



AG Remontées Mécaniques Suisses à Wattwil, le 25 octobre 2007

Changement climatique et autres défis pour la branche des remontées mécaniques

Exposé de Hans Höhener, Président de Remontées Mécaniques Suisses

Seule la version orale fait foi.

En 1974, Georg F. Will, journaliste membre du « Washington Post Writers Group » et qui devait plus tard recevoir le prix Pulitzer, rapportait la nouvelle suivante : « *Certains climatologues pensent que d'ici à la fin du siècle, la température moyenne de l'hémisphère nord baissera de un à deux degrés.* »

Dans les années 1970, c'est de fait du refroidissement global que traitait le discours des climatologues, des scientifiques et des auteurs populaires. Le best-seller de Lowell Pontes, paru en 1975, portait le titre suivant : « *Le refroidissement global : le nouvel âge de glace a-t-il commencé ? Pourrons-nous y survivre ?* » Il est même probable que ces attentes éclairent en partie certains investissements dans le sport d'hiver effectués à cette époque.

Mais précisément : c'est le contraire qui est arrivé. Nous parlons aujourd'hui du réchauffement global. Et lors de cette assemblée générale, nous étudierons encore ce thème de manière plus poussée.

Si je rappelle ainsi les positions et prévisions des années 70 pour les placer en face des estimations d'aujourd'hui, cela ne signifie pas, comme on pourrait le penser, que je ne prends pas au sérieux la discussion actuelle, ou que je veuille la réduire à l'absurde. Bien au contraire ; si je fais ce parallèle, c'est que la discussion valable d'aujourd'hui réclame selon moi une réflexion différenciée, et également orientée sur le long terme. Un point important qu'il me semble entre autres bon de souligner, c'est que l'agitation et les scénarios catastrophes sont de peu de valeur, lorsqu'il s'agit d'agir.

Selon Thomas Bausch, professeur à la faculté de tourisme de la haute école en sciences appliquées de Munich, il n'existe au sein des climatologues aucun consensus sur le degré, la vitesse et les effets régionaux du changement climatique, mais tous les experts reconnus – presque tous – sont sur la direction fondamentale et la dynamique du même avis : réchauffement il y a, et ce réchauffement se produit à vrai dire de manière plus rapide que ce qui était prévu.

Les relevés de température indiquent un réchauffement global jusqu'à une moyenne de 0,8 degrés, avec un plus de 1,6 degré pour la zone alpine par rapport aux valeurs moyennes de l'hémisphère nord. Une étude de l'OCDE publiée il y a quelques mois, sur laquelle les chiffres précédemment cités se fondent d'ailleurs, a mis également en évidence, depuis les années 80, des pointes de chaleur significatives : 1994, 2000,

2002 et 2003 ont ainsi été dans la zone alpine, depuis que des relevés de température sont effectués, les années où la chaleur a été la plus grande.

Il est évident que la météo et le climat sont pour notre branche des facteurs stratégiques clés. Cela ressort également clairement de l'enquête effectuée récemment auprès des entreprises suisses de remontées mécaniques par Remontées Mécaniques Suisses, l'EPFZ et l'Université de Zürich. Les résultats de cette étude (« Le changement climatique comme moteur de nouvelles stratégies ») se résument comme suit :

1. Adaptation en cours de réalisation

Les entreprises de remontées mécaniques se considèrent bien informées sur le thème des changements climatiques. Durant les cinq années précédentes, la moitié d'entre elles a déjà intégré ce thème dans la planification stratégique. Pour 80% des entreprises, le changement climatique représentera à l'avenir un élément fixe de leur stratégie générale. Les plus petites entreprises en particulier comptent avec des effets importants du changement climatique sur leur exploitation.

2. Pas d'illusions

La branche des remontées mécaniques estime les effets du changement climatique sur l'enneigement de manière réaliste. Neuf entreprises sur dix considèrent qu'une baisse de la sécurité d'enneigement est de moyennement à très probable. Les entreprises s'attendent en moyenne à ce que dans les prochains 25 ans, le nombre d'hivers offrant une sécurité d'enneigement diminue d'un cinquième.

3. Mesures innovantes

L'enneigement est aujourd'hui comme hier d'une importance centrale pour le tourisme de sports d'hiver. Dans les dernières années déjà, les entreprises ont entre autres mis de manière accrue sur le tourisme d'été et sur une palette d'offres plus large. Les mesures stratégiques et financières seront plus importantes à l'avenir: les fusions se poursuivent de manière plus forte. Les entreprises tendent également via des coopérations à un meilleur ancrage au sein de leur lieu de destination. Un tiers des entreprises considèrent l'introduction d'un système d'économie d'énergie pour l'exploitation comme une priorité.

4. Regard optimiste sur l'avenir

Les entreprises ont confiance dans les mesures qu'elles ont en vue pour répondre au changement climatique. Alors que les grandes destinations continuent de miser surtout sur les sports d'hiver, la moitié d'entre elles tend à atteindre un équilibre entre les offres dépendantes et indépendantes de l'enneigement. 15% des plus petites entreprises peuvent s'imaginer se retirer complètement du tourisme d'hiver pour se concentrer intégralement sur l'été.

Mon résumé du résumé : la branche des remontées mécaniques s'attelle à cette thématique avec une objectivité tranquille, mais avec sérieux. Le changement climatique est simultanément pour elle une chance et un défi.

Je suis convaincu que les changements climatiques entraîneront avec eux, provoqueront des innovations technologiques porteuses d'avenir. Pour Matthias Horx, le célèbre prospecteur du futur, « *le changement climatique, aussi violemment qu'il advienne, [n'est] pas une menace finale et définitive ; il s'insère comme un défi parmi d'autres, comme un moteur de croissance parmi d'autres sur le long et turbulent chemin de l'humanité.* »

Horx dit bien un défi parmi d'autres, un défi parmi de nombreux autres. Au sein de toute la discussion sur le changement climatique, il ne nous faut pas oublier qu'il existe également d'autres changements, d'autres modifications qui dans notre société se posent comme des défis stratégiques, et qui précisément dans la branche du tourisme et des remontées mécaniques doivent mener à de nouvelles stratégies. Ce que j'entends par là, quelques exemples rudimentaires permettent de l'évoquer : il s'agit de concepts, on pourrait également parler de facteurs clés, comme

- la démographie
- l'énergie
- la technique
- la mobilité
- les marchés touristiques globaux,

qui doivent être intégrés à long terme dans la planification et le développement des infrastructures et des offres.

- On attend ainsi d'après la statistique des naissances et les mouvements de migration un recul de la population en Europe, alors qu'ailleurs dans le monde celle-ci continuera à augmenter de manière sensible. En Europe se dessine également un fort vieillissement de la population, développement – pour éviter ici tout malentendu – que je considère de manière absolument positive : de plus en plus d'hommes atteignent un âge avancé en bonne santé et en gardant leur vitalité. C'est là une génération en devenir, plus forte en quantité et en qualité, et qui a d'autres attentes que des consommateurs plus jeunes.
- Dans le secteur de l'énergie, les chercheurs prédisent d'autres hausses des coûts, alors que simultanément la disponibilité et la sûreté énergétiques diminueront. On parle dans ce contexte d'un « retour au proche » ; la production d'énergie sur le lieu même pourrait gagner à nouveau en importance.
- La technique est et demeure également l'un des facteurs clés les plus importants. De nouveaux progrès marquants dans le domaine des technologies de communication nous ouvriront des possibilités nouvelles. Des produits innovants, je pense par exemple aux nanotechnologies, vont couvrir nos besoins avec une efficacité sans cesse croissante. Mais tout cela coûte de l'argent, beaucoup d'argent, entraîne de nouveaux coûts. Il importe de ne pas sous-estimer les plus grands besoins en capitaux que les innovations techniques amènent avec elles.
- Les marchés touristiques globaux sont en lien étroit avec la croissance de la mobilité et les infrastructures de liaison. Ils offrent de nouveaux groupes-cibles, mais créent également de nouveaux concurrents. Si l'on observe les tendances qui influencent

par exemple de plus en plus le comportement de voyage des Européens (détente, pas de stress, évasion du quotidien, gain d'énergie et de forces nouvelles, joie, bons moments, envie de se laisser gâter, de rencontres intéressantes, de vivre des choses ensemble), on remarque qu'ici aussi, l'idée d'un « retour au proche » pourrait être pour nous très intéressante et fructueuse.

Ce ne sont là que des facteurs clés possibles et non exhaustifs, des indicateurs, des tendances et des réflexions qui indiquent – en plus du changement climatique – où le voyage pourrait mener. Tous ces développements se rejoignent en ceci qu'il n'est pas en notre pouvoir de les influencer, mais que nous devons cependant réagir par rapport à eux. Ceci pour dire qu'en tant qu'acteurs touristiques et que branche des remontées mécaniques, nous sommes appelés sur différents fronts, des fronts qui sont de plus en plus déterminés de manière globale et internationale. Mais tous ces fronts nous ouvrent également toujours des possibilités nouvelles !

Plus nous serons conscients de cela, plus nous développerons de stratégies et d'alternatives, plus nous aurons aussi de marge de manœuvre, plus grandes seront nos capacités de répondre à temps à des processus de modification complexes, et souvent difficiles à prévoir.

Notre situation de départ est bonne. La Suisse est aujourd'hui comme hier considérée comme une des destinations les plus belles et les plus sûres. Sur le plan international précisément, le tourisme suisse est dans une situation de nette croissance. Dans notre branche, plusieurs nouveautés ont été mises en œuvre ces dernières années : nouvelle législation, développement de l'offre de formation et de conseil, adaptations de structures dans différentes destinations.

Il nous faut cependant continuer et agir encore : en tant qu'entreprises, qu'associations régionales, que Remontées Mécaniques Suisses. Le travail touristique en réseau que nous effectuons ensemble, que nous définissons et où nous voulons unir nos intérêts, ce travail devient de plus en plus important, et précisément aussi sur le plan international. De nombreux problèmes qui se posent à nous se posent également chez nos voisins. Dans de nombreux cas, nous sommes avec eux plus partenaires que concurrents, où plutôt : nous pourrions et nous devrions l'être. Au sein du marché touristique global, nous représentons ensemble l'espace alpin.

Ce travail en réseau, intérieur et extérieur, sur le plan national et international, ne peut il est vrai pas résoudre les problèmes des entreprises particulières. Il ne le doit et ne le devrait d'ailleurs pas non plus. Il peut cependant aider de manière décisive, créer de bonnes conditions, influencer, agencer, ou même réorienter des cadres d'activité très importants : légaux, techniques, de formation, de société, de politique touristique.

A cette conception répondent, de manière ferme et concrète, les nouvelles prestations de service de l'association : le centre de formation de Meiringen et la formation en général, ainsi également que le projet de conseil technique.

L'activité de l'association durant ces dernières années et le travail exemplaire autour de la nouvelle législation sur les transports à câbles l'ont montré : ensemble nous sommes

forts, nous pouvons gagner. Nous avons besoin de votre aide et de votre soutien pour continuer dans ce sens.

J'aimerais ici vous remercier tous pour le travail effectué, sur place, dans vos entreprises, sur les lieux de destination. Sous la direction de Peter Vollmer et de Fulvio Sartori, nous disposons à Berne, Meiringen inclus, d'une équipe peu importante en nombre, mais qui a de la force de frappe, et qui en collaboration avec l'UTP effectue chaque jour le travail de l'association de manière compétente et sûre. Avec et via les associations régionales, nous pouvons également nous appuyer sur des experts et des personnalités de premier ordre. Je tiens ici à vous remercier tous et avec vous nos partenaires de l'industrie, ainsi que des différents offices de la Confédération et des Cantons (CITS inclus), pour votre bonne collaboration, pour votre collaboration ouverte.

Saviez-vous au fait qu'il existe dans le monde plus de 200 « Suisses », j'entends par là des régions décrites comme des Suisses, comme par exemple la Suisse franconienne où la Suisse saxonne ? C'est toujours des régions pleines de charme, qui sont assimilées ainsi à la Suisse. Remarquable forme d'identification !

En tant que prestataires de services et qu'acteurs touristiques, nous collaborons et travaillons tous à la Suisse « originale », à l'expérience Suisse ! Avec et par les remontées mécaniques !

C'est là une tâche enthousiasmante que nous pouvons et voulons réaliser ensemble, aujourd'hui et demain. Car que serait la Suisse, sans ses remontées mécaniques ?