

Trafic touristique

Importance des transports publics
pour le tourisme

Août 2019



Sommaire

Éditorial	5
Le trafic touristique et de loisirs	6
Le trafic touristique et de loisirs en mutation	8
Défis pour la branche	12
La branche agit	13
La stratégie 2030 du trafic touristique	15
Annexe	17

Éditorial

Les différents moyens de transport – train, bus, tram, transports à câble et bateau – se complètent idéalement dans un système uniforme du point de vue du client. Le trafic touristique et de loisirs s'étend sur toute la Suisse et dessert aussi bien des villes et des lacs que des vallées et des montagnes.

Afin que les transports publics suisses puissent continuer à offrir des prestations de grande qualité à leurs clients, l'image de marque du trafic touristique et de loisirs doit être continuellement renforcée dans tous les domaines, et ses intérêts défendus auprès de la population, du monde politique, des associations et des partenaires.

Selon l'Office fédéral du développement territorial (ARE), 44 % des kilomètres parcourus chaque jour sont le fait du trafic de loisirs, dont un tiers en transports publics.

Dans un monde globalisé et un contexte de concurrence directe avec les prestataires de loisirs et de tourisme étrangers, l'affirmation du trafic touristique et de loisirs national nécessite de bonnes conditions-cadres. Les régions périphériques, souvent moins densément peuplées, en profitent également. Grâce aux recettes qu'il génère, ce type de trafic complète efficacement le trafic pendulaire existant (mobilité à des fins professionnelles) pour garantir une offre de qualité même dans les régions les plus reculées.

Le présent document soulève les principaux points et explique quelles sont les mesures nécessaires à assurer la poursuite du développement du trafic touristique et de loisirs dans les prochaines décennies. Un accent particulier est mis dans ce contexte sur le trafic régional voyageurs (TRV) avec fonction de desserte.

Ueli Stückelberger
Directeur de l'UTP

Fredy Miller
Président de la commission Trafic touristique

Le trafic touristique et de loisirs

Le terme «trafic touristique et de loisirs» désigne les voyages générés par des activités de loisirs, indépendamment du moyen de transport choisi. Il s'agit de voyages liés à des séjours temporaires dans des lieux situés en dehors de l'environnement quotidien. Les circuits et les excursions dont le motif est le voyage lui-même sont inclus dans cette définition. Ces voyages sont aussi bien effectués par des usagers indigènes qu'étrangers.

Les transports publics assument une fonction centrale dans la garantie de la mobilité, laquelle constitue une condition de base à la vie et à l'économie en Suisse, tant dans les villes et les agglomérations que dans les régions périphériques. Comme les veines du corps humain, le réseau de transports publics parcourt le pays et relie les régions touristiques aux points nodaux et aux aéroports.

Les transports publics ont des importances très diverses pour les acteurs du tourisme et des loisirs:

Pour la destination touristique, les transports publics assurent un lien fondamental vers la clientèle touristique. Qu'ils proviennent de Suisse ou de l'étranger et arrivent en train, en bus ou en avion, les touristes utilisent en priorité le réseau dense des transports publics pour rejoindre leur destination finale.

Pour les prestataires de loisirs, la desserte par les transports publics contribue directement à l'attractivité de l'offre et permet de toucher un public plus large, notamment les personnes non motorisées et la clientèle qui n'est pas encore en âge de conduire. Les transports en commun participent ainsi directement au succès d'une offre de loisirs.

Pour la population locale, le réseau des transports publics ouvre de nombreuses occasions de développer les régions périphériques sur les plans économique et social et permet le transport de marchandises et de biens de consommations en sus de celui de personnes. Les transports publics et le trafic touristique créent également de multiples possibilités d'emploi, ce qui favorise le développement économique à long terme des régions desservies. En comparaison avec le transport individuel motorisé, les transports publics concourent par ailleurs directement à la protection de la nature et de l'environnement.

Pour la clientèle touristique et de loisirs, les transports publics constituent le moyen de transport principal pour profiter des activités de la région visitée. Dans certains cas, ils ne facilitent pas seulement la mobilité, mais constituent la seule possibilité d'accès aux attractions (chemins de fer de montagne et transports à câble). Étant donné que certaines offres des régions périphériques ont besoin d'eux, ces moyens de transport servent directement l'attractivité des destinations.

Les transports publics sont parfois eux-mêmes une attraction touristique. Certains tronçons ou lignes de train et de bus (p. ex. Bernina Express, Glacier Express, GoldenPass, Jungfraujoeh, Luzern – Interlaken Express) constituent une attraction touristique en tant que telle. La notoriété touristique de ces tronçons et relations ferroviaires contribue à l'attractivité et à l'image positive de la destination, tout en imprégnant l'image de la Suisse à l'étranger. L'offre touristique des transports publics participe ainsi directement au développement des régions et destinations touristiques.

La mutation du trafic touristique et de loisirs

Le trafic touristique et de loisirs ne se développe pas de façon isolée, mais est marqué par le contexte sociétal dans lequel le boom de la branche du tourisme et de la détente est un nouveau moteur de développement socioéconomique. L'évolution des activités touristiques dépend étroitement de l'évolution économique, politique et géographique. Ceci vaut pour le trafic de loisirs des clients nationaux et le trafic touristique des hôtes internationaux. Le trafic touristique en Suisse est ainsi fortement lié à l'évolution du contexte économique et politique dans les pays industrialisés et les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud).

Les entreprises de transport uniquement axées sur l'exploitation touristique, c'est-à-dire sans fonction de desserte, ne reçoivent pas d'indemnités, alors que celles qui offrent du trafic combiné (avec et sans fonction de desserte) obtiennent des indemnités pour le trafic régional voyageurs (TRV). Afin d'être en mesure de résister à la concurrence internationale, toutes les entreprises de transport doivent continuellement vérifier leur efficacité entrepreneuriale et leur degré de couverture des coûts tout en proposant des offres de prestations conformes au marché. Les entreprises de transport n'ayant pas droit aux indemnités sont particulièrement exposées à la concurrence internationale. De plus, les coûts d'exploitation et des installations mettent toujours plus sous pression les entreprises de transport.

Les jeunes et les seniors privilégient les transports publics

La voiture perd en attrait pour un nombre croissant de jeunes gens, surtout dans les villes. Les jeunes et les citoyens restent toujours plus longtemps fidèles aux transports publics et les utilisent également pour profiter d'offres touristiques et de loisirs, ce qui incite les entreprises de transport à renforcer leur offre destinée aux adolescents et aux jeunes adultes.

Du fait du vieillissement de la population dans les pays occidentaux, les personnes âgées forment parallèlement un groupe-cible toujours plus important et sont bien plus mobiles et en meilleure santé que par le passé. De plus, avec l'âge, les seniors abandonnent souvent le trafic individuel au profit des transports publics, qu'ils empruntent pour des activités de loisirs et de tourisme.

Les offres touristiques et de loisirs destinées aux seniors sont dès lors un nouveau segment pour les transports publics.

Concentration vers l'intérieur

En Suisse, les surfaces urbanisées ne cessent de s'étendre. Pour contrer cette tendance, l'Office fédéral de l'aménagement du territoire a élaboré plusieurs mesures pour favoriser le développement vers l'intérieur, avec comme objectif de densifier les friches industrielles et les zones à bâtir sous-utilisées avant d'équiper celles restées vierges ou d'en créer de nouvelles. Ce nouveau concept d'aménagement du territoire n'est pas sans conséquence pour les transports publics qui voient leur offre se densifier au sein des espaces bâtis.

Le trafic touristique et de loisirs constitue pour les régions périphériques une possibilité de compléter les solutions de transport existantes. En effet, la demande généralement moindre y est compensée par la demande générée par le trafic touristique et de loisirs.

Tendances dans le tourisme alpin

Le tourisme alpin est aujourd'hui confronté à de nombreux défis en raison de l'évolution des habitudes de la clientèle touristique et du changement climatique. Pour les visiteurs, la tendance est aux séjours brefs d'une durée moyenne de deux jours. Celle-ci s'observe plus particulièrement pour le tourisme alpin tandis que les villes sont moins touchées par le phénomène. Pour y répondre, les destinations de montagne mettent en œuvre un tourisme « quatre saisons » en collaboration avec les remontées mécaniques afin d'augmenter le nombre de courts séjours.

Le changement climatique impacte également le tourisme alpin avec une augmentation globale de la température et des chutes de neige moins fréquentes aux altitudes les plus basses. Les hautes températures estivales en plaine contribuent à renforcer une « migration » touristique vers les destinations d'altitude. Les tendances pour le tourisme alpin représentent à la fois des défis et des chances.

Amélioration de l'offre et augmentation des cadences

Le trafic touristique et de loisirs profite directement de l'étoffement de l'offre du trafic régional voyageurs avec fonction de desserte. L'augmentation de la cadence des lignes concernées entraîne également un développement de l'offre du trafic régional voyageurs sans fonction de desserte. Par cette interdépendance, c'est toute l'offre de transports publics qui progresse au profit des régions touristiques et de leur population.

Dans un marché international, le trafic touristique se réinvente sans cesse en collaboration avec les régions touristiques afin de rester attrayant face à la forte concurrence nationale et étrangère. La diversification et la numérisation des offres de trafic touris-

tique et de loisirs gagnent ainsi toujours plus en importance. Les transports publics et le trafic touristique contribuent aujourd'hui activement à l'attrait d'une région, car l'expérience débute déjà lors du voyage et pas seulement une fois arrivé à destination.

Des offres de trafic touristique attrayantes et personnalisables concourent à ce que les transports publics soient davantage utilisés pour les voyages de loisirs, aussi bien pour de courts trajets que sur de longues distances, ce qui favorise la modification de la répartition modale à leur profit.

Le réseau des transports publics suisses compte de nombreuses lignes avec une offre spécialement dédiée à la clientèle touristique. Ces trains et bus couvrent l'offre de base (fonction de desserte) tout en proposant des services spécifiques à la clientèle touristique (matériel roulant, service à bord et horaires adaptés aux besoins des touristes). Ils sont de véritables attractions touristiques et dépassent ainsi leur fonction primaire de transport. Les trains et bus touristiques les plus connus sont le Glacier-Express (Zermatt–St-Moritz/Davos), le GoldenPass (Montreux–Zweisimmen–Interlaken), le Bernina-Express (Coire–Tirano) et le Palm-Express (St-Moritz–Lugano). Tous proposent une expérience unique et un accès exclusif aux Alpes et Préalpes suisses.

Étape d'aménagement de PRODES: développement de l'infrastructure et de l'offre

Dans le cadre de l'étape d'aménagement de PRODES, les entreprises de transport à orientation touristique investissent dans l'amélioration de l'infrastructure afin de proposer une offre toujours plus performante: elles diminuent les temps de parcours et introduisent la cadence semi-horaire sur les lignes principales. Ces améliorations contribuent à renforcer l'attractivité des destinations et l'attrait des transports publics.

Modernisation du matériel roulant

Les entreprises de transport engagement des investissements massifs en faveur de la modernisation du matériel roulant existant et de l'acquisition de nouveau matériel afin d'augmenter l'attractivité de leur offre. Grâce à ces investissements, elles proposent à la clientèle pendulaire et touristique un service de qualité et un confort de haut niveau, et répondent ainsi aux attentes toujours plus élevées des usagers. Le nouveau matériel roulant offre par exemple de grandes baies vitrées, la possibilité de baisser les fenêtres pour prendre des photos sans reflet ou encore un système ou une application qui informe la clientèle touristique des points d'intérêts.

Efficacité énergétique des transports publics

Avec l'acceptation par le peuple de la Stratégie énergétique 2050, les questions d'énergie gagnent en importance pour les transports publics. Les entreprises de transport sont appelées à améliorer toujours plus leur efficacité énergétique, à couvrir leurs besoins uniquement à partir d'énergies renouvelables, et de plus en plus à produire elles-mêmes de l'énergie. Les chemins de fer circulent déjà avec une traction électrique sur tous les tronçons (à l'exception des lignes historiques telles que le Briener Rothorn ou le train à vapeur de la Furka). Les systèmes de propulsion sont continuellement améliorés afin d'augmenter encore leur efficacité énergétique. Les entreprises de bus recourent elles aussi à des systèmes de propulsion innovants pour soigner encore le bilan écologique des véhicules et réduire les émissions de CO₂. Cette tendance concerne aussi le trafic touristique et de loisirs car la clientèle est de plus en plus sensible aux aspects de durabilité.

Bus longues distances

Les entreprises de transport suisses sont confrontées à de nouveaux concurrents pour le transport de personnes. Avec la libéralisation du trafic international par autocar en Europe, de nombreuses régions touristiques du pays (par exemple Coire, Lucerne ou Zurich) sont aujourd'hui directement connectées au réseau des bus longues distances européens. Ce dernier est un marché en plein essor avec de nouvelles lignes régulièrement créées et toujours plus de destinations desservies. Indépendamment de cette évolution, les transports internationaux par autocar sont toujours soumis à l'interdiction de cabotage en Suisse, c'est-à-dire à l'interdiction de transporter des voyageurs en trafic intérieur, soit entre deux destinations situées en Suisse (par exemple entre Zurich et Bâle).

Défis pour la branche

Dans le domaine du trafic touristique, les transports publics font face à de nombreux défis parmi lesquels figurent les questions de financement, mais aussi le manque de coordination transfrontalière.

Selon les chiffres actuels de l'Office fédéral de la statistique, les activités de loisirs sont le principal motif de voyage. En 2015, en Suisse, 44 % des distances quotidiennes ont été parcourues pour les loisirs, contre 24 % pour des motifs professionnels et 13 % pour des achats. La voiture est utilisée sur 64 % des distances parcourues pour les loisirs. Le trafic de loisirs présente donc un important potentiel pour les entreprises de transport et la possibilité d'influencer la répartition modale au profit des transports publics.

Dans les régions frontalières, la coordination entre les différentes parties prenantes du tourisme – dont les entreprises de transport – peut encore être améliorée sur de nombreux points. Les offres touristiques des transports publics (trafic urbain excepté) ne vont souvent que jusqu'à la frontière sans liaison adéquate ensuite. Ce manque de coordination et la limitation de la mobilité individuelle qui en résulte influent souvent négativement sur l'image et l'attrait des transports publics et des régions touristiques concernées.

Le trafic régional voyageurs sans fonction de desserte se compose d'offres purement touristiques qui ne reçoivent pas d'indemnités de la Confédération. Étant donné que les entreprises de transport qui n'ont pas droit aux indemnités ne peuvent survivre qu'en pratiquant des tarifs couvrant leurs coûts, il leur est très difficile de participer aux tarifs des transports publics qui ne couvrent pas leurs coûts. C'est la raison pour laquelle les entreprises touristiques non indemnisées pratiqueront toujours des prix plus élevés que les entreprises de transport subventionnées par les pouvoirs publics.

Ce déséquilibre entre le trafic régional voyageurs avec et sans fonction de desserte place les entreprises qui disposent d'une concession pour une ligne régionale sans fonction de desserte face à de très grands défis en matière de capacité d'investissement.

Nombreuses sont les entreprises de transport n'ayant pas droit aux indemnités (en particulier des remontées mécaniques et des entreprises de navigation) qui ne survivent aujourd'hui que grâce au soutien public des cantons ou des communes.

La branche agit

La branche développe des offres attrayantes et axées sur le marché

La branche agit efficacement et en fonction du marché en développant des offres attrayantes. Elle renforce la collaboration entre les entreprises de transport, définit une stratégie commune pour le trafic touristique, crée des offres et des produits intéressants valables dans toute la Suisse et recherche des synergies entre les entreprises de transport ayant droit aux indemnités (trafic régional voyageurs) et celles qui n'y ont pas droit. Dans le même temps, la branche cherche à renforcer les échanges avec les prestataires touristiques en collaborant avec plusieurs d'entre eux (offices du tourisme, remontées mécaniques, hôtels, activités liées) afin de développer des offres et des produits spécialement conçus pour les besoins des clients aux côtés des acteurs-clés des régions concernées. Elle participe cependant aussi activement à l'activité touristique de ces régions et présente le voyage comme un moment à vivre: l'expérience touristique débute avec le voyage et pas seulement une fois à destination.

À titre d'exemple, le développement du «Grand Train Tour of Switzerland» s'est appuyé sur une étroite collaboration entre les entreprises de transport et Suisse Tourisme.

La branche reconnaît l'organisation du marché et la diversité des acteurs

La branche considère la diversité de l'offre et des acteurs impliqués comme une force (type d'offre, taille de l'entreprise, etc.) et contribue à l'ancrage régional des offres et à l'innovation dans les destinations.

Exemple: les entreprises de transport collaborent avec différents acteurs tels que les remontées mécaniques, les hôtels ou les loueurs de vélos et proposent des offres combinées.

La branche sensibilise les décideurs politiques et le public à l'importance nationale du trafic touristique et de loisirs

Au moyen de différentes mesures, parmi lesquelles un document en cours de rédaction par l'UTP, la branche sensibilise le milieu politique et le grand public à l'importance des transports publics et des trains et bus touristiques pour le tourisme en Suisse.

La branche s'engage pour un trafic touristique et de loisirs performant

La branche optimise continuellement son modèle d'affaires avec des processus améliorés peu gourmands en ressources et une collaboration renforcée avec ses partenaires.

Exemple: les entreprises de transports publics s'engagent davantage dans le tourisme régional en participant à différentes cartes d'hôtes avec leur offre, comme avec le pass Anniviers Liberté.

La branche s'engage en vue de la numérisation et de l'innovation

La branche...

- s'engage dans le domaine de la numérisation afin d'augmenter l'efficacité des processus opérationnels et la productivité;
- exploite une distribution simple et conviviale;
- soutient une collaboration coordonnée à l'échelle de la branche en matière de transition numérique afin d'éviter une fracture entre les petites et les grandes entreprises de transport;
- s'efforce de concevoir une offre unique et originale à l'aide des technologies d'innovation disponibles (compétitivité);
- collabore étroitement avec Swiss Travel Center, Swiss Travel System et Suisse Tourisme pour développer les marchés.

Le Chemin de fer rhétique et la Matterhorn Gotthard Bahn collaborent par exemple afin de proposer une nouvelle expérience de voyage en s'appuyant sur les nombreuses possibilités offertes par la numérisation.

Swiss Travel Center et Swiss Travel Pass travaillent quant à eux à la commercialisation de produits innovants, abordables et en lien direct avec l'offre des transports publics et en particulier à vocation touristique. Les offres couvrent l'ensemble de la Suisse et peuvent être adaptées aux besoins spécifiques de la clientèle.

La stratégie 2030 du trafic touristique

Le trafic touristique et de loisirs constitue un système de transport fiable et efficace adapté aux besoins des usagers. Dans le contexte démographique, économique et énergétique actuel, il présente un potentiel de développement élevé aussi bien quant aux hôtes suisses qu'étrangers.

Afin d'atteindre ces objectifs, la commission Trafic touristique (CTT) de l'UTP a formulé quatre orientations stratégiques.

Augmentation de la fréquentation du trafic touristique et de loisirs (avec l'objectif indirect d'améliorer le taux d'occupation des trains aux heures creuses)

Les entreprises de transport collaborent avec des prestataires touristiques importants (hôtels, remontées mécaniques, centres de loisirs) afin d'améliorer la fréquentation du trafic touristique, ce qui constitue une volonté ferme en particulier vis-à-vis de la forte concurrence du trafic individuel motorisé. L'objectif est de créer des offres nouvelles, innovantes, originales et simples à réaliser afin de promouvoir et de faciliter le report modal de la route vers le rail.

Le développement du trafic touristique et le transfert du trafic de la route vers le rail ou les bus des transports publics permettront d'accroître la fréquentation des moyens de transports publics aux heures creuses. L'amélioration de l'offre, l'augmentation de l'attractivité et la hausse de la fréquentation sur les lignes touristiques encouragera en fin de compte également un aménagement équilibré de l'offre entre les régions urbaines et périphériques.

Amélioration de la collaboration entre les entreprises de transport et recherche de synergies avec les prestataires touristiques

Afin d'être à même de proposer à leurs clients un produit touristique complet et intéressant, les entreprises de transport collaborent entre elles et recherchent des possibilités de synergies avec des partenaires touristiques existants afin de créer, de promouvoir et de commercialiser de nouvelles offres.

Ces offres sont continuellement adaptées aux exigences des clients et retravaillées en vue de garantir l'originalité et la qualité des produits. Ceux-ci doivent être simples à comprendre (personnalisés ou sous forme de paquet) et disponibles en ligne. C'est l'offre qui fait le tourisme.

Une attention particulière est accordée à la continuité de la chaîne de transport. Les offres du TRV sont harmonisées avec les besoins des acteurs touristiques et soumises aux commanditaires en conséquence.

Dans le trafic transfrontalier, des offres globales pour la clientèle sont préférées aux restrictions territoriales.

Promotion du trafic touristique et de loisirs auprès des instances politiques et économiques (sensibilisation)

L'Union des transports publics travaille avec le soutien des entreprises de transport à sensibiliser les instances politiques et économiques à l'importance du trafic touristique et de loisirs. Elle s'engage pour la création de conditions-cadres favorables, la prise en considération des intérêts de la branche et la communication auprès des acteurs influents du pays.

Elle participe à la création d'une image positive et durable du trafic touristique et de loisirs via les transports publics auprès de la population et des touristes en provenance de l'étranger.

Prise d'influence au sein du système des transports publics

Les offres du trafic touristique doivent pouvoir être réservées autant que possible sur les canaux de vente du système de transports publics (ch-direct). Les produits doivent être adaptés au marché et faciles à présenter. La simplification de la politique d'assortiments et des systèmes de distribution vise à générer des recettes supplémentaires à long terme.

Annexe

Données clés des trains touristiques les plus connus

Glacier-Express

Desserte: [Zermatt–St-Moritz/Davos](#)

Longueur de la ligne: [291 km](#)

Durée du trajet: [7h50](#)

Nombre de passagers transportés (2017): [220 797](#)

Évolution du nombre de passagers (2013–2017): [+10,4 %](#)

Chiffre d'affaires moyen: [pas de données](#)

Bernina Express

Desserte: [Coire/Davos/St-Moritz–Tirano](#)

Longueur de la ligne: [144 km / 113 km / 61 km](#)

Durée du trajet: [4h28 / 3h27 / 2h35](#)

Nombre de passagers transportés (2017): [223 820](#)

Évolution du nombre de passagers (2017–2018): [+4,7 %](#)

Chiffre d'affaires moyen (2015–2018): [env. 9 millions de francs](#)

Évolution des personnes-kilomètres (2015–2018): [+11 %](#)

Goldenpass

Desserte: [Montreux–Zweisimmen \(depuis le 13.12.2020: Montreux–Interlaken-Est\)](#)

Longueur de la ligne: [62,4 km \(115,43 km\)](#)

Durée du trajet: [1h49 \(3h15\)](#)

Nombre de passagers transportés (2018): [2,2 millions](#)

Évolution du nombre de passagers (2011–2017): [+29 %](#)

Chiffre d'affaires moyen (2016–2017): [env. 14 millions de francs](#)

Luzern Interlaken Express

Desserte: [Lucerne–Interlaken-Est](#)

Longueur de la ligne: [73,4 km](#)

Durée du trajet: [1h49](#)

Nombre de passagers transportés (2018): [2,4 millions](#)

Évolution du nombre de passagers (2013–2018): [+6,7 %](#)

Chiffre d'affaires moyen (2013–2018): [env. 19 millions de francs](#)



Verband öffentlicher Verkehr
Union des transports publics
Unione dei trasporti pubblici

Dählhölzliweg 12
CH-3000 Berne 6
+41 (0)31 359 23 23
info@utp.ch
www.utp.ch