvais hivers, la station neuchâteloise souhaite diversifier son offre estivale au maximum.

²¹ www.robella.ch

²² Fourchette du chiffre d'affaires réalisé par Buttes – La Robella, la station ne voulant pas dévoiler son chiffre exact.

La clientèle principale de ces deux lieux touristiques est locale. Les habitants viennent respectivement de leur canton avec une présence de touristes des cantons voisins.

La stratégie de promotion de Moléson et de Buttes – La Robella est basée, pour les deux entités, sur un partenariat. Lorsqu'une personne achète un abonnement de saison au Moléson durant la pré-vente, la station lui offre pour CHF 440.- de cadeaux. Cette action propose entre autres :

- trois journées de ski gratuites à Anzère,
- quatre journées de ski à mi-prix à Nax,
- une entrée à Aquaparc,
- une entrée au Labyrinthe Aventure,
- une entrée à Swiss Vapeur Parc,
- une entrée au zoo ou au fitness.

Quant à la station neuchâteloise, elle a mis en place un partenariat de compétence et de promotion avec Verbier. C'est-à-dire que Téléverbier leur offre leur savoir pour former leur personnel et conseiller leur conseil d'administration. Concernant la promotion, les deux stations ont créé une « Garantie-neige ». A l'achat d'un abonnement de saison, avec un supplément de CHF 100.-, les détenteurs de cette offre peuvent skier gratuitement à Verbier lorsque Buttes – La Robella est fermée pour manque de neige. De plus, ils bénéficient d'une réduction de 25% sur la carte journalière de Verbier lorsque la station neuchâteloise est ouverte. Cette alternative, très innovante, leur permet donc d'avoir un atout supplémentaire face au manque de neige en basse altitude et d'influencer les clients locaux à acquérir un abonnement de ski.

3.2. Offre hivernale

		
Installations de remontées mécaniques :	1 téléphérique 1 funiculaire 4 téléskis	1 télésiège 4 téléskis
Domaine skiable :	8 pistes de ski pour 30 km	13 pistes de ski pour 15 km
Tarif carte journalière :	Adultes : CHF 30.- Jeunes/Séniors : CHF 25.- Enfants : CHF 18.-	Adultes : CHF 29.- Jeunes/Séniors : CHF 21.- Enfants : CHF 20.-
Tarif abonnement de saison :	Adultes : CHF 390.- Jeunes/Séniors : CHF 270.- Enfants : CHF 220.-	Adultes : CHF 300.- Jeunes/Séniors : CHF 250.- Enfants : CHF 200.-
Autres activités hivernales :	1 piste de luge de 4 km, 1 snowpark, 1 école de ski, 3 sentiers de raquettes à neige, cours de snow bike, vol en parapente, observatoire au sommet.	1 piste de luge de 5 km, 1 piste de luge sur rail, 1 école de ski, 5 sentiers de raquettes à neige, 5 pistes de ski de fonds (27 km), activités « trappeur ».
Manifestations :	Brevet des Armaillis (janvier) Gruy'air nite (janvier) Rivella Family contest (février) Autres manifestations « freestyle »	La Course aux œufs (Pâques)



La station fribourgeoise possède un parc de remontées mécaniques plus important que son homologue neuchâtelois avec deux installations conséquentes : un funiculaire et un téléphérique. Malgré cela, Buttes – La Robella possède cinq pistes de ski supplémentaires avec 15 kilomètres en moins.

Leurs tarifs des cartes journalières sont assez similaires, avec un avantage de CHF 4.- pour les jeunes et les Séniors à Molésion et CHF 2.- pour les enfants à Buttes – La Robella. Concernant l'abonnement de saison, la station du Val de Travers propose de loin un meilleur prix avec une différence de CHF 90.- pour les adultes et de CHF 20.- pour les Jeunes/Séniors et les enfants. Comme cité dans le point précédent, il est important de noter que cet abonnement, avec un supplément de CHF 100.-, donne droit au domaine skiable de Verbier lorsque la station est fermée pour manque de neige.

Leur offre hivernale propose des activités partiellement similaires. Il est à relever que la station de Buttes-La Robella propose des packages « all inclusive » pour les randonnées en raquettes à neige. Ils comprennent la location des raquettes à neige, la montée en télésiège, le repas de midi ou pour certains la nuit dans un hôtel.

Du côté du programme des manifestations, la station fribourgeoise est de loin la meilleure avec plus de dix manifestations organisées durant l'hiver 2007/2008. Les animations principales sont les sorties en raquettes à neige, les nocturnes de ski et des compétitions de sports de glisse. Quant à Buttes-La Robella, le seul évènement majeur de la station se passe en fin de saison lors de la période de Pâques : la Course aux œufs. Elle accueille en moyenne 3'000 personnes, dont des participants d'autres cantons et de France voisine. Il s'agit de la plus grande course de Suisse avec 4'500 œufs durs, 500 œufs en fer contenant un numéro se rapportant à un lot et 1'500 lapins en chocolat dispersés dans la nature,



3.3. Offre estivale

		
Activités sportives :	Bob-luge, dévalkart, trotinherbe, minigolf, randonnée pédestre, parcours VTT, via ferrata, vol en parapente,	1 piste de luge sur rail, randonnée pédestre, parcours VTT, location de trottinettes.
Autres activités :	animation pour les enfants, observatoire au sommet, fromagerie d'alpage, sentier botanique	Télérösti (forfait télésiège, autres prestations et repas) Carte à points (activités à choix)
Manifestations :	Brevet des Armaillis à la marche ou en VTT (juin) Course de montagne Neirivue-Moléson (juillet) Concert de Cors des Alpes (juillet) Fête de l'Air (août)	-

Concernant les activités estivales, nous pouvons constater que Moléson possède un grand avantage grâce à son offre diversifiée. Malgré une petite palette d'offres, Buttes – La Robella a mis en place deux arrangements forfaitaires afin d'intensifier leurs ventes. Le premier forfait, le Télérösti, donne accès au télésiège, à différentes prestations dans la région et à un repas dans une auberge à choix. Le second est une carte à points mise sur pied par les

différents prestataires touristiques du Val-de-Travers. Cette offre permet au client de choisir combien de points il veut consacrer pour les activités suivantes : la luge féeline, la piscine, une ballade à vélo, etc. Ces deux actions permettent ainsi à la région de devenir un prestataire unique aux yeux du touriste.

3.4. Hébergement et autres prestations

		
Hébergement :	1 hôtel d'altitude, 1 backpacker, 4 logements de groupe, location de chalet et appartement.	1 auberge 1 hôtel d'altitude
Autres prestations :	2 restaurants d'altitude, 1 buvette, 1 restaurant et bar discothèque, 1 magasin de location de matériel de sports d'hiver, 1 salle de spectacles.	1 buvette, 1 auberge, 1 restaurant 1 magasin de location de matériel de sports d'hiver, 1 magasin de produits du terroir, 1 centre sportif

A nouveau, Molésion possède une capacité d'hébergement supérieure avec environ 350 lits pour 130 lits à Buttes – La Robella. Néanmoins, les villages aux alentours de la station neuchâteloise, accessibles facilement grâce au train, proposent une offre d'hébergement complémentaire.

En ce qui concerne les prestations complémentaires, les deux stations sont assez équivalentes. Elles possèdent toutes deux une buvette, des restaurants/auberges ainsi qu'un magasin de sport. Chacune dispose d'un petit « plus », une salle de spectacles pour Molésion et un centre sportif pour Buttes – La Robella.

3.5. Synthèse

En premier lieu, nous constatons au moyen des tableaux précédents que les deux stations ne se situent pas tout à fait dans la même catégorie. Avec un chiffre d'affaires plus élevé, une palette d'offres diversifiées ainsi qu'un programme de manifestations varié, il est certain que Molésion possède une longueur d'avance sur Buttes – La Robella. Par cette comparaison, je me suis rendue compte des atouts et des faiblesses, souvent invisibles sans éléments comparatifs, de Molésion face à une station de plus petite envergure. Hormis ces différences, dues notamment à leur taille différente, j'ai pu relever quelques points positifs et négatifs de la station fribourgeoise par rapport à la neuchâteloise.

Les points positifs :

- ✓ **Tarif des cartes journalières et abonnements honnête :** La différence de prix entre les deux stations est quasiment nulle. Malgré un plus grand domaine skiable, des installations de remontées mécaniques plus importantes et les activités proposées, Moléson ne pratique pas une politique de prix très sévère. Elle rend les pistes accessibles à tous, notamment avec ses actions telles que : le lundi des dames, le mardi des papis et mamies, le mercredi des enfants et le jeudi à 20 balles.
- ✓ **Exploitation hivernale pour les non-skieurs :** Le fait que le sommet du Moléson soit une sortie fréquente pour les non-skieurs souhaitant profiter du magnifique panorama lui permet d'ouvrir en hiver, même si les pistes sont fermées.
- ✓ **Promotion – cadeau pour les abonnements de saison :** Le fait d'offrir des activités dans d'autres cantons incite probablement la clientèle à acheter un abonnement de saison.
- ✓ **Manifestations et animations fréquentes :** Nous pouvons constater que la station est très dynamique de par son programme de manifestations et animations. Un grand nombre de ces d'entre elles sont organisées par des associations de la région en collaboration avec l'office du tourisme.

Les points négatifs :

- ✗ **Partenariat de promotion à développer :** Mis en place depuis plus de 15 ans, le partenariat de promotion pourrait être revu à l'exemple de Buttes – La Robella. En effet, leur « Garantie-neige » est une idée innovante pour donner la possibilité à leurs clients de skier même si leur station est fermée. Suite à son succès, ce concept lancé durant la saison dernière va être renouvelé pour la saison prochaine.
- ✗ **Aucun arrangement forfaitaire mis en place :** Avec ses activités hivernales et estivales, la station pourrait créer un package « all inclusive » à l'exemple de Buttes – La Robella. Cette dernière ne possédant pas une grande palette d'activités a déjà mis en place deux forfaits différents : le Télérösti et la carte d'activités. Cette station prouve bien qu'il n'y a pas besoin d'avoir une offre touristique abondante pour mettre sur pied de telles prestations.

4. Solutions internes

La vision d'avenir des remontées mécaniques fribourgeoises doit être forte et construite sur de bonnes bases. Chacun de leur côté, il leur sera difficile d'affronter les futures embuches sans en ressortir affaibli. Pour éviter ce phénomène, il est préférable pour toutes les stations du canton d'adopter une stratégie de collaboration et de partenariat.

Une première réflexion à ce sujet a été entreprise lors de l'étude faite par les RMF avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais²³. Une liste de 33 collaborations possibles entre les RMF a été établie et pondérée selon l'importance que chaque entreprise apporte sur les sujets représentés. Les possibilités de collaboration présentées étaient réparties selon trois stratégies : diminution des charges, augmentation des recettes et efficacité.

Dans la première catégorie « Diminution des charges », se trouvent toutes les solutions envisageables pour diminuer les charges de chaque société dans trois domaines distincts : technique et fournitures, administratif et marketing. La stratégie « Augmentation des recettes » comprend les actions communes, le marketing commun sur des produits individuels existants, la politique ou l'influence commune et les produits hors transport voyageur. La dernière point « Efficacité » propose des moyens pour professionnaliser les sociétés de remontées mécaniques selon deux catégories : le personnel et l'administration – exploitation.

A ce jour, les différentes collaborations sont entre de bonnes voies. Suite à cette étude, deux commissions, marketing et technique, se sont créées afin d'intensifier leur partenariat. Celles-ci sont composées de plusieurs acteurs touristiques des stations et se réunissent plusieurs fois par années afin de mettre en place un planning de tâches précis et de s'y tenir.

Le résultat de cette réflexion étant de très bonne qualité, j'estime que les responsables des sociétés de remontées mécaniques ont déjà de bons éléments pour entamer de bonnes collaborations et se professionnaliser davantage. Dans ce chapitre, je traiterai donc d'idées concrètes que j'ai développées au niveau de la collaboration des sociétés de remontées mécaniques des stations fribourgeoises et plus particulièrement de la promotion commune.

²³ Remontées Mécaniques Fribourgeoises avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais (2007) : Partenariat entre les agglomérations, les Préalpes et les Alpes pour la promotion de la relève des skieurs. p 48 s.

4.1. Promotion commune

Le but de cette promotion commune est de proposer aux touristes un ensemble de prestations touristiques dans une seule offre. Le client voit ainsi toutes les stations des Alpes fribourgeoises comme une seule destination. Elles ne deviennent donc plus concurrentes mais plutôt complémentaires. En plus des trois propositions citées ci-dessous, vous trouverez dans le point « 6. Proposition de nouvelles offres » l'organisation d'une manifestation en commun.

4.1.1. Carte d'activités

Une idée simple et rapidement mise en place pour persuader les gens de découvrir nos stations est la création d'une carte d'activités dans les Alpes fribourgeoises. Cette offre propose plusieurs activités sportives, culturelles ou gourmandes pour un prix avantageux.

Le prix de cette carte, valable pour deux adultes, est **de CHF 210.-** avec une validité d'une année. Elle donne droit à **cinq activités** selon la liste suivante :

Choix d'activités		
Moléson	<i>hiver :</i>	Sortie en luge
	<i>été :</i>	Via Ferrata
Charmey	<i>hiver :</i>	Ski & Bains de la Gruyère
	<i>été :</i>	Charmey Aventure
Jaun	<i>hiver :</i>	Ski nocturne & Fondue
	<i>été :</i>	Nuit au Chalet du Soldat
La Berra	<i>hiver :</i>	Journée de ski
	<i>été :</i>	Repas au Gîte d'Allières
Schwarzsee	<i>hiver :</i>	Patinage sur le lac gelé avec repas
	<i>été :</i>	Descente en trottinette géante
Les Paccots	<i>hiver :</i>	Location de raquettes à neige et repas à la buvette du Vuipay
	<i>été :</i>	Le Sentier gourmand
Rathvel	<i>hiver :</i>	Journée de ski
		Raquettes à neige au clair de lune

Ce concept pourrait par exemple être lancé avant les fêtes de Noël. Il s'agit d'une idée cadeau originale qui pourrait très bien fonctionner dans cette période effrénée à la recherche du cadeau idéal.

Les frais de communication et de mise en place de cette carte d'activités seraient partagés par toutes les stations participant à ce projet. Chaque carte porte un numéro d'identification qui permettra ensuite de voir quelle activité à été faite et à qui doit revenir l'argent.

Si cet arrangement forfaitaire remporte du succès, il serait possible d'imaginer d'étendre les possibilités de loisirs à toute la région. Comme, par exemple, la visite de divers sites touristiques : le château de Gruyères, la fromagerie de démonstration à Epagny ou encore le Vitromusée de Romont.

4.1.2. Bons de réduction

Une seconde idée pour promouvoir l'échange entre les stations serait de distribuer un bon de réduction valable dans une autre station fribourgeoise lorsque le client achète une carte de trajet des remontées mécaniques.

Le fait de recevoir un bon favorise le client à se déplacer dans un autre lieu, même si cette réduction n'est que de quelques francs. Les offres de prix réduits peuvent être faites sur plusieurs prestations telles que :

- réduction sur la carte journalière
- la deuxième personne à moitié prix
- réduction sur la location de la luge
- café gratuit au restaurant d'altitude

Cette méthode ne demande pas beaucoup d'efforts aux entreprises et permet à celles-ci d'attirer des clients qui ne seraient probablement pas venus sans cette action.

4.1.3. Passeport « A la découvertes des Alpes fribourgeoises »

Le but principal des sociétés de remontées mécaniques est de transporter des personnes d'un endroit à un autre, pourquoi ne pas créer un passeport donnant l'occasion aux excursionnistes de découvrir tous les sommets de notre canton. Cette promotion permettrait à chaque client d'avoir en quelques sortes une carte journalière valable une année dans chacune des sept stations fribourgeoises. Avec un prix de vente de **CHF 180.-**, ce passeport inclurait également une boisson gratuite par station.

Si le détenteur du passeport l'utilise durant la période estivale pour une seule remontée, **un bon de CHF 10.-** valable auprès de la société de remontées mécanique en question lui sera remis. Cette méthode, permet non seulement de favoriser l'utilisation des installations en été, mais aussi de faire revenir le client une seconde fois grâce au bon de réduction distribué.

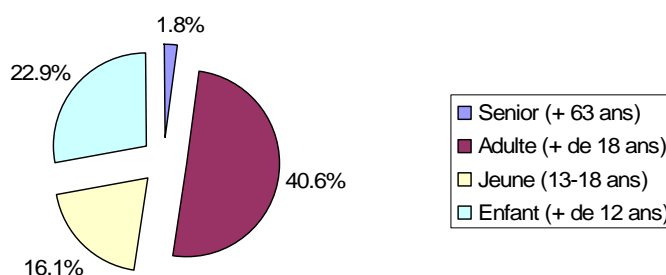
5. Une clientèle locale indispensable

Afin de traiter ce chapitre, je me suis basée sur une enquête²⁴ réalisée auprès de la clientèle des stations de Charmey, Moléson et Schwarzsee. En hiver, il en ressort que 71% des clients sont du canton de Fribourg suivi de 20% par le canton de Vaud. Le tourisme estival attire moins de fribourgeois qui représente tout de même 52% de la clientèle. Les vaudois restent fidèles avec 23%. Ces chiffres prouvent bien que la clientèle de proximité est très importante pour ces petites stations. Il est donc nécessaire de leur accorder une grande attention.

L'âge est également un élément primordial pour définir quel public est attiré par les pistes fribourgeoises et quels efforts il faut consentir pour le fidéliser. Le graphique ci-dessous montre que le public « Adulte » est déjà bien présent. Il s'agit probablement de parents accompagnant leurs enfants. Si nous voulons garder de telles proportions, il est primordial de se concentrer sur le public « Enfant » et « Jeune » qui seront les adultes de demain. Cette fidélisation permettra d'assurer le futur des sociétés de remontées mécaniques. Il a été prouvé qu'un enfant ayant appris le ski ou le snowboard dans une station y retournera plus facilement lorsqu'il sera adulte et y apprendra à son tour à ses enfants à skier.

Graphique n°3

Age moyen de la clientèle des RMF



Sources : Enquête auprès de la clientèle des RMF, p 13

Dans ce chapitre, je présenterai donc un moyen d'attirer les écoles dans les stations fribourgeoises pour l'organisation de camp de ski ou de camp vert. Le fait de proposer des prix préférentiels aux écoles permet de fidéliser au plus tôt la clientèle de demain, c'est-à-dire les écoliers.

²⁴ Remontées Mécaniques Fribourgeoises avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais (2007) : Partenariat entre les agglomérations, les Préalpes et les Alpes pour la promotion de la relève des skieurs. p 11 ss.
Enquête réalisée durant les hivers 2004/2005 et 2005/2006 et durant l'été 2006

5.1. Situation actuelle

Selon une enquête²⁵ réalisée auprès des écoles fribourgeoises, 90% des instituteurs interrogés jugent que la pratique de sport de neige est très appréciée par les élèves. En outre, ils estiment que les camps de ski les aident à développer des attitudes de socialisation et qu'il s'agit d'un bon outil d'intégration pour les élèves étrangers.

Malgré ces aspects positifs, 80% des professeurs trouvent que les sorties à ski coûtent trop cher et 2/3 des sondés pensent qu'il est nécessaire d'avoir une grande logistique.

Les classes de neige sont tout de même encore bien appréciées et beaucoup d'écoles fribourgeoises en font régulièrement. Plus de la moitié des classes ont participé à une journée à ski alors que 61,4% des enseignants ont organisés une semaine à ski durant l'hiver 2004/2005. Outre le ski et le snowboard, un bon nombre d'élèves ont profité d'autres activités hivernales telles qu'une sortie en luge, en raquettes à neige ou encore en ski de fonds.

Il ne faut non plus pas négliger les camps d'été, appelés camps verts, qui remportent également du succès. Selon cette enquête, 35,7% des professeurs organisent une semaine verte alors que 47,1% ne font qu'une journée. Les Alpes fribourgeoises paraissent être un endroit idéal pour accueillir ces enfants en été.

Cette enquête a prouvé que les classes de neige et les classes vertes sont toujours d'actualité pour les écoliers fribourgeois. Afin que ces sorties s'organisent plus facilement, les enseignants souhaiteraient que les infrastructures d'accueil soit améliorées, que des prix spéciaux soient accordés et que le logement soit convenable.

Au vu de ce qui précède, j'ai constaté que les enseignants souhaitent que l'organisation d'un camp soit plus facile dans sa préparation. Pour cela, je propose de créer un package « ski » et un package « vert » comprenant le logement, la pension et les activités sportives. J'ai pris comme modèle la station de la Lenk qui propose déjà aux écoles ce type d'arrangement.

²⁵ Remontées Mécaniques Fribourgeoises avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais (2007) : Partenariat entre les agglomérations, les Préalpes et les Alpes pour la promotion de la relève des skieurs. p 19 s.

5.2. Package ski

Cet arrangement a pour but de faciliter le travail des professeurs en leur proposant un programme « all inclusive ». Cette méthode permet donc de favoriser le choix d'une école pour une station fribourgeoise au lieu d'une station d'un autre canton. L'offre comprend :

- séance de préparation avec les professeurs responsables,
- logement avec pension complète,
- abonnement de ski,
- activités supplémentaires « après-ski »,
- activités en cas de mauvaises conditions météorologiques.

Afin de rendre cette offre la plus proche de la réalité, je prends comme modèle Schwarzsee. Il est bien entendu possible de créer cet arrangement dans toutes les stations fribourgeoises. Les chiffres cités ci-dessous se basent sur des informations que j'ai reçues ainsi que sur certaines estimations de ma part.

5.2.1. Séance de préparation

Les professeurs responsables ainsi que le coordinateur du package de la station fixent d'un rendez-vous environ un mois avant la date du camp. Cette séance permet aux professeurs de découvrir les lieux en détails, de régler les derniers changements et surtout d'avoir un contact visuel avec le coordinateur qui sera chargé durant toute la semaine de la bonne marche du camp d'école.

5.2.2. Logement avec pension complète

Le logement proposé est le « Camp du Lac-Noir » situé au bord du lac et à un kilomètre du départ du télésiège. Ce complexe est moderne et bien adapté pour accueillir des écoles. La capacité totale est de 626 lits répartis en plusieurs dortoirs et chambres. En plus de trois grands réfectoires, cet ancien hébergement militaire dispose de salles de théories et d'une salle de gymnastique, disponibles pour les activités sportives et ludiques de la soirée. Si ce logement est occupé, une autre colonie leur sera proposée.

Des cuisiniers qualifiés s'occupent du petit-déjeuner ainsi que du souper. Le repas de midi pris sous forme d'un pique-nique équilibré, est donné le matin avant le départ pour les pistes.

5.2.3. Abonnement de ski

Un abonnement de 5 jours est compris dans cette offre pour un montant forfaitaire.

5.2.4. Activités supplémentaires « après-ski »

Deux activités supplémentaires sont comprises dans ce package. La première, qui se déroulera le mercredi soir, est une descente de luge nocturne. La seconde est l'organisation de la fameuse soirée du jeudi : « la disco ». Celle-ci sera animée par un disc jockey et tout ce qu'il faut sera réuni pour que tous passent une bonne soirée. Si l'une ou l'autre de ces activités ne pouvaient pas se réaliser, la station proposera une autre option.

5.2.5. Activités en cas de mauvaises conditions météorologiques

Si les conditions ne permettent pas aux écoliers de profiter des pistes de ski, la société de remontées mécaniques s'engage à leur proposer plusieurs alternatives. La palette d'activités que propose ce package est : prêt de raquettes à neige (guide en supplément), prêt de patins à glace, visite du Palais des glaces, cinéma pour enfants ou prêt de jeux de sociétés. D'autres activités peuvent être organisées moyennant un supplément de prix.

5.2.6. Prix et conditions

Le prix total inclut tous les éléments cités ci-dessus. De plus, un accompagnant est compris pour 12 participants ainsi qu'une commission de 5% est perçue pour la société de remontées mécaniques. Un montant de **CHF 250.-** sera demandé par adulte supplémentaire souhaité.

Voici le détail du prix selon les calculs estimés :

Prix par enfant	
Logement	CHF 40.-
Pension complète	CHF 160.-
Abonnement 5 jours	CHF 60.-
Activités	CHF 11.-
Gratuité ²⁶	CHF 30.-
Commission de 5 %	CHF 15.-
TOTAL	CHF 316.-

²⁶ La gratuité est l'accompagnant qui est compris dans le prix par enfant. Elle est calculée sur la base de 12 participants.

5.3. Package vert

Ce second arrangement est basé sur le même principe que le package hiver. Je vais proposer un camp vert au Jaun, qui veut intensifier son positionnement en tant que lieu de camp de vacances. Il est bien entendu possible de créer et de proposer ce service dans toutes les stations des Alpes fribourgeoises. Cette offre comprend :

- séance de préparation avec les professeurs responsables,
- logement en pension complète,
- activités journalières.

5.3.1. Séance de préparation

Tout comme pour la version « hiver », les professeurs responsables auront l'occasion de rencontrer, un mois avant la date prévue, le coordinateur du camp vert et de découvrir toutes les infrastructures. Cette séance permet aux professeurs de reconnaître les lieux en détails, de régler les derniers changements et surtout d'avoir un contact visuel avec le coordinateur qui sera chargé durant toute la semaine de la bonne marche du camp d'école.

5.3.2. Logement en pension complète

L'hébergement proposé est la colonie « Höfli » située à trois minutes à pied du centre du village. Cette colonie compte 118 lits répartis en 17 chambres de différentes capacités. Elle propose plusieurs locaux pour les activités journalières des écoliers. Si ce logement est occupé, une autre colonie leur sera proposée. Lors de ce séjour, les élèves dormiront dans cette colonie durant trois nuits. La dernière nuit (selon le nombre d'élèves) se passera près des Gastlosen dans le Chalet du Soldat.

L'équipe de la cuisine se charge de préparer des repas équilibrés pour le petit-déjeuner et le souper. Selon le programme de la journée, un pique-nique sera préparé pour le repas de midi.

5.3.3. Activités journalières

Voici le programme prévu pour une semaine de camp vert :

- Lundi :** Répartition des chambres et visite des lieux
Carte au trésor à la découverte du village et de ses traditions
- Mardi :** Les gorges de la Jogne et tour du lac de Montsalvens (guide en supplément)
Charmey Aventure (parcours dans les arbres)
- Mercredi :** Ateliers « A la découverte de la nature » dans le village et à la colonie

Jeudi : Départ pour les Gastlosen, nuit au Chalet du Soldat

Vendredi : Retour à la colonie dans la matinée, départ en début d'après-midi

Ce programme est la proposition de base faite aux instituteurs. Toutes les activités peuvent être modifiées selon le souhait de l'école et le budget qu'elle a à disposition.

5.3.4. Prix et conditions

Le prix total inclut tous les éléments cités ci-dessus. De plus, un accompagnant est compris pour 12 participants ainsi qu'une commission de 5% est perçue pour la société de remontées mécaniques. Un montant de **CHF 200.-** sera demandé par adulte supplémentaire souhaité.

Voici le détail du prix selon les calculs estimés :

Prix par enfant	
Logement	CHF 77.-
Pension complète	CHF 120.-
Activités	CHF 62.-
Gratuité ²⁷	CHF 23.35
Commission de 5 %	CHF 14.10
TOTAL (arrondi)	CHF 296.-

5.4. Communication et répercussions

Afin que ces packages remportent un réel succès, il est nécessaire pour les sociétés de remontées mécaniques de procéder à une bonne communication. Pour cela, il est indispensable de créer un dépliant attrayant qui sera envoyé aux différentes écoles fribourgeoises ainsi qu'aux écoles d'autres cantons proches des ces stations. De plus, une page Internet devra être consacrée aux camps d'école sur chacun des sites.

Le public cible touché est très large. Pour l'année 2007/2008²⁸, le canton de Fribourg compte pas moins de 1'010 classes d'écoles primaires et 523 classes d'écoles secondaires. Ce qui représente au total environ 30'300 élèves.

²⁷ La gratuité est l'accompagnant qui est compris dans le prix par enfant. Elle est calculée sur la base de 12 participants.

²⁸ Conseil d'Etat fribourgeois (2007). Rapport concernant la direction de l'instruction publique, de la culture et du sport. Fribourg : Conseil d'Etat fribourgeois. p. 9 s.

Une bonne communication se fera ressentir par de nombreuses réservations. A titre d'exemple, si une classe de 24 élèves avec deux accompagnants s'inscrit pour un camp vert au Jaun, cela rapporterait à la société de remontées mécaniques **une commission totale de CHF 365.-**. Et si l'on estime que quatre classes de même grandeur organisent leur camp vert au Jaun, cela représente plus de CHF 1'400.-. A ces estimations s'ajoute le chiffre réalisé par les différents partenaires de cette offre. Il s'agit de montants non négligeables pour une station lors de la période estivale.

Il est important de souligner que ce public cible des camps de ski fait partie d'une niche importante pour l'avenir des stations de ski. Un enfant qui apprend à skier dans une station retournera plus facilement vers celle-ci lorsqu'il sera adulte. La pratique du ski étant en réel déclin, il est primordial de leur redonner goût aux sports de glisse. Et le meilleur moyen pour le faire est de privilégier l'organisation de camp d'écoles dans les stations fribourgeoises.

Si ces arrangements rencontraient du succès auprès des écoles fribourgeoises et des cantons voisins, il serait envisageable de créer différents packages afin de diversifier l'offre et de faire revenir les classes plusieurs années de suite.

6. Propositions de nouvelles offres

Pour que l'avenir des sociétés de remontées mécaniques fribourgeoises soit assuré, il est nécessaire de développer de nouvelles alternatives pour utiliser les installations de remontées mécaniques autrement que par la pratique du ski en hiver et par la randonnée pédestre en été.

Dans ce chapitre, j'apporte de nouvelles idées pour attirer les touristes dans nos stations fribourgeoises. Ces propositions permettront, entre autres, d'utiliser les installations de remontées mécaniques d'une manière différente, de faire venir les « non skieurs » dans les Alpes fribourgeoises ainsi que de fidéliser leur clientèle.

Tout d'abord, je présenterai un évènement organisé en partenariat avec toutes les stations. Puis, je proposerai plusieurs activités propres à chaque lieu selon ses capacités ainsi que son positionnement cité dans le point « 1.3. Les stations fribourgeoises ».

6.1. Dans toutes les stations fribourgeoises

6.1.1. Journées à la montagne 2009

Cette première proposition permet surtout de promouvoir les Alpes fribourgeoises comme lieu de loisirs. L'idée est de créer un événement, appelé « Journée à la montagne », qui se répétera sept fois durant l'année. La présence médiatique de cette manifestation tout au long de l'année apportera une plus-value dans leurs efforts publicitaires et aux yeux de la population, l'image d'une région dynamique.

Le but de ces journées est d'attirer un public cible correspondant à l'image du lieu et de le fidéliser. La forme peut être diverse et faite selon les moyens financiers de chaque station. Ma proposition d'activités se base en partie sur les USP décrits dans le chapitre « 1.3. Les stations fribourgeoises ».

Ces manifestations se dérouleront sur sept samedis répartis tout au long de l'année. Comme Les Paccots et Rathvel sont proches l'une de l'autre, la fête aura lieu le même jour sur les deux sites. Voici les dates « Journée à la montagne 2009 » :

Journées à la montagne 2009	
Samedi, 10 janvier 2009	Moléson
Samedi, 7 mars 2009	La Berra
Samedi, 23 mai 2009	Charmey
Samedi, 11 juillet 2009	Rathvel – Les Paccots
Samedi, 15 août 2009	Jaun
Samedi, 26 décembre 2009	Schwarzsee

Lors de chaque journée, un rabais spécial sera accordé sur les tarifs des remontées mécaniques. La station proposera plusieurs stands de nourritures et boissons qui seront tenus par les sociétés des communes voisines. Un effort particulier sera donné par chaque acteur touristique pour faire de cette journée un moment de fête.

Pour attirer le plus de personnes possible, un partenariat avec les transports publics fribourgeois sera mis en place et proposera plusieurs navettes (matin et soir) à un prix préférentiel. Les départs se feront en fonction du lieu de la manifestation :

- départ de Bulle : Moléson, La Berra, Charmey, Jaun
- départ de Fribourg : La Berra, Schwarzsee
- départ de Guin : Schwarzsee
- départ de Châtel-St-Denis : Rathvel / Les Paccots

Voici le programme proposé pour chaque lieu :

Molésion – 10 janvier 2009	
Toute la journée :	<p><i>Initiation au Woopy Jump²⁹</i> Concept d'aile gonflée pour prolonger des sauts à ski et à snowboard. Ce sport est accessible à tous, âge et niveau de ski confondu.</p> <p><i>Concerts au Snow Park</i> Organisation de trois concerts durant l'après-midi pour animer les lieux.</p> <p><i>Démonstration de rider pro</i> Invitation de skieurs et snowboarders professionnels pour une démonstration de sauts et de Freestyle.</p>
En fin de journée :	<p><i>Après-ski à l'arrivée du funiculaire</i> Mise en place d'une cantine à l'arrivée des pistes.</p>
En soirée :	<p><i>« Nuit de la Glisse » au Spot bar de Molésion</i> Entrée gratuite pour les personnes ayant participé à la journée.</p>

La Berra – 7 mars 2009	
Toute la journée	<p><i>Animations sur les pistes</i> Plusieurs stands d'animation répartis sur le domaine skiable. Différents animateurs proposeront de courtes activités liées à la pratique du ski (jeux, cours, etc.)</p> <p><i>Show musical sur les pistes</i> Représentation de l'Ecole de ski de « l'art de la glisse » avec tous les engins de glisse possible. Démonstration de télémark des enfants de la TOBYDEMOTÉAM de Sion.</p>
En fin de journée :	<p><i>Après-ski au bas des pistes</i> Mise en place d'un tipi avec bar et musique.</p>
En soirée :	<p><i>Restauration, bar et ambiance</i></p>

²⁹ <http://www.woopyjump.com/>

Charmey – 23 mai 2009	
Toute la journée	<i>Repas spécial bien-être à Vounetz</i>
	<i>Initiation au Nordic Walking</i>
	<i>Parcours bien-être</i> Randonnée pédestre du sommet jusqu'au village avec stands de médecine douce sur la route (massages, acupuncture, huiles essentielles, etc.).
En soirée :	<i>Nocturnes des Bains de la Gruyère</i> Ouverture des bains jusqu'à 22h30 avec accompagnement musical. En plus des infrastructures existantes, des stands de médecine douce seront à nouveau présents.

Rathvel / Les Paccots – 11 juillet 2009	
Toute la journée :	<i>Sentier gourmand des Paccots à Rathvel</i> Cinq kilomètres de marche avec stand de gastronomie traditionnelle. On prend l'apéritif aux Paccots et on finit par le dessert à Rathvel. Un bus navette ramènera les participants aux Paccots.
	<i>Animations pour les enfants</i> Diverses animations pour les enfants à Rathvel, dont la manche du Championnat Suisse de tracteur à pédale.
	<i>Animation et ateliers de cuisine</i> Diverses animations liées à la nutrition en partenariat avec l'Alimentarium de Vevey et ateliers de cuisine traditionnelle dans le village des Paccots.

Jaun – 15 août 2009	
Toute la journée :	<i>Défis sans frontières</i> Recréer le célèbre jeu télévisé « Jeux sans frontières » avec des défis sportifs et humoristiques. Cette manifestation sera ouverte à des équipes de tous les cantons suisses.
En fin de journée :	<i>Remise des résultats</i>
En soirée :	<i>Fête sans frontières</i> Organisation d'une fête avec bar et ambiance pour tous les participants à cette journée et pour le public.

Schwarzsee – 26 décembre 2009	
Toute la journée :	<i>Rallye en famille</i> Plusieurs postes placés sur les pistes de ski à faire en famille.
	<i>Cours de patinage artistique</i> Initiation pour les enfants sur la patinoire naturelle de Schwarzsee.
	<i>Sculpture sur glace</i> Démonstration de sculpture sur glace au Palais des Glaces.
En fin de journée :	<i>Disco sur glace</i> Disco sur la patinoire naturelle de la station, uniquement réservée aux enfants !
	<i>Après-ski à côté du lac</i> Pendant que les enfants dansent, les parents passent du bon temps à l'après-ski.

6.2. A Moléson

6.2.1. Concours d'idées

Comment attirer les jeunes dans la station ? Tout simplement en créant un évènement qui leur corresponde. Pour cela, un concours d'idées pourrait être lancé afin de créer une manifestation qui leur ressemble. Le thème donné serait « **Hop, tous en haut des pistes !** ». D'après les exigences posées par les responsables du concours, les associations citées ci-dessous doivent mettre en place un document écrit expliquant en détail leur projet, les coûts ainsi que leur motivation à créer un tel évènement.

Ce concours est ouvert à différentes associations du canton telles que :

- les sociétés de jeunesse
- les ski-clubs
- les clubs sportifs

Un jury composé de différents acteurs touristiques de la région choisira le meilleur projet. Moléson met à disposition toutes ses infrastructures, s'occupe de la communication de la manifestation et finance partiellement cette dernière selon le budget nécessaire.

Cette méthode permet aux jeunes de s'investir dans un projet et grâce au soutien de la station, de le réaliser. Moléson est également gagnante car l'organisation est gérée par l'association et la manifestation correspond aux attentes de son public cible. Si la première édition se déroule bien et atteint les objectifs fixés, il serait possible de remettre au concours un évènement pour l'année suivante en y modifiant le thème.

6.2.2. Forfait « Damage au coucher du soleil »

Cette idée m'est venue d'une station allemande très avant-gardiste au niveau touristique, Garmisch-Partenkirchen. A ma connaissance, aucune station suisse ne propose un tel forfait et cette offre, qui joint l'utile à l'agréable, pourrait tout à fait fonctionner à Moléson.

Elle permet au touriste de découvrir une nouvelle facette de la station en passant quelques heures avec le service des pistes. Cette excursion unique est proposée chaque vendredi et samedi durant la saison d'hiver ou également sur demande. Voici le programme de la soirée :

Forfait « Damage au coucher du soleil »	
16 h 00	Accueil à l'arrivée du funiculaire
16 h 15	Brève présentation du service des pistes de Moléson Explication du travail effectué avec la dameuse
17 h 00	Départ en dameuse sur les pistes de ski Pause avec petit encas au coucher du soleil
18 h 30	Fondue au restaurant de Plan Francey
20 h 00	Retour au village en funiculaire

En ce qui concerne le calcul du prix, il ne prend pas en compte les frais liés au transport en dameuse étant donné que le damage doit quand même être fait chaque soir. Selon une estimation personnelle, je proposerais le prix suivant :

Détail du prix :	
Salaire de l'accompagnant (CHF 15/h)	CHF 37.50
Apéritif et fondue	CHF 25.-
Retour en funiculaire	CHF 7.-
Commission de 10 %	CHF 6.95
Prix pour 1 personne (arrondi)	CHF 76.-
Prix pour 2 personnes	CHF 110.-
<i>Rabais enfant (jusqu'à 16 ans)</i>	<i>CHF 40.-</i>

6.3. A Charmey

6.3.1. Parcours « podo-sensoriel »

Il est bien connu qu'après une randonnée pédestre, nos pieds souffrent et mériteraient bien une attention particulière. C'est pourquoi, je propose ce parcours « podo-sensoriel » afin de finir sa marche en beauté. Il existe des parcs où l'on peut se balader à pieds nus comme par exemple en Allemagne³⁰ où cette activité est très développée. Les différents postes permettent aux curieux de découvrir de nouvelles sensations et surtout de bien rigoler. Ce parcours est installé de préférence à l'arrivée d'un chemin pédestre fréquenté. Vous trouverez en annexes quelques exemples de postes.

Cette activité, gratuite et libre d'accès, sera composée de plusieurs postes créés avec des éléments naturels. Cette nouvelle offre ludique permettra d'accentuer le positionnement de Charmey en tant que station de bien-être. L'originalité de ce parcours pieds nus offrira la possibilité au village de jouir d'une présence médiatique et d'attirer des randonneurs à la découverte de nouvelles sensations.

6.3.2. Cours pour adultes

Les adultes, hommes et femmes confondus, apprécient de suivre des cours pour se perfectionner dans divers domaines comme l'art, la cuisine ou encore le sport. L'idée est de créer un programme de cours sur plusieurs mois, en été ou en hiver, et qui aurait lieu en haut des remontées mécaniques. La planification de ceux-ci pourrait avoir lieu un jour par semaine ou alors sous forme d'un stage de quelques jours.

Les types de cours peuvent varier et la liste pourrait s'étendre à l'infini. Le but est de trouver ce qui intéresserait les participants et de tout mettre en œuvre pour les attirer. Dès un nombre suffisant d'inscriptions, le cours pourra commencer. Ci-dessous, les thèmes de cours que je propose :

- cuisine (avec les plantes, bio, exotiques, etc.) au restaurant de Vounetz
- peinture (aquarelle, fusain, crayon papier)
- photographier la nature
- sculpture des éléments naturels
- yoga et méditation en montagne
- bien-être par les plantes de montagne

³⁰ <http://www.barfusspark.info/fr/index.htm>

6.4. Au Jaun

6.4.1. Exposition sur câbles

La station n'ayant pas les moyens d'utiliser ses installations de remontées mécaniques en été, il fallait trouver une autre solution pour les exploiter. L'idée serait de créer une exposition sur toute la longueur d'une installation à câble. Ainsi, la pollution visuelle de cet engin dans le paysage durant la période estivale sera minimisée grâce à sa mise en valeur.

L'exposition de photographies ou de panneaux didactiques paraissent être les objets convenant au mieux à ce type d'endroit. La possibilité de thèmes est variée. Voici quelques propositions :

- 100 ans dans la région du Jaun
- La faune et la flore de nos Alpes
- La désalpe en image
- Au fil des saisons des Gastlosen

6.4.2. Joutes sportives

Jaun étant une destination idéale pour les camps de jeunes, pourquoi ne pas créer des joutes sportives destinées aux écoles fribourgeoises. Cette manifestation permettra de mieux positionner la station comme destination pour les camps scolaires. Afin d'organiser cette journée au mieux, une taxe d'inscription de CHF 5.- sera demandée par élève.

Les joutes sont composées de plusieurs épreuves sportives à réaliser par équipe, soit par classe d'école. La journée, selon le nombre de participants, est composée de plusieurs manches et peut être organisée en été ou en hiver.

Durant la saison hivernale, les joutes sportives pourraient avoir comme défi :

- une estafette à ski/snowboard,
- un rallye en raquettes à neige,
- un concours de bonhommes de neige,
- une chorégraphie à ski/snowboard,

Durant la saison estivale, les joutes sportives pourraient avoir comme challenge :

- une course d'orientation,
- un rallye en vélo,
- un parcours « yeux bandés »,
- élaboration de tableaux éphémères à l'aide d'éléments naturels.

A la fin de la journée, le comité d'organisation élira la classe fribourgeoise la plus sportive. Comme récompense, la station lui offrira l'hébergement en pension complète lors de leur prochain camp au Jaun.

6.5. A La Berra

6.5.1. A la découverte du Land Art

Le Land Art est une forme d'art qui utilise le milieu naturel comme support artistique. L'idée est de placer plusieurs œuvres le long du parcours du télésiège ainsi que sur les sentiers pédestres entourant La Berra. Cette exposition naturelle sera composée d'œuvres réalisées par des artistes de la région ainsi que par celles faites par les enfants. Le fait d'agrémenter les lieux par ces œuvres naturelles permet d'attirer des randonneurs curieux ainsi que des amateurs d'art.

En plus de cette exposition en pleine nature, deux ateliers à la découverte du Land Art auront lieu, un tous les mercredis après-midi destiné aux enfants ainsi qu'un autre le samedi pour les adultes. D'autres cours peuvent être organisés selon la demande.

On pourrait même imaginer créer un sentier pédestre « Land Art » où il serait possible à tous d'observer ces œuvres. A la fin du parcours, les marcheurs auraient également la possibilité de participer à un projet dans lequel chaque personne peut apporter sa touche personnelle sur une œuvre de Land Art.

6.5.2. Camp de yourtes

La Berra ne possède pas de logement au centre même de la station. C'est pourquoi, il serait intéressant de mettre sur pied un lieu de charme qui pourrait non seulement attirer les amoureux de la nature, mais aussi les touristes aimant séjourner dans des lieux pittoresques.

Un type de logement qui rencontre depuis quelques années un grand succès est la yourte mongole. L'avantage de cette tente circulaire est qu'elle est utilisable toute l'année grâce à son isolation supportant de basses températures. Le financement de ces tentes est tout de même important. Il faut compter **entre CHF 4'500.- et CHF 6'000.-** pour obtenir une yourte meublée.

L'installation de ce camp doit se trouver dans un lieu isolé rappelant la solitude des terres mongoles. Pour cela, je propose de les installer proche du Gîte d'Allières. Ainsi, les hôtes sont proche de toutes commodités et disposent d'une vue magnifique sur la région.

6.6. A Schwarzsee

6.6.1. Handy Safari Coop³¹

Le Handy Safari est une chasse au trésor développée par la chaîne de magasins Coop. Grâce au téléphone portable, toute la famille part à la recherche du trésor dans la station au travers de plusieurs questions posées par SMS. A la fin de ce safari mouvementé, chaque famille reçoit un bon de CHF 10.- à la Coop et participe au tirage au sort pour gagner un séjour dans la station ainsi que de nombreux prix.

Grâce à son label « Familles Bienvenues », Schwarzsee correspond tout à fait aux critères de sélection du programme « Handy Safari Coop ». Il s'agit d'une offre complémentaire très intéressante pour les familles car le coût pour les participants n'est que de vingt centimes par message. A ce jour, seize lieux touristiques, presque tous labellisé « Familles Bienvenues », participent à ce projet.

6.6.2. Jeu de l'oie préventif pour le freeride et les dangers d'avalanche

Les enfants ont besoin de nouveaux défis pour profiter de leur journée de ski. Un jeu de l'oie composé de plusieurs postes éparpillés sur les pistes est un bon moyen pour faire de leur sortie un moment de rigolade. En plus de s'amuser, les enfants seront sensibilisés aux règles du freeride et aux dangers d'avalanche.

Ce jeu traditionnel a été inventé par une collégienne à l'occasion de son travail de maturité gymnasiale. Le « FreerOIEde »³² suscitant déjà de l'intérêt pour la prévention auprès des jeunes, l'adaptation de celui-ci sur les pistes devrait certainement intéresser de jeunes amateurs de glisse.

Pour participer à ce jeu, chaque équipe se rend aux caisses des remontées mécaniques où il leur sera remis un dé ainsi qu'un plan des cinquante postes répartis sur le domaine skiable. Ainsi, au fil des numéros, les participants se déplacent sur les pistes et découvrent les règles du freeride en s'amusant.

³¹ www.handy-safari.ch

³² La table de jeu et les règles sont en annexe

6.7. Aux Paccots

6.7.1. Journée d'initiation au télémark

En partenariat avec l'Ecole de ski des Paccots, une journée de découverte d'un autre sport des neiges, le télémark, sera organisée. Ouverts à tous, ces tests permettent aux adeptes des engins de glisse de découvrir d'autres sensations et pourquoi pas, de créer de nouvelles passions.

Suite à cette journée, l'Ecole de ski proposera aux enfants intéressés de participer à un cours de télémark tous les samedis matins. Dès la maîtrise de l'engin, un groupe de démonstration sera mis en place avec les meilleurs d'entre eux³³. Les enfants pourront ensuite présenter leur sport lors de divers évènements sportifs de la région ou même dans d'autres cantons. Ce groupe de démonstration permettra donc de faire connaître la station des Paccots dans d'autres lieux.

6.7.2. Théâtre à la montagne

Avec l'aide d'une troupe de théâtre ou sur l'initiative des habitants de la région, il serait intéressant de mettre en scène un théâtre en montagne durant la période estivale. L'idée principale est de créer un spectacle composé de plusieurs scènes. Chaque scène de la pièce est jouée en plein air à un endroit différent. Ainsi, les spectateurs doivent se déplacer d'un endroit à un autre afin de poursuivre la représentation.

Le but de ce théâtre atypique est de faire participer les spectateurs du début à la fin. Ce spectacle interactif est donc une bonne solution pour plaire à un large public. Les représentations pourraient avoir lieu en journée particulièrement pour les familles et en soirée pour les sorties entre amis.

6.8. A Rathvel

6.8.1. Organisation de sorties

Les écoles et les sociétés sportives recherchent chaque année un lieu pour leur course annuelle. D'après les échos entendus autour de moi, les responsables de ces sorties ludiques souhaitent un endroit où les enfants puissent avoir des activités à faire. Ils seraient tout à fait intéressés à venir dans les Alpes fribourgeoises si la station leur propose plusieurs animations réalisables sur leur domaine. La station pourrait proposer un programme d'animations de base et, sur demande, organiser une journée selon le souhait de ces clients potentiels.

³³ A l'exemple de la TOBBYDEMOTÉAM de l'Ecole Suisse de Ski de Sion

6.8.2. Carte au trésor

Rathvel étant un petit paradis pour les enfants durant l'été, il serait intéressant d'y créer un parcours de carte au trésor dans les pâturages des alentours. Après plusieurs énigmes et devinettes dissimulées dans la nature, les participants découvrirait le fameux trésor. Ce jeu pourrait être fait autour du thème de la faune et la flore, une thématique parfaite pour faire découvrir la nature aux petits comme aux grands. Ce type d'activité plait beaucoup aux enfants et permet de passer un moment agréable en famille.

7. Synthèse et évaluation

Toutes les activités évoquées dans le chapitre précédent ne sont pas propres au lieu cité et peuvent tout à fait être réalisées dans une autre station des Alpes fribourgeoises. Le point le plus important à retenir est que les milieux touristiques doivent être conscients de la nécessité d'étoffer leur offre et, de par mes diverses idées, je souhaite prouver qu'il suffit d'un peu d'imagination et surtout beaucoup de motivation pour mettre en place un nouveau concept.

Dans ce dernier point, j'analyse la faisabilité des différentes propositions selon une grille d'évaluation. Celle-ci est composée d'informations sur le marché, de l'investissement en ressources humaines, des coûts, de l'intérêt de la station et des retombées économiques et médiatiques des différentes activités.

Chaque responsable des sociétés de remontées mécaniques a rempli un questionnaire permettant de connaître leur intérêt pour les activités proposées. D'après leurs réponses, les responsables sont intéressés par toutes nouvelles propositions ayant pour but de dynamiser leurs activités et de diversifier leurs offres.

Tous ces éléments sont pondérés par des notes de 1 à 10, allant de pas du tout intéressant à très intéressant. Dans la ligne « TOTAL », vous avez le résultat de chaque activité sur **un total de 60 points**. Plus celui-ci est élevé, plus l'activité en question est faisable.

7.1. Dans toutes les stations fribourgeoises

7.1.1. Journées à la montagne

Grandeur du marché	9
Coût moindre	3
Organisation simple	2
Intérêt de la société	8
Revenus escomptés	5
Notoriété	6
TOTAL	33 / 60

L'organisation d'une manifestation de telle envergure demande un financement assez important de la part des stations. Le public touché est très large et correspond au public cible recherché dans chacune des stations. Afin d'attirer à ces journées, il est primordial de créer une campagne publicitaire très forte et répétitive tout au long de l'année. L'aspect de la communication requiert donc un effort financier supplémentaire.

De plus, l'organisation de chaque manifestation demande à la station concernée beaucoup de temps. Une collaboration avec les autres stations fribourgeoises est souhaitée afin d'éviter les doublons et de créer un plan de communication adéquat.

Même si les recettes de ces journées ne devraient pas être très grandes, le but premier est de faire découvrir ces stations sous un nouvel angle et de fidéliser la clientèle en leur prouvant que dans les Alpes fribourgeoises, ça bouge ! Il s'agit plus d'une action de promotion que d'une nouvelle façon d'augmenter leur chiffre d'affaires.

7.2. A Moléson

7.2.1. Concours d'idées

Grandeur du marché	8
Coût moindre	4
Organisation simple	7
Intérêt de la société	10
Revenus escomptés	7
Notoriété	8
TOTAL	44 / 60

Etant donné que la manifestation est organisée suite à un concours et qu'elle est mise en place par des jeunes, pour des jeunes, il est certain que le public cible sera touché et participera à l'événement. Du côté de la station, l'organisation ne requiert pas beaucoup d'investissement personnel car les gagnants se chargent de gérer leur fête. Il faut bien sûr

ne pas négliger l'aspect financier, qui, selon l'idée gagnante, demandera plus ou moins d'argent. A nouveau, ce concept permet à Moléson de conserver son image « jeune » et de montrer son intérêt pour sa clientèle.

7.2.2. Forfait « Damage au coucher du soleil »

Grandeur du marché	6
Coût moindre	8
Organisation simple	9
Intérêt de la société	10
Revenus escomptés	6
Notoriété	5
TOTAL	44 / 60

L'avantage de cette offre est que l'organisation ne demande pas beaucoup d'efforts. Il suffit simplement de gérer l'accueil des clients et de s'assurer du bon déroulement de la sortie. Même si la demande du marché est probablement moindre, le fait de proposer une nouvelle activité est bénéfique pour la station. De plus, la mise en place de ce forfait ne requiert pas énormément d'argent. La station est donc de toute manière gagnante.

7.3. A Charmey

7.3.1. Parcours « podo-sensoriel »

Grandeur du marché	8
Coût moindre	9
Organisation simple	7
Intérêt de la société	8
Revenus escomptés	2
Notoriété	8
TOTAL	42 / 60

Ce parcours, selon son emplacement, touchera une bonne partie des visiteurs de Charmey. Le concept original plaira probablement aux randonneurs qui finiront leur marche avec une activité ludique et gratuite. Peu connu en Suisse romande, cette marche à pieds nus risque d'être médiatisée. La notoriété de la station n'est donc qu'améliorée.

Les coûts de construction d'un tel parcours dépendent de l'investissement que la station souhaite faire dans cette installation. Avec peu de moyens, un premier parcours peut être mis sur pied car les éléments naturels sont les matières principales pour la création de ce sentier. Il faut tout de même considérer qu'il est nécessaire d'avoir un entretien régulier afin d'éviter que les participants se blessent avec des objets indésirables.

7.3.2. Cours pour adultes

Grandeur du marché	7
Coût moindre	5
Organisation simple	2
Intérêt de la société	8
Revenus escomptés	7
Notoriété	4
TOTAL	33 / 60

Actuellement, proposer un programme de cours est très à la mode. De nombreuses institutions, privées ou publiques, suggèrent aux personnes intéressées une palette toujours plus passionnante et variée. La concurrence est donc très présente. Il est parfois difficile de rivaliser avec des entreprises qui gèrent ces cours de façon professionnelle et à des prix imbattables.

Afin de pouvoir être certain d'intéresser suffisamment de personnes, il est primordial de créer une offre de cours qui corresponde à la demande. De plus, l'organisation des diverses prestations demande un investissement personnel important de la part des organisateurs. Mais cette proposition permet de favoriser l'utilisation des installations de remontées mécaniques dans un but précis.

7.4. Au Jaun

7.4.1. Exposition sur câbles

Grandeur du marché	6
Coût moindre	5
Organisation simple	8
Intérêt de la société	6
Revenus escomptés	1
Notoriété	8
TOTAL	34 / 60

Cette exposition, d'un genre nouveau, est un bon moyen d'attirer de nouvelles personnes dans la station. En plus d'améliorer la beauté du paysage, elle permet aux intéressés de découvrir des photographies dans un autre environnement que celui des galeries d'art ou des musées.

Néanmoins, il est nécessaire de trouver un système de qualité pour présenter les images afin qu'elles résistent à tous les temps. Même si l'entrée d'argent est faible, les gens se déplacent pour voir l'exposition et découvrent en même temps la station.

7.4.2. Joutes sportives

Grandeur du marché	9
Coût moindre	6
Organisation simple	4
Intérêt de la société	7
Revenus escomptés	2
Notoriété	7
TOTAL	35 / 60

Jaun doit renforcer son image de lieu de camp de vacances idéal en été comme en hiver. Cette journée destinée aux écoliers est parfaite pour atteindre cet objectif. L'organisation requiert certes un peu de temps, mais la journée attirera les enfants ainsi que leurs parents.

De plus, les retombées médiatiques seront très bonnes. Le fait que la station se soucie de la santé des écoliers en leur proposant des activités sportives est tout à fait d'actualité et permet donc au Jaun de montrer son intérêt pour les enfants.

7.5. A La Berra

7.5.1. A la découverte du Land Art

Grandeur du marché	6
Coût moindre	7
Organisation simple	7
Intérêt de la société	7
Revenus escomptés	5
Notoriété	8
TOTAL	40 / 60

Cette exposition au grand air permet à La Berra d'agrémenter les alentours de son domaine. Cette mise en valeur des éléments naturels donne la possibilité à tous, artistes ou amateurs, de montrer leurs talents. L'organisation des ateliers de Land Art demandera un peu de travail de la part des initiateurs pour gérer les inscriptions et les dates des cours. Ensuite, il suffit de trouver les bons endroits pour exposer ces « œuvres végétales ». Cette activité n'est pas très onéreuse et donne la possibilité à la station de faire « vivre » le lieu également durant la période estivale.

7.5.2. Camp de yourtes

Grandeur du marché	7
Coût moindre	2
Organisation simple	6
Intérêt de la société	8
Revenus escomptés	8
Notoriété	9
TOTAL	40 / 60

Aujourd'hui, dormir dans un lieu atypique plaît. Les yourtes, connues depuis quelques années, attirent de plus en plus de gens. Grâce à son isolation, il est possible d'y dormir même en plein hiver.

L'installation de trois yourtes permettrait d'accueillir au maximum 12 personnes par nuit. Avec une estimation de 200 jours d'occupation complète par année, cela ne représente pas moins de 2'400 touristes. En y réfléchissant, l'investissement de départ assez important pourrait être rapidement rentabilisé. Il est certain qu'un camp de yourtes fera connaître La Berra dans d'autres cantons que celui de Fribourg notamment grâce à l'attention apportée par les touristes pour un mode d'hébergement peu commun permettant de vivre une expérience inoubliable.

7.6. A Schwarzsee

7.6.1. Handy Safari Coop

Grandeur du marché	8
Coût moindre	8
Organisation simple	9
Intérêt de la société	10
Revenus escomptés	5
Notoriété	9
TOTAL	49 / 60

L'organisation du Handy Safari est très simple. La Coop gère le safari au niveau technique, met à disposition les bons d'achats Coop et le sac à dos offert à chaque famille. Elle transmet également à la station un classeur contenant tous les supports nécessaires pour assurer la communication de ce jeu sur place.

Le seul travail que Schwarzsee doit fournir est de s'occuper des questions et de contrôler que le jeu fonctionne. Au niveau financier, la station doit participer chaque année à des frais d'au maximum CHF 4'000.-. Ceux-ci comprennent toutes les charges concernant la

communication du concept et les frais externes. La Coop ne cherche pas à se faire de l'argent avec ce type d'activité, mais plutôt à améliorer son image auprès des familles. Schwarzsee doit également mettre à disposition les prix (séjour dans la station et autres prix) du tirage au sort effectué chaque année pour les participants du safari dans la station.

Cela fait deux ans que ce concept a été mis sur pied. Il s'est vu décerner le Prix du tourisme suisse « Milestone » dans la catégorie « petit et créatif » en 2007. La Coop observe une forte demande de participation au niveau des stations. Les sites touristiques labellisés « Familles Bienvenues » sont bien sûr prioritaires même si ce concept commence à s'ouvrir à d'autres stations comme par exemple à des villages REKA.

7.6.2. Jeu de l'oie pour le freeride et les dangers d'avalanche

Grandeur du marché	8
Coût moindre	5
Organisation simple	8
Intérêt de la société	8
Revenus escomptés	2
Notoriété	9
TOTAL	40 / 60

Ce concept unique va sans doute attirer beaucoup de curieux. L'organisation de ce nouveau jeu, en collaboration avec la créatrice du « FreerOIEde », demande beaucoup de temps lors de la mise en route du projet mais ne nécessite ensuite qu'un entretien des panneaux de jeu.

A ma connaissance, aucun autre jeu de l'oie « grandeur nature » n'a été créé dans une station de ski concurrente. Je pense donc que les retombées médiatiques vont être grandes. Les journaux sont intéressés par la nouveauté et surtout lorsque celui-ci mélange « fun » et prévention. Enfin, ce parcours ludique enrichit l'offre aux familles, plus particulièrement celle destinée aux enfants et aux jeunes.

7.7. Aux Paccots

7.7.1. Initiation au télémark

Grandeur du marché	5
Coût moindre	7
Organisation simple	8
Intérêt de la société	6
Revenus escomptés	5
Notoriété	6
TOTAL	37 / 60

Ce sport de glisse gagne toujours plus d'adeptes d'année en année. Une initiation au télémark permettrait de faire découvrir de nouvelles sensations à des personnes qui commencent à se lasser du ski ou du snowboard.

A l'exemple de la TOBBYDEMOTÉAM de l'Ecole de ski de Sion, le club créé à la suite de cette journée rencontrerait beaucoup de succès. Et après quelques semaines d'entraînement, les enfants seraient capables de présenter leur sport de glisse dans des galas et autres manifestations dans les stations suisses, voire même étrangères. Cette présence donnerait aux Paccots une image de station s'investissant pour les jeunes.

7.7.2. Théâtre à la montagne

Grandeur du marché	6
Coût moindre	6
Organisation simple	5
Intérêt de la société	5
Revenus escomptés	6
Notoriété	7
TOTAL	35 / 60

Ce spectacle dans les pâturages des Paccots est une bonne initiative pour faire vivre les pistes délaissées en été. Si la station arrive à trouver une troupe de théâtre ou des amateurs motivés à mettre en place un tel événement, l'organisation ne se résume qu'à la mise à disposition des lieux et à une bonne communication. La préoccupation principale des organisateurs est d'avoir l'accord des différents propriétaires des terrains pour l'utilisation de leur terre. En effet, les prés destinés au ski durant l'hiver sont la propriété de tierces personnes durant l'été.

Je pense que ce genre de théâtre peut susciter de l'intérêt auprès d'un public recherchant des activités toujours plus originales.

7.8. Rathvel

7.8.1. Organisation de sorties

Grandeur du marché	8
Coût moindre	7
Organisation simple	5
Intérêt de la société	5
Revenus escomptés	6
Notoriété	5
TOTAL	36 / 60

De nos jours, les personnes organisant des sorties souhaitent de plus en plus avoir une offre comprenant plusieurs activités. Cela leur permet de passer moins de temps dans l'organisation et d'avoir moins de logistique à prévoir. Du côté de la station, ce type d'activité pourrait intéresser plusieurs sociétés pour autant qu'un effort de communication soit pour que les réservations se fassent ressentir.

7.8.2. Carte au trésor

Grandeur du marché	8
Coût	9
Organisation simple	7
Intérêt de la société	8
Revenus escomptés	3
Notoriété	6
TOTAL	41 / 60

Cette activité plaît énormément aux enfants. Rathvel étant une destination prisée par les familles, la mise en place d'une carte au trésor ne ferait qu'améliorer l'offre de la station. Le coût pour créer cette offre est très faible et concerne principalement le trésor à l'arrivée. Une fois les énigmes et devinettes trouvées, puis dissimulées dans la nature, l'organisation est terminée.

CONCLUSION

Dans un futur plus ou moins proche, les saisons hivernales des stations des Alpes fribourgeoises seront de moins en moins garanties, la cause principale étant le réchauffement climatique. Actuellement, seules les stations en dessus de 1'600 mètres, soit 85 % des 230 domaines skiables suisses, sont assurées d'avoir des conditions suffisantes pour assurer leur exploitation hivernale. Et cette limite de neige va encore diminuer d'ici 2030-2050 où seulement 63 % des stations seront en mesure de répondre aux critères de viabilité.

La clientèle des stations de montagne a également évolué ces dernières années. La proximité des différentes stations touristiques suisses et les bonnes infrastructures de communication ont favorisé la mobilité de la population. Les touristes d'aujourd'hui cherchent à pouvoir combiner plusieurs activités durant leur séjour et ne pratiquent donc plus le ski intensément. A cause de leurs envies de diversifier leurs loisirs, les clients recherchent de plus en plus une destination proposant une large palette d'offres plutôt qu'une station avec un domaine skiable important. Avec tous ces éléments, nous constatons donc que la fidélité des clients est très faible.

Les Alpes fribourgeoises ne sont pas en mesure de concurrencer les stations suisses de moyenne et haute altitude qui proposent d'énormes domaines skiables et des infrastructures touristiques de grande qualité. Les stations fribourgeoises doivent donc se positionner en tant que station de proximité et profiter de cet atout pour attirer une clientèle essentiellement locale et plus familiale. De plus, elles devront faire un effort supplémentaire pour attirer un public cible important pour leur avenir, les écoles.

Avec les différents projets de renouvellement des installations de remontées mécaniques de plus de 57 millions, l'avenir des stations fribourgeoises ne peut s'annoncer que meilleur. Si ce lifting se passe comme prévu, leurs infrastructures n'en seront qu'améliorées et leur permettront de proposer à leur clientèle un service d'une qualité irréprochable.

Néanmoins, remplacer des installations obsolètes par des remontées mécaniques derniers cris ne suffit pas aux stations fribourgeoises à leur assurer un chiffre d'affaires suffisant. Il est nécessaire d'accompagner ce renouvellement par une diversification de l'offre hivernale et estivale. Celle-ci se doit de proposer de nouvelles activités correspondant aux attentes des touristes. Il est également primordial de développer une offre hivernale complémentaire à celle existante, essentiellement basée sur les sports de glisse, en vue du réchauffement climatique qui les privera de neige d'ici une dizaine d'années.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGE :

- ♣ Bourdeau, Philippe (2007) : *Les sport d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?*, Paris : Hermès Science/Lavoisier.

ETUDES :

- ♣ Küng, Anne (1993) : *La réactualisation de la politique touristique pour les régions de montagne en Suisse – Concept analytiques et cas pratique de la Gruyère*. Fribourg Suisse : Ed. Universitaires.
- ♣ Remontées Mécaniques Fribourgeoises avec le soutien scientifique de l'Institut Economie & Tourisme de la HES-SO Valais (2007) : *Partenariat entre les agglomérations, les Préalpes et les Alpes pour la promotion de la relève des skieurs*.

RAPPORT :

- ♣ Remontées Mécaniques Suisses (2003) : *Les remontées mécaniques en Suisse, quel avenir ?*. Berne : Remontées Mécaniques Suisses.
- ♣ Union Fribourgeoise du Tourisme (2007). Rapport d'activités annuel. Fribourg : Union Fribourgeoise du Tourisme.
- ♣ Conseil d'Etat fribourgeois (2007). Rapport concernant la direction de l'instruction publique, de la culture et du sport. Fribourg : Conseil d'Etat fribourgeois.

ARTICLE DE JOURNAUX ET COMMUNIQUÉ DE PRESSE:

- ♣ Gross, Lara. Stations de ski – Le prix à payer pour l'avenir in *La Gruyère*. 6 mars 2008
- ♣ Lebreau, Aurélie. Une très bonne saison pour les stations in *La Liberté*. 28 mars 2008
- ♣ Remontées Mécaniques Suisses. Communiqué de presse. 25 octobre 2007

BROCHURES :

- ♣ Remontées Mécaniques Suisses (2006). Faits et chiffres.

SITES INTERNET :

La consultation de tous ces sites s'est déroulée durant les mois de mars à juin 2008

- ♣ www.seilbahnen.org
- ♣ www.fribourgregion.ch
- ♣ www.laberra.ch
- ♣ www.charmey.ch
- ♣ www.schwarzsee.ch
- ♣ www.moleson.ch
- ♣ www.lespaccots.ch
- ♣ www.rathvel.ch
- ♣ www.jaun.ch
- ♣ www.robella.ch
- ♣ www.woopyjump.com
- ♣ www.barfusspark.info/fr/index.htm
- ♣ www.handy-safari.ch
- ♣ www.greenfacts.org

CONTACTS :

- ♣ M. Jean-Marie Buchs, Directeur de Skilift Jaun AG
- ♣ M. Philippe Gaillard, Directeur de la société de remontées mécaniques La Berra SA
- ♣ M. Sandy Grandjean, Responsable Commission Marketing, Télésiège Buttes Robella
- ♣ M. Adolf Kaeser, Directeur de Schwarzsee / Kaiseregg SA
- ♣ M. Antoine Micheloud, Directeur de Gruyères – Moléson – Vudalla SA
- ♣ M. Alexandre Pilloud, Directeur de Monte-Pente de Corbettaz SA
- ♣ M. Jean-Pierre Repond, Directeur de Charmey / Les Dents-Vertes SA
- ♣ M. Alexis Tâche, Directeur de Rathvel (Remaufens)
- ♣ M. Joachim Tillessen, Directeur de Coop Presse

ANNEXES

Annexe n°1 : Déclaration de l'auteur.....	X
Annexe n°2 : Illustrations de parcours « pieds nus » en Allemagne	XI
Annexe n°3 : Table de jeu et coordonnées de la créatrice du « FreerOIEde ».....	XII
Annexe n°4 : Règles du jeu du « FreerOIEde »	XIII

ANNEXE N°1

DÉCLARATION DE L'AUTEUR

Floriane Pochon
Ch. Des Préalpes 2
1680 Romont

Romont, le 20 juin 2008

Mesdames, Messieurs,

Par cette déclaration, je certifie que ce travail a été effectué à la suite de recherches, d'interviews et de constatations personnelles à partir de sources mentionnées dans la rubrique « Bibliographie ».

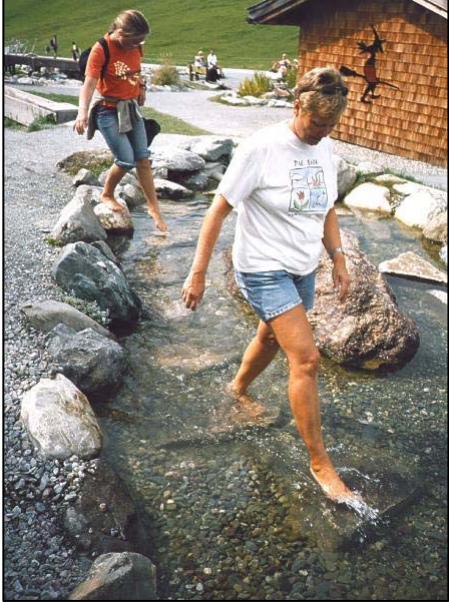
Ce document a été réalisé en vue de l'obtention du diplôme de Gestionnaire en Tourisme et tous les propos cités n'engagent que ma personne.

En vous souhaitant une agréable lecture de ce document, je vous prie d'agréer, Mesdames, Messieurs, mes salutations les meilleures.

Floriane Pochon

ANNEXE N°2

Parcours pieds nus :



ANNEXE N°3

Table de jeu :



Coordonnées de la créatrice du jeu :

Aline Ménétreay
Ch. Des Préalpes 1
1680 Romont

079 / 360 77 14

alinemenetrey@hotmail.com

ANNEXE N°3

Règles du jeu :

1 : Tu as pris connaissance du panneau de danger d'avalanche qui t'informe qu'aujourd'hui le niveau de danger est 3 sur 5, soit danger marqué. Prends alors la télécabine pour commencer l'aventure !

4 : Tu es parti faire du freeride seul. Retourne en station te faire des potes avant de remonter. Tu ne seras plus obligé de faire 1 pour partir.

8 : Toi et tes potes, vous vous lancez les yeux fermés sous les fanions de sécurité. Recule de 3 cases et la prochaine fois, planifie et analyse ton itinéraire !

11 : Avant de goûter au plaisir de la poudre, tu as branché ton DVA (Détecteur de Victimes d'Avalanche) sous « émission » et contrôlé son bon fonctionnement. De plus, ton sac à dos est muni d'une pelle et d'une sonde. Bien joué ! Tu avances jusqu'à la case 14 !

12 : Tu aperçois au loin une zone de fissure d'ancienne avalanche. Tu décides de renoncer à ton itinéraire et de changer de chemin. Tu peux rejouer !

17 : Tu suis des traces menant dans un terrain inconnu... Tu te retrouves à la case N° 10.

19 : Passe un tour ! Tu n'as pas respecté la règle du « CHACUN SON TOUR ET UN A LA FOIS »

21 : Tu attends les autres en t'arrêtant en contrebas d'un gros rocher. Pour avoir fait preuve de sécurité, jump de 2 cases !

25 : Tu prends trop de vitesse et perds la maîtrise de ta board. Tu finis ta chute contre un rocher mais heureusement, ton casque t'a sauvé. Tu n'as pas encore le niveau pour le freeride. Te remettre de ta chute te prendra 2 tours

28 : Une corniche de rêve s'offre à toi, mais tu y renonces, sachant qu'elles sont annonciatrices d'un risque d'avalanche. Relance le dé !

32 : En ridant en forêt, tu nuis à la vie de la faune et de la flore ! Lors de ta prochaine aventure freeride, respecte la nature ! Lance le dé et recule du nombre de cases qu'il t'indiquera.

34 : Une coulée de neige te surprend dans ta session hors-piste. Attentif, tu réagis directement en fuyant latéralement. Tu as sauvé ta peau, reste dans le jeu !

36 : Tu te fais surprendre par une montée de brouillard. Faute d'instruments d'orientation, tu te perds ! Cherche ton chemin durant 1 tour !

37 : Respecte les animaux ! Une course poursuite avec eux pourrait les exténuer jusqu'à leur mort. Lance le dé qui t'indiquera le nombre de tours que tu courras autour de la table !

41 : Tu entends un bruit sourd qui te signale un danger... Avance à la case 44

44 : Te voilà emporté par une avalanche. Grâce à tes grands mouvements de natation qui t'ont permis de rester en surface, tes potes te retrouvent à la case 22 et appellent les secours au N° 1414.

48 : Une avalanche t'ensevelit... Tu n'as pas réussi à repousser la neige pour former une cavité d'air. Tu meurs par asphyxie. Recommence le jeu !

49 : Pffooouu ... La descente fut lamentable ! La chance était avec toi cette fois-là ! Tu décides alors d'aller suivre une formation freeride. Tu réfléchis comme un bon rider ! Avance jusqu'à l'arrivée

Arrivée : « Te voilà arrivé ! Tu as enfin atteint ton but après les situations rencontrées au cours de la partie. A toi maintenant d'en tirer des conclusions et d'améliorer encore plus tes connaissances sur le monde du freeride pour devenir meilleur ! »