



> La Tzoumaz – Riddes, étude de potentiel pour le développement de l'hébergement

Riddes, mardi 18 février 2025

Anne Sophie Fioretto / Karen Mardiné

INTRODUCTION

EQUIPE DE PROJET

Mandat	La Tzoumaz – Riddes, étude de potentiel pour le développement de l'hébergement
Mandant(s)	Commune de Riddes, par sa présidente, Mme Christel Duc Téléverbier, par son directeur M. Laurent Vaucher
Mandataire	HES-SO Valais-Wallis, Institut Tourisme
Equipe de projet	Anne Sophie Fioretto, cheffe de projet
	Sarah Balet, adjointe scientifique
	Karen Mardiné, collaboratrice
Type de document	V1 - Présentation des résultats (phase 1) de l'analyse au groupe de suivi V2 – Présentation des résultats (phase 1) actualisés / complétés suite à la séance du 18.02

> PLAN DE PRÉSENTATION

Introduction

- Rappel des objectifs et étapes de travail du mandat
- Rappel des éléments clés du masterplan touristique, horizon 2040

Etape 1 : diagnostic détaillé de l'hébergement

- État des lieux
- Projets en cours : ajouter les infos sur les projets. Cf. CD
- Synthèse (principaux constats et enjeux)

Etape 2 : analyse des tendances liées au tourisme et à l'hébergement

- Mise en contexte : tourisme durable, slow tourisme et évolution de la demande touristique
- Focus sur les tendances clés
 - *Tendance 1 : hybridation des concepts d'hébergement*
 - *Tendance 2 : diversification des formes d'hébergement*
 - *Tendance 3 : vanlife & caravanning*
 - *Tendance 4 : la numérisation au service de l'hébergement*

Etape 3 : recommandations

- Attractivité & événementiel
- Evolution et développement des modèles d'affaires de l'hébergement à La Tzoumaz

Suites du projet

- Objectifs du travail du bureau Kalbermatten & Zumstein
- Calendrier de travail

> **OBJECTIFS**

Dans le cadre de l'élaboration du **Master Plan touristique de la commune de Riddes**, les éléments clés suivants sont ressortis:

- Mobilité
- Hébergement
- Image de la destination
- Offre touristique

Le constat lié à l'hébergement est apparu comme problématique, au vue des points suivants:

- Déséquilibre offre-demande en fonction des publics cibles
- Un déséquilibre lits chauds / lits froids
- Parc d'hébergement inadapté aux publics cibles et aux tendances actuelles et futures

La Commune de Riddes a donc mandaté la HES-SO afin d'étudier et analyser de manière plus spécifique la situation en termes d'hébergement avec un focus sur la station de La Tzoumaz.

Objectif :

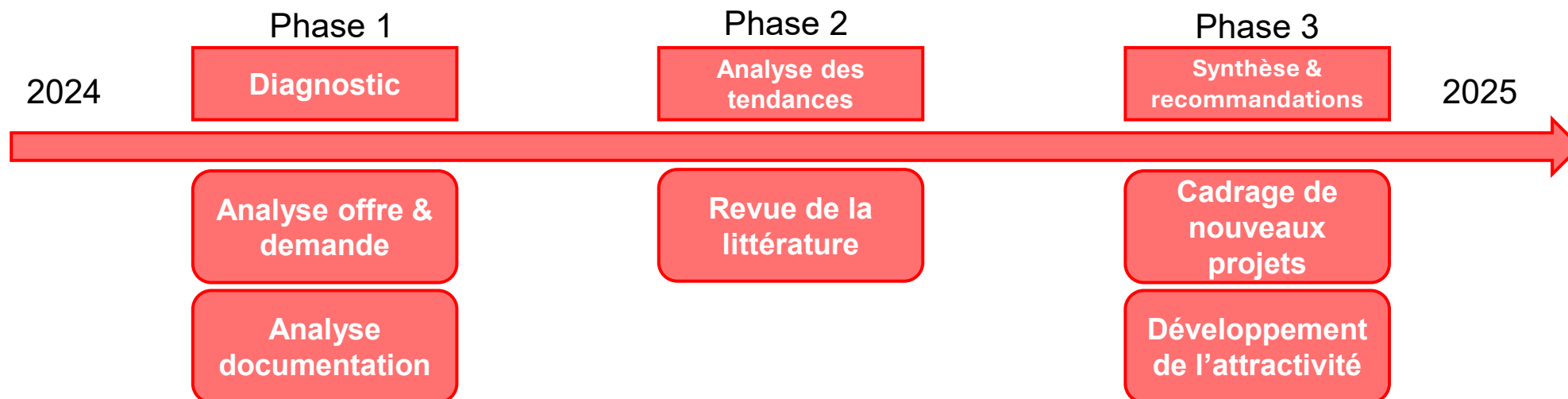
- > **Déterminer le potentiel d'hébergement à La Tzoumaz en identifiant les hypothèses de développement et d'attractivité de La Tzoumaz**



METHODOLOGIE

Analyse de marché comprenant:

- **Phase 1 : Etat des lieux de l'hébergement à La Tzoumaz**
 - Analyse de l'offre (quantité, type d'hébergement, localisation, services offerts)
 - Analyse de la demande (taux d'occupation, publics cibles)
- **Phase 2 : Analyse des tendances actuelles et futures**
- **Phase 3 : Synthèse et recommandations**
 - Pour le cadrage de nouveaux projets en lien avec l'hébergement → règlement, rapport OAT, etc.
 - Pour le développement de l'attractivité de l'offre touristique



> **DIAGNOSTIC: BASE DOCUMENTAIRE**

Le diagnostic repose principalement sur l'analyse des documents suivants:

- Etudes précédentes mandatées par la commune de Riddes: expérience Savoleyres, enquête de satisfaction auprès des résidents (2020), enquête de satisfaction auprès des propriétaires R2 (2022), travail de Bachelor sur la stratégie de développement touristique (2022), travail de Bachelor sur le tourisme durable à la Tzoumaz (2023), sondage auprès des visiteurs (2024)
- Documents remis par l'OT: évolution des nuitées, statistiques des nuitées par pays, origine des visiteurs été-hiver
- Chiffres récoltés auprès du T-Resort: origine des visiteurs, taux d'occupation moyen, tarif moyen pour 2021 et 2022
- Revue de la littérature grise et scientifique

L'analyse documentaire a été complétée par:

- Consultation des sites internet de la Commune de Riddes & Office du Tourisme de La Tzoumaz
- Consultation des sites internet Boutique Hôtel Papill'on, T-Resort, Auberge de La Tzoumaz
- Sites internet: Wikipédia / OFST / Observatoire Valaisan du Tourisme



> LA TZOUMAZ: ÉLÉMENTS DE CONTEXTE et RESULTATS DU MASTER PLAN TOURISTIQUE, horizon 2040

> PRÉSENTATION DE LA TZOUMAZ

La destination

Située à 1500 mètres d'altitude, **la station «familiale»** de La Tzoumaz est située au cœur des 4 Vallées, le plus grand domaine skiable de Suisse. Elle est située sur le versant nord de Verbier et fait partie de la Commune de Riddes.

La station de la Tzoumaz dispose **d'une multitude d'activités estivales** avec ses nombreux itinéraires de randonnée pédestres et vtt. En hiver, La Tzoumaz permet d'accéder au domaine skiable des 4Vallées par des installations de toute dernière génération, totalisant 92 remontées mécaniques sur 412 km de pistes de ski (ski alpin, ski de randonnée, randonnées hivernales (raquettes à neige), snowboard).



Photo: OT La Tzoumaz

> **LA TZOUMAZ : OFFRE & POSITIONNEMENT**

FOCUS SUR L'ÉTÉ :

Offre:

- Randonnée pédestre
- Espace nature (maison de la forêt, sentier des sens et défis de la rivière)
- VTT / E-bike

Positionnement:

Le positionnement de La Tzoumaz en été est orienté 4 Vallées via les remontées mécaniques. La moitié des itinéraires de randonnées empruntent la télécabine et ses différents itinéraires VTT/e-bike sont fortement liés avec Verbier.

Potentiel:

Développement d'une offre famille diversifiée : nature, fun, etc.

Dépendance:

L'offre proposée est actuellement tournée vers la nature (itinéraires pour les diverses pratiques sportives), mais il n'existe pas de valeur ajoutée, sauf lors de l'utilisation de la télécabine, ce qui renforce la dépendance de l'offre touristique par rapport aux remontées mécaniques.



> **LA TZOUMAZ : OFFRE & POSITIONNEMENT**

FOCUS SUR L'HIVER :

Offre:

- Ski / snowboard
- Piste de luge
- Randonnée pédestre & raquettes
- Sorties gastronomiques

Positionnement:

Le positionnement de La Tzoumaz en hiver est clairement orienté 4 Vallées via son domaine skiable et les remontées mécaniques.

Potentiel:

Développement d'itinéraires de randonnées pédestres hivernales, d'itinéraires de ski de randonnée au départ de La Tzoumaz et développement d'offres et prestations liées à la luge (une des plus longues pistes de luge de Suisse romande). Itinéraire de trail blanc (lié à la course du Trail Blanc)

Dépendance:

L'offre hivernale étant principalement tourné vers le ski et le domaine skiable des 4 Vallées, La Tzoumaz dépend des lignes touristiques éditées par les remontées mécaniques.



> LA TZOUMAZ EN CHIFFRES

Altitude: 1'526 m (source topographic-map.com)

Superficie: 23,88 km2 (Commune de Riddes) (source Wikipédia)



Résidences principales (R1)

Nombre d'habitants: 3800 (source riddes.ch 2024)

Nombre de résidences : 1646 (source OFST 2023)

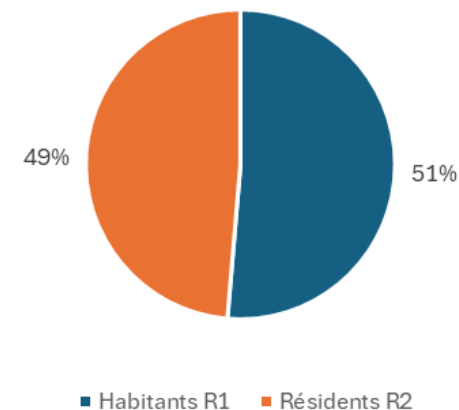


Résidences secondaires (R2)

Nombre de résidents : 3600 (estimation base occ. moy. R1: 2,3 pax)

Nombre de résidences : 1580 (source OFST 2023)

Répartition des résidents au sein
de la Commune de Riddes



> LA TZOUMAZ UNE PORTE D'ENTRÉE AUX 4 VALLÉES

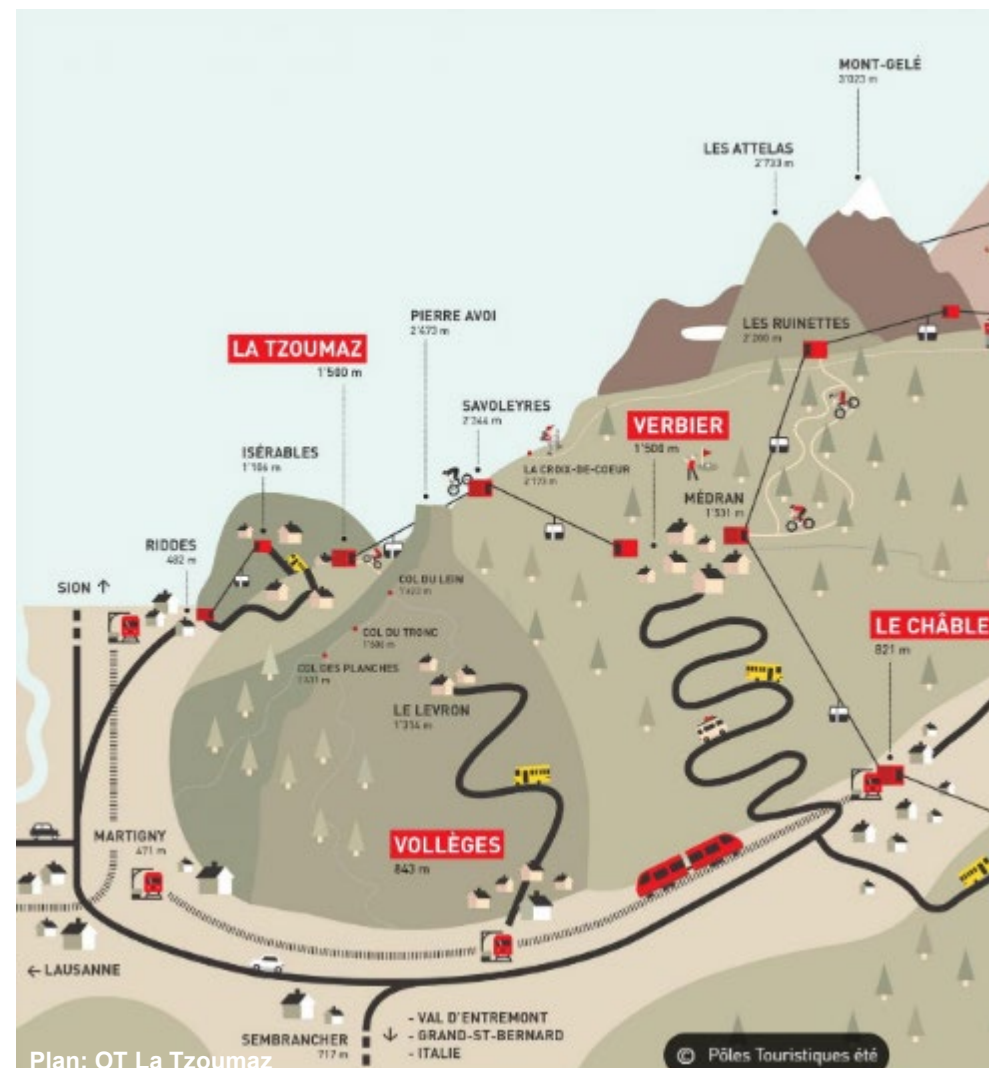
Accessibilité et mobilité

La route cantonale relie Riddes à La Tzoumaz depuis la sortie d'autoroute A9.

Temps de trajet: 16 minutes pour 13,8 km.

40 minutes de temps de trajet avec les transports publics: depuis la gare CFF de Riddes, trajet à pied pour rejoindre la station de départ du téléphérique Riddes – Isérables. Suite du trajet en bus depuis Isérables jusqu'à La Tzoumaz.

Ce temps de parcours est toutefois très variable en fonction de l'horaire et du jour d'utilisation (plusieurs liaisons directes entre la gare de Riddes qui raccourcissent le temps de trajet, qui peut aussi être rallongé en fonction de l'heure d'arrivée, peu de correspondance)



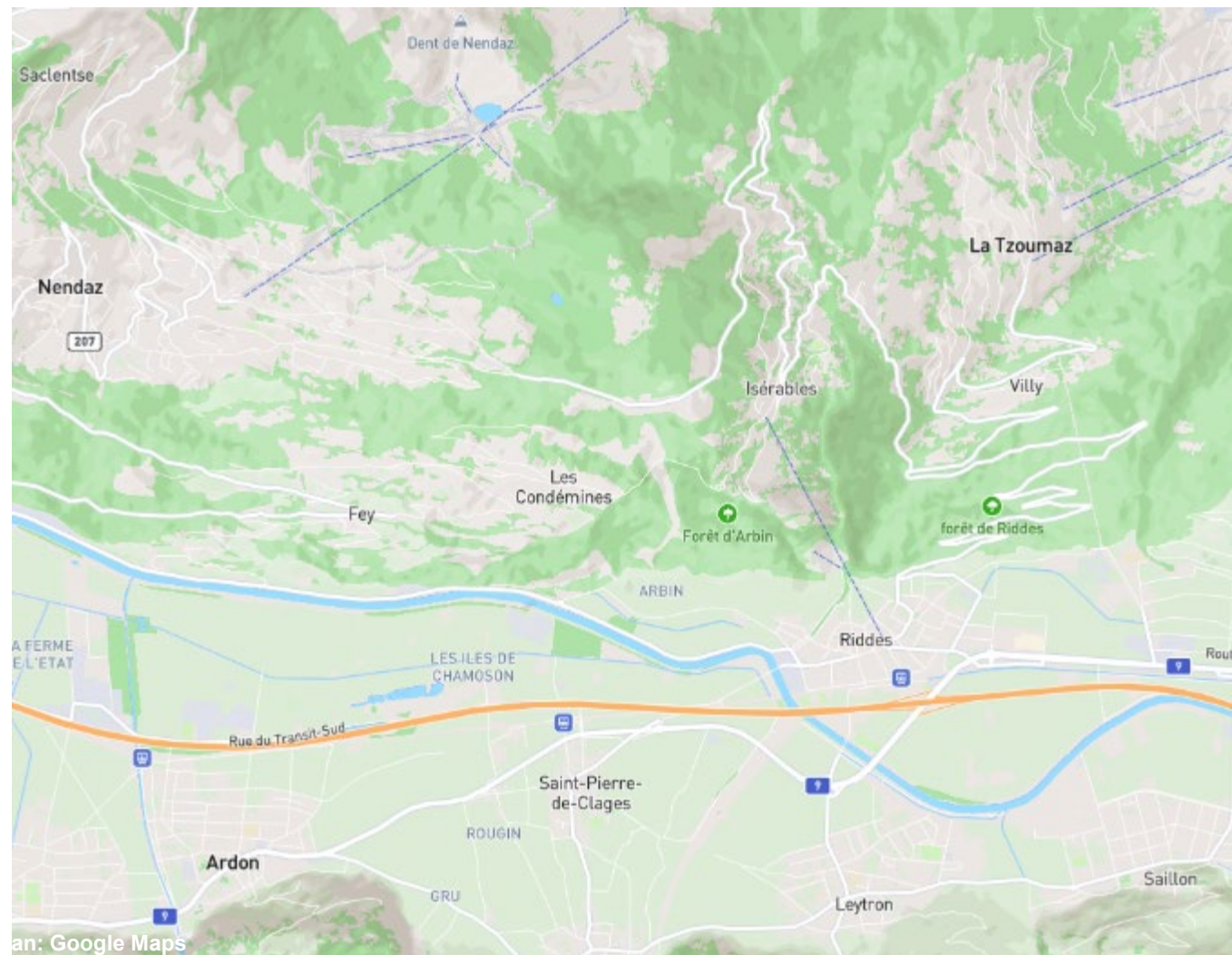
> LA TZOUMAZ: SITUATION GÉOGRAPHIQUE

La Tzoumaz une porte d'entrée aux 4 Vallées, mais pas que...

58% des répondants à l'enquête de l'hiver 23/24, indiquent se déplacer depuis La Tzoumaz, jusqu'en plaine pour pratiquer des activités. 29% des personnes interrogées indiquent aussi se rendre à Isérables.

Les communes voisines de plaine, telles que Saillon (centre de thermalisme), Chamoson – Leytron (communes oenotouristiques) mettent en avant une activité touristique annuelle.

Les communes voisines de montagne telle que Isérables (tourisme ethno-culturel/slow tourisme) complètent un volet culturel à l'éventail touristique de La Tzoumaz. De même que Nendaz avec ses activités familiales et sportives.



> ANALYSE SWOT (consolidée)

Forces

- Positionnement clair en hiver en lien avec les 4 Vallées
- Accès au domaine des 4 Vallées
- Implication et dynamisme des acteurs locaux (SD)
- Convivialité / ambiance de la station
- Attrait naturel, paysage et calme de la destination (ressources naturelles)
- Offre diversifiée : piste de luge, Espace Nature, animations «en saison»
- Positionnement géographique central

Opportunités

- **Projet de liaison plaine-montagne**
- Révision du plan PAZ avec nouvelles zones touristiques
- Repositionner La Tzoumaz - Riddes en complémentarité avec les stations voisines
- Mise en valeur des ressources (cadre naturel, authenticité, tranquillité)
- Demande croissante pour le tourisme durable et de nature

Faiblesses

- Manque/absence de positionnement en été et durant l'entre saison
- Saisonnalité trop marquée
- **Manque de capacité hôtelière** – nombre importants de lits froids (R2)
- Collaboration limitée (projets) avec les communes/stations voisines
- Problématiques liées à la mobilité (station rue, éloignement des points d'intérêt, accès en transports publics)
- Manque d'infrastructures pour les loisirs en intérieur (dépendance météorologique)

Menaces

- Manque de coopération/intérêt des Riddans
- Manque de collaboration entre les parties prenantes et les stations des 4 vallées (plusieurs vitesses de développement)
- **Décalage entre le positionnement/attentes visiteurs et l'offre**
- Isolement de la station au niveau de la gouvernance et de la mobilité
- Manque d'investisseurs / investissements
- Conditions météorologiques plus extrêmes/diminution du manteau neigeux

> PRINCIPAUX ENJEUX ET LIGNES DIRECTRICES

En conclusion, le diagnostic de La Tzoumaz souligne des défis significatifs en matière de **mobilité, d'hébergement, et d'animation du territoire à l'année.**

Pour revitaliser le tourisme tout au long de l'année, la stratégie touristique doit intégrer **les 4 grandes lignes directrices suivantes:**

1. **Mobilité** : Une amélioration de l'accessibilité depuis la plaine et des solutions de mobilité durable sont essentielles pour faciliter l'accès à la station et la circulation au cœur du territoire (entre les lieux stratégiques) et de la station ;
2. **Hébergement** : Un développement ciblé du parc hôtelier est nécessaire pour ré-équilibrer l'offre d'hébergement et adapter l'offre et la demande à l'année ;
3. **Animer le territoire à l'année**: reconnecter la plaine et la montagne afin de renforcer la vie de village et d'améliorer l'expérience des visiteurs (optimisation des événements, amélioration de la communication digitale, diversification des activités de loisirs)
4. **Définir le positionnement du territoire Riddes- La Tzoumaz**: définir un positionnement clair et uniforme qui intègre les 4 saisons.

=> **Enjeu principal** : reconnecter la plaine et la montagne à travers la liaison par câble, afin de renforcer le poids du tourisme local et ***changer l'imaginaire de station vers un territoire vivant à l'année.***

> VISITEURS DE LA TZOUMAZ (1/2)

Suite à différents croisements effectués avec les données des profils des répondants et de la base de séjour, les persona suivants ont pu être créés:



Lauraine, excursionniste

Age: 28 ans
Région: Conthey, VS
Accompagné de son mari et de sa
fille de 3 ans

Lauraine connaît bien La Tzoumaz. Elle est de la région et vient souvent faire des excursions d'une journée avec sa petite fille. Elle apprécie particulièrement la nature environnante et en été, elle vient en voiture pour profiter des activités offertes par l'Espace Nature.



Arnaud, R2

Age: 50 ans
Région: Montreux, VD
Accompagné de sa
femme et de ses
enfants de 15 et 17 ans.

Arnaud a une résidence secondaire à La Tzoumaz. Il vient les weekends et durant les vacances d'hiver avec sa femme et ses deux fils adolescents. Ils viennent avant tout pour pratiquer une activité sportive à la montagne et retrouver leurs autres amis R2. Ils skient tous les jours pour le plaisir et pratiquent aussi d'autres activités hors de La Tzoumaz, profitant des offres du VIP Pass.

> VISITEURS DE LA TZOUMAZ (2/2)

Suite à différents croisements effectués avec les données des profils des répondants et de la base de séjour, les persona suivants ont pu être créés:



Pierre, R2

Age: 60 ans
Région: Montreux, VD
Accompagné de sa femme

Pierre a une résidence secondaire à La Tzoumaz. Il vient toute l'année, parfois juste en weekend ou, lors de ses vacances, pendant une plus longue période pour recharger les batteries. Il vient avant tout pour changer d'air et retrouver ses amis. Il apprécie l'aspect convivial de La Tzoumaz. **«C'est comme un petit village, on se connaît tous».**



Anne, en séjour

Age: 39 ans
Région: canton de Berne
Accompagné de son mari et de ses deux fils de 11 et 15 ans.

Anne vient pour la troisième fois à la Tzoumaz pour ses vacances d'hiver. Elle apprécie l'ambiance familiale de la station et y reste une petite semaine avec sa famille pour aller skier. Elle vient surtout pour la qualité du domaine skiable et la proximité avec les 4 Vallées. N'ayant pas de voiture, elle se déplace en transports publics. Elle espère que la liaison depuis la plaine sera facilitée dans le futur qu'elle pourra plus facilement rayonner autour de la station durant son séjour.



PROJET DE VISION DE DEVELOPPEMENT (14.02.2025, à consolider dans le cadre du mandat 2025)

« Penser et développer La Tzoumaz-Riddes comme un «terrain de jeu» à l'année alliant les atouts culturels de la plaine et la diversité d'offres d'altitude (naturelle, paysagère, de loisirs) : un territoire de montagne ou qualité de vie et animation touristique se développent de manière interconnectée, harmonieuse et durable».*

**montagne vivante à l'année dans le respect de la nature.*

- Valeurs: famille, nature, tranquillité (calme et changement d'air), convivialité
- Connexion à ce qui existe déjà via une mobilité partagée, mobilité territoriale
- Echelle d'action : commune (espace fonctionnel) et **non plus seulement la station.**

Enjeu : harmonie du territoire (dynamique de territoire + identité forte) et équilibre entre tourisme – nature – résidents (R1 et R2).



> ÉTAPE 1: DIAGNOSTIC DÉTAILLÉ DE L'HÉBERGEMENT

> INVENTAIRE DE L'HEBERGEMENT

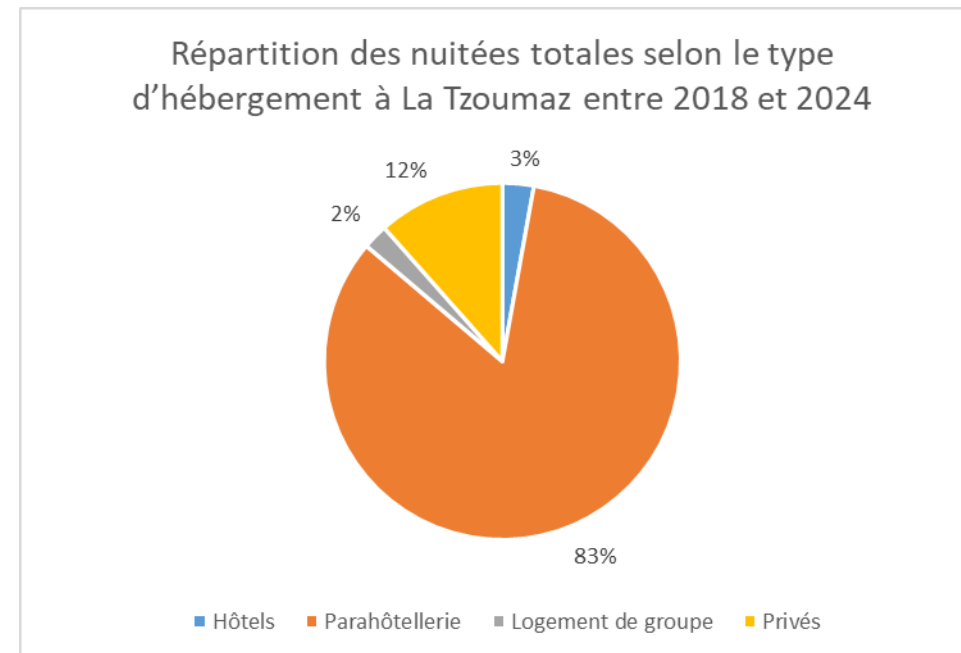
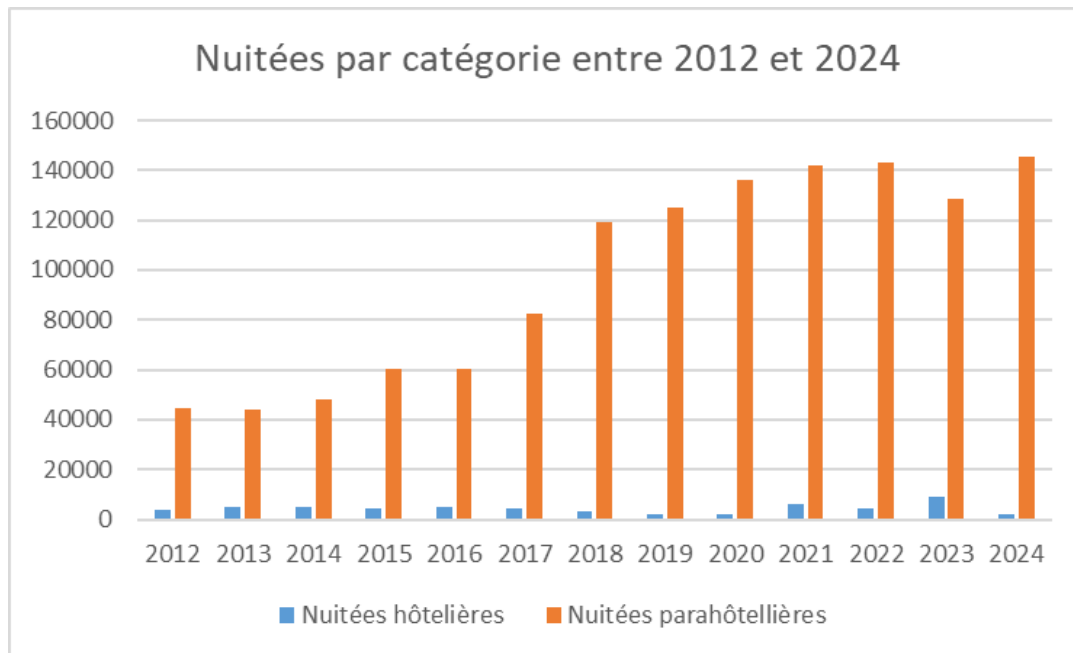
Segment hôtelier	Type d'hébergement	Nombre de logement par type d'hébergement	Nombre de chambre ou appartement	Nombre de lits
Hôtellerie (nbre total de lits: 25)	Boutique Hôtel Papill'On*	1 hôtel	9 chambres et suites	19 lits
	Auberge La Tzoumaz	1 auberge	2 chambres	6 lits
Parahôtellerie (nbre total de lits: 770)	Bed & Breakfast / chambres d'hôtes	3 B&B (Vatzerou / La Luge / Butterfly)	De 1 à 6 chambres	28 lits
	Logements de groupe	3 logements	T-Resort* 85 appartements Chalet La Tzoum'Hostel Colonie des Elfes (Beau-Site)	492 lits 22 lits 47 lits
	Appartements et chalets de privés en location	18 logements	De 2 à 6 chambres	181 lits
	Résidence T-Resort*	1 résidence	85 appartements de 4 à 10 personnes	492 lits
Total de lits: 795				

Constats:

* Ouverture annuelle

- La capacité d'hébergement à La Tzoumaz **totalise 795 lits** (770 lits en parahôtellerie et 25 en hôtellerie)
- Au total, on estime à 1 319 le nombre de lits potentiels de R2 disponibles à la location à La Tzoumaz. Ce chiffre est obtenu en soustrayant du total de 1 500 lits (15 % des R2/Source enquête HES-SO R2/2024) les chalets et appartements mentionnés dans le tableau ci-dessus (1 500 - 181 = 1 319 lits).

> RÉPARTITION SELON LE TYPE D'HÉBERGEMENT



Constat:

- Plus de 80% des nuitées effectuées à La Tzoumaz entre 2018 et 2024 concernent la parahôtellerie.

DIAGNOSTIC

> LOCALISATION DES HÉBERGEMENTS

La Tzoumaz ne présente pas de centre bien défini, toutefois les répondants à l'enquête hiver 23/24 ont identifiés la zone «patinoire», comme centrale. La plupart des hébergements se trouvent à proximité directe de cette zone, ce qui permet un accès facilité aux infrastructures et services de la destination. De même, cette proximité permet de se déplacer à pied ou en bus navette en hiver.

Pour la majorité des hébergements recensés sur le site de l'office du tourisme de La Tzoumaz, les hébergements sont de bonnes qualités et modernes.

Constat:

- La **situation centrale des différents établissements** est un point positif.



— Itinéraire desservi par la navette en hiver

○ centre de la station (zone patinoire)

> INVENTAIRE DES COMMERCES ET SERVICES

Gastronomie:

- 5 restaurants + 3 restaurants d'altitude
- 3 bars
- 1 traiteur / épicerie
- 1 encaveur

Bien-Être:

- Le Centre – lieu de ressourcement
- Piscine / sauna de La Tzoumaz

Commerces:

- 1 petit supermarché
- 3 magasins de sport

Services:

- 3 guides de haute/moyenne montagne
- 2 écoles de ski (ESS + Tzoum'Evasion)
- Livraison pharmacie (tous les jours)
- 1 bancomat

Constats:

- Les **services de première nécessité étant disponibles sur place**, il est possible de séjourner à La Tzoumaz sans interruption.
- Il n'y a cependant pas de médecin ni de station-service.

D I A G N O S T I C



PROJETS EN COURS (à venir)

> FOCUS SUR L'HÔTELLERIE 1/2

1 hôtel ouvert annuellement

Boutique Hôtel Papill'on → hôtel de petite capacité (9 chambres) : services basiques mais de qualité : restauration, chambres/suites soignées, local à ski/vélo, parking privé.

Tarif moyen env. CHF 80.- /nuit / pers. (en chambre double) (source site papillon-latzoumaz.ch)

1 auberge

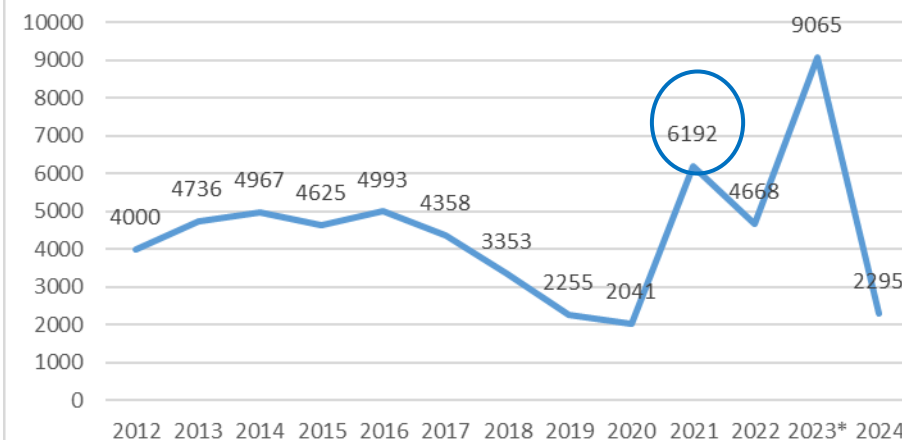
Auberge La Tzoumaz → auberge de petite capacité (2 chambres) : services basiques : restauration, chambres rustiques, parking privé.

Tarif moyen env. CHF 65.- /nuit / pers. (en chambre double) (source site aubergelatoumaz.com)

Autres établissements de la destination

- Hôtel Beau-Site repris par la société «Les Elfes Internationales» (colonie de vacances)
- Hôtel de la Poste transformé temporairement en camp de vacances «Les Elfes Internationales» depuis 2023
- Fermeture de l'Hôtel Le Central (chambres devenues totalement inexploitable)

Évolution des nuitées hôtelières
entre 2012 et 2024



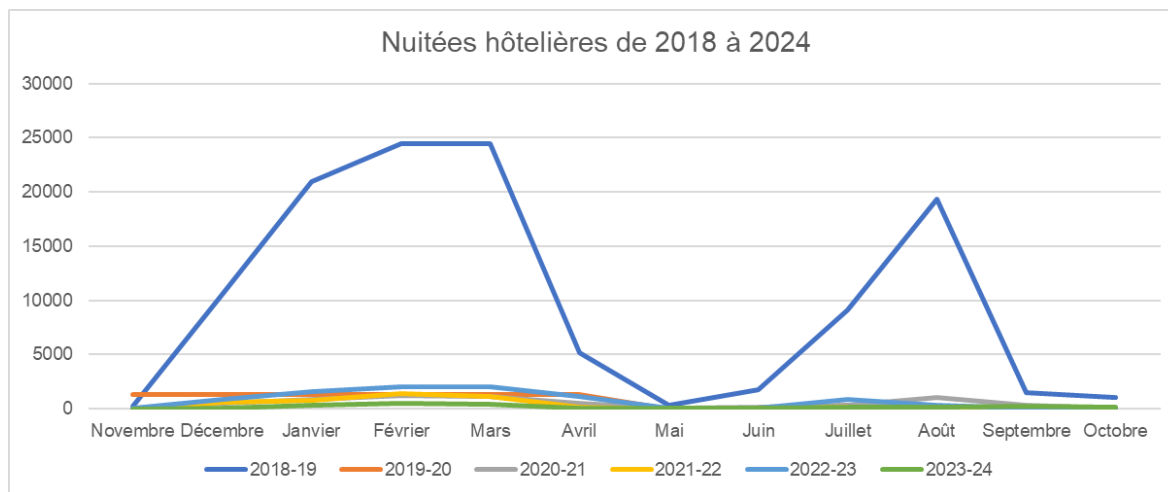
*2023: Les nuitées comprennent les nuitées des logements de groupes

Diminution constante du nombre de nuitées depuis 2016 à l'exception de 2021
→ Triplement du nombre de nuitées

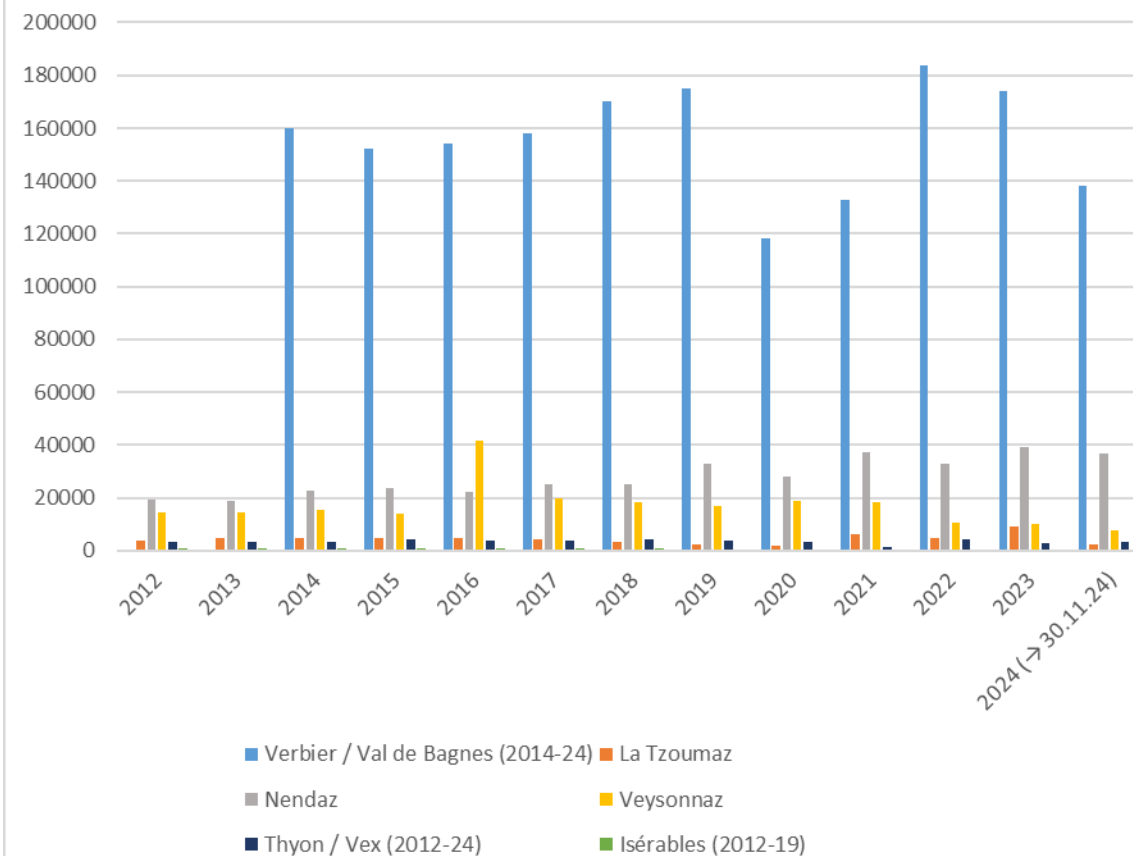
> FOCUS SUR L'HÔTELLERIE 2/2

Constats:

- **Manque de capacité hôtelière, saisonnalité marquée**
- Dû à sa faible capacité hôtelière, La Tzoumaz (1 hôtel et 1 auberge) engendre peu de nuitées hôtelières en comparaison avec Verbier/ Val de Bagnes ([26 hôtels](#)), Nendaz (5 hôtels et 3 auberges), Thyon/Vex (4 hôtels), Veysonnaz (2 hôtels) ou même Isérables (1 auberge)



Représentation des nuitées hôtelières
dans la région des 4 Vallées
de 2012 à 2024

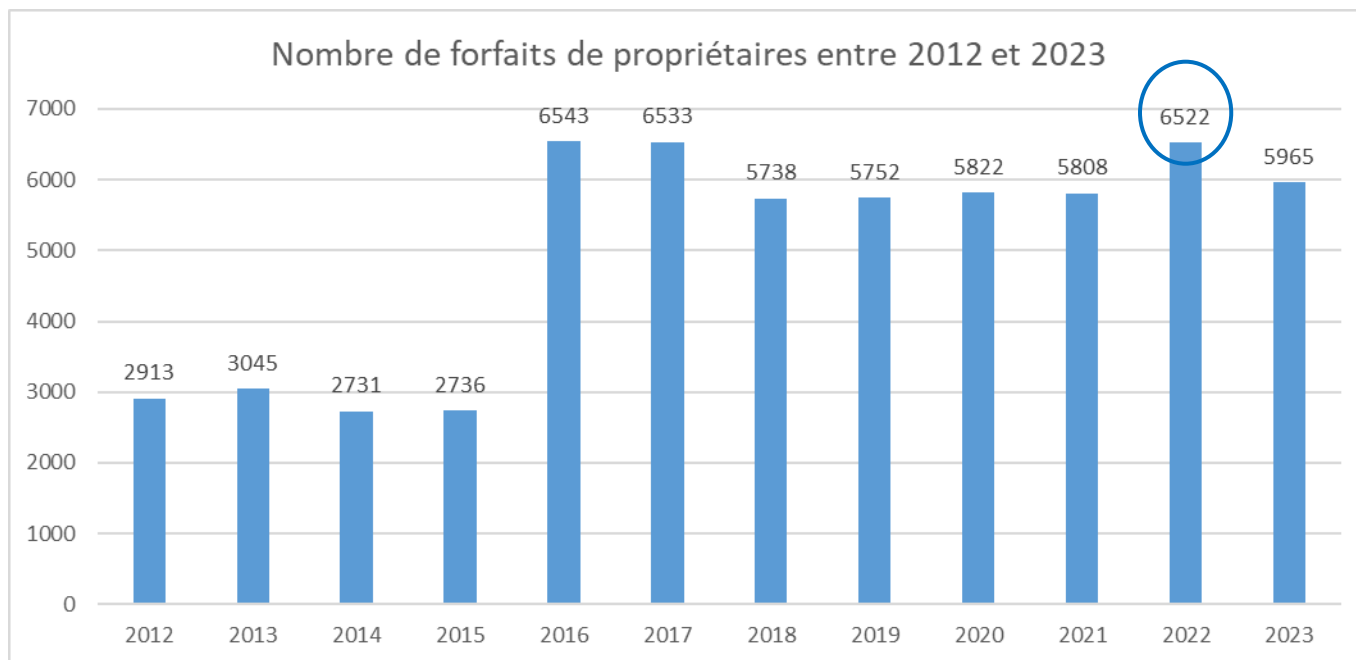


> FOCUS SUR LES RÉSIDENCES SECONDAIRES ^{1/2}

Résidences secondaires

Proportion de résidences secondaires sur la commune de Riddes : **49 %** (selon OFST)

- Forfaits de propriétaire de R2 en 2022 : **6522** (source OT La Tzoumaz)



*2024:chiffre indisponible

Maintient +/- constant du nombre de forfaits propriétaire de 2012 à 2015.

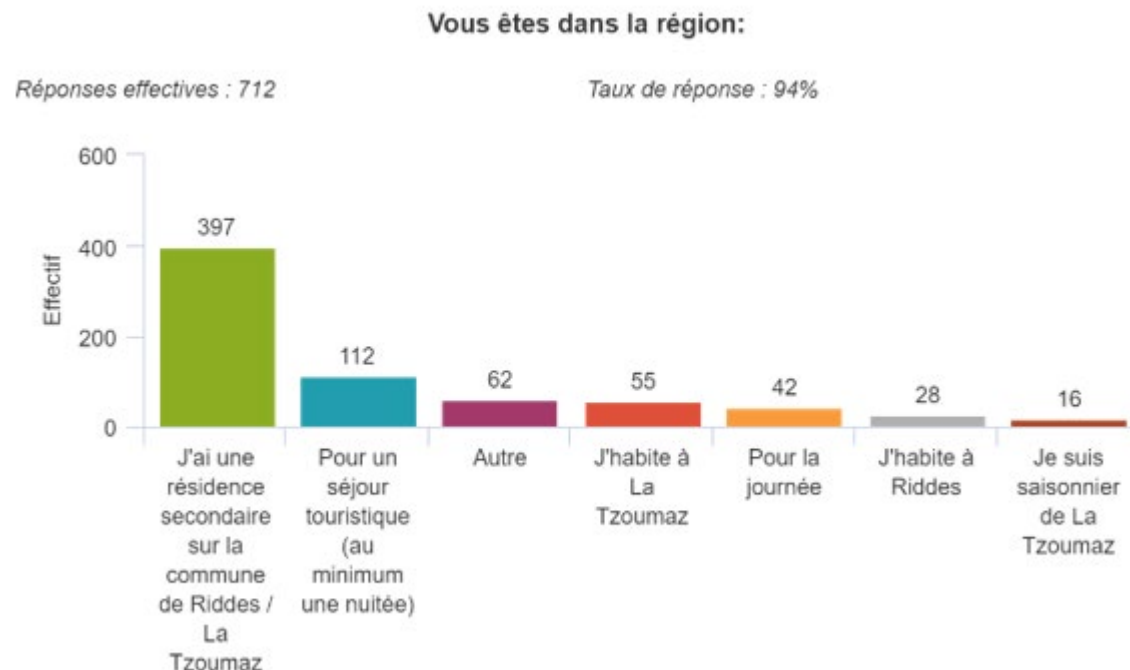
Dès 2016, introduction de la taxe de séjour forfaitaire.

> FOCUS SUR LES RÉSIDENCES SECONDAIRES 2/2

Constats:

- Nombre de forfaits en constante augmentation depuis 2018
- L'occupation de + de 50% des résidences secondaires est de 1-2 mois par an
- Hors occupation personnelle les résidences secondaires ne sont pas mises en location ou très peu (15% soit 1500 lits)
- 45% des résidences secondaires ne sont jamais proposées à la location (confort personnel)

→ La faible occupation et le peu de location de résidences secondaires constitue une **problématique de lits froids**.



> FOCUS SUR LA LOCATION EN PARAHÔTELLERIE 1/2

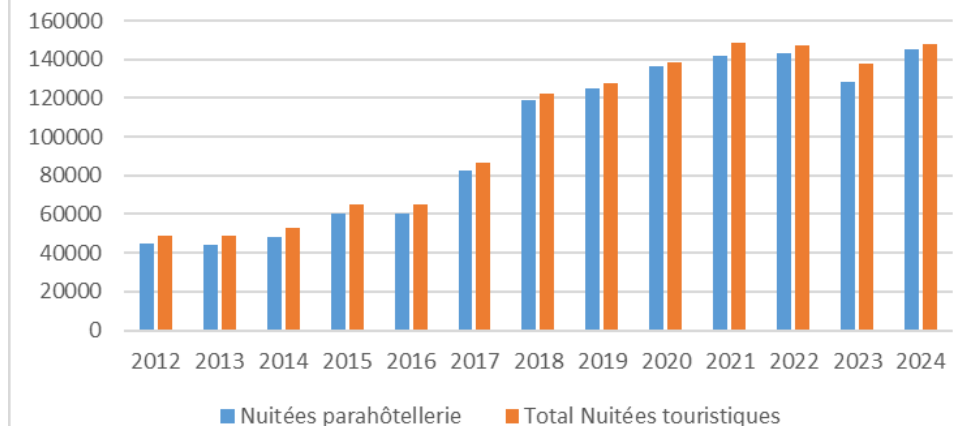
Chalets & appartements privés en location

Les services des **logements en location sont plus luxueux** en comparaison aux services hôteliers → grandes chambres, grande cuisine équipée, local à ski/vélo, parking privé, service de catering, jacuzzi et/ou sauna pour certains.

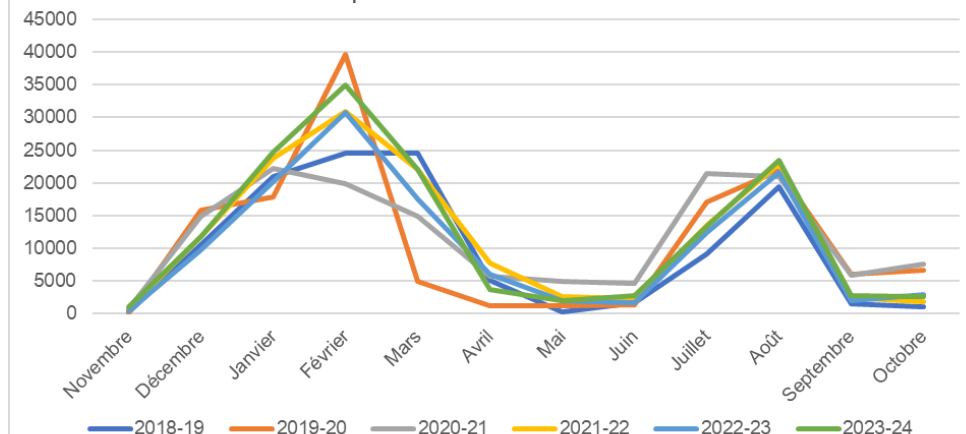
Accessibilité facilitée → localisation au centre de la station.
 Logements hors centre → accessibles via ski-in/ski-out par le domaine skiable
 Bus navette disponible en hiver

Tarif moyen: env. CHF 60.- / pers./ nuit (dans un chalet de 8 à 10 pers.) (source tarif moyen des locations de privé du site de latzoumaz.ch)

Répartition des nuitées en parahôtellerie entre 2012 et 2024



Nuitées parahôtelières de 2018 à 2024



> FOCUS SUR LA LOCATION EN PARAHÔTELLERIE 2/2

Constats:

- **Rapport qualité/prix plus intéressant**, en comparaison à l'hôtellerie surtout lors de séjour de grand(e) famille/groupe, car disposant de nombreuses chambres (6 à 12 personnes).
- **Services plus étoffés et luxueux** (service de catering, jacuzzi, sauna, etc...) que les services hôteliers



Chalet Charbray

→ Les locations de logement représentent 95% des nuitées ce qui en fait le **type d'hébergement N°1 à La Tzoumaz**

> FOCUS SUR LA RÉSIDENCE DE TOURISME T-RESORT 1/2

Résidence ouverte toute l'année → 85 appartements / 492 lits

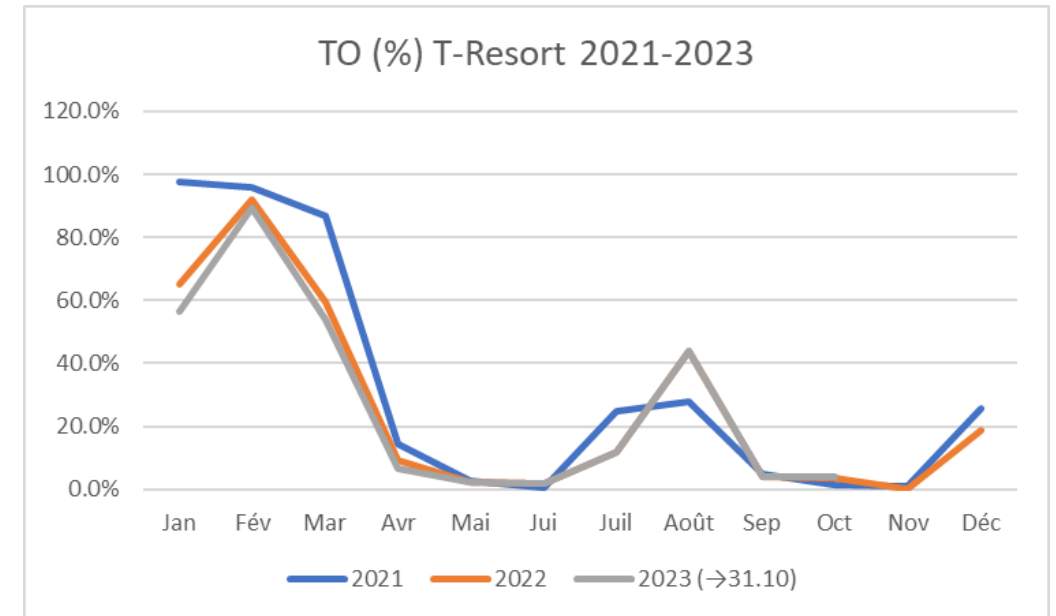
Occupation par des groupes ou des individuels

Situé au centre de la station et facilement accessible. Se trouve en face de la télécabine.

Services disponibles basiques → appartements standards avec cuisine, local à ski/vélo et parking

Tarif moyen: Appt 8 pers.: env. CHF 50.- / pers./nuit

Appt 2 pers.: env. CHF 105.- / pers./nuit



> FOCUS SUR LA RÉSIDENCE DE TOURISME T-RESORT 2/2

Constats:

- **Taux d'occupation moyen annuel bas** → 26% (2021) - 19% (2022) - 27% (2023)
- Grande saisonnalité → séjours principalement réservés en hiver
Taux d'occupation selon les saisons:
 - Hiver : 64% (2021) – 54% (2022) – 66% (2023)
 - Été : 10% (2021) – 12% (2022) – 12% (2023)
- Grosse capacité d'accueil (492 lits) mais taux d'occupation bas → est-ce que ce type de logement est en adéquation avec le public cible de la destination?



> PUBLIC CIBLE

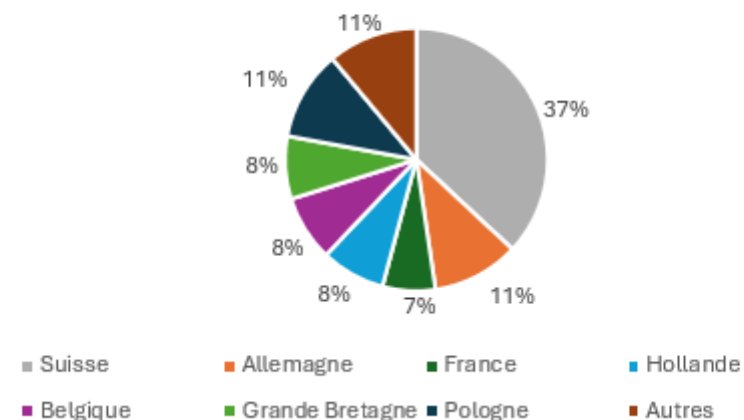
- Les visiteurs sont à 37% **suisses**, (source: statistiques nuitées OT La Tzoumaz) la grande majorité provenant du Valais (25%) ou du canton de Vaud (34%).
- Plus de la moitié des personnes séjournant à La Tzoumaz viennent en **famille**, principalement avec des enfants (7-18 ans).
- Les hôtes sont âgés entre 36 et 55 ans (58%).
- Ceux-ci sont familiers et **fidèles à La Tzoumaz**. Les personnes qui y séjournent sont peu mobiles.

En hiver, la majeure partie de la clientèle pratique les sports d'hiver → ski alpin/snowboard, ski de randonnée, randonnées pédestres et/ou raquettes

En été, les hôtes s'orientent aussi vers les activités sportives → randonnée pédestre, vélo/VTB/ e-bike et downhill.

(source: sondage visiteurs+R2/2024)

Origines des arrivées à La Tzoumaz
de 2020 à 2024



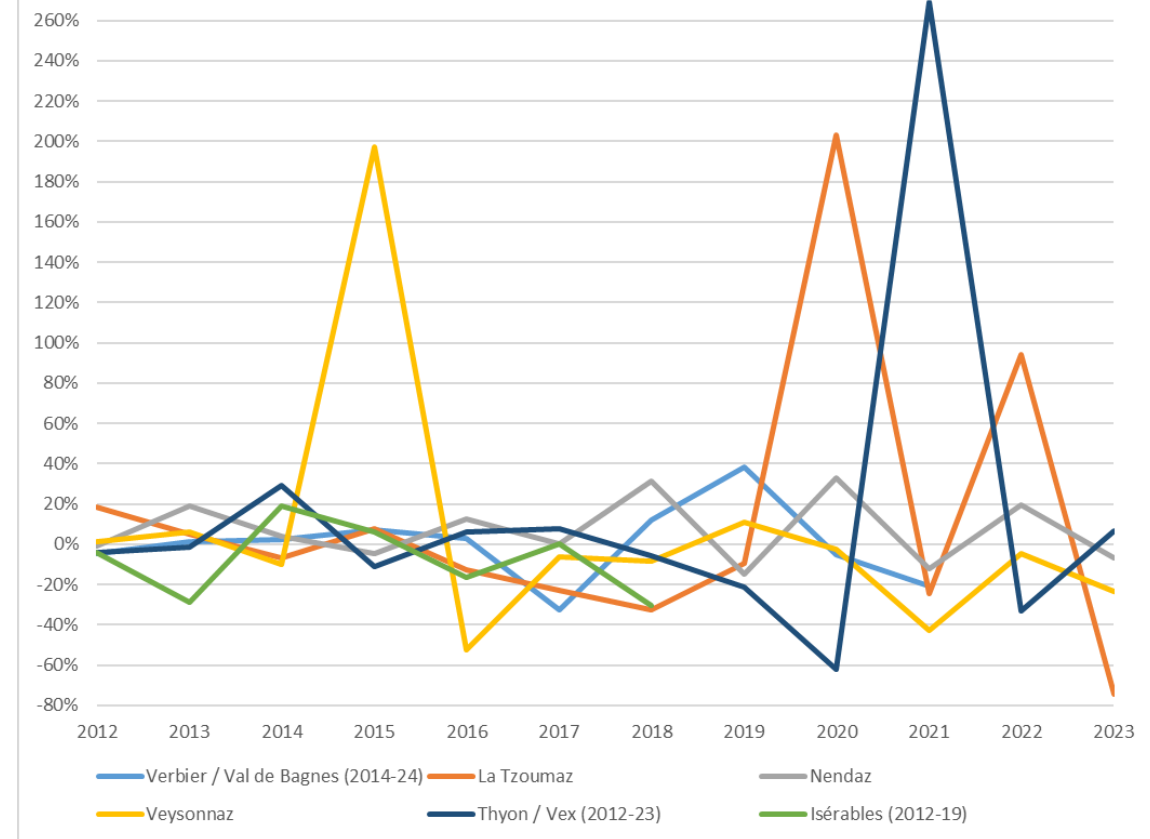
Source: statistiques nuitées La Tzoumaz



HÉBERGEMENT – SYNTHÈSE

- Un hôtel et une auberge seulement sur la station.
- Problématique de lits froids, dû au nombre important de résidences secondaires. Dont peu sont mis en location.
- Saisonnalité marquée.
- **Capacité d'accueil et formes d'hébergement en inadéquation avec la demande.**
- Avec une moyenne de 12% entre 2012 et 2024, La Tzoumaz a la moyenne du taux d'évolution la plus élevée des destinations alentours, après Thyon/Vex (15%).

Représentation du taux d'évolution des nuitées hôtelières dans la région des 4 Vallées de 2012 à 2023



> **PRINCIPAUX CONSTATS & ENJEUX**

Constats:

- Peu d'établissements hôteliers qui engendre un déséquilibre entre l'hôtellerie et la parahôtellerie.
- Nombre important de R2 mais très peu louées, créant une problématique de lits froids.
- Saisonnalité marquée.
- Capacité d'accueil et formes d'hébergement en inadéquation avec la demande.

Enjeux:

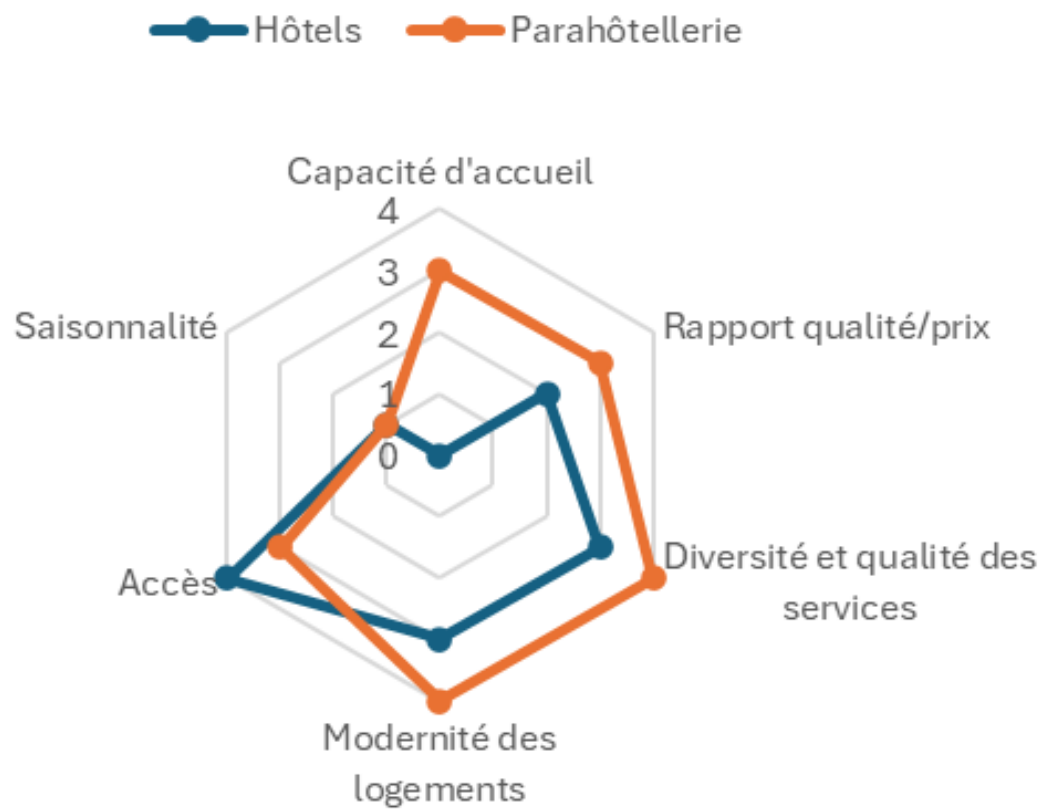
- Établir un nouveau dynamisme sur la station pour favoriser les séjours dans les établissements
- Lisser l'occupation des hébergements, en générant un tourisme 4 saisons
- Créer de la valeur ajoutée en proposant des expériences uniques et attractives en partenariat avec les acteurs touristiques de la destination

> ANALYSE SWOT

FORCES	FAIBLESSES
• Location parahôtelière avec des services luxueux (catering, jacuzzi, sauna, etc.) • Boutique Hôtel Papill'on: établissement moderne et de qualité • Accès au domaine des 4 Vallées via navettes et/ou ski-in / ski-out • Station d'altitude et à l'ombre = îlot de fraîcheur lors des étés caniculaires (réchauffement climatique), neige garantie tout au long de la saison en hiver • Point de vue dégagé et nature environnante • Appartenance destination Verbier-VdB (logements référencés)	• Manque de capacité hôtelière – nombre importants de lits froids (R2) • Capacité d'accueil en inadéquation avec la demande • Services hôteliers basiques (restauration/ ski-room) • Manque de diversité dans les hébergements • Manque d'évènement engendrant des nuitées • Rentabilité des établissements / TO trop faible • 2 Hôtels fermés (Beau-Site et Poste) • Saisonnalité trop marquée • Marketing et communication restreinte, les hôtes connaissent la destination via le bouche à oreille ou car la famille/amis a une R2 • Espace débutant du domaine skiable inadapté
OPPORTUNITÉS	MENACES
• Projet de liaison plaine-montagne • Révision du plan PAZ avec nouvelles zones touristiques • Développement du secteur Savoleyres pour renforcer le 4 saisons • Repositionner La Tzoumaz en complémentarité avec les stations voisines • A proximité de logements saisonniers disponibles pour les 4 Vallées (Isérables) • Demande croissante pour le tourisme durable et de nature • Développement de la tendance «slow tourisme» • Attrait croissant des stations d'altitude en été	• Offre d'hébergement pas adaptée à la demande • Manque d'investissements • Conditions météorologiques plus extrêmes/diminution du manteau neigeux (saison raccourcie)

> RADAR

Radar analyse SWOT





> ÉTAPE 2: ANALYSE DES TENDANCES LIÉES AU TOURISME ET À L'HÉBERGEMENT

> MISE EN CONTEXTE: TOURISME DURABLE, SLOW TOURISME

Durabilité :

- **Plus de conscience** concernant l'impact **environnemental et social**: Certains établissements adoptent des pratiques durables comme: la réduction des déchets, l'utilisation d'ingrédients locaux et biologiques, etc. (World Food Travel Association, 2023)
- Des **options de voyages respectueuse de la planète** : Booking a sondé 30 000 voyageurs dans 32 pays : ils indiquent choisir des options respectueuses de la planète et obtenir des marques des choix de voyages durables plus réfléchis. 80 % jugent les voyages durables essentiels. (Booking.com, 2022)

«Slow Tourisme»:

- **Définition Slow Tourisme**: L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit le tourisme durable ou «slow tourisme» comme: « une forme de tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».

Le «slow tourisme» encourage la réduction de l'impact touristique sur l'environnement et l'usage optimal des ressources environnementales : respecter le patrimoine culturel bâti ainsi que de ses communautés et garantir une activité économique viable sur le long terme ainsi que la rémunération équitable des acteurs locaux.

> **TOURISME DURABLE POUR LES RÉGIONS DE MONTAGNE** 1/2

En 2018, la Fédération Suisse du Tourisme a élaboré les «12 thèses pour l'avenir du tourisme de montagne»; **4 éléments** sont particulièrement intéressants pour **maintenir une vitalité et assurer un développement durable et équilibré** des régions de montagne:

- **Une approche coopérative** du tourisme, à savoir :
 - Des coopérations solides et stratégiques pour pérenniser les activités touristiques
 - La mise en place de co-entreprises pour unir les forces et exploiter les synergies
 - La coopération proactive soutenue grâce à de la communication transparente entre les acteurs
 - **Bonne pratique:** [Projet Innotour](#): Sur la base des trois régions pilotes Glaris Sud (GL), Leventina (TI) et Vallée d'Illeiez (VS), l'étude illustre les mécanismes d'une collaboration interentreprise réussie.
- **Lisser** la demande **toute l'année**, afin de :
 - Revitaliser le tourisme de montagne en innovant et diversifiant les produits
 - Répondre aux nouveaux segments de clientèle : classe moyenne mondiale en croissance
 - Diversifier la stratégie marketing pour attirer les visiteurs annuellement
 - **Bonne pratique:** [Campagne d'automne](#) de Suisse Tourisme «Réveille tes sens»

> **TOURISME DURABLE POUR LES RÉGIONS DE MONTAGNE** 2/2

- **L'intégration de la population** au développement touristique, dans le but de:
 - Impliquer activement et de manière centrale les habitants et sensibiliser au développement touristique
 - Encourager les contacts entre la population indigène et les hôtes à l'aide des réseaux sociaux et d'applications novatrices
 - Impliquer la population locale comme bénévole lors de manifestations grand public ou projets participatifs dans le développement du tourisme
 - Mise en place de forums de dialogue et de lieux d'échange
 - **Bonne pratique:** [Plateforme Dzin](#) : la plateforme met l'hôte en contact direct avec les prestataires locaux et favorise ainsi la prise de conscience touristique dans la région
- **L'engagement en faveur du développement durable**, pour:
 - Créer des offres et produits touristiques innovants adaptés au développement durable pour attirer la jeune génération
 - Ancrer la notion de développement durable dans les entreprises touristiques
 - Renforcer les liens avec la nature en valorisant les spécialités locales issues de pratiques durables via l'écotourisme, l'agrotourisme et le tourisme médical
 - **Bonne pratique:** [Auberges de Jeunesse Suisses](#). Celles-ci ont développé une stratégie de durabilité écologique, économique et sociale. Les bâtiments classés sont restaurés, selon le standard Minergie (si possible), à l'aide de matériaux durables. Au niveau gastronomique, les auberges proposent principalement des produits régionaux et locaux.

> MISE EN CONTEXTE: ÉVOLUTION DE LA DEMANDE TOURISTIQUE

Santé, bien-être et expériences:

- La tendance croissante vers un **mode de vie sain et un retour à l'essentiel** se traduit par des offres de bien-être mais aussi par les choix alimentaires des consommateurs (options de menus plus sains, régimes spécifiques, valorisation de l'origine des ingrédients, etc.). (Oracle, 2021)

Staycation:

- Ce concept est né en 2008 et désigne le fait de **rester sur son lieu de résidence pendant ses vacances**. Aujourd'hui essentiellement subi, ce phénomène pourrait se renforcer avec l'apparition d'un **staycation choisi**. Le "voyager local", répond aux préoccupations des citoyens en matière de préservation de l'environnement, de quête d'authenticité et de rejet du surtourisme.

Le staycation a des impacts positifs : il soutient **l'économie locale**, **préserve l'environnement** et **améliore la qualité de vie**. En réduisant les pics saisonniers de fréquentation, il aide les régions à mieux s'adapter en restant **attractives toute l'année**. (Dissart, 2020)

Arrivée de la nouvelle génération Gen Y – Millenials:

- La génération Y (milléniaux nés entre 1980-2000, qui représente 75 % de la population active en 2025, se distingue comme 'digital natives', exigeante en communication, écologiquement sensible, avec un niveau de vie plus restreint et en quête d'expériences nouvelles. Cela va impacter l'offre. (Mailliez, 2018)

> TENDANCE 1: HYBRIDATION DES CONCEPTS TOURISTIQUES

Caractéristiques:

L'hybridation est le maître mot du renouveau de l'hébergement touristique:

- Les frontières entre les différents types d'hébergement touristique deviennent de plus en plus floues et tendent à disparaître progressivement;
- Davantage de modèles d'hébergement répondant aux besoins diversifiés des clients (détente, loisirs, travail ou logement de courte ou longue durée).

Les hôtels dits hybrides réunissent une **mixité de services, d'activités et d'usages** sous un même toit en incluant, par exemple:

- espaces de coworking
- zones de détente
- aires de restauration
- lieux d'accueil pour événements

Ce nouveau type d'hôtellerie répond à de nombreux besoins et attire une clientèle hétéroclite, qu'elle soit composée de voyageurs d'affaires, d'étudiants, de travailleurs saisonniers ou de nomades numériques.

Repenser les espaces et ouvrir l'établissement sur son environnement (quartier / ville / destination) est au centre de la réflexion. Les acteurs de l'hospitalité espèrent à la fois contribuer à **l'animation des territoires** tout en **générant de nouveaux flux** tout au long de la journée.

Objectif: maximiser l'utilisation et rentabiliser les différents espaces.

> TENDANCE 1: HYBRIDATION DES CONCEPTS TOURISTIQUES

Bonnes pratiques 1/3

The Babel Community (France):

Le concept: des lieux de vie, de travail où se restaurer, faire du sport et des rencontres.

- Location d'appartements individuels ou en colocation meublés et équipés
- Espace de co-working ou salle de réunion avec des offres ultra-flexibles
- Salle de sport et événements
- Services hôteliers et conciergerie



➤ TENDANCE 1: HYBRIDATION DES CONCEPTS TOURISTIQUES

Bonnes pratiques 2/3

MOB Hotel (FR + USA):

Le concept: chambre 3 en 1 (chambre, bureau, salle de réunion) hébergement type boutique hôtel éco-conçu et restaurant bio.

- Chambres hybrides avec coin bureau ou Suite avec salle de réunion
- Restaurant bio
- Services bien-être (piscine et fitness)
- Calendrier d'événements: gastronomiques, concerts, dj-sets, etc...



> TENDANCE 1: HYBRIDATION DES CONCEPTS TOURISTIQUES

Bonnes pratiques 3/3

Habyt (Europe, USA & Asie)

Le concept: location courte ou longue durée pour expatriés, salariés ou étudiants

- Chambres en collocation, studios ou appartements
- Logements meublés tout inclus
- Espaces de vie communs



> TENDANCE 2: DIVERSIFICATION DE L'HÉBERGEMENT 1/2

Hébergements insolites

Forme d'hébergement hors du commun ou atypique. Son originalité provient essentiellement du type d'hébergement: roulotte, tiny house, cabane dans les arbres, etc... ces offres sont souvent positionnées haut de gamme avec des services additionnels

L'hébergement insolite répond à de vraies attentes de la part des touristes en quête de rupture avec le quotidien, de dépaysement et de retour à la nature

Exemple: [Whitepod](#) (tentes géodésiques) (Monthey VS) / [Cabane dans les arbres](#) (Ogens VD)



Agritourisme

Activité touristique ou de loisirs proposée au sein d'une exploitation agricole (chambres privées, appartements, emplacements de camping, lits sur la paille).

Exemple: [Berglandhof](#) (Ernen VS)



> TENDANCE 2: DIVERSIFICATION DE L'HÉBERGEMENT 2/2

Auberge de jeunesse haut de gamme

Ces auberges de jeunesse capitalisant sur les fondamentaux de l'auberge de jeunesse (produit convivial, peu formaliste, à prix très abordable) et combinant ces fondamentaux avec des éléments empruntés à l'hôtellerie moderne : qualité du couchage, intégration de chambres doubles avec salle de bain, accent sur l'offre de restauration (avec des formules légères mais inventives et un très bon rapport qualité-prix), intégration des nouvelles technologies et parfois même des espaces de bien-être.

Exemple: [wellnessHostel4000 \(Saas-Fee\)](#) – (VS)

Auberge de jeunesse haut de gamme avec spa (51 chambres (168 lits)

- Multiples types de chambres: doubles/twin, familiales ou de 4 à 6 personnes avec service de petit-déjeuner
- Chambres «sans obstacles» pour personnes à mobilité réduite
- Spa, restaurant et bar

Hébergements diffus

Forme d'hébergement qui consiste à proposer des chambres et les services hôteliers répartis à travers un village ou un quartier

Exemple: [Albergo Diffuso Porrentruy](#) (Porrentruy JU)



➤ TENDANCE 3: VANLIFE & CARAVANING 1/3

En plein essor depuis la pandémie de Covid-19, cette pratique touristique a connu une croissance de plus de 25%. Le nombre de pratiquants est passé de 1.9 millions à 2.6 millions en 2021 aux États-Unis (Sirois, 2022). Ces chiffres indiquent l'importance croissante d'un phénomène non structuré qui échappe à l'hébergement et la restauration traditionnels.

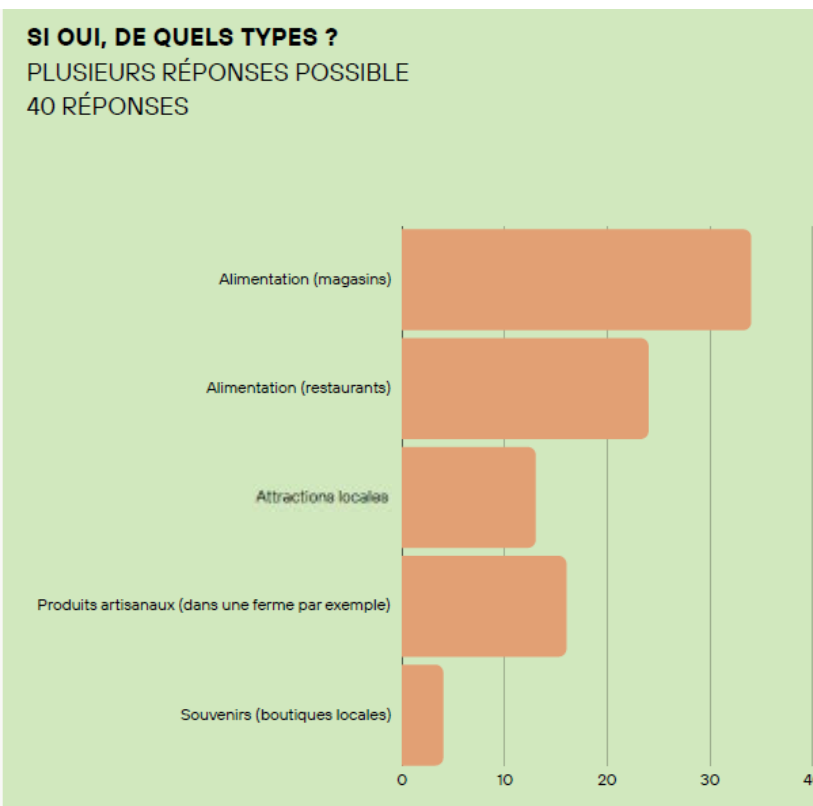
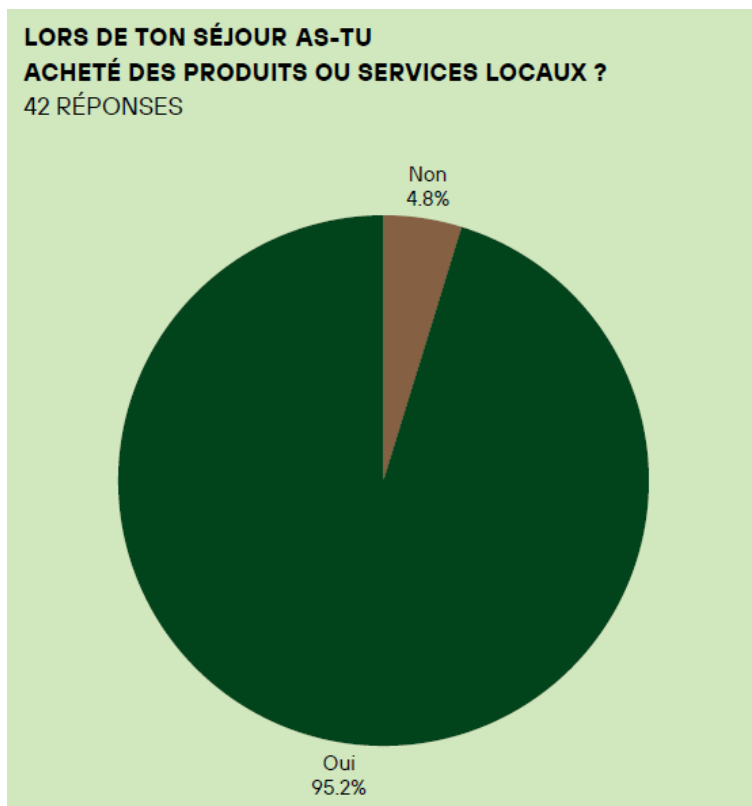
Selon le sondage mené par l'UNIL en 2024 auprès des pratiquants de la vanlife, les personnes partent en majorité entre 1 semaine (25%) et 1 mois (30%). 90% des répondants cuisinent au moins un fois par jour dans leur véhicule, se fournissant auprès de prestataires locaux (épiceries).



> TENDANCE 3: VANLIFE & CARAVANING 2/3

Création de valeur pour un territoire 1/2

Sondage effectué par l'UNIL, en 2024, dans le cadre du Master en Études du Tourisme, sur un territoire de montagne en Valais.



Les réponses à cette question sont variées mais il est possible d'observer:

- 34% des 40 répondants ont consommé des produits alimentaires (magasins)
- 24% des produits alimentaires (restaurants).
- 13% ont achetés des services de type attractions locales
- 16% des sondés ont acheté des produits locaux
- 4% d'achat de souvenirs

On peut en déduire par ces réponses, que malgré le fait que les «vanlifers» ne consomment pas de services d'hébergement, ils utilisent divers services de la destination.

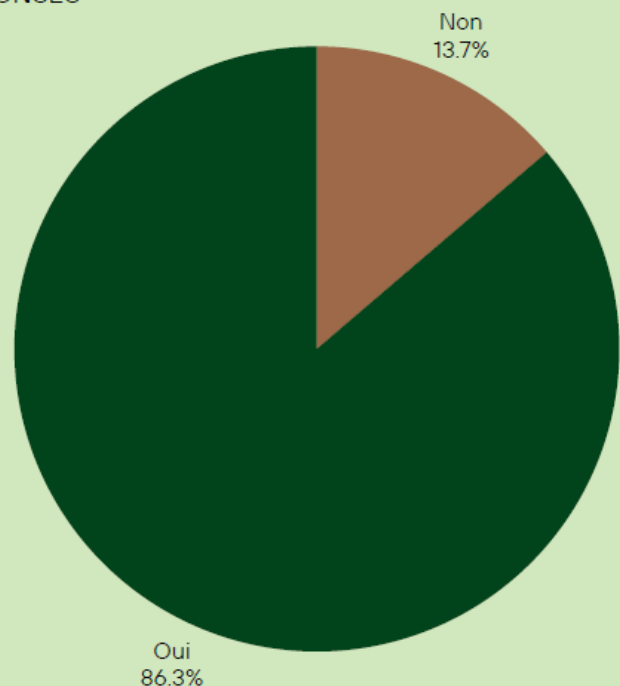
> TENDANCE 3: VANLIFE & CARAVANING 3/3

Création de valeur pour un territoire 2/2

Sondage effectué par l'UNIL, en 2024, dans le cadre du Master en Études du Tourisme, sur un territoire de montagne en Valais.

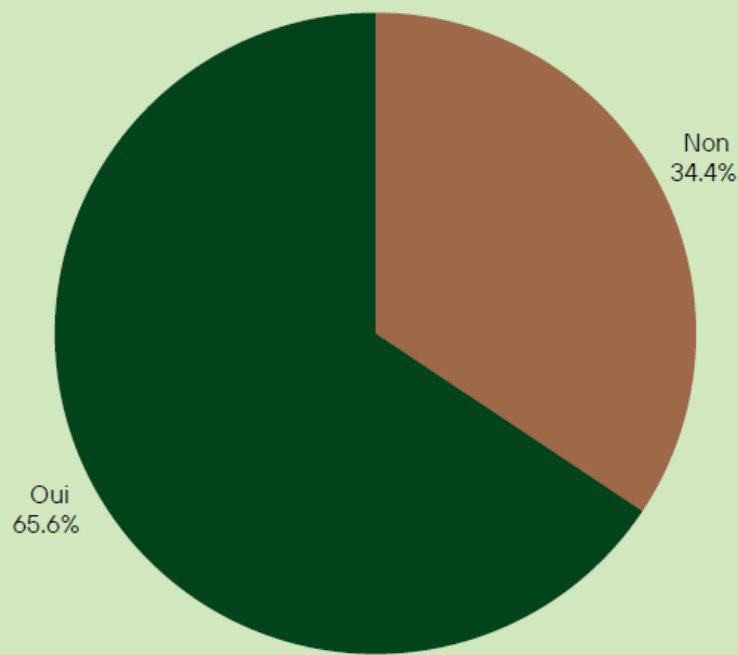
SERAIS-TU PRÊT.E À PAYER POUR DES ZONES SPÉCIALEMENT AMÉNAGÉES (TOILETTES, DOUCHES, ZONE DE GESTION DES DÉCHETS) POUR LES VANLIFERS ?

131 RÉPONSES



SERAIS-TU PRÊT.E À PAYER POUR DES ZONES SANS AMÉNAGEMENT MAIS OÙ IL SERAIT LÉgal DE STATIONNER AVEC UN VAN ?

131 RÉPONSES



Une grande majorité de personnes (86.3%) serait prête à payer pour des zones aménagées.

De même que 65.6% des répondants indiquent être favorable à des zones de stationnement payantes pour séjourner légalement.

Un accueil structuré des «vanlifers» permettrait: de favoriser la transmission d'information de l'offre et des services de la destination ainsi que l'encaissement des taxes de séjour.

> TENDANCE 4: NUMÉRISATION AU SERVICE DE L'HÉBERGEMENT

1/3

Hôtels numériques ou «Smart hôtel»

Les Smart Hotels offrent une expérience ultra-connectée. Les tâches administratives, comme le **check-in et le check-out, sont automatisées**, réduisant les temps d'attente à la réception. Les données clients sont utilisées pour anticiper les besoins des voyageurs et leur proposer des services personnalisés.

Ainsi, en conjuguant technologies et qualité de service, les Smart Hotels se démarquent fortement des concepts hôteliers traditionnels, notamment auprès des jeunes dits « digital natives » ou « millenials ». (Source Getwelcome/2024)

Exemple: [Mad Mount Hotel Nendaz](#) – (VS)

Hôtel de 28 chambres (~96 lits) – sans réception

- Chambres «cabanes» de 3 à 5 personnes: avec service de petit-déjeuner
- Spa, restaurant et bar



> TENDANCE 4: NUMÉRISATION AU SERVICE DE L'HÉBERGEMENT

2/3

La numérisation, l'intelligence artificielle & les plateformes numériques

Il est de plus en plus important pour les hébergeurs de tirer parti de la **technologie numérique afin d'améliorer l'expérience client et de renforcer la valeur de leur marque**. Des interactions minimales à certaines étapes du parcours client s'intègrent idéalement à des moments d'interaction forte avec l'hôte. (Deloitte, 2024)

- **L'intégration de l'intelligence artificielle** dans les applications de voyage devrait transformer la manière dont les séjours sont planifiés et réservés, en offrant une personnalisation accrue et une amélioration de l'expérience client. Les innovations technologiques, telles que l'IA, permettent d'anticiper les besoins des clients et de personnaliser les services en fonction de leurs préférences, constituant ainsi un atout majeur pour le secteur de l'hébergement touristique. (Deloitte, 2024)
- La plateforme numérique Booking est aujourd'hui la plus importante sur le marché suisse, avec une part de marché d'environ 75 % parmi les OTA (Online Travel Agencies). (Balsiger et al., 2022)



6%

des voyageurs
québécois ont utilisé
une plateforme
d'intelligence artificielle
pour les aider à planifier
un voyage en 2023

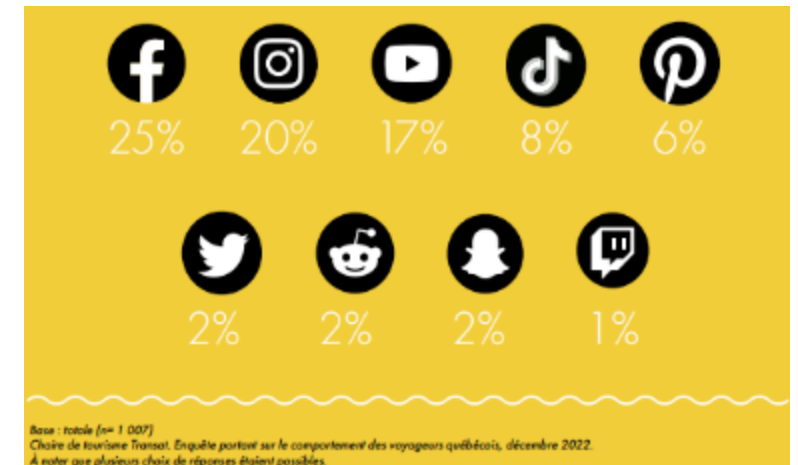
Base : totale (n = 1002).
Source : Chaire de tourisme Transat.
Enquête portant sur le comportement des
voyageurs québécois, novembre 2023.

> TENDANCE 4: NUMÉRISATION AU SERVICE DE L'HÉBERGEMENT

3/3

L'importance des médias sociaux

- Selon SiteMinder, la plateforme de commerce hôtelier numéro une au monde (Mandlik, 2023) :
 - 52% des utilisateurs Facebook sont tentés de réserver un voyage après avoir vu les photos publiées par des amis et des membres de la famille
 - 52% des voyageurs aiment ou suivent une page en lien avec leur prochain voyage, après avoir finalisé leurs réservations
 - 74% des voyageurs utilisent les réseaux sociaux pendant leurs séjours
 - 94% d'entre eux partagent leurs photos sur ces plateformes
- Selon l'enquête de Chaire de tourisme Transat, Québec, 2022:
 - 40 % des personnes interrogées ont déclaré avoir utilisé au moins un des médias sociaux ci-contre pour s'inspirer ou planifier un voyage.
 - La moitié des 18-34 ans ont indiqué avoir été inspirés par l'un des médias sociaux, comparativement à 41 % des 35-54 ans et 24 % des 55 ans et plus.





➤ **PHASE 3: RECOMMANDATIONS**

> ATTRACTIVITÉ & ÉVÉNEMENTIEL

La Tzoumaz est perçue comme une station familiale et conviviale, facilement accessible depuis la plaine, qui propose un domaine skiable de qualité, offre de la tranquillité et un environnement proche de la nature. Toutefois, le manque d'activités, d'animations et de dynamisme de la station auprès de certains public-cibles est perçu comme une faiblesse. (Enquête HES-SO 2024)

Dans le cadre du mandat attribué par la Commune de Riddes, qui avait pour but de déterminer **le potentiel d'hébergement à La Tzoumaz**, des constats ont été effectués sur la base du diagnostic de l'hébergement.

Tout d'abord, il nous semble important d'apporter un nouveau dynamisme à la station, dans le but de créer un nouvel engouement pour d'éventuels futurs hôteliers/investisseurs. Afin de rouvrir les établissements hôteliers existants de la station et ainsi favoriser à nouveau des lits chauds.

Suite à ces constats et **afin de palier aux faiblesses identifiées par l'analyse ainsi que perçue par la clientèle**, il est maintenant possible d'émettre les recommandations suivantes:

- Clarifier le positionnement de La Tzoumaz dans le but de redynamiser la station
- Créer des synergies et des offres de type «Staycation» (vacances à la maison) à l'attention des habitants
- Renforcer les liens avec les résidents secondaires afin d'augmenter leur présence dans la station
- Créer/renforcer les synergies avec les destinations alentours
- Développer une offre «4 saisons» pour augmenter et lisser les séjours en station et le taux d'occupation des hébergements
 - Etoffer le calendrier de la destination avec des «highlights», étoffer l'offre après-ski pour engendrer plus de nuitées
 - Créer des expériences uniques hors période d'affluence
 - Créer des offres de type «Bleisure»

> ÉVOLUTION & DÉVELOPPEMENT DES MODÈLES D’AFFAIRES DE L’HÉBERGEMENT À LA TZOUMAZ

Au vue des constats révélés par l’analyse de l’hébergement à La Tzoumaz, principalement représenté par un déséquilibre entre les lits chauds et lits froids, les recommandations ci-après peuvent être émises:

- **Diversifier et compléter l’offre d’hébergement:**
 - Création d’établissements hybrides (working space / working room, hébergement, salles de réunions, espace de restauration, team building, etc...) et d’hébergements insolites (cabanes dans les arbres, tiny house, roulotte, yourtes, etc...) afin de diversifier/compléter l’offre disponible
 - Créer des espaces dédiés à l’accueil de «vanlifers»
 - Créer des services plus étoffés au sein des hôtels (jacuzzi, sauna, hammam, etc..) pour pallier aux offres parahôtelières
- **Favoriser les hébergements pour le personnel saisonnier**
 - Sélectionner une partie des appartements disponibles et favoriser les locations à la saison pour le personnel saisonnier local et des destinations alentours. (T-Resort et R2)
- **Développement d’offres «bien-être» et retour à la nature, alliant ressourcement en montagne et bien-être**
 - Proximité avec des infrastructures de thermalisme
 - Retraite bien-être (yoga, etc...)

Personne de contact :



Institut de tourisme
Technopole
3960 Sierre

hevs.ch/heg



Anne Sophie Fioretto



Fonctions	Professeur-e HES associé-e
Formations	Master en équipement, aménagement et environnement des pays de montagne
Téléphone	+41 (0)58 606 90 68 +41 (0)76 205 07 29
Email	anne-sophie.fioretto@hevs.ch
LinkedIn	https://www.linkedin.com/in/anne-sophie-fioretto-a52b0b19
Bureau	L153 - Swiss Digital Center (Technopôle 3) - Institut Tourisme

swissuniversities

