

Milestone

La 20^e édition du prix du tourisme a récompensé mardi six lauréats. L'offensive numérique de Zermatt l'emporte; les Romands de Private Deal aussi primés.

LAETITIA GRANDJEAN

Si la 20^e édition du Milestone ne devait se résumer qu'à un mot, ce serait sûrement celui-ci: collaborations. Mais une mise en réseau ne serait rien sans des personnalités qui les concrétisent, convainquent les acteurs autour d'eux, jouent ce rôle de liant. Cet esprit d'innovation et de cohésion a été célébré mardi soir au Kursaal de Berne, par 650 représentants du tourisme, du monde politique et économique. Le prix du tourisme suisse 2019 a récompensé six projets et personnalités, dont un en Suisse romande.

Illustration de cet esprit de collaboration: l'offensive numérique de Zermatt avec sa start-up Bonfire qui remporte le premier prix dans la catégorie «Innovation». «Une stratégie digitale et une manière de penser qui a convaincu toute une destination et l'a renforcée», a souligné Marianne Janik, Country General Manager de Microsoft Switzerland, dans sa laudatio. Le jury a été séduit par cette base de données ouverte entre l'hôte et les prestataires qui permet de personnaliser le séjour du client, mais aussi par sa gouvernance agile. «L'objectif consiste à relier les 18 projets en service et qu'ils profitent les uns et aux autres», a partagé Andreas Mazzone, directeur de Bonfire.

Terre des ours: un succès intimement lié à Pascal Jenny

Le deuxième prix de la catégorie «Innovation» va à Arosa Terre des ours, un parc de 25 000 m² ouvert depuis août 2018 en étroite collaboration avec l'organisation de protection des animaux «Quatre pattes». Le premier revient aussi à saluer la persévérance d'un homme, Pascal Jenny, président de la



Isabelle Jan, cofondatrice de la société PrivateDeal, a reçu mardi soir à Berne le prix spécial «Première».

Miriam Schwarz

Un Milestone inspiré par les collaborations

fondation et directeur d'Arosa Tourisme, qui a patienté huit ans avant de voir ce projet se réaliser. Bernd Schildger, directeur du Tierpark de Berne, a relevé la performance d'un expert en tourisme pour un domaine hors de ses compétences. «Le fait qu'Arosa dispose de la meilleure et de la plus belle installation pour les ours en Suisse est quelque chose de vraiment spécial, tout comme le fait qu'ils puissent vivre à l'état sauvage 365 jours par an. Cette particularité est intimement liée au nom de Pascal Jenny.» Le principal concerné, déjà titulaire d'un Milestone en 2011 pour sa destination événementielle, souligne l'importance d'être actif au-delà de la branche touristique. «L'enthousiasme pour ce projet n'a pas été immédiat, il a fallu convaincre la population, qu'elle nous accorde sa confiance.»

Le troisième prix récompense la nouvelle classe Excellence du Glacier Express, qui relie Zermatt à St-Moritz. Si la réussite du projet repose aussi sur un gros travail de collaboration, notamment entre les cantons, c'est aussi «son courage pour la marge financière» qui a été relevée par Hans Peter Danuser von Platen, ancien directeur du tourisme de St-Moritz. Cet été, ce sont près de 5000 passagers qui l'ont sollicitée et été prêts à payer la première classe plus 420 francs pour cette classe Premium. «Chapeau!» félicite le professionnel du tourisme. «Beaucoup n'ont pas le courage du prix. Nous sommes partis du principe qu'un client est prêt à payer pour un produit qui répond à ses attentes», explique Annemarie Meyer, directrice de Glacier Express AG.

Remis pour la seconde fois cette année, le prix «Première» récom-

pense un prix de la catégorie «Innovation» présentant un important potentiel de développement. Il honore le seul projet romand figurant parmi les huit nominés: la société PrivateDeal SA, développée en partenariat avec l'Ecole hôtelière de Lausanne. Elle se présente comme une solution pour faciliter la vie des hôteliers, un système de négociation de prix aisément intégrable sur le site web des hôtels. Alain Kropf, directeur du Royal Savoy à Lausanne (5 étoiles) et utilisateur du système, a loué sur scène cet outil qui permet un «changement de paradigme» et favorise «une meilleure compréhension des clients et du prix qu'ils sont prêts à payer pour une prestation.» Isabelle Jan, cofondatrice et directrice adjointe de PrivateDeal, s'est dite «surprise et honorée» de recevoir ce prix, y voyant une «grosse reconnais-

sance» pour un projet développé depuis 2017 et qui se déploie désormais à l'international.

De la nécessité de primer des personnalités inspirantes

Dans la catégorie «Relève», le jury a décerné le prix à Jonas Gass, codirecteur de l'Hôtel Nomad Design & Lifestyle à Bâle. Le jury a été séduit aussi par les projets qu'il mène en parallèle comme le concept gastronomique «100 Tage Warschau» ou encore le projet «Silo» en cours de réalisation, un établissement qui sera destiné à n'employer que des jeunes au sortir de l'apprentissage. Pour Jonas Gass, il est important de confier rapidement des responsabilités aux jeunes. «En cette période de pénurie de main-d'œuvre qualifiée, notre industrie a besoin de jeunes modèles. Jonas est un brillant exemple

MILESTONE

EXCELLENCE IN TOURISM

CATÉGORIE INNOVATION

1^{er} prix: Bonfire, l'offensive numérique de Zermatt
2^e prix: Arosa Bärenland – Terre des ours
3^e prix: Glacier Express – classe Excellence

ŒUVRE D'UNE VIE

Hanna Rychener Kistler, fondatrice et directrice de l'Ecole sup. de tourisme (IST)

PRIX DE LA RELÈVE

Jonas Gass, codirecteur de l'Hôtel Nomad à Bâle

PRIX PREMIÈRE

Private Deal: système de négociation intelligente pour les hôtels

de ce qu'il est possible de réaliser dans notre profession», a salué l'hôtelier bâlois Raphael Wyniger.

«Le Milestone est une source d'inspiration pour les professionnels du tourisme. Ils ont besoin d'exemples, qui deviendront des valeurs où ils pourront se réfugier en cas de difficultés», déclarait plus tôt dans la soirée le conseiller fédéral Guy Parmelin. Le Milestone 2019 a attribué le prix pour l'Œuvre d'une vie à une femme, pour la première fois depuis sa création. Hanna Rychener Kistler, fondatrice et directrice de l'Ecole supérieure de tourisme IST à Zurich et Lausanne, a impressionné le jury par son infatigable engagement en faveur de la formation dans le tourisme. Le professeur Hansruedi Müller a salué son optimisme, son humanité, sa capacité à créer des liens. «Avec son éloquence et son autorité naturelle, elle défend toujours l'ensemble: l'équipe, les jeunes, le tourisme suisse.»

Ce Milestone était décidément inspiré par les coopérations. Et ce n'est pas Ruth Metzler-Arnold, qui présidait le jury du Milestone pour la dernière fois, qui dira le contraire: «Le tourisme regorge de bons projets, mais on peut encore faire mieux, notamment en termes de collaborations.» Le cap à suivre pour les 20 prochaines années est donné.

htr.ch/milestone2019

Structure, digitalisation et 4 saisons: les défis de Simon Wiget

Nouveau cap

Le Valaisan dirigera le tourisme de Verbier dès la mi-janvier 2020. Il expose ses ambitions à ce nouveau poste qui chapeaute les activités de Verbier Promotion et de l'OT.

LAETITIA GRANDJEAN

Simon Wiget, vous disposez d'une longue carrière dans le tourisme, notamment auprès d'Anniviers Tourisme, où vous avez passé 11 ans (2006-2017). Début 2020, vous rejoindrez Verbier en tant que directeur du tourisme. Voilà deux destinations qui n'ont rien à voir...

Effectivement, en termes de type de clientèle et de positionnement, elles sont très différentes, mais restent toutes deux des destinations de montagne. Leur offre est très complémentaire pour le Valais. Je ne pensais pas revenir de sitôt au tourisme (il

dirige depuis 2018 l'entreprise de marketing et de conseil Atelier Grand + Partenaires, ndlr). Mais je ne pouvais pas laisser passer cette opportunité.

Qu'est-ce qui vous plaît tant à Verbier?

Verbier est une destination très dynamique et attrayante, avec une offre incroyable et une renommée extraordinaire. J'y pratique régulièrement du snowboard, du VTT, du parapente... Je siégeais également au sein du Comité directeur du Grand Raid qui relie Verbier à Grimentz. Si je revenais au tourisme, ce n'était pas pour repartir sur le même type de destination.

Votre poste remplace les fonctions précédentes des deux directeurs: Pierre-André Gremaud, qui a démissionné en juin, et Joël Sciboz, qui n'a pas fait acte de candidature. Une mission réaliste?

Ce rapprochement constitue un challenge supplémentaire que je suis heureux de relever. Réunir les deux structures de l'OT et de la promotion se justifie absolu-

ment: la vision marketing doit précéder toute conception de produit et s'en inspirer. J'ai toujours été intéressé par le fonctionnement des entités touristiques et leur gouvernance. J'y ai d'ailleurs consacré un travail de mémoire dans le cadre d'un EMBA en innovation touristique.

Quels avantages de réunir sous un même toit les activités de l'OT et de la promotion?

Il s'agit bien d'un rapprochement au niveau du fonctionnement, et non pas d'une fusion des structures, du moins pas pour l'instant. Verbier Promotion est une SA et l'office du tourisme, en charge de l'accueil, de l'information et des animations, une société de développement. L'équipe de 25 personnes partage d'ailleurs les mêmes locaux depuis quatre mois. La réunion de leurs compétences, pluridisciplinaires, permet de gagner en efficacité.

«Si je revenais au tourisme, ce n'était pas pour retourner dans le même type de destination.»

Simon Wiget
Dir. nommé Verbier Tourisme

Qui dit synergies, dit souvent réduction de postes...

Je n'espère pas! J'ai toujours considéré les ressources humaines comme une valeur ajoutée primordiale. J'espère utiliser au mieux ces compétences et améliorer ce qui peut l'être dans la volonté de développer le tourisme.

Outre la restructuration, quels autres défis vous attendent?

La digitalisation sera l'autre axe principal. Elle a pris une place centrale non seulement en amont du séjour, mais aussi pendant le séjour. Le projet de e-tourisme et de place de marché a pris du retard à cause de problèmes liés à la société partenaire. Le site web doit également évoluer, conjointement avec celui des 4 Vallées.

La station déploie des efforts considérables sur l'été. Outre le succès du Verbier Festival, elle a

accueilli son premier festival de e-bike en août. Une initiative qui vous parle?

Quand Verbier fait quelque chose, elle fait les choses en grand. Elle se donne les moyens de se démarquer. Et ça marche. Le VTT électrique permettra de redynamiser la station. Les magasins de sport et les remontées mécaniques en profitent déjà. Un travail important nous attend encore concernant la cohabitation avec les randonneurs. Je vois aussi un énorme potentiel sur l'automne et l'événementiel que nous pouvons encore renforcer, en collaboration avec les remontées mécaniques. Tout cela sans relâcher nos efforts sur l'hiver, qui demeure notre saison phare.

Le conseil d'administration parle

Simon Wiget ldd



d'un «été touristique exceptionnel», avec une progression des nuitées de 30%. Comment vous identifiez-vous à cet «élan prometteur»?

Je ressens très fortement ce dynamisme et cette volonté d'aller de l'avant. Pour moi qui adore innover et développer des projets, c'est très motivant. Bien sûr que j'ai quelques idées mais il est trop tôt pour les partager.