

# Après une année catastrophe, le tourisme suisse se veut durable

Après une année 2020 désastreuse pour le tourisme suisse en raison de la pandémie de coronavirus, la branche veut miser sur la durabilité et jouer la carte du local.

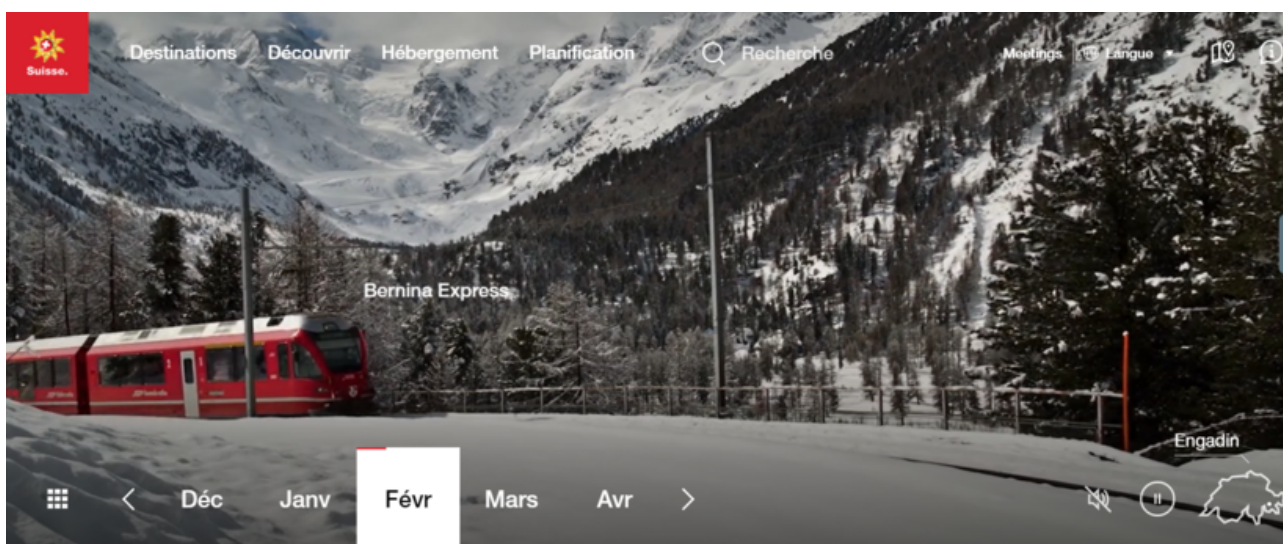


Bild: myswitzerland.com

Avec la campagne « Swisstainable » de Suisse Tourisme présentée vendredi, l'objectif est d'attirer à nouveau la clientèle, alors que la pandémie de coronavirus laisse « de profondes traces », souligne Hotelleriesuisse dans un communiqué.

En ville, les hôtels ont vu leurs chiffres d'affaires chuter de près de 70% en 2020 « et la reprise se fait encore attendre », d'après la faïtière. Les régions alpines ont davantage résisté, limitant la perte de 20% en moyenne.

Rien que dans l'hébergement, l'hôtellerie suisse enregistre un recul de chiffre d'affaires de deux milliards de francs, soit un plongeon de 40% par rapport à 2019. En prenant en compte la restauration et autres prestations, le manque à gagner atteint au moins 3,4 milliards de francs pour 2020, d'après Hotelleriesuisse.

Les établissements une étoile sont les plus affectés, ayant perdu 60% de leurs recettes. Les autres catégories ont elles vu leurs recettes fondre d'environ 40%.

Suisse Tourisme présente vendredi sa stratégie durable « Swisstainable », misant sur la « durabilité » d'ici 2023. En résumé, il s'agit de miser sur le cadre naturel, l'offre de transports publics, la culture ou encore les produits locaux pour inciter les touristes à séjourner plus longtemps. L'offre sera d'abord destinée aux Suisses dès cet été, puis promue à l'international à partir de 2022.

« Après la crise, un positionnement allant dans ce sens permettra de conserver les clients suisses et d'attirer d'autres groupes de clients, dans le secteur des loisirs comme dans celui des affaires », a complété Andreas Züllig, président d'Hotelleriesuisse, cité dans le document. Il appelle aussi à des aides supplémentaires.

Publiziert am Freitag, 19. Februar 2021