



V A L A I S

- 1 | ÉCONOMIE
- 2 | TOURISME
- 3 | DÉVELOPPEMENT DURABLE

Placées sous l'égide du Département de l'éducation, de la culture et du sport et du Département de l'économie, de l'énergie et du territoire, les activités Ecole-Economie poursuivent 3 objectifs :

- La sensibilisation des jeunes au monde économique
- La formation des jeunes aux principes du développement durable
- Le développement de l'esprit d'entreprise

Dans ce contexte, et afin de répondre aux objectifs de la formation de culture générale, Ecole-Economie publie ce cahier à l'intention des enseignants des écoles de commerce et des écoles professionnelles ainsi que des apprentis valaisans. Il présente les informations essentielles concernant les 4 thèmes suivants :

- L'économie valaisanne
- Le tourisme
- Le développement durable
- Ma région, un espace de vie

Ce document est disponible sur Internet :
www.ecole-economie.ch
www.schulen-wirtschaft.ch

Stéphane Dayer
Délégué Ecole-Economie
Sion, août 2012

Avec le soutien de la
 **Loterie Romande**

L'économie valaisanne

CHAPITRE 1

OBJECTIFS:

A la fin de ce chapitre, vous serez capable de :

- citer et de décrire les principales activités économiques du Valais
- citer les nouvelles voies de développement dans l'industrie et la technologie
- expliquer les enjeux concernant l'avenir de l'hydro-électricité dans le canton
- expliquer par des exemples les liens entre l'économie et le développement durable à l'échelle du canton.

1. BIEN PLUS QUE LE TOURISME ET L'AGRICULTURE

L'image traditionnelle de l'économie valaisanne repose avant tout sur le tourisme et l'agriculture. Ce n'est qu'une partie de la réalité. Des domaines tels que l'industrie, l'hydro-électricité et les services jouent un rôle clé dans la création de richesses en Valais.

Cette diversité est un atout, mais elle ne suffit pas. Il importe de développer constamment de nouvelles activités à forte valeur ajoutée, particulièrement en ce qui concerne les domaines industriels et technologiques.

Les principales activités (2008) Répartition des emplois	
tourisme	10.5%
industrie	13.8%
administration	55.5%
agriculture	7.5%
construction	11.3%
énergie	1.3%

Source : REE 2008.

Les principales activités (2010) Répartition du produit intérieur brut (BIP)	
agriculture	2.9%
industrie	18.3%
production et distribution eau, électricité	4.9%
construction	8.7%
commerce	12.7%
hôtellerie, restauration	14.5%
transports et télécommunication	5.9%
activités financières	6.3%
activités immobilières	7.5%
administration publique, santé, éducation	18.0%

Source : Banque cantonale du Valais, Institut CREA, Université de Lausanne.
Publié avec l'autorisation de la BCVs.

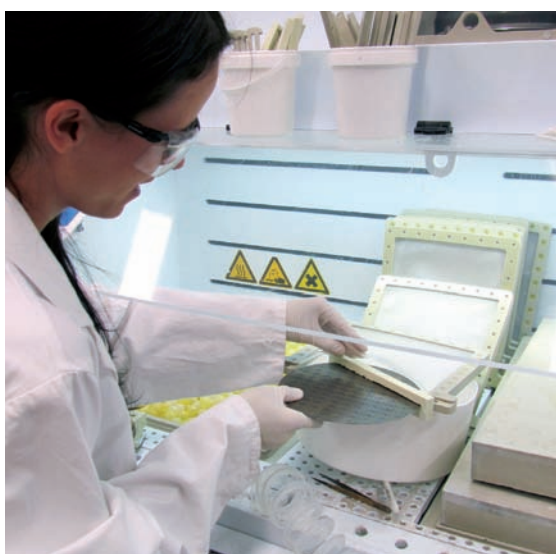
2. INDUSTRIE ET ARTISANAT « POIDS LOURDS » ET PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES

Les multinationales Alcan (Chippis, Sierre), Lonza (Viège), BASF, Syngenta et Huntsman (Evionnaz, Monthey) occupent environ 16% de la main-d'œuvre industrielle du canton. La grande partie travaille dans quelques 300 petites et moyennes entreprises assurant une production de haut niveau dans des domaines très divers. 90% des entreprises valaisannes occupent moins de 100 personnes.

La production est très diversifiée. Elle va des profils en aluminium à la fabrication de composants pour les montres Swatch, des moules de haute précision aux produits pharmaceutiques et de beauté, des composants électroniques aux matières plastiques, de la microtechnique à l'outillage électrique, en passant par les pierres synthétiques.

Comme pour toute activité économique, l'avenir se prépare aujourd'hui. Pour l'industrie, il s'agit

- de maintenir sa rentabilité dans le monde actuel (globalisation, pays émergents, ...),
- d'assurer un effort constant dans le domaine de la recherche, du développement et de l'innovation,
- de travailler avec de la main-d'œuvre de qualité et disposant de compétences étendues.



Secteur secondaire. Répartition des personnes actives selon les principales branches d'activité

Industrie chimique	13.4 %
Travail des métaux	7.5 %
Production et distribution d'énergie	7.2 %
Travail du bois	5.9 %
Industrie alimentaire, boissons	5.6 %
Métallurgie	5.1 %
Machines et équipements	4.8 %
Instruments médicaux et de précision	3.2 %
Edition, impression	3.2 %
Construction	35.2 %

Source : Le Valais en chiffres 2009, Banque cantonale du Valais.

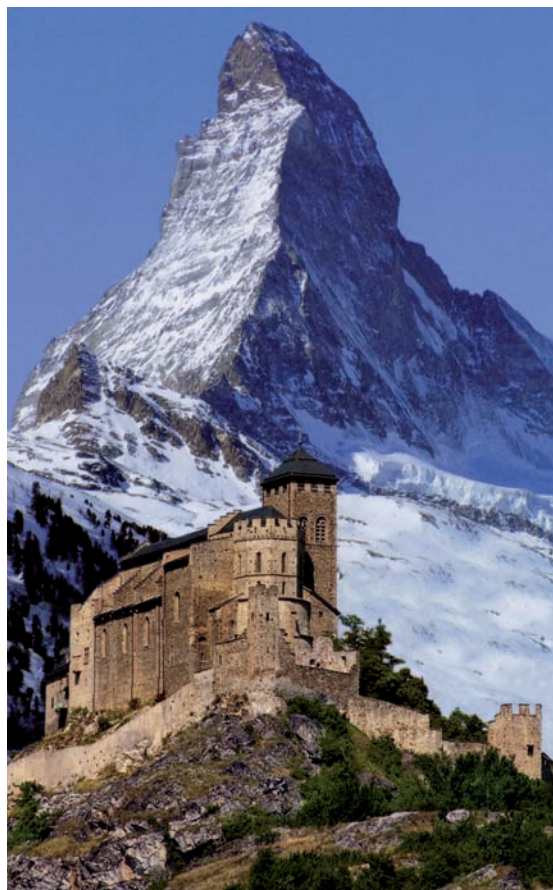
3. TOURISME LE VALAIS, UN SEUL ESPACE AVEC DE MULTIPLES FACETTES

Un cadre naturel grandiose, un climat très agréable, la possibilité d'exercer de multiples activités font du Valais une destination touristique privilégiée. Des stations les plus connues (Zermatt, Loèche-les-Bains, Crans-Montana, Verbier, Saas-Fee), aux nombreux villages disséminés dans toutes les vallées, le tourisme « occupe » tout le Valais.

Avec ses 12 millions de nuitées annuelles, le Valais se situe à la deuxième place au niveau suisse, après les Grisons.

Le tourisme représente un secteur important de l'économie valaisanne. De manière directe et indirecte, à la montagne comme dans la plaine du Rhône, il permet de faire vivre et de maintenir une population dans certaines régions qui – sans lui – seraient rapidement abandonnées.

Afin d'assurer son avenir, le tourisme est confronté à différents défis. Il s'agit particulièrement du développement des structures d'accueil (offices du tourisme, destinations, marketing commun, ...) et de promotion (organisme faïtier, collaboration entre les acteurs et synergies entre les différentes activités, aspects financiers, ...).



L'offre touristique, les points forts du Valais

- Le paysage
- Les randonnées
- Le repos, le calme, le bien-être
- Les sports et activités de loisirs
- Le wellness

Des aspects tels que la culture, les traditions, la gastronomie, les vins, l'agrotourisme complètent la liste ci-dessus.



4. AGRICULTURE UN RÔLE ÉCONOMIQUE ET SOCIAL MULTIFONCTIONNEL

Du lac Léman à la montagne, de l'intensif à l'extensif, des grandes cultures aux cultures spéciales en passant par la production animale, tous les types d'agriculture sont présents. La surface agricole utile s'étend sur 37 721 ha dont plus de 60 % en zone de montagne. L'exploitation est souvent difficile en raison de la pente et du morcellement des parcelles.

Compte tenu des conditions naturelles, les cultures occupent des zones bien déterminées.

Les principales productions sont les suivantes :

- des grandes cultures (céréales, maïs, colza, ...) et de l'élevage dans le Chablais
- du vignoble entre Martigny et Salquenen (50 cépages et 1/3 du vignoble suisse)
- des arbres fruitiers et baies entre Martigny et Sierre (abricots, poires, pommes, fraises, framboises, ...)
- des cultures maraîchères dans la plaine (asperges, carottes, oignons, ...)
- de l'élevage de bovins, moutons, chèvres et des cultures de plantes médicinales et aromatiques sur les coteaux.

L'agriculture valaisanne produit de nombreuses denrées alimentaires. Elle contribue à la création et à l'entretien de paysages variés et d'un environnement de qualité, ce dont profite directement l'activité touristique. Depuis peu se développe l'agritourisme qui consiste à ouvrir aux visiteurs les fermes et les espaces de culture. Au vu de la croissance démographique, la conservation de sols agricoles de qualité et en suffisance devient un but incontournable à atteindre dès aujourd'hui au profit des générations futures. En outre, le maintien d'une population décentralisée dans les vallées latérales dépend de la poursuite de l'activité agricole.

L'agriculture valaisanne en chiffres (2009)

- 4 078 exploitations agricoles dont
1 692 à titre principal et
2 386 à titre secondaire ou accessoire
- 9 873 emplois, dont plus de 65 % à temps partiel
- Part au rendement brut :

- viticulture	55.6 %
- fruits	19.1 %
- légumes	3.2 %
- grandes cultures	3.1 %
- production animale	19.0 %

Source : Chambre valaisanne d'agriculture.



5. ENERGIE L'HYDRO-ÉLECTRICITÉ BIEN SÛR, MAIS PAS UNIQUEMENT

L'autre matière première du Valais

Outre le paysage et le climat, les ressources hydrauliques constituent la plus grande richesse naturelle du canton.

La production d'énergie électrique valaisanne atteint actuellement 10 milliards de kilowattheures [kWh] par an, ce qui représente près de 30 % de la production de l'énergie hydroélectrique de la Suisse. En sa qualité d'énergie renouvelable, elle constitue un volet très important de la politique énergétique de la Suisse. De surcroît, la force hydraulique génère d'importants avantages pour l'économie et des rentrées financières conséquentes pour les collectivités publiques valaisannes.

Au cours du siècle passé, les collectivités publiques disposant des eaux ont conféré à des concessionnaires le droit et la tâche de les utiliser pour produire de l'électricité. La plus grande partie des droits d'eau des aménagements construits en Valais ont été concédés à des sociétés hors canton. A l'échéance de la concession (en principe après 80 ans), la collectivité «concedante» peut à nouveau disposer de la force hydraulique et peut exercer son «droit de retour» en reprenant gratuitement la partie des installations, dite «mouillée» (barrage, conduite forcée, usine) et, contre indemnité, la partie dite «sèche» (transport). Dans ce contexte, il est déterminant pour le Valais énergétique de se demander comment éviter un «bradage» de son énergie.

Des énergies renouvelables également

Notre société, dépendante d'un recours massif à l'énergie, se doit de prendre rapidement des mesures pour garantir un approvisionnement énergétique fiable tout en préservant l'environnement. Une réduction importante de CO₂ est réalisable, mais cela suppose un développement majeur des énergies renouvelables indigènes comme l'éolien, l'énergie solaire thermique (eau chaude), l'énergie solaire photovoltaïque (production d'électricité), la géothermie et la biomasse (épuration, bois, ...).

Le canton du Valais peut également jouer un rôle en renforçant le recours aux rejets de chaleur (industries, incinération des ordures, ...).

A l'échelle locale et régionale, l'utilisation de «micro-centrales» hydroélectriques (turbines installées sur le réseau d'eau potable de certaines communes, par exemple) permet de fournir de l'énergie électrique à peu de frais et en utilisant une partie des équipements existants (conduites d'eau et réservoirs).



6. SERVICES UNE GRANDE VARIÉTÉ DE PRESTATIONS

Comme dans toutes les régions économiques, le secteur tertiaire occupe une part importante de la population active.

Géographiquement, les services se répartissent avant tout dans deux grands espaces. D'une part,

dans les régions touristiques importantes, d'autre part dans la plaine du Rhône. Sont concernées surtout les villes (administration, hôpitaux, ...) et les communes à forte concentration de chaînes de grands magasins.

7. AUJOURD'HUI POUR DEMAIN

Un nécessaire développement de nouvelles activités à forte valeur ajoutée et la recherche de la qualité!

Afin de renforcer la diversification du tissu économique et d'augmenter les places de travail à forte valeur ajoutée (ingénieurs, économistes, informaticiens, ...), le canton du Valais a créé la Fondation «The Ark».

Elle apporte un soutien aux nouvelles entreprises par la mise à disposition d'infrastructures adaptées, d'un coaching pour les entreprises existantes et d'un soutien à l'innovation.

Elle concentre son activité dans 5 pôles de compétences, à savoir :

- **BioArk à Monthey :**
médicaments, ...
- **PhytoArk à Sion/Conthey :**
extraction de plantes
pour la fabrication de cosmétiques, ...
- **IdeArk à Martigny :**
interface homme-machine,
reconnaissance vocale, ...
- **TechnoArk à Sierre :**
reconnaissance de codes-barres évolués, ...
- **BlueArk à Viège :**
efficacité énergétique
et énergies renouvelables, ...

Le Valais face à la croissance économique

En 2007, le produit intérieur brut (PIB) valaisan atteignait 12.9 mia de francs soit 2.7% par rapport à la Suisse (478.3 mia de Fr.).

De 1996 à 2007, le PIB valaisan a augmenté, en moyenne annuelle, de 1.35% (Suisse : 2.02%).

La tendance à long terme montre que le Valais croît moins rapidement que le reste du pays. Il est en net retard par rapport à la moyenne nationale.

Une personne active en Valais génère en moyenne 62700 francs de PIB. En Suisse, elle est de Fr. 90800.-.

Source : outlook.eco 2009, Chambre valaisanne de Commerce et d'Industrie, BCVs.



8. ÉCONOMIE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Si le Valais s'efforce de renforcer et de diversifier son avenir économique, il importe de l'intégrer au mieux dans la perspective d'un développement durable. L'un des outils s'appelle «Agenda 21 cantonal».

Il détermine un cadre d'action très précis à travers 16 engagements dans des domaines tels que l'agriculture, le tourisme, le tissu industriel, l'énergie, la sensibilisation des jeunes, ...

CHAPITRE 1 EXERCICES

1. Quel est l'intérêt pour le Valais d'avoir une économie diversifiée ?

.....

.....

.....

2. Si l'on se base sur la répartition des emplois, quelles sont les principales activités économiques du Valais ? Mentionnez-les par ordre d'importance.

.....

.....

.....

.....

.....

3. Tourisme : pourquoi est-il nécessaire de mettre en place un marketing commun ?

.....

.....

.....

4. Dans quels domaines de production l'industrie valaisanne travaille-t-elle ?

.....

.....

.....

5. Y a-t-il des liens entre les activités agricoles et touristiques ? Lesquels ?

6. En matière d'énergie hydroélectrique, le Valais est confronté à des choix essentiels qui vont déterminer son avenir énergétique. Quels sont ces enjeux ?

7. Si l'on tient compte des valeurs liées au développement durable, quels types d'énergie peuvent être développés en Valais. Pour chaque type d'énergie, indiquez ses avantages et ses inconvénients en tenant compte des 3 domaines du développement durable (économie, société et environnement).

8. Pourquoi le Valais a-t-il besoin de développer des activités offrant des places de travail à haute valeur ajoutée ?

Le tourisme

UNE BRANCHE ÉCONOMIQUE IMPORTANTE EN VALAIS, EN SUISSE ET DANS LE MONDE

CHAPITRE 2

OBJECTIFS:

A la fin de ce chapitre, vous serez capable de :

- expliquer le fonctionnement du tourisme de manière générale
 - décrire la situation du tourisme en Valais, en Suisse et dans le monde
 - analyser les forces et les faiblesses du tourisme valaisan, ses perspectives de développement et les actions à entreprendre pour assurer son avenir.
-

1. LE TOURISME, DE QUOI S'AGIT-IL ?

Le tourisme

«Toute forme d'activité hors du temps de travail accomplie par des personnes qui voyagent et qui résident dans un environnement autre que celui qui leur est habituel en vue de passer leur temps libre».

P. de Groot

Initialement rattaché aux loisirs et à la santé, le tourisme englobe désormais l'ensemble des activités économiques auxquelles la personne fait appel lors d'un déplacement inhabituel (transports, hôtels, restaurants, etc.).

Il peut s'agir, par exemple, d'un voyage d'affaires, on parle alors de «tourisme d'affaires» ou d'un pèlerinage religieux «tourisme culturel». On peut également se faire soigner dans un autre pays, on parle alors de tourisme médical ou tourisme de cure.

Pratiquer le tourisme permet en outre de marquer des pauses dans son emploi du temps imposé par la nécessité de gagner sa vie. Cette pratique a été longtemps l'apanage de gens fortunés pour découvrir d'autres cultures et admirer d'autres paysages.

Le tourisme a donné naissance à une véritable industrie lorsque les classes moyennes des pays occidentaux (Europe et Amérique du Nord) ont pu commencer à voyager. C'est avant tout l'amélioration générale du niveau de vie qui a permis aux gens de se consacrer davantage à leurs loisirs, et notamment au tourisme, sans oublier les progrès considérables en matière de transports (maritime, ferroviaire et surtout aérien).

Les loisirs

La notion de «loisirs» représente de manière générale le temps libre considéré surtout dans le cadre d'une journée.

2. LE TOURISME, UNE BRANCHE ÉCONOMIQUE PARTICULIÈRE

2.1. La demande touristique

Elle est basée sur les besoins du «touriste» qui cherche à :

- fuir la société, le stress
- se reposer
- découvrir une nouvelle vie
- apprendre, se cultiver
- se récréer, faire du sport
- se distraire
- rencontrer des amis
- découvrir la nature, d'autres régions, voyager
- ...

Elle est caractérisée par des éléments tels que :

- Des motivations extrêmement différentes de la part des clients.
- Le déplacement obligatoire du client vers le produit (lieu, région touristique). Ce qui n'est pas le cas, par exemple, lorsque l'on fait un achat dans un commerce.
- La concentration temporelle (saisons) et spatiale (stations, régions touristiques) des activités.
- Extrême sensibilité à la conjoncture économique et à la situation politique internationale.
- ...

Elle dépend de différents facteurs.

Facteurs incitatifs	Facteurs permissifs	Différents types de tourisme
<ul style="list-style-type: none"> - Urbanisation (pollution, solitude, stress, ...) - Ouverture de la société (échange, information, ...) - Motifs psychologiques (prestige, détente, ...) - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Temps libre - Mobilité, transports - Revenu - Offre touristique - Congés payés - Médias - Situation économique - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Tourisme de repos (balades, ...) - Tourisme de loisirs (sports, ...) - Tourisme culturel (concerts, ...) - Tourisme de santé (thermalisme, cure) - Tourisme d'affaires (congrès, séminaires, ...) - ...

Source : www.ecole-economie.ch

2.2 L'offre touristique

Elle présente les caractéristiques suivantes :

Au niveau du produit :

- un produit fortement lié à un lieu géographique caractérisé par :
 - les aspects physiques (paysage, climat, environnement, ...)
 - les aspects bâtis (infrastructures, chalets, hôtels, ...)
 - les aspects humains (culture, société, ...)
- des biens consommés par les touristes et les indigènes (remontées mécaniques, bains thermaux, établissements publics, ...)
- un ensemble d'activités économiques dépendant étroitement les unes des autres (hôtellerie, parahôtellerie, remontées mécaniques, restauration, transport, ...)

Au niveau de l'ajustement de l'offre à la demande :

Les activités touristiques dépendent étroitement des variations saisonnières.

Ceci joue un rôle sur des éléments tels que :

- Un taux d'occupation très variable (hôtellerie, parahôtellerie, ...), les périodes de « volets clos ».
- L'engagement du personnel (temps partiel, employés à la saison)
- L'utilisation des infrastructures (rentabilité inégale)
- La nécessité de trouver une clientèle pour les périodes « creuses »
- ...

L'offre touristique repose sur des produits constitués par la combinaison de plusieurs éléments.

	Environnement naturel	Environnement construit	Environnement humain
Offre originelle Milieu d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> - Climat - Paysage - Faune - Flore - Infrastructures de base - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Habitat - Monuments - Architecture - Infrastructures touristiques - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Mentalité - Accueil - Culture - Traditions - Histoire - Gastronomie, vins - ...
Offre dérivée	<ul style="list-style-type: none"> - Transport - Viabilité - Administration - Sports - Divertissements - Information - ... 	<ul style="list-style-type: none"> - Hébergement - Restauration - Commerces - ... 	

2.3 Le tourisme fonctionne en 3 phases

Avant les vacances...

Une compétition « féroce » entre les régions touristiques pour attirer des clients.

Pendant les vacances...

Des retombées économiques très importantes pour la région qui accueille les hôtes.

Avant les prochaines vacances...

Le souci de faire revenir les hôtes dans la région pour les prochaines vacances.

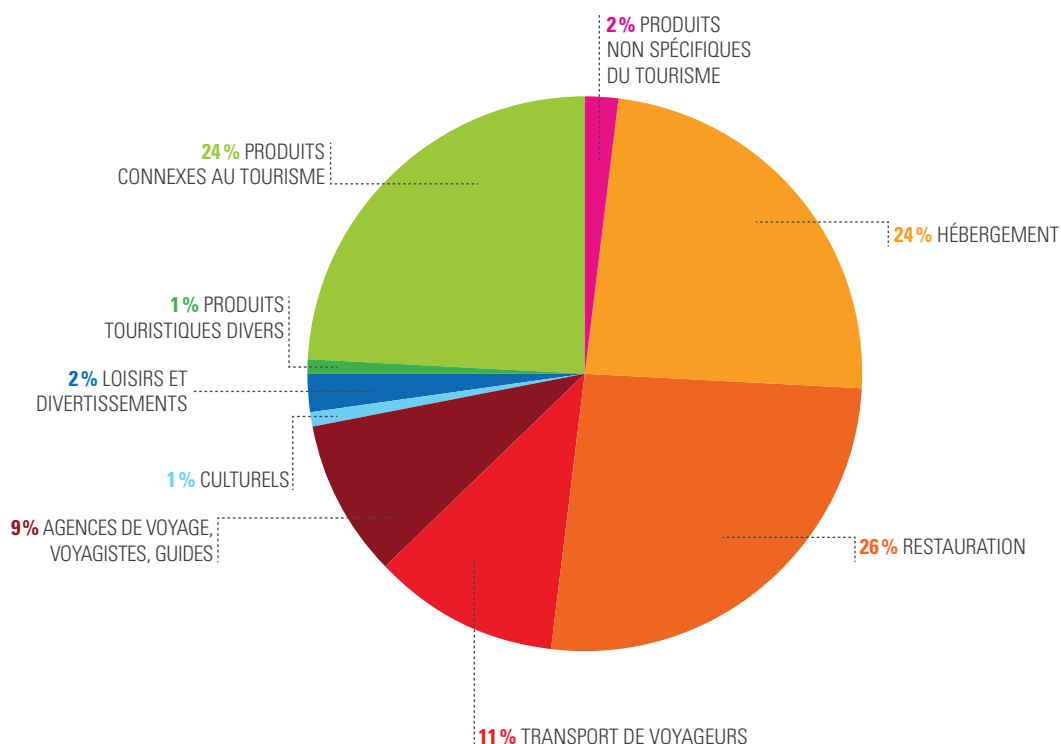
Source : *Le tourisme, mieux le connaître pour mieux en vivre, Ecole - Economie, www.ecole-economie.ch*

2.4 Le tourisme crée des emplois

Emplois liés au tourisme en 2005, par produits (services). Données arrondies.

Source : *Compte satellite du tourisme de la Suisse, 2001 et 2005, Office fédéral de la statistique 2008.*

Le tourisme est un « employeur » important. 4,2 % des emplois de l'ensemble de l'économie (équivalent plein temps) concernent le tourisme en Suisse (2005). Dans les régions de montagne, cette part est sensiblement plus élevée que dans les agglomérations urbaines.



2.5 L'hébergement : de nombreuses catégories sont concernées

En Suisse, par exemple, les types d'hébergement sont répartis en deux grandes catégories :

Hôtellerie	Parahôtellerie
Hôtels	Logements de vacances privés Maisons et appartements
Pensions	Camping et caravaning
Auberges	Hébergements collectifs Dortoirs, maisons, cabanes de montagne et refuges
Motels	Auberges de jeunesse
Etablissements de cure Sanatoriums, cliniques, établissements thermaux	Agrotourisme Offre touristique en milieu rural
	Bed & Breakfast Types d'hébergements qui proposent un lit et un petit-déjeuner

Source : Le tourisme Suisse en chiffres 2008

3. LE TOURISME EN VALAIS, UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE TRÈS IMPORTANTE

3.1 Déjà une longue histoire. Les principales étapes du développement touristique en bref

Dès le milieu du XIX^e siècle, des hôtels sont construits à Zermatt, St-Luc. Mais il faut attendre 1900 et la construction du chemin de fer pour voir le Valais s'ouvrir au monde extérieur et avec lui le temps des palaces et son tourisme aristocratique.

Les deux guerres mondiales ruineront ce tourisme de luxe et il faudra attendre les années soixante pour assister à un nouveau départ du tourisme valaisan caractérisé par le développement des loisirs de masse et des sports d'hiver.

Aujourd'hui, l'ensemble du canton vit du tourisme. Les vallées et les coteaux sont tournés avant tout vers le tourisme de séjour dans les stations ou dans des zones de chalets. L'offre est constituée par des activités telles que les sports, la randonnée...

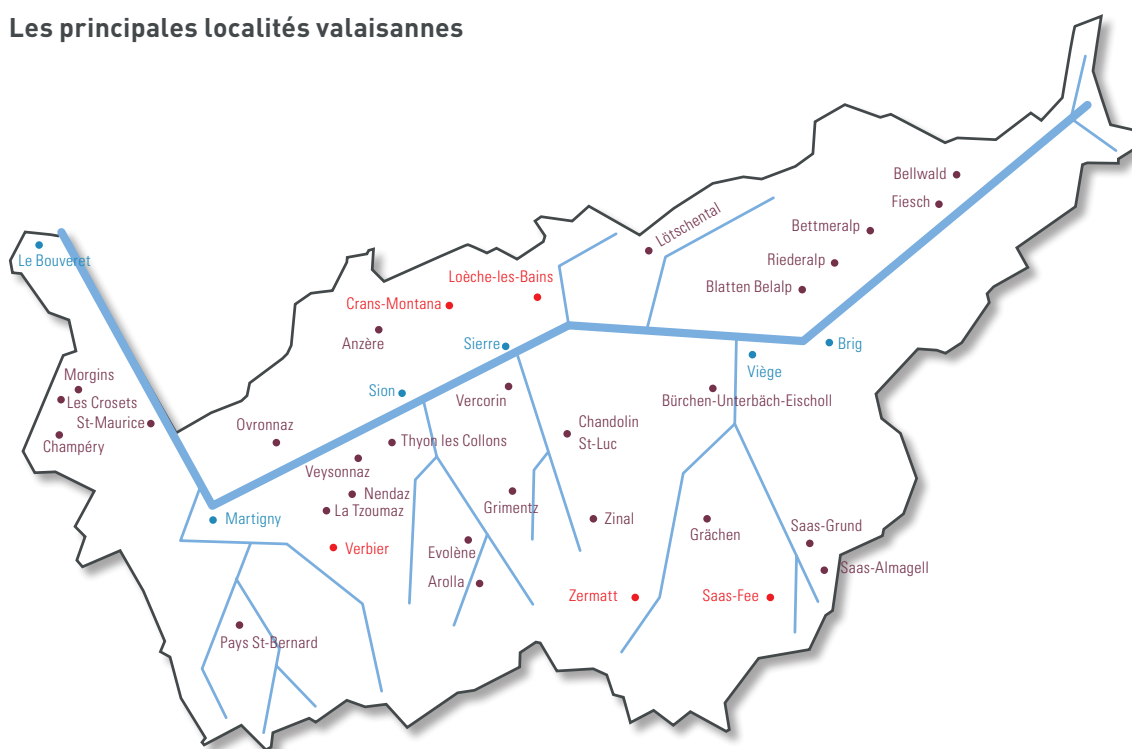
La plaine, espace de transit, est également orientée vers le tourisme. On y trouve de nombreux sites culturels (musées, sites historiques, espaces urbains...), des parcs d'attraction, des zones de détente, des espaces destinés aux activités sportives ainsi que des centres thermaux.

3.2 L'offre touristique valaisanne

Les principaux atouts du Valais

- Le paysage et le climat
- Les sports de neige
- Les randonnées
- Le repos, le calme et le bien-être (wellness)
- La culture et l'histoire
- La viticulture et la gastronomie

Les principales localités valaisannes



Source : Le tourisme, mieux le connaître pour mieux en vivre, Ecole - Economie, www.ecole-economie.ch

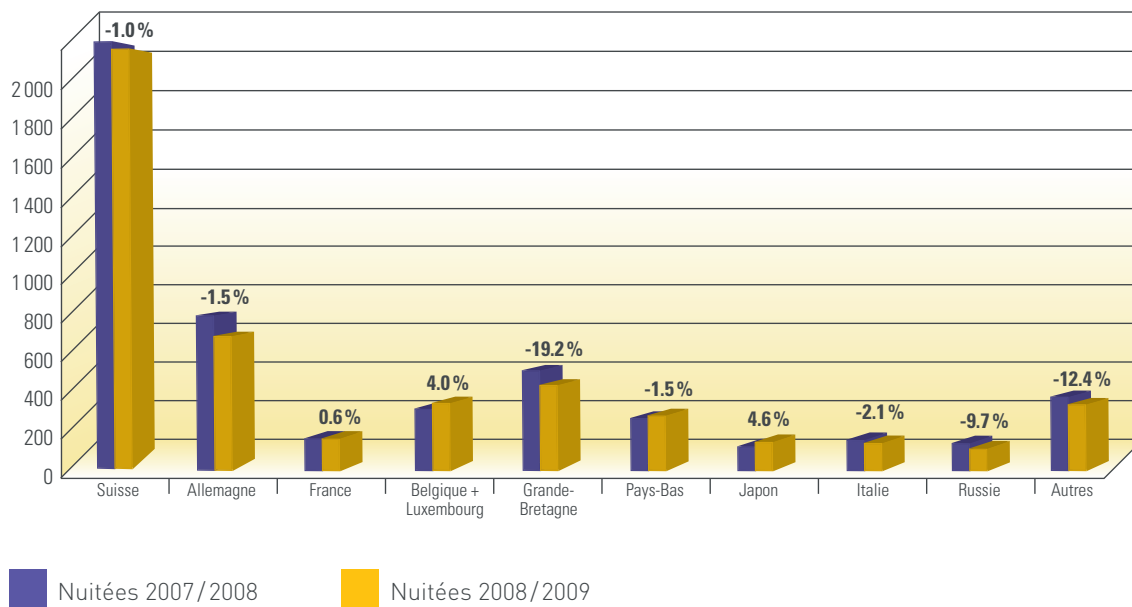
3.3 La demande touristique

Les principales raisons de séjour en Valais

Hiver	Été
- Paysage	- Paysage
- Sports de neige	- Repos, détente
- Repos, détente	- Promenades, sports
- Autres sports	- Distractions

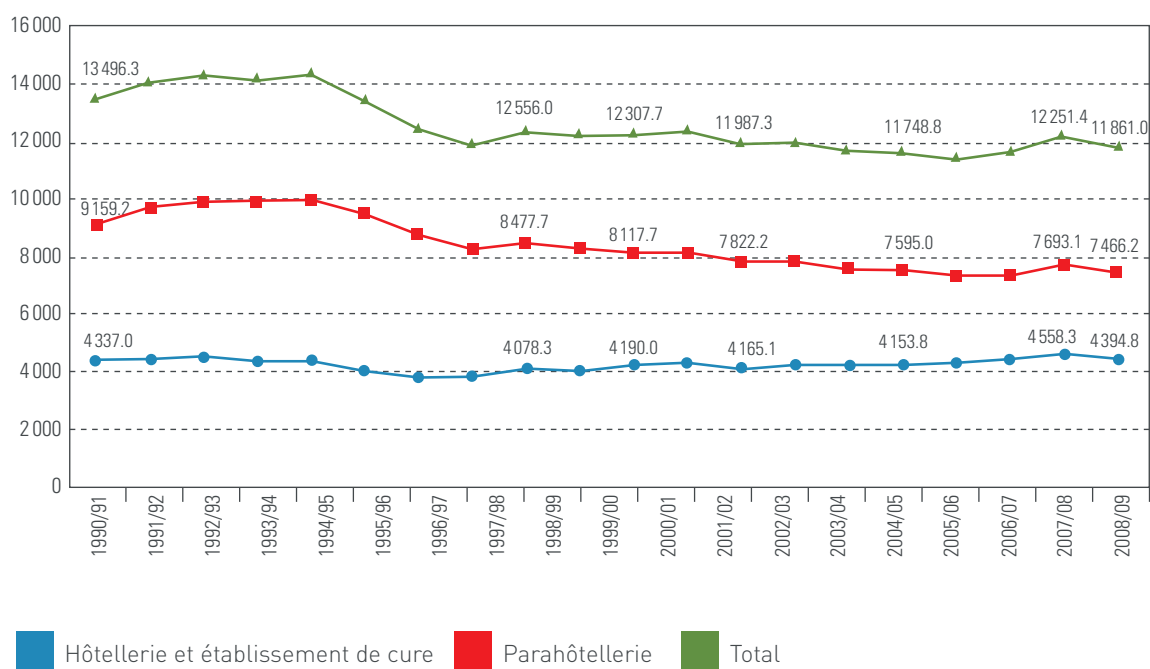
3.4 L'hébergement

Nuitées dans l'hôtellerie valaisanne (en milliers).
Les principaux pays de provenance des hôtes. Evolution 2007 - 2009.



Source: Valais Tourisme

Evolution des nuitées (en milliers) en Valais (1990 - 2009)



Source: Valais Tourisme

3.5 Le poids économique du tourisme en Valais

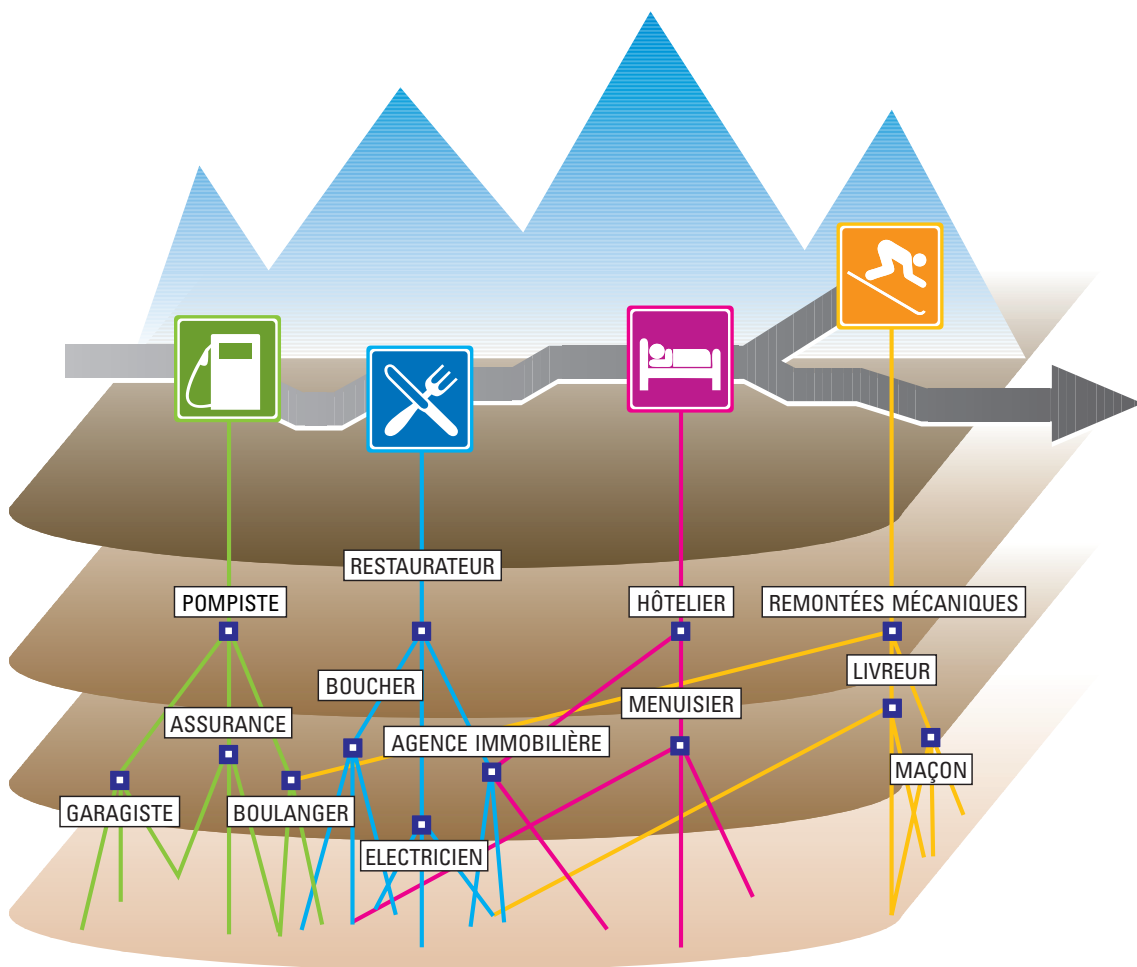
Chaque franc dépensé par un hôte profite à de très nombreux valaisans.

Une famille séjournant dans le canton a des contacts privilégiés avec certaines personnes : restaurateurs, garagistes, loueurs d'appartements, employés des remontées mécaniques et de commerces, etc...

Pour satisfaire leurs hôtes, ces personnes font vivre à leur tour un grand nombre de professionnels (électriciens, peintres, maçons, viticulteurs, livreurs, ...).

Avec ses 12 millions de nuitées annuelles, le Valais se situe à la deuxième place des régions touristiques suisses, après les Grisons.

Le tourisme représente un secteur capital de l'économie valaisanne. De manière directe et indirecte, à la montagne comme dans la plaine du Rhône, il permet de faire vivre et de maintenir une population dans certaines régions qui, sans lui, seraient rapidement dépeuplées.



3.6 La concurrence internationale. La place du Valais face aux destinations alpines.

Les 10 destinations alpines connaissant le plus de succès

En hiver (2009) Zermatt, la seule station valaisanne			
	Destinations	Régions	Pays
1	Lech-Zürs	Vorarlberg	Autriche
2	Skiregion Obertauern	Salzbourg	Autriche
3	Rennweg am Katschberg	Carinthie	Autriche
4	Paznaun	Tyrol	Autriche
5	Tux- Finkenberg	Tyrol	Autriche
6	St.Anton am Arlberg	Tyrol	Autriche
7	Serfaus-Fiss-Ladis	Tyrol	Autriche
8	Zermatt	Valais	Suisse
9	Samnaun	Grisons	Suisse
10	Grossarlal	Salzbourg	Autriche

En été (2009) Aucune station valaisanne			
	Destinations	Régions	Pays
1	Luzern	Suisse centrale	Suisse
2	Garda Trentino	Trento	Italie
3	Meran u.Umgebung	Bolzano	Italie
4	Anchensee	Tyrol	Autriche
5	Interlaken	Oberland bernois	Suisse
6	Kleinwalsertal	Vorarlberg	Autriche
7	Salzburg u. Umgebung	Salzburg	Autriche
8	Bodensee- Vorarlberg	Vorarlberg	Autriche
9	Lago Maggiore e Valli	Tessin	Suisse
10	Mieminger Plateau	Tyrol	Autriche

Source : BAKBASEL «BAK TOPindex»

3.7 Le tourisme valaisan face à son avenir, défis et solutions

Analyse de la situation. Quelques constats

Offre

Si elle repose sur des qualités intrinsèques inaliénables (beauté et diversité du paysage, patrimoine culturel, ...), l'offre touristique valaisanne doit cependant demeurer compétitive face à ses concurrents. Au niveau du produit, cela signifie développer des offres basées sur ces forces (nature, authenticité), et les promouvoir efficacement. Au niveau de l'hébergement, ceci se traduit par la nécessité de renouveler constamment le parc hôtelier, afin d'être en mesure d'offrir le niveau de qualité attendu par une clientèle toujours plus exigeante.

Emploi

Dans les métiers du tourisme, le niveau de la formation dispensée, allié à des qualités humaines indispensables (sens de l'accueil, cordialité, professionnalisme, ...) doit offrir aux prestataires touristiques (hôtellerie, remontées mécaniques, offices de tourisme, ...) une main-d'œuvre qualifiée. Hormis les métiers directement en lien avec le tourisme, celui-ci concerne chaque valaisan. On estime que plus d'une personne sur quatre exerce un emploi lié directement ou indirectement aux activités touristiques.

Dépenses¹ par personne, par jour, pour les voyageurs privés² avec nuitées

	Tous les voyages	En Suisse	A l'étranger
Mode d'hébergement	148	110	181
Hôtels, établissement de cure	238	206	253
Parahôtellerie ³	104	93	120
Chez des amis, chez des parents	81	()	94
Propre logement, logements gratuits	71	59	(89)
Autres ⁴	(331)	()	()

¹ Dépenses moyennes pour le logement, les repas et boissons, le transport et autres dépenses.

² Les voyageurs professionnels n'ont pas été considérés dans l'analyse des coûts de voyage, car ils sont généralement financés par l'employeur.

³ Logement de vacances loué, camping, hébergement collectif, auberge de jeunesse

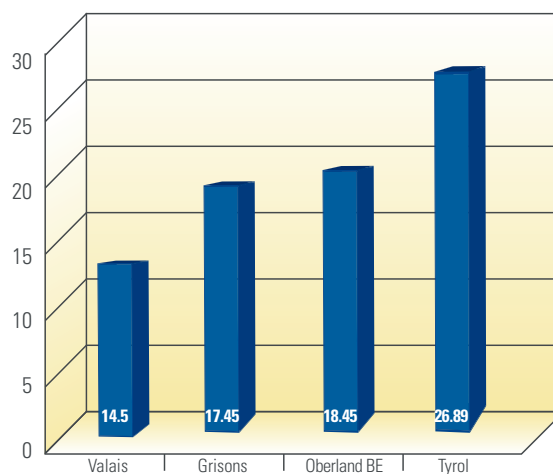
⁴ Autres modes d'hébergement (p. ex. bateau), inconnu

Types d'hébergement et taux d'occupation, répartition des nuitées

Les constats suivants sont à retenir :

- La part des nuitées de la parahôtellerie est nettement supérieure à celle de l'hôtellerie.
- Les dépenses effectuées par les hôtes sont très inégales selon le type d'hébergement.
- Les lits les plus rentables sont les lits hôteliers.
- Les hôtels présentent un taux d'occupation de 45.6 %; cela signifie concrètement qu'un lit hôtelier est inoccupé pendant environ 200 jours par année. Ce taux est insuffisant, et nettement inférieur à un lit hôtelier situé dans une grande ville suisse, comme Genève (50 %) ou Zurich (51.2 %). Ceci s'explique notamment par le fait que le secteur touristique valaisan vit principalement de la saison d'hiver et ensuite de la saison d'été. Dans les villes, par contre, d'autres activités (tourisme d'affaires, culture, expositions, ...) sont proposées. Elles sont constantes durant toute l'année.

Taux d'occupation des structures d'hébergement dans quelques régions touristiques de montagne (en %)



Source : BAK, Basel 2008

Marketing, moyens financiers

Actuellement, il est extrêmement difficile de se positionner sur le marché touristique. Plusieurs raisons permettent de l'expliquer.

- Les concurrents traditionnels des autres stations alpines sont toujours plus efficaces.
- De nouvelles destinations balnéaires lointaines (Sud-est asiatique, ...) se développent constamment et des pays, tels que la Chine ou la Russie s'ouvrent également au tourisme.
- L'avènement des transports à bas prix (low-cost) permet à un touriste de passer ses vacances d'hiver soit à la montagne, soit à la mer, dans des lieux qui auparavant n'étaient pas accessibles aux mêmes coûts.

De 1950 à 2006, la Suisse a rétrogradé du 5^e au 22^e rang du classement des arrivées internationales dans le pays.

Face à cette concurrence, il est nécessaire de proposer constamment quelque chose de nouveau et d'assurer un marketing efficace à l'échelle mondiale. Cela nécessite des moyens financiers importants qui ne sont pas suffisants en Valais, car le canton souffre de structures touristiques éclatées (nombreuses régions, ...) et du manque de collaboration entre elles.

Concurrence internationale et conjoncture économique

En plus d'une concurrence internationale riche et variée qui a atteint un niveau sans précédent, la conjoncture politique et économique mondiale (taux de change, inflation, crises, ...) évolue constamment et nécessite une adaptation continue du marketing et des prix.

Des solutions à mettre en œuvre

Pour faire face à la problématique évoquée ci-dessus (concurrence, prix, taux de change, ...), le tourisme valaisan doit pouvoir rester compétitif.

- En consolidant sa présence sur ses principaux marchés européens (Suisse, Allemagne, Grande-Bretagne, Belgique et Luxembourg, France, Pays-Bas, ...) - qui représentaient environ 90 % des hôtes en 2009 - et en développant sa présence sur les marchés en croissance (Russie, Chine, ...).

- En se positionnant clairement afin d'exploiter ses valeurs naturelles (un milieu alpin unique avec le Cervin, des paysages intacts, un climat très favorable, ...) et une infrastructure moderne.
- En diversifiant son offre tout en préservant son authenticité.
- ...

Concrètement, il s'agit de poursuivre et de mettre en œuvre des actions telles que :

« Vendre » efficacement le Valais signifie

- Se démarquer des autres destinations (paysage, climat, culture, calme, ...).
- Viser une qualité supérieure (accueil, infrastructures, ...).
- Donner la possibilité aux entreprises actives dans le tourisme d'assurer une promotion commune sous la marque « Valais ».
- Générer des synergies entre les secteurs d'activités (agriculture, artisanat, ...) en lien avec le tourisme.
- Fidéliser les hôtes.
- ...

Travailler ensemble nécessite

- Des moyens financiers suffisants.
- Des regroupements volontaires entre des destinations, des régions.
- Une rationalisation des tâches administratives et un renforcement des moyens à disposition du marketing (étude de marché, besoins des consommateurs, publicité, promotion, commercialisation, ...).
- ...

Assurer la qualité dans tous les secteurs par

- Une formation adaptée.
- L'amélioration constante des produits (certification des entreprises, labels et démarches de qualité, ...).
- Une meilleure utilisation des technologies de l'information.
- Un marketing efficace.
- ...



Relever les défis du tourisme durable

- En améliorant la connaissance du « fonctionnement » du tourisme, au sein de la population notamment.
- En innovant, en répondant de manière ciblée aux besoins des hôtes et en recherchant la qualité.
- En regroupant les forces et en développant un esprit de collaboration entre les acteurs.
- En faisant jouer au mieux le « bouche à oreille »
- En assurant un développement territorial préservant le paysage et l'environnement.
- En s'efforçant d'anticiper et de prévoir les changements à long terme.
- ...

De manière générale, il existe 15 facteurs du succès pour le tourisme alpin

1. Le personnel du tourisme est accueillant et suffisamment formé.
La destination présente un certain nombre de personnalités entrepreneuriales et innovantes.
2. Les lits d'hébergement font l'objet d'une exploitation intensive.
3. L'offre hôtelière est de haut niveau.
4. La destination est en mesure de réaliser des économies d'échelle concernant la publicité.
5. La destination propose des arguments publicitaires uniques (Unique selling propositions).
6. Les villages présentent une image intacte et authentique.
7. L'importance du tourisme est reconnue par la population.
8. Le domaine skiable est riche en propositions diverses.
9. La saison estivale est riche en offres diverses.
10. La courbe de la demande est bien équilibrée sur l'ensemble de l'année.
11. La gestion de la destination est confiée à des professionnels qui développent une stratégie claire.
12. La destination applique des stratégies adaptées de diversification ou de spécialisation.
13. Les autorités, les prestataires et les organisations touristiques coopèrent étroitement.
14. La destination dispose d'au moins une marque forte et reconnue.
15. La région ou l'organisation touristique compétente applique des mesures de prospection et d'encouragement de l'activité touristique.

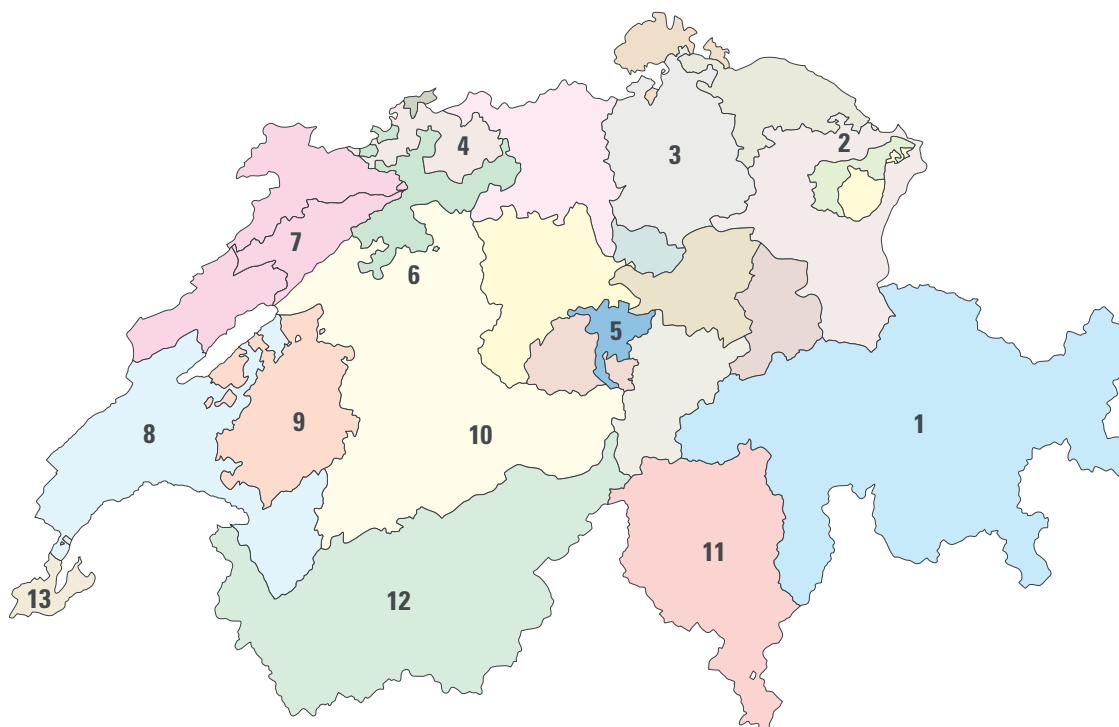
Source : BAKBASEL

4. LE TOURISME EN SUISSE

4.1 L'offre touristique suisse

Elle est similaire à celle des régions de montagne (cf. Valais), mais elle comprend également tous les aspects liés au tourisme urbain (culture, spectacles, musées, congrès, ...).

4.2 Les régions touristiques suisses

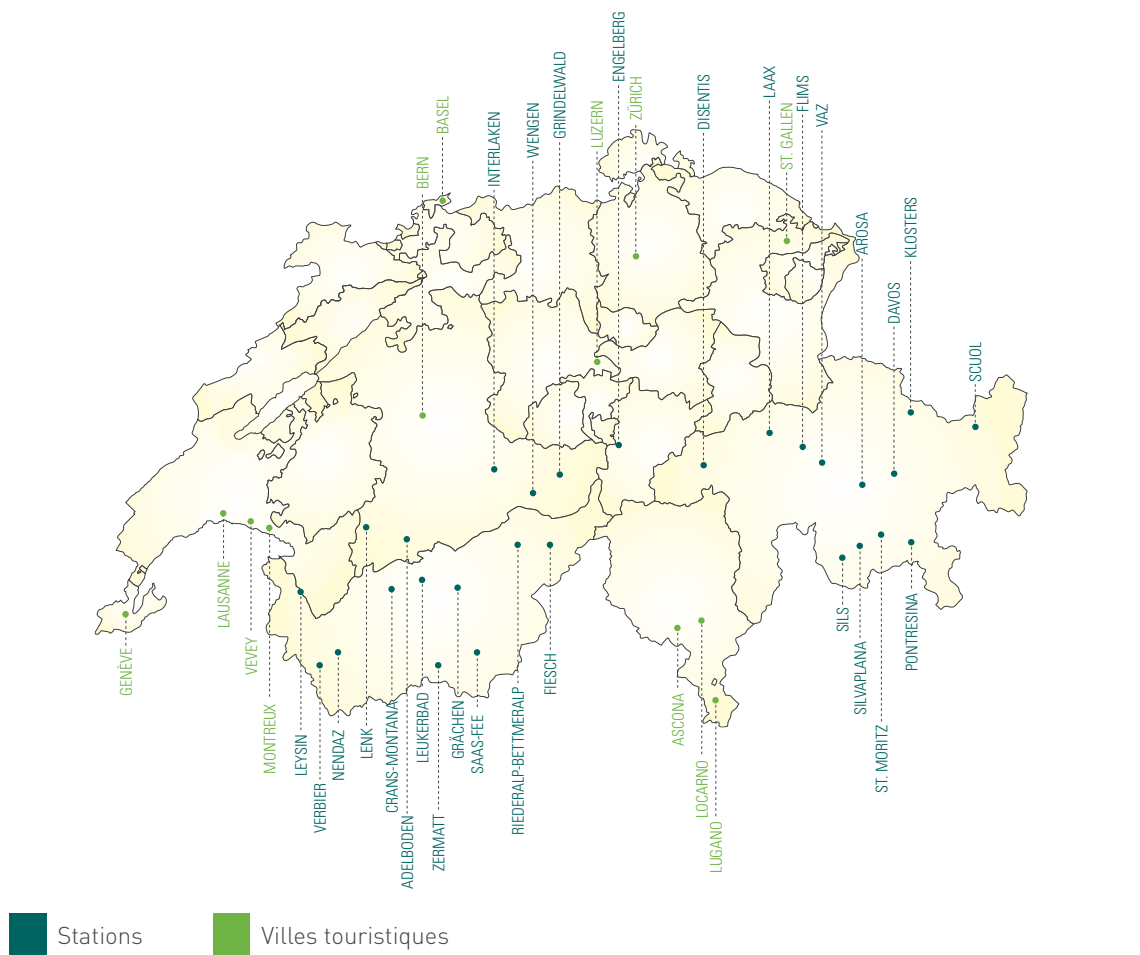


Répartition des nuitées et des taux d'occupation (2009)

Régions touristiques	Nuitées en millions	Taux d'occup. net en %
1. Grisons	5.9	47.3
2. Suisse orientale	2.0	30.3
3. Zurich Région	4.5	49.3
4. Bâle Région	1.4	42.0
5. Suisse centrale	3.5	38.6
6. Plateau suisse	1.7	37.7
7. Neuchâtel/Jura/Jura bernois	0.4	21.9
8. Région lémanique (Vaud)	2.5	41.4
9. Fribourg Région	0.4	27.6
10. Oberland bernois	3.7	44.1
11. Tessin	2.6	42.8
12. Valais	4.4	45.6
13. Genève	2.7	50.0
Suisse	35.6	42.6

Source : Fédération suisse du tourisme. Le tourisme suisse en chiffres 2009.

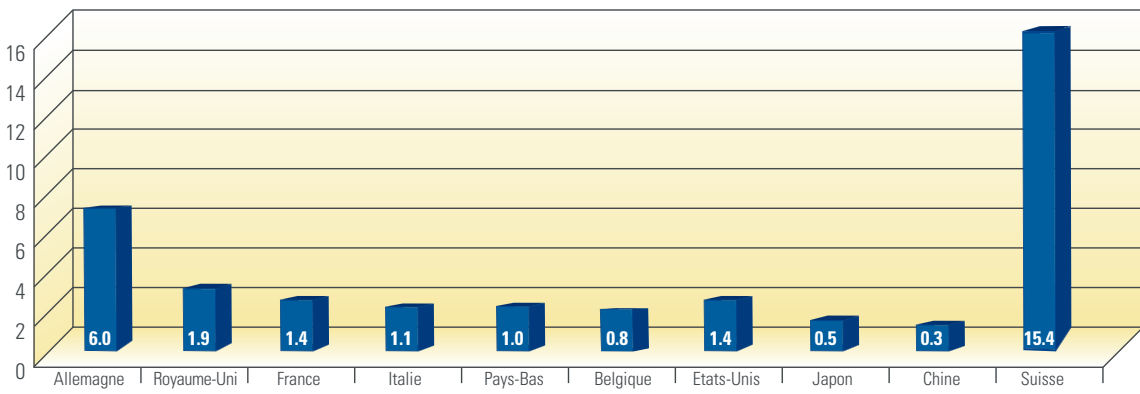
Les principaux lieux et stations touristiques suisses



Source : Le tourisme, mieux le connaître pour mieux en vivre, Ecole - Economie, www.ecole-economie.ch

4.3. La demande touristique suisse

L'hôtellerie en Suisse : 35 millions de nuitées en 2009
Répartition selon les principaux pays d'origine des hôtes (en mio)



Source : Le tourisme suisse en chiffres 2009

4.4 Le poids économique du tourisme en Suisse

S'occuper des touristes est une activité lucrative

Le tourisme exerce une influence importante sur l'économie suisse. Sur les 30,4 milliards de francs de recettes totalisés durant l'année touristique 2005, 18,4 milliards ou 61 % sont imputables au tourisme interne. Les dépenses effectuées par des visiteurs étrangers en Suisse ont rapporté à notre économie des recettes de 12 milliards de francs.

Le tourisme est un secteur d'exportation invisible

Lorsque des visiteurs étrangers utilisent des services touristiques en Suisse, ceci se répercute de la même manière sur la balance des paiements suisse que l'exportation de marchandises. Plus de 5 % des recettes d'exportation (biens et services) proviennent du tourisme.

Recettes d'exportation par branche	En milliards de Fr.				
	2005	2006	2007	2008	2009
1. Industrie chimique	54.8	63.0	68.8	71.9	71.8
2. Métallurgie, industrie des machines	58.3	65.0	72.5	74.0	58.1
3. Tourisme (balance touristique)	12.5	13.5	14.6	15.6	15.0
4. Industrie horlogère	12.4	13.7	16.0	17.0	13.2
5. Industrie textile	4.2	4.4	4.6	4.5	3.7

Source : Office fédéral de la Statistique

4.5 Pour l'avenir : 5 tendances à prendre à compte

Mondialisation croissante

La mondialisation a profondément modifié le tourisme. En 1950, la Suisse comptait parmi les cinq principales destinations touristiques; aujourd'hui, elle n'occupe plus que le 27^e rang. L'offre et la demande sont promises à un fort développement dans le monde entier. La pression de la concurrence sur l'industrie touristique suisse va donc s'accroître. D'un autre côté, la mondialisation est aussi l'occasion de prospecter et de conquérir de nouveaux marchés.

Evolution de la clientèle

La pyramide des âges se modifie, en Europe et dans le monde entier. En 2050, une personne sur cinq aura 60 ans ou plus. Il y aura donc plus de personnes âgées qui voyageront. Elles rechercheront à la fois l'authenticité, la détente et la nouveauté. De plus, la tendance à l'individualisme n'épargne pas l'activité touristique. Dans l'ensemble, les hôtes vont donc se montrer plus exigeants et auront des attentes plus élevées quant à la qualité de l'offre touristique, ce qui implique pour les entreprises de tourisme une incitation constante à s'adapter.

Progrès technologiques

La motorisation croissante et le développement de l'aviation ont complètement transformé le tourisme. Cette dynamique continuera d'agir - quoique à un rythme légèrement plus lent -, d'où une relativisation du facteur distance. Un développement qui aura une importance particulière à l'avenir est celui des technologies de l'information et de la communication. L'Internet et les transactions en ligne prendront de plus en plus de place.

Changement climatique et menaces sur l'environnement

Le changement climatique est un défi rampant. Contrairement aux catastrophes naturelles, il n'agit pas seulement à court terme, mais transforme durablement le visage des destinations. En Suisse, il fera des gagnants et des perdants. L'industrie touristique doit s'adapter et diversifier son offre.

Le tourisme a aussi une responsabilité face à la raréfaction universelle des ressources, énergétiques notamment. Les autres enjeux sont la sauvegarde de la qualité des paysages et le développement ordonné de la construction dans les zones touristiques (ex.: le mitage du territoire).

Déficits structurels

Les structures des destinations suisses ont une origine historique et ne répondent que partiellement aux exigences d'un marché mondialisé. Au niveau des entreprises, l'offre est trop fragmentée. La productivité et la rentabilité sont fréquemment de la concurrence internationale, les déficits structurels actuels provoquent une incitation constante à la mutation.

Source : « Stratégie de croissance pour la place touristique suisse »
SECO - 18 juin 2010

5. LE TOURISME MONDIAL, UN DÉVELOPPEMENT CONTINU, UNE CONCURRENCE TOUJOURS PLUS FORTE

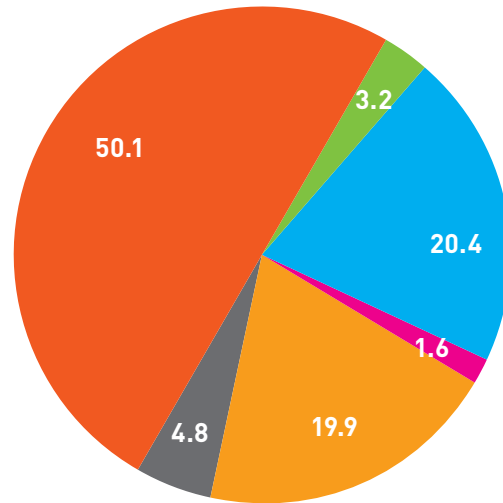
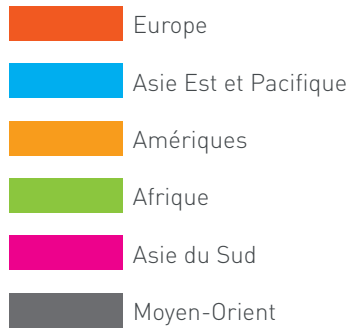
5.1 Le poids économique du tourisme dans le monde

Evolution des recettes 1990 - 2008 (en millions \$ US)

Le tourisme est considéré comme la plus grande industrie mondiale. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), 922 millions de touristes ont été recensés dans le monde pour des recettes d'environ 944 milliards de dollars américains en 2008.

Origine géographique	1990	2000	2008
Europe	142 885	231 306	473 500
Afrique	6 402	10 411	30 200
Asie de l'Est et Pacifique	44 445	80 538	192 500
Asie du Sud	2 029	4 797	15 100
Amériques	69 274	130 801	188 100
Moyen-Orient	5 124	17 457	45 000
Total Monde	270 159	475 310	944 400

Répartition des recettes en 2008 (en %)

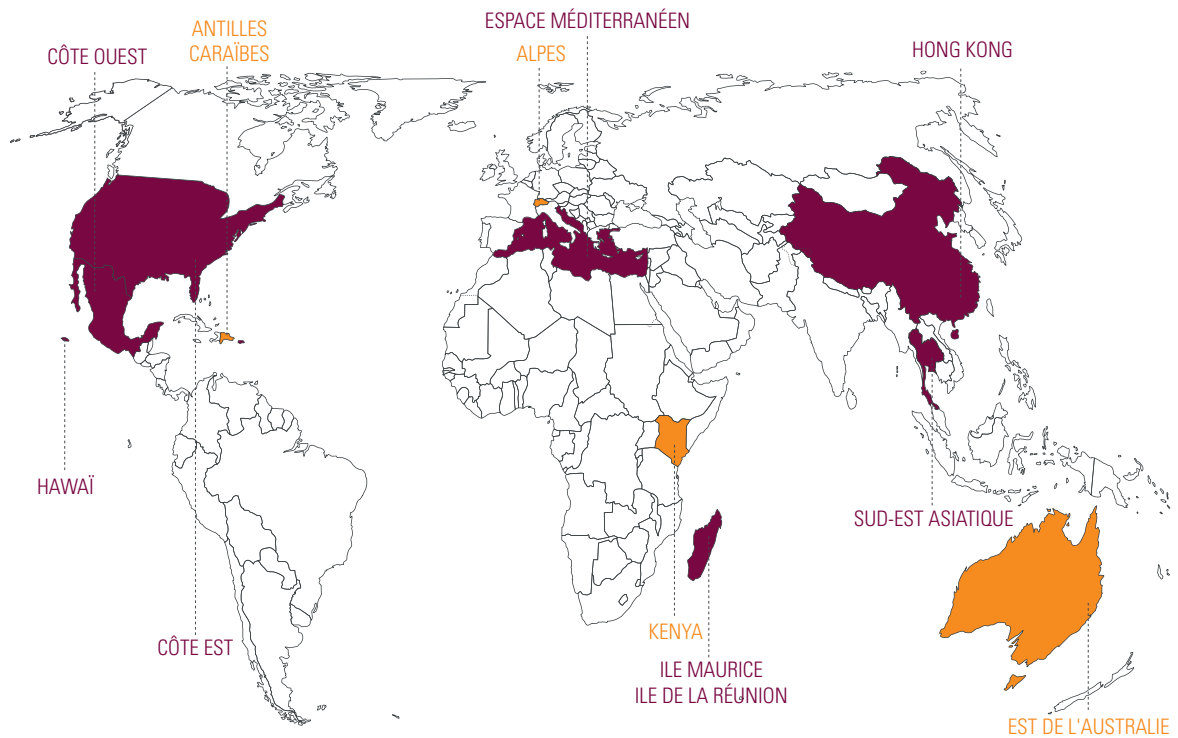


Source : Organisation Mondiale du Tourisme

5.2 Les principales régions touristiques mondiales

Globalement, on peut distinguer 3 grandes catégories de régions touristiques

- les zones de bord de mer (Méditerranée, ...)
- les villes (Paris, Londres, Pékin, ...)
- l'intérieur des pays (Alpes, ...)



5.3 Le tourisme dans le monde

Les principaux pays touristiques en 2008

Pays	Arrivées de touristes (milliers)	Part des arrivées mondiales (%)
France	79 300	8.6
Espagne	57 300	6.2
Etats-Unis	58 000	6.3
Chine	53 000	5.7
Italie	42 700	4.6
Royaume-Uni	30 200	3.3

Source : Organisation Mondiale du Tourisme

CHAPITRE 2 EXERCICES

1. LE TOURISME, DE QUOI S'AGIT-IL ?

1. Quelle différence peut-on faire entre les notions de « loisirs » et de « tourisme » ?

.....

.....

2. LE TOURISME, UNE BRANCHE ÉCONOMIQUE PARTICULIÈRE

1. Vous disposez de deux semaines de vacances. Vous envisagez de passer un séjour dans une région ou un lieu touristique autre que les Alpes.

- Quelle destination, région ou lieu touristique choisissez-vous ?

.....

- Au niveau de l'offre, quels sont les aspects qui vous attirent vers cette destination ?

- Au niveau de la demande (c'est vous), quels sont vos intérêts (activités...) à visiter cette destination ?

Offre	Demande
.....
.....
.....

- Y a-t-il d'autres éléments qui ne figurent pas dans l'offre?

.....

2. La demande touristique. Quels sont les 5 éléments qui la caractérisent ?

1.

2.

3.

4.

5.

3. Vous trouvez ci-dessous une liste de besoins permettant d'expliquer le développement du tourisme de manière générale. En ce qui vous concerne directement, quels sont, parmi ces besoins, ceux qui ont le plus d'importance? Classez-les par ordre de préférence.

..... Fuir la société

..... Découvrir une nouvelle vie

..... Se récréer, faire du sport

..... Rencontrer des amis

..... Découvrir la nature, d'autres régions, voyager

..... Se reposer

..... Apprendre

..... Se distraire

3. Quelles sont les 3 premières régions touristiques mondiales ?

1.

2.

3.

4. Quelles sont les 2 principales catégories d'hébergement en Suisse ?
 Pour chacune de ces catégories indiquez 3 types d'hébergement.

.....
.....
.....
.....

3. LE TOURISME EN VALAIS. UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE TRÈS IMPORTANTE

1. Quelles sont les principales raisons de séjourner en Valais ? Indiquez-les en tenant compte des saisons. Pour chacune des raisons, mentionnez un ou deux lieux touristiques qui permettent de satisfaire cette demande.

Hiver / Raisons	Eté / Raisons
.....
.....
.....
Lieux, régions :	Lieux, régions :
.....
.....
.....

2. A votre avis, que manque-t-il aux stations valaisannes, mis à part Zermatt, pour figurer dans les premières places du palmarès des stations alpines ?

.....

.....

.....

.....

3. Tourisme valaisan. Parmi les constats évoqués, le taux d'occupation des structures d'hébergement, le marketing et les moyens financiers revêtent un caractère important. Que peut-on en dire? Pourquoi?

.....

.....

.....

.....

4. Comme toute branche économique, le tourisme doit prendre en compte son avenir et déterminer, aujourd'hui déjà, les mesures à prendre pour assurer son meilleur développement. En ce qui concerne le Valais, citez-en 2 et commentez-les.

1.....

.....

.....

2.....

.....

.....

5. Le tourisme valaisan est d'abord centré sur la saison hivernale. Cependant, l'été attire également des clients. Quelles activités nouvelles ou complémentaires devrait-on développer pour améliorer le tourisme estival? Où serait-il intéressant de les développer?

.....

.....

.....

6. La part des pistes enneigées artificiellement varie d'un pays à l'autre. Trouvez trois avantages et trois inconvénients liés à ce type d'équipement.

Avantages	Inconvénients
.....
.....
.....

VALAIS PAYS DE CONTRASTES

FASCINANT PAYS DE CONTRASTES, SITUÉ AU CŒUR DES ALPES, OÙ LE CLIMAT Y EST EXCEPTIONNELLEMENT DOUX ET L'ENSOLEILLEMENT NETTEMENT AU-DESSUS DE LA MOYENNE. C'EST DANS CETTE VALLÉE, SILLONNÉE PAR LE RHÔNE, QU'ÉMERGENT DES SOMMETS IMPOSANTS QUI ENVOÛTENT LES ALPINISTES ET COMBLENT LES AMATEURS DE NATURE. MARQUÉ PAR SA DESTINÉE DE «ROYAUME DES VACANCES», SA CHANCE FUT DE NÂÎTRE À LA LIMITE IDÉALE OÙ S'AFFRONTENT, AVEC COMPLICITÉ, LE SOLEIL ET LA GLACE, LE NORD ET LE MIDI.



JOIES ESTIVALES ET PARADIS HIVERNAL

Quelque 8000 km de chemins balisés qui mènent à la découverte de traces historiques laissées par les Walsers ou qui longent les bisses, ces canaux d'irrigation qui domestiquaient les torrents et rivières alpines - qui nourrissent la terre durant des siècles, quand la plaine du Rhône n'était encore que marécages - : c'est ici ! Pour celui qui tente l'aventure et qui veut exercer son courage en faisant du canyoning, du river rafting, du bungee jumping ou des promenades à dos de mulet, c'est ici aussi ! Voler de ses propres ailes Delta, ou mettre les voiles en parapente, c'est ici encore ! Prendre un bol d'air pur, dans un panorama de rêve, sur un parcours de golf à Crans-Montana ; tout près du Mont-Fort, à Verbier ; à deux doigts du plus long glacier d'Europe, à Riederalp ; ou alors, en plaine, dans la vallée du Rhône, à Sierre, la ville du soleil ou à Sion, capitale du Valais, c'est toujours et en encore ici, en Valais.

Raffinement et contrastes : pistes enneigées juste sous le soleil, qui dore des sommets imposants, dont une cinquantaine dépassent les 4000 mètres d'altitude ; de l'autre côté du soleil, des glaciers qui prêtent leur profondeur à des promeneurs avides de découvertes. Été comme hiver, printemps comme automne, c'est la fête des sportifs, des randonneurs, des amateurs de nature et de tradition. De la tradition dans le ski alpin ou de fond, le patinage ou la luge. Mais la possibilité aussi de goûter aux tendances à la mode en pratiquant le snowboard, le telemark ou les randonnées en raquettes de neige. La simplicité des randonnées pédestres hivernales en pleine nature rivalise de charme et de bienfaits curatifs.

WELLNESS, CULTURE ET GASTRONOMIE

Les Romains, déjà, avaient découvert les vertus d'un bain thermal. Elles sont toujours aussi vivifiantes à Loèche-les-Bains, Ovronnaz, Saillon, Val-d'Illiez, Brigerbad et Breiten, stations qui ont élargi leur palette en mettant à la disposition des curistes des centres de wellness, de fitness et de soins de beauté. «Une âme saine dans un corps

sain», qui peut alors meubler l'esprit de mille merveilles artistiques à la Fondation Gianadda à Martigny ou dans les nombreux musées cantonaux et régionaux qui foisonnent de richesses culturelles. De la culture à la musique, il n'y a qu'une note, qui se joue dans un grand classicisme au «Festival & Academy» de Verbier, au «Festival Tibor Varga» à Sion et au «Festival du Futur» au village de la musique à Ernen. Un classicisme qui n'empêche pas différents festivals de jazz et de rock de faire vivre leurs amateurs à des rythmes effrénés. Par ailleurs, les centres culturels des villes offrent aux fervents de théâtre la diversité des genres.

En Valais, la tradition se vit au quotidien. Elle prend toute sa signification dans les arènes où combattent leurs vaches reines, ou au moment de la montée à l'alpage. La tradition religieuse a sa place, bien sûr aussi, et les processions n'attirent pas que des curieux, mais permettent aux âmes pieuses d'exprimer leurs émotions profondes.

Comment parler du Valais sans dire qu'il est placé sous des signes multiples : la beauté du paysage, la culture, la tradition et... la gourmandise. Merveilleux petit péché que les marcheurs entraînés s'autorisent au retour d'une Haute Route, les moins avides de performances sur un parcours fractionné, en refuge par exemple, ou tout simplement après le p'tit coup de blanc, Fendant, Johannisberg ou autre spécialité bien typée. Pourquoi ne pas déguster une fameuse Dôle, un bon Goron ou un vrai Pinot noir, au passage, dans un caveau ou autre petite pinte qui jalonnent le chemin du vignoble. Rien de tel pour ouvrir l'appétit à une assiette valaisanne, qui marie si savamment viande séchée, fromage et pain de seigle, et ne pas résister ensuite à une succulente raclette servie à «la valaisanne».

Sportifs entraînés, promeneurs, flâneurs, badauds, accros de nature, de culture, de tradition, le Valais entend votre cri du cœur et vous le renvoie.

Source : Valais Tourisme

Vocabulaire

Expliquez les expressions (termes) suivantes

- Un pays de contrastes

.....

.....

.....

- Le « Royaume des vacances »

.....

.....

.....

- Le wellness

.....

.....

.....

- « Une âme saine dans un corps sain »

.....

.....

.....

- La culture

.....

.....

.....

- La tradition se vit au quotidien

.....

.....

.....

- Le public-cible

.....

.....

.....

Analyse de texte

1. Quels sont les buts visés par ce texte ?

.....
.....

2. A qui (types de publics, âges, pays, ...) s'adresse-t-il ?

.....

3. Quels sont les 3 principaux messages que ce texte veut transmettre ?

1.....
2.....
3.....

4. Comment doit-on comprendre la dernière phrase du texte :
« ...le Valais entend votre cri du cœur et vous le renvoie » ?

.....
.....

5. Si l'on veut faire passer un message auprès d'un public, il faut tenir compte d'au moins 3 aspects :

- attirer son attention. Il faut lui donner envie de découvrir et de lire le texte.
- convaincre. Utiliser des arguments précis et correspondant bien à ce que recherche le public
- faire en sorte qu'il se souvienne facilement du message que l'on a voulu transmettre. Présenter un résumé des principales informations que le lecteur doit retenir

Est-ce que ces 3 aspects sont présents dans le texte, oui, non, comment ?

- Quels sont les éléments (termes, expressions, ...) qui permettent d'attirer l'attention ?

.....
.....

- Comment essaie-t-on de convaincre le lecteur ?

.....
.....

- Comment procède-t-on pour rappeler au lecteur ce qu'il doit retenir de sa lecture ?

.....
.....

Exercice pratique

Sur la base du texte «Valais, pays de contrastes» en page 31, préparez une publicité touristique. Voilà les étapes de travail :

1. Déterminez un lieu, une région à promouvoir (à votre choix)

.....

2. Déterminez un public-cible (à votre choix)

.....

3. Déterminez les éléments que vous allez utiliser pour convaincre le client de venir dans la région choisie

.....

.....

.....

4. Trouvez un slogan, tel que l'on peut s'imaginer sur une affiche, par exemple

.....

.....

5. Rédigez un texte publicitaire de 10 lignes au maximum

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. LE TOURISME EN SUISSE

1. Pourquoi Zurich, Zermatt et Lugano sont-ils des lieux touristiques appréciés ? Répondez en vous aidant de la partie théorique concernant l'offre et la demande.

.....
.....

2. Sur la carte ci-dessous, placez les principales régions/lieux touristiques suisses. Indiquez quels sont les principaux concurrents du Valais ? Citez-en 3.

1. 2. 3.



3. L'avenir du tourisme suisse est confronté à plusieurs défis très importants. Citez-en deux et expliquez-les brièvement.

1.
.....
.....

2.
.....
.....

5. LE TOURISME MONDIAL

1. Quelles sont les 3 premières régions touristiques mondiales ?

1.

2.

3.

2. Est-ce que, à l'échelle mondiale, le tourisme va poursuivre son développement ? De quelle manière, pour quels genres d'activités et où ?

.....

.....

.....

3. De nombreux pays en voie de développement se sont ouverts au tourisme. Si l'on veut analyser la situation d'un regard critique, quels sont les apports d'une branche telle que le tourisme pour de tels pays ? Quels sont également les problèmes que le tourisme peut causer dans ces régions ?

- Apports :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- Problèmes :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Le développement durable

CHAPITRE 3

OBJECTIFS:

A la fin de ce chapitre, vous serez capables de :

- prendre une décision en tenant compte des valeurs liées au développement durable
- apprécier des situations concrètes et proches de votre quotidien
- agir en conséquence tant dans votre vie privée que dans le cadre de votre profession.

Vous serez sensibilisés aux 16 engagements de l'Agenda 21 cantonal.

1. LE DÉVELOPPEMENT DURABLE (DD), DE QUOI S'AGIT-IL ?

L'expression « développement durable » fait partie de ces termes à la mode dont on ignore souvent le sens précis.

Pour le comprendre, il faut se dire que le monde - ici comme ailleurs, aujourd'hui, comme hier et demain - « fonctionne » comme une grande machine constituée de multiples rouages qui travaillent les uns avec les autres. Si l'un d'eux a des problèmes, c'est toute la machine qui fonctionne mal, les conséquences sont/ou peuvent être très graves.

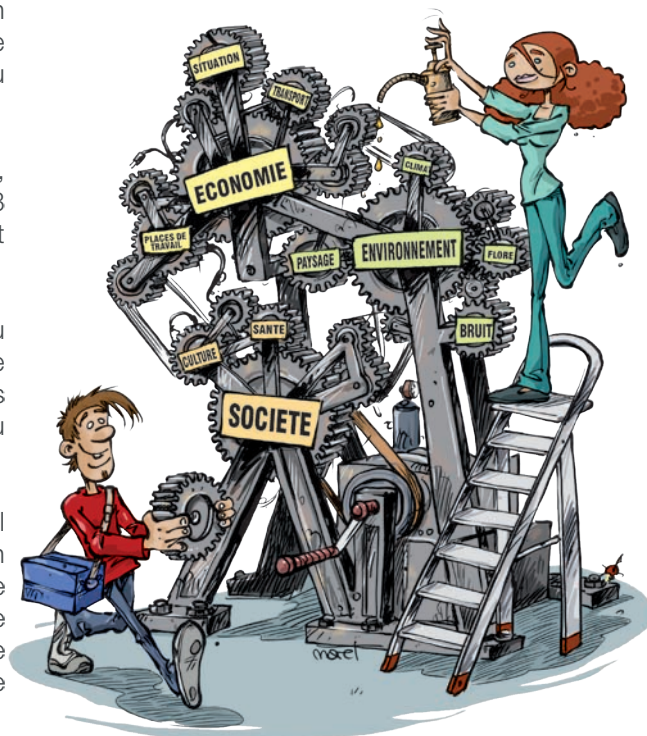
Cette mécanique est complexe. Cependant, on constate que ses rouages se divisent en 3 grandes catégories: l'économie, la société et l'environnement.

Ainsi, si l'on veut analyser un problème ou prendre une décision, il est indispensable de tenir compte simultanément de ces 3 aspects sachant qu'ils s'influencent - positivement ou négativement - les uns les autres.

Un nouvel état d'esprit et des outils de travail appropriés sont nécessaires à la compréhension du monde qui nous entoure. L'un d'eux s'appelle « le développement durable ». Il se présente comme une manière de penser et d'agir de manière globale, tant au niveau individuel que

collectif. Son objectif doit permettre de satisfaire les besoins actuels sans compromettre ceux des générations futures, ceci tant au niveau local, régional, ... qu'international.

Finalement, toute démarche placée sous l'égide du développement durable se doit de déboucher sur des actions concrètes « sur le terrain ».



2. POURQUOI LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

Le développement durable n'est pas «né» un beau jour, il y a quelques années déjà, de l'imagination de quelques personnes.

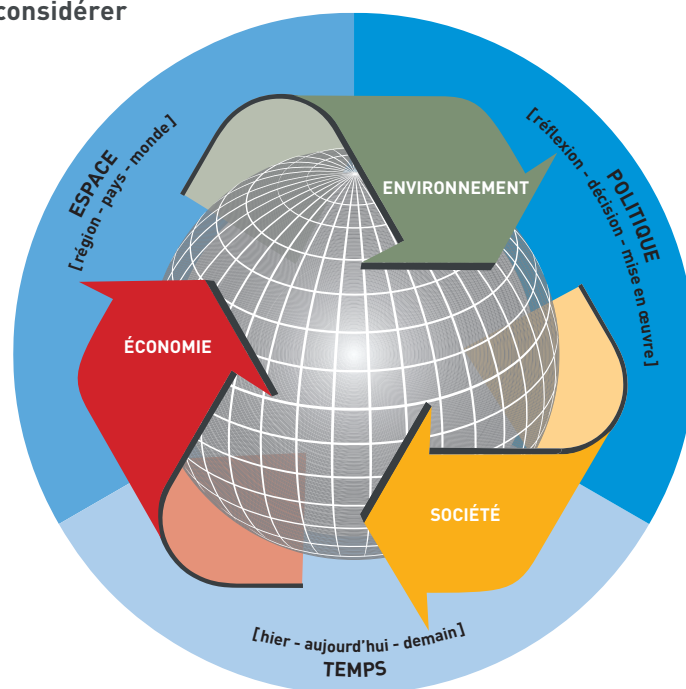
De tous temps, les hommes ont pratiqué le développement durable sans le savoir. Ils se sont préoccupés du lendemain, car il fallait assurer un avenir à leur famille tout en étant confronté à des situations très problématiques au niveau environnemental (pollution, épuisement des ressources, ...) social (qualité de vie, santé, différences entre les classes sociales, ...) et économique (salaire, profession, coûts de la vie, ...).

Tout cela résulte de plusieurs causes liées les unes aux autres.

Pensons à des aspects tels que :

- La population mondiale. Elle a crû de manière très rapide durant le XIX^e siècle. Elle est passée de 700 millions d'habitants (estimation) vers l'an 1700 à 6 milliards en l'an 2000. Elle est de l'ordre de 7 milliards aujourd'hui. Selon les dernières projections, et si elle poursuit son développement actuel, elle devrait atteindre 9 milliards en 2050.
- Les besoins croissants de ressources naturelles et de nourriture.
- La pollution sous toutes ses formes.
- L'exploitation et le partage d'un territoire qui n'est pas extensible.
- L'inégale répartition des richesses entre les régions du monde.

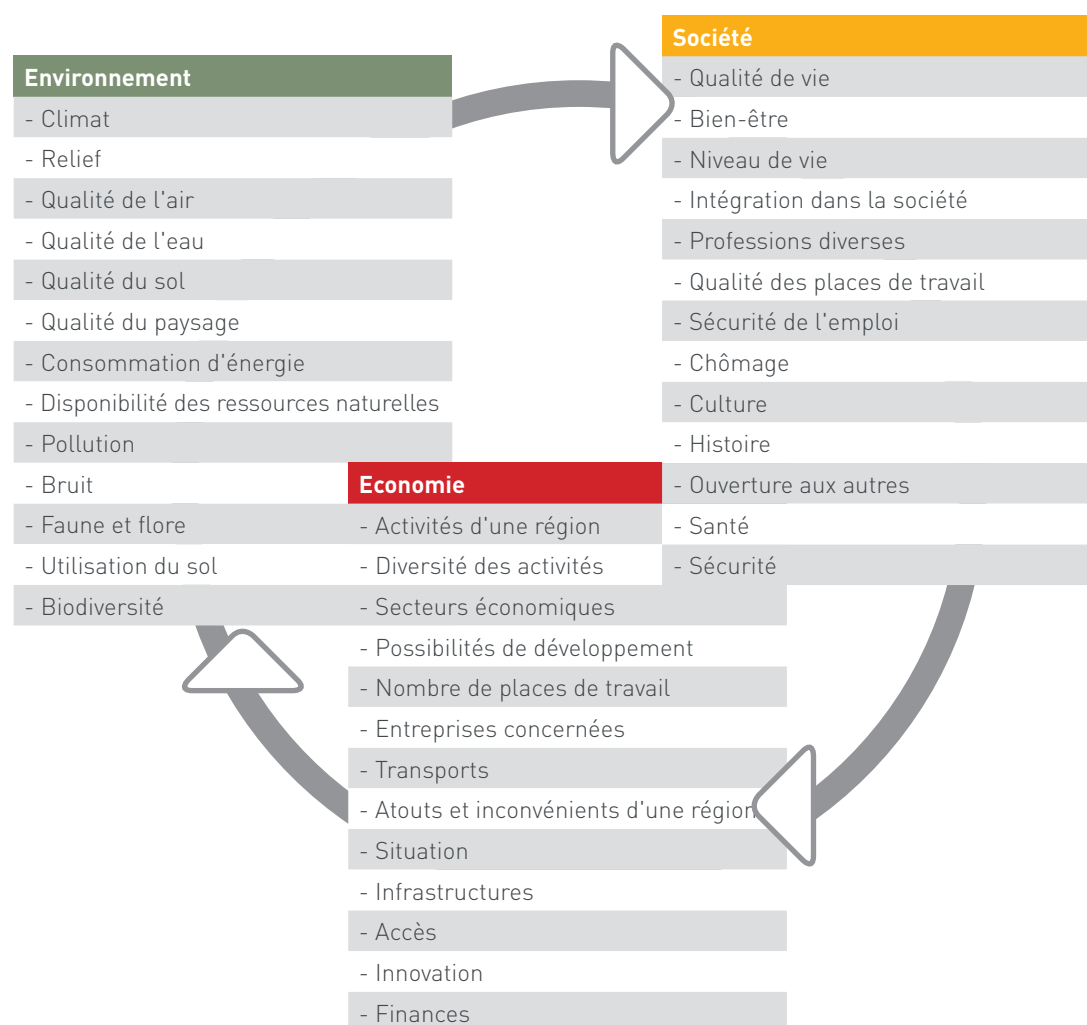
L'analyse d'une problématique : les 6 éléments à considérer



Au vu de ces problématiques, on constate qu'il n'est plus possible de continuer ainsi. Il est indispensable de faire des choix de développement basés sur des valeurs collectives. Dans ce contexte, chacun est concerné et doit agir à son niveau en pensant à demain..

Afin de mettre en œuvre les principes du développement durable, le Valais a mis au point un Agenda 21 cantonal. 16 domaines d'action sont prévus. Il s'agit notamment du tourisme, de l'agriculture, du paysage, de la santé, de l'énergie, des transports, ... et de la sensibilisation des jeunes.

3. LE DÉVELOPPEMENT DURABLE CONCERNE 3 DOMAINES. DES MOTS POUR EN PARLER



Remarque

Les termes indiqués ci-dessus évoquent des éléments à prendre en compte lorsque l'on étudie un problème et que l'on essaie de décrire les différents aspects de l'économie, de la société et de l'environnement. La liste n'est pas exhaustive.

Ils ont été classés de manière très précise. Cependant, dans la réalité, la classification n'est pas si évidente car beaucoup de thèmes (espace construit, infrastructures, politique...) concernent simultanément 2 ou 3 des domaines.

4. PENSER « DÉVELOPPEMENT DURABLE ». MODE D'EMPLOI.

1. De quel thème général s'agit-il ?

Consommation - énergie - déchets - tourisme
- paysage - santé

2. Qu'est-ce qui est demandé exactement ? Quel est le problème posé ?

Je change mon portable et je veux faire un choix responsable.

3. Au vu du sujet, rechercher des informations dans les 3 domaines du DD.

De quelle manière chacun des 3 domaines est-il concerné par le problème posé ?

Economie :

- Pour produire un portable, les ressources suivantes sont nécessaires : verre, céramique (écran), cuivre, plomb, or, arsenic (carte électronique), argent (clavier), fer, aluminium (boîtier), tantale (condensateurs), cobalt, lithium, carbone (batterie), pétrole, eau, etc. (production)
- De l'extraction des matériaux jusqu'à la vente, des postes de travail sont créés.
- Les portables durent de moins en moins longtemps. Les technologies évoluent très rapidement. Plus un appareil contient de petites pièces, plus il est fragile.
- Les nouveaux portables ont de plus en plus de fonctions que je n'utilise jamais, mais il y a aussi de nouvelles fonctions très utiles.
- Un nouveau portable coûte. La plus grande marge des opérateurs se fait sur les sms.

Société :

- Dans les pays de production, les droits sociaux et de sécurité au travail ne sont pas toujours respectés. Par exemple : travail de mineurs, pas de congés, trafic illégal, absence d'assurances en cas d'accident ou de maladie, etc.
- Le portable me permet d'être toujours atteignable, mais quand nous rentrons ensemble dans le train, nous ne causons plus et chacun écoute sa musique ou joue à ses jeux.
- Si je n'ai pas toujours le dernier cri de portable, je suis « out ».

- L'électrosmog (champs électriques et magnétiques) provoque sur l'homme, entre autres, un réchauffement des tissus (oreille chaude).

Environnement :

- Pour que mon portable arrive chez moi, des milliers de kilomètres sont parcourus en camion, bateau et en train. Ces trajets génèrent de la pollution de l'air et des mers et consomment de l'essence.
- Pour vendre les portables, les sociétés de la télécommunication construisent des points de vente spécifiques. Ceci consomme de l'espace et de l'énergie.
- Mon vieux portable, je peux le ramener au point de vente pour le recyclage. Certaines parties ne peuvent cependant pas être recyclées et produisent donc des déchets à éliminer.

4. Analyser la situation en recherchant les relations entre les 3 domaines du DD.

Quelles sont les influences positives et/ou négatives de ces éléments les uns sur les autres ?

- L'élimination des déchets entraîne la pollution de l'air, des sols, des eaux et peut avoir des conséquences nocives sur la santé de la personne qui en a la charge.
- La forte demande de matériaux précieux accentue de plus en plus le trafic illégal et l'exploitation au profit des plus riches.
- Plus les consommations augmentent, plus la production d'appareils augmente et plus le réseau d'antennes est densifié dans l'espace. Plus de personnes dans le monde entier auront accès à la téléphonie et à l'information diffusée par internet. Les conséquences nocives pour les pays de production et l'environnement sont également renforcées.

5. Sélectionner les aspects qui jouent le rôle le plus important, qui ont le plus d'impact.

Réponse personnelle :

- Rythme et mode de consommation (factures salées, manipulation)
- Création de déchets dangereux
- Exploitation de la main-d'œuvre dans les pays de production

6. En fonction du problème posé :

Déterminer quelle est la valeur prioritaire pour chacun des 3 domaines.

Pour chacune d'elles, il s'agit de répondre aux questions suivantes :

- Qui est concerné? (individus, pays, ...)
- Quelles sont les activités concrètes à développer?
- Quelle en est leur durée? (jour, mois, année, court terme, long terme)
- Quel est l'espace concerné? (domicile, entreprise, commune, région, pays, ...)

Argumenter les choix qui ont été retenus et mettre en évidence les conséquences de chacun d'eux.

- Moi :

Changer moins souvent de portable, ramener le vieux portable pour recyclage au point de vente, me renseigner sur les sociétés de télécommunication.

- Les producteurs :

Réduire la consommation d'eau et d'énergie lors de la production, développer des appareils de meilleure qualité et d'une durée de vie plus longue, respecter les droits des travailleurs, assurer des salaires adéquats.

- Les opérateurs :

Proposer des appareils plus simples, mieux informer sur le recyclage.

7. Suite à ces réflexions, comment peut-on mettre en œuvre les mesures prévues? Au niveau individuel, familial, professionnel ou autre...

Moi, ma famille, mes amis :

Changer mes habitudes, vérifier mes doutes, demander des offres plus adéquates.

CHAPITRE 3 EXERCICES

1. Pourquoi peut-on dire que le développement durable n'est pas qu'une théorie? C'est bien plus que cela. Qu'est-ce exactement? Justifiez votre réponse par des exemples concrets que vous avez observés autour de vous.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ma région, un espace de vie

CHAPITRE 4

OBJECTIFS:

A la fin de ce chapitre, vous serez capable de :

- délimiter l'espace de la région dans laquelle vous vivez
- citer les principales activités économiques de votre région
- jeter un regard critique sur votre région et mettre en évidence ses atouts et ses faiblesses
- nommer et de situer les régions économiques du Valais

1. « LA RÉGION », UN TERME AVEC PLUSIEURS SIGNIFICATIONS

De manière générale, le terme « région » signifie un espace d'une certaine étendue possédant des caractères particuliers tels que la topographie, la langue, la population, l'économie ou la politique.

Cet espace aux limites relativement précises peut avoir une reconnaissance officielle (région socio-économique, linguistique,...) ou non.

2. UN ESPACE DE VIE

Si l'on considère la région comme un espace de vie, on ne peut pas la délimiter de manière très précise. Comme les activités de chacun (familiales, professionnelles, ...) sont très diverses, elles nous amènent à utiliser (se déplacer, travailler, se distraire, ...) cet espace de manière très différente.

On constate que la région considérée comme un espace de vie s'étend et se développe très fréquemment autour d'un centre qui est une ville d'une importance plus grande que les autres localités au sein de cette région. Il s'agit, par exemple de Monthey pour le Chablais, de Martigny pour le coude du Rhône, de Sion et Sierre pour le Valais central, de Viège et Brigue pour le Haut-Valais.

3. UN ESPACE BASÉ SUR LES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES

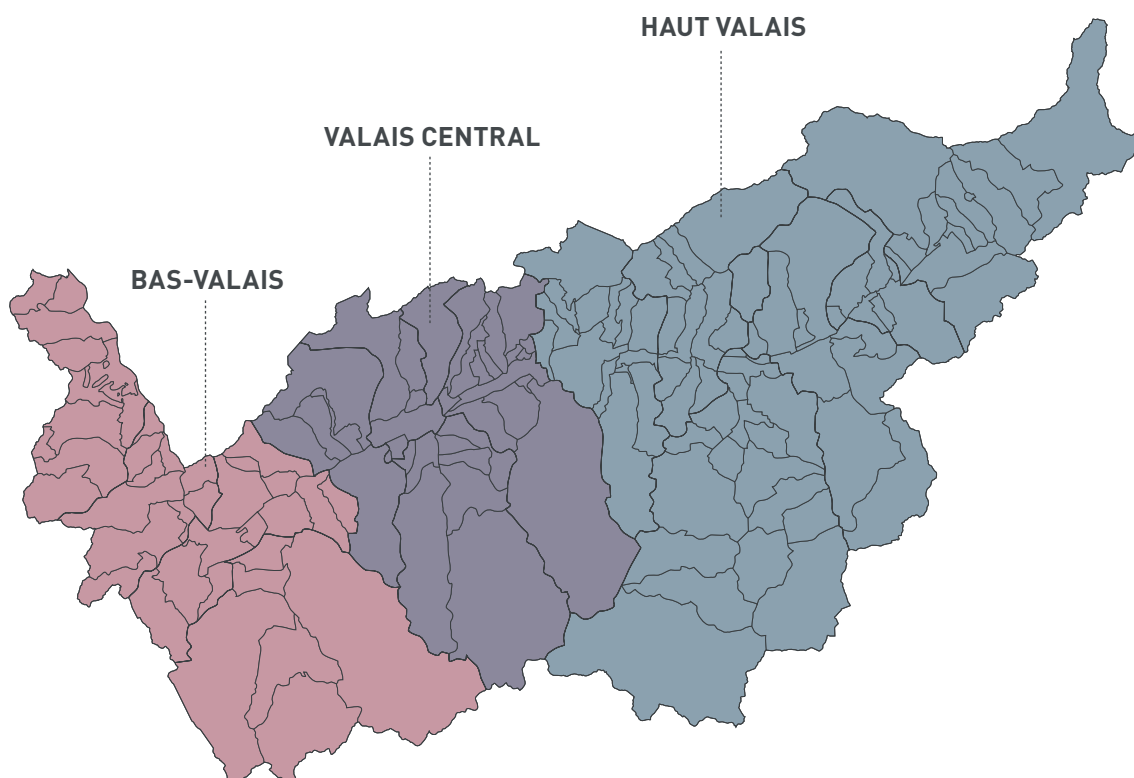
Au niveau économique, le Valais est divisé en 3 régions socio-économiques regroupant plusieurs districts.

L'objectif de ce découpage est de mettre en œuvre la politique économique décidée par le canton. Il s'agit d'appliquer les mesures suivantes :

Il s'agit des entités suivantes :

- **Le Haut-Valais**
(Conches, Brigue, Viège, Rarogne et Loèche)
- **Le Valais central**
(Sierre, Hérens, Sion et Conthey)
- **Le Bas-Valais**
(Martigny, Entremont, Saint-Maurice et Monthey)

- renforcer la compétitivité du Valais (emplois très qualifiés)
- maintenir les emplois
- encourager l'innovation (nouvelles techniques, nouveaux produits)
- dynamiser le développement des villages et d'éviter leur déclin
- encourager la création d'entreprises
- assurer la répartition des activités entre la plaine et la montagne



La région, un espace de vie

1. Sur la base de 10 activités (domaines privé et professionnel) que vous pratiquez régulièrement (chaque jour, chaque semaine, voire chaque mois), indiquez les lieux (villages, villes, ...) concernés et placez-les sur une carte. Entourez l'ensemble de ces localités pour délimiter votre région « vécue ».

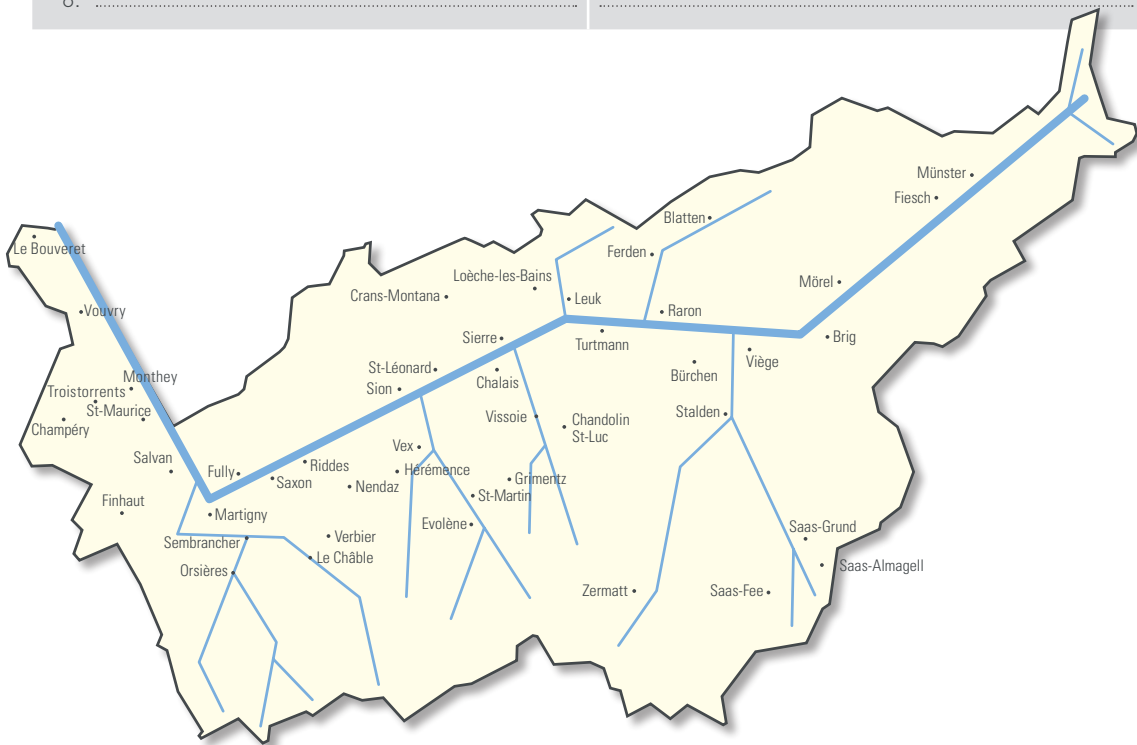
Activités	Lieux concernés
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.



2. Votre entreprise d'apprentissage entretient des relations de travail avec de nombreuses autres entreprises. Les collaborations concernent, par exemple, la livraison de matériel (pièces détachées, produits, composants, ...), le transport, la publicité, la vente d'un produit. Dressez la liste de toutes les entreprises partenaires de la vôtre. Pour chacune d'elles, indiquez ses prestations (produits, services, ...). Localisez-les sur la carte du Valais et entourez l'espace dans lequel se trouvent ces entreprises. Vous avez ainsi défini la région « économique » spécifique à votre entreprise. A l'extérieur du canton, nommez les localités.

Comparez à l'aide des cartes les informations figurants dans les exercices 1 et 2.

Entreprises partenaires	Prestations, domaines de collaboration
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.



3. Dressez la liste des principales activités économiques de votre région. Pour chacune d'elles indiquez le nom de quelques entreprises.

Activités économiques régionales	Principales entreprises
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.

4. Etablissez un état de la situation de votre région économique en utilisant la démarche du développement durable. Pour chacun des 3 domaines concernés (économie, société, environnement), indiquez quelles sont les forces et les faiblesses de votre région.

Aspects	Forces	Faiblesses
Economie
Société
Environnement

5. Parmi les points faibles que vous avez mentionnés, choisissez les 3 que vous estimez être les plus importants, proposez pour chacun d'eux des mesures concrètes d'amélioration et justifiez-les.

Faiblesses	Mesures d'amélioration
1.
2.
3.

6. Citez les régions socio-économiques du Valais.

.....
.....
.....

7. Les objectifs des régions socio-économiques concernent directement votre région. De quelle manière? Justifiez vos réponses par des exemples précis.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Les chapitres ci-dessous sont publiés dans le cadre des activités Ecole-Economie placées sous l'égide du Département de l'éducation, de la culture et du sport et du Département de l'économie, de l'énergie et du territoire.

L'ÉCONOMIE VALAISANNE

Rédaction :

Stéphane Dayer, Délégué Ecole-Economie, Etat du Valais

En collaboration avec :

La Fondation pour le développement durable des régions de montagne

Pour en savoir plus...

- www.fddm.ch (Agenda 21 cantonal, exemples d'action, ...)
- www.un.org (Agenda 21, Nations Unies 2005)
- www.globaleducation.ch (Fondation Education et Développement, Exemples d'actions, ...)
- www.un.org (Agenda 21, Nations Unies 2005)
- www.globaleducation.ch
- www.youthxchange.net (130 pages d'actions concrètes présentées par le PNUJ, l'UNESCO et les jeunes du monde entier : faits et chiffres, séquences pédagogiques, jeux et tests...)

Photographies, sources

- Page 2 : Chimie : Suppression de Silicium sur une plaque, grâce à un bain chimique. Mimotec, Sion
- Page 3 : Couverture « Guide culturel du Valais »
- Page 3 : Sculpture d'Alexander Calder « Stabile-Mobile », Fondation Pierre Gianadda à Martigny, 1965, métal peint et axes en acier, 375 x 325 x 225. Crédit photographique : © Arnaud Carpentier
- Page 4 : Vignoble, sortie est de Sion, Jean-Marc Biner
- Page 4 : Cave à fromages, Chambre valaisanne d'agriculture
- Page 5 : Barrages d'Emosson et du Vieil Emosson, Projet Nant de Drance, Service de l'énergie et des forces hydrauliques
- Page 5 : Installations d'énergie solaire thermique et photovoltaïque, Rhyner énergie Sàrl, Monthey
- Page 6 : Démonstration d'apprentissage automatique, IDEAP, Martigny

LE TOURISME

Rédaction :

Stéphane Dayer, Délégué Ecole-Economie, Etat du Valais

En collaboration avec :

Le Service du développement économique, Etat du Valais

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Rédaction :

Stéphane Dayer, Délégué Ecole-Economie, Etat du Valais

En collaboration avec :

- Chambre valaisanne d'agriculture (rédaction du texte « Agriculture »)
- Cimark
- Délégué aux questions économiques, Etat du Valais
- Fondation pour le développement durable des régions de montagne
- Office de la statistique, Etat du Valais
- Service du développement économique, Etat du Valais
- Service de l'énergie et des forces hydrauliques, Etat du Valais (rédaction du texte « Energie »)
- Service de l'agriculture, Etat du Valais
- Haute école spécialisée de Suisse occidentale (Haute école valaisanne)
- Valais Tourisme

Pour en savoir plus...

- www.business-valais.ch (économie valaisanne, industries)
- www.vs.ch (statistiques)
- www.cvci-valais.ch (document outlook.eco. Faits et chiffres. La structure économique valaisanne en 2009)
- www.fmv.ch (énergie)
- www.agrivalais.ch (agriculture)
- www.valais.ch (tourisme)
- www.fddm.ch (développement durable)
- www.theark.ch (nouvelles technologies)
- www.ecole-economie.ch (informations générales économie et développement durable, approche pédagogique, supports de cours)
- **Projet de territoire valaisan.** Département de l'économie, de l'énergie et du territoire. 2008

MA RÉGION, UN ESPACE DE VIE

Rédaction :

Stéphane Dayer, Délégué Ecole-Economie, Etat du Valais

En collaboration avec :

Valais Tourisme, le Service de développement économique, Etat du Valais

Pour en savoir plus...

- www.vs.ch (Etat du Valais, chiffres sur le tourisme valaisan, autres liens, divers)
- www.bfs.admin.ch (Confédération, chiffres sur le tourisme suisse, autres liens)

Traduction : Trad & SERVICES SA, Conthey
Photographie de couverture : Valais Tourisme