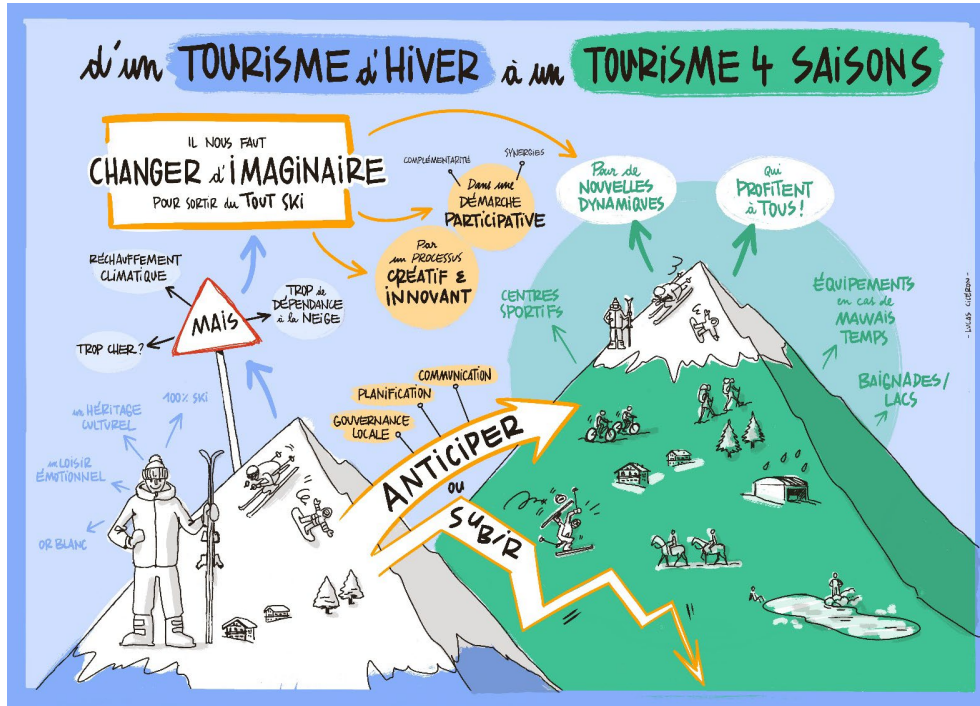




➤ Réinventons nos destinations : transition vers un tourisme durable... oui, mais comment ?

➤ *Leadership politique, conditions-cadre et innovation collective*

Par Anne Sophie Fioretto, Sion, le 06.11.2025

> Plan de la présentation

- ***Introduction – Le tourisme durable : tout le monde en parle...***

Tourisme durable : mot-poubelle ?

Surtourisme : de quoi parle-t-on ?

- ***Des territoires qui se réinventent***

Processus de transformation des territoires

Et si on parlait de décroissance touristique ?

- ***Conclusion – Vers un changement d'imaginaire !***

Le tourisme durable, tout le monde en parle, mais de quoi parle-t-on vraiment ?

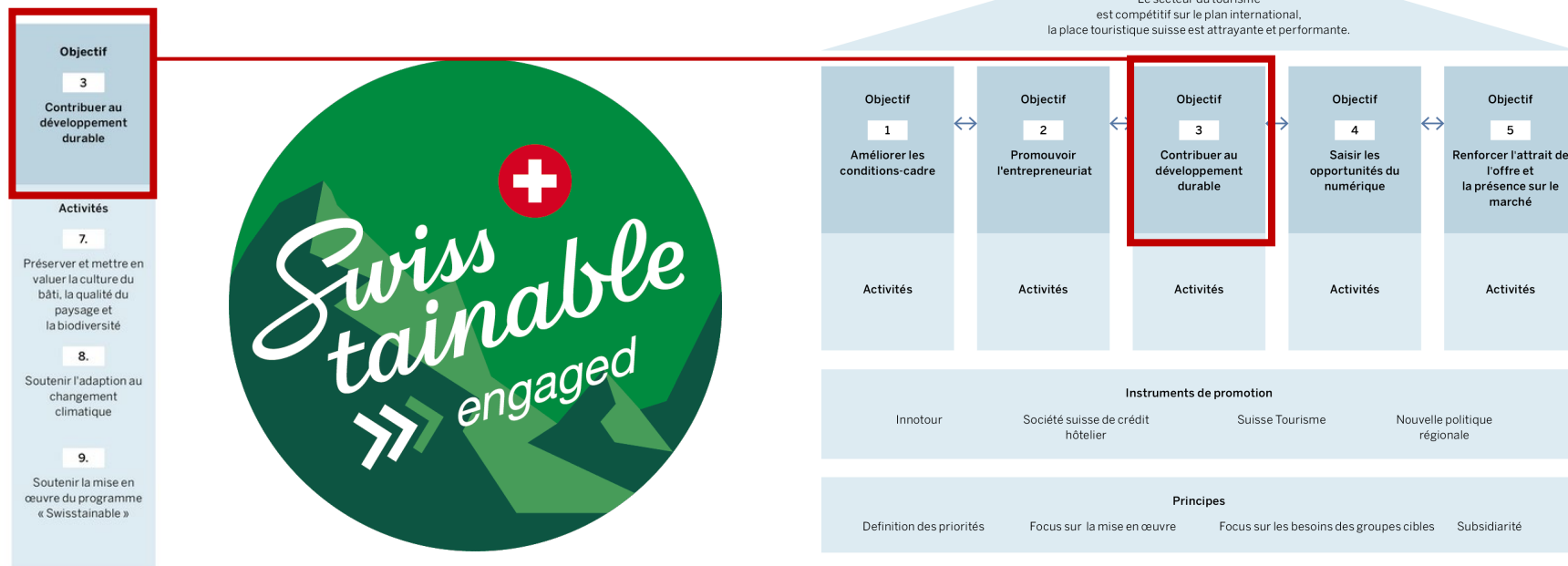
Définition du tourisme durable

"Le tourisme durable est un mode de développement du 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 "
(Source : Organisation mondiale du tourisme – OMT, 2005)

- > *Promesse vertueuse ?*
- > *Croissance illimitée ?*
- > *Contradiction systémique ?*

> [Conditions-cadre] – éléments de référence

- [Stratégie touristique de la Confédération] :



> [Conditions-cadre] – éléments de référence

- [Focus sur le programme de Suisse Tourisme, Swisstainable] :



Stratégie

À l'ère de la durabilité, aucune destination ne effleure mieux que la Suisse cet esprit attentif au respect des ressources et de l'environnement. Nous nous efforçons de trouver un équilibre harmonieux entre les besoins des hôtes, de la population locale et de l'environnement.

[En savoir plus →](#)



Swisstainable sur la bonne voie : rejoignez Swisstainable dès à présent !

Sur cette page, vous trouverez des informations au sujet du programme et les raisons de participer à Swisstainable. Faites aussi connaissance avec nos ambassadeurs et notre ambassadrice de la campagne « Swisstainable sur la bonne voie ». Découvrez le programme en détail et faites-vous conseiller pour y participer.

[En savoir plus →](#)



Campagnes Swisstainable 2023

Swisstainable constitue un élément central de plusieurs campagnes de Suisse Tourisme. Selon la saison et le thème, l'accent est mis sur un aspect différent de la durabilité.

[En savoir plus →](#)

La durabilité, source de richesse

Pour nos hôtes, cela se traduit par les recommandations suivantes:

- Découvrir au plus près la nature dans toute sa diversité.
- Faire l'expérience de la culture locale.
- Consommer local.
- Rester plus longtemps et s'immerger davantage dans la découverte.

Un programme de durabilité pour toute la branche

L'ensemble de la branche du tourisme est invité à participer à Swisstainable. Pour faciliter l'orientation des hôtes, les prestataires qui s'engagent en faveur de la durabilité arboreront le logo Swisstainable. Ces entreprises seront présentées comme modèles et intégrées à la communication avec les hôtes.

> Bienvenue dans la [réalité] du tourisme.



> Extrait d'une interview de Simon Wiget, directeur de Verbier Tourisme (janvier 2023) (<https://www.vfp.ch/fr/blog/verbier-l-ere-du-dynamisme-entretien-avec-simon-wiget-et-florian-michellod-17207/>)

• Durabilité

- Engagée depuis de longue date en faveur de la durabilité, Verbier favorise notamment la mobilité douce. C'est dans cette démarche que s'inscrivent **la ligne Le Châble-Verbier** ainsi que les liaisons directes en train depuis Genève (**Verbier Express**), Lausanne et Fribourg jusqu'au Châble pendant la saison.
- Afin de permettre une meilleure cohérence entre les différentes actions durables menées par les acteurs de la destination, Verbier est en train d'inventorier les initiatives de chacun, l'objectif étant de valoriser et encourager ces efforts tout en incitant d'autres acteurs à s'engager dans cette voie.
- La commune est entrée dans un processus visant à obtenir le label Cité énergie Gold et elle travaille avec des équipes locales et des universités pour **mettre en place un vrai programme de développement durable**.

• Projets

- Le masterplan mis en place permet à Verbier de développer une vision touristique à long terme, reposant sur les centaines d'interviews menées auprès des acteurs touristiques afin d'identifier leurs besoins.
- Le masterplan a pour objectif de recenser tous les projets en cours et d'offrir une ligne directrice permettant aux acteurs d'oeuvrer dans le même sens et la rédaction d'un document de pilotage identique tant pour les acteurs publics que privés. Dans ce cadre, un listing va être établi comprenant tous les projets prévus ou en cours, **l'objectif étant de faciliter la cohérence**

• Nouvelle gouvernance

- Depuis quelques années, une réunification entre Verbier Promotion et l'Office du tourisme de Verbier est intervenue, pour devenir Verbier Tourisme, permettant de bénéficier d'un outil de travail plus efficace.

> Bienvenue dans la [réalité] du tourisme.



> Création d'un groupe de travail [durabilité] au sein de l'administration communale
(<https://www.valdebagnes.ch/grandsprojets/51169>)

> Engagement d'une coordinatrice [durabilité] pour animer le groupe de travail et attribution d'un mandat de prestation à la Fondation pour le développement durable (FDDM) pour la réalisation d'un diagnostic territorial ;

> Mise en place d'un programme de subventions et durabilité.

Evaluation par champ thématique				Légende:	
Commune				1: Par rapport à la situation la plus favorable l'affirmation ne s'applique absolument pas	
Date				10: Par rapport à la situation la plus favorable l'affirmation s'applique très précisément	
Evaluation effectuée par					
Cadre de référence				Indice de 1 à 10	
Dimension de l'environnement	Moyenne	Champs thématiques	Moyenne	1	10
ENVIRONNEMENT	7.0	Diversité	7.0		
		Vegetation et paysage	7.0		
		Energie	5.0		
		Eau	5.0		
		Qualité des eaux	7.2		
		Qualité de l'air	6.0		
		Utilisation du sol	6.0		
		Qualité du sol	7.4		
ECONOMIE	6.5	Activités et produits	6.9		
		Coût de la vie	6.0		
		Industrie et commerce	6.0		
		Emploi	7.2		
		Plan d'œuvre	5.0		
		Compétence et innovation	5.7		
		Utilisation des ressources	7.1		
		Production et consommation	6.8		
SOCIÉTÉ	7.5	Qualité du habitat	6.9		
		Urbanisme	6.7		
		Santé	7.5		
		Éducation	7.0		
		Participation	7.0		
		Culture et loisirs	6.0		
		Sécurité sociale et communautaire	7.4		
		Qualité des services	6.4		
GESTION DE LA COMMUNE	7.0	Organisation des autorités et de l'administration	7.7		
		Finances communales et impôts	9.3		
		Transparence communale	6.0		
		Marchés publics	5.2		
		Communication et réseaux	6.0		
		Coopération et développement	7.1		
		Participation et transparence	7.5		
		Coopération régionale et coopération supra-régionale	6.0		

> Bienvenue dans la [réalité] du tourisme.



> Une [juste] exploitation de la montagne est-elle possible ?

> **[Légende]** : création d'un nouvel accès à une piste de ski alpin à Cortina d'Ampezzo, dans le cadre de la préparation des Jeux Olympiques de 2026.



Surtourisme : de quoi parle-t-on ?

« Le problème, ce n'est pas trop de touristes, mais trop de dépendance à un seul modèle. »

Le lac de Brienz, star d'une série sud-coréenne



Des touristes sur le quai à Iseltwald, au bord du lac de Brienz.
Franciska Rothenthal

«Préserver l'équilibre» du lac de Taney



Vue panoramique du lac de Taney.
Van Tolbeek/Contraste de vision

Définition du surtourisme

" Le **surtourisme** désigne une **situation où le nombre de visiteurs dépasse la capacité d'accueil d'un lieu**, au point de **générer des impacts négatifs sur l'environnement, la société locale, l'économie et la qualité de l'expérience touristique** "(Source : *UNWTO – Organisation mondiale du tourisme, 2018*)

Le surtourisme, c'est le **symptôme d'un déséquilibre systémique** :

- Trop de **flux concentrés** dans le temps ou l'espace
- Trop de **dépendance économique** à une seule activité
- Trop peu de **gouvernance partagée**, d'anticipation -> **vers une gestion stratégique des visiteurs ?**



Info Sport Culture

TV & Streaming

La Suisse a-t-elle un problème de surtourisme? Interview d'Alain Imboden / Forum / 4 min. / le 4 juillet 2024

Suisse Tourisme veut améliorer la répartition des flux touristiques, à travers les saisons mais également à travers le territoire. Lorsque des points de tension apparaissent, l'organisation s'estime en mesure de les résorber grâce à ses campagnes de promotion.

"Nous n'avons pas de problème de surtourisme généralisé en Suisse", a martelé jeudi Martin Nydegger, directeur de Suisse Tourisme, lors d'une conférence de presse à Zurich.

Plusieurs facteurs expliquent que la Suisse soit épargnée par le tourisme de masse, premier cité: le franc. Le coût de la vie est une barrière au surtourisme, tout comme le peu de liaisons aériennes à bas coûts ou l'absence de complexes hôteliers bon marché.



Des touristes asiatiques photographiés devant le pont de Lucerne. [Keystone - Urs Flueeler]

Surtourisme limité à 6 ou 7 endroits

Quand les territoires de montagne se réinventent : des Alpes Vaudoises aux Hautes-Joux

[Exemples] :

- **Pays-d'Enhaut** : diversification post-ski & stratégie de transition assumée
- **Ormont-Dessous** : un processus de transformation planifié
- **Hautes-Joux** : coopération transfrontalière & mobilité partagée.

LE MODÈLE D'ANALYSE DES RESSOURCES : UNE VRAIE APPROCHE TERRITORIALE

- › Un état des lieux basé sur l'analyse des ressources du territoire et la définition de leur niveau d'activation.

« Une ressource n'existe que par la valeur que les gens lui reconnaissent. Elle résulte d'une **construction collective**, et n'existe donc pas « à priori » : elle reste potentielle tant qu'elle n'est pas **activée par un projet** de valorisation (exemple du vent avant l'invention des moulins ...ou des lacets de l'Alpe d'Huez avant l'invention du Tour de France !). Cette valorisation peut être marchande, ou non marchande (patrimoniale, culturelle...). »

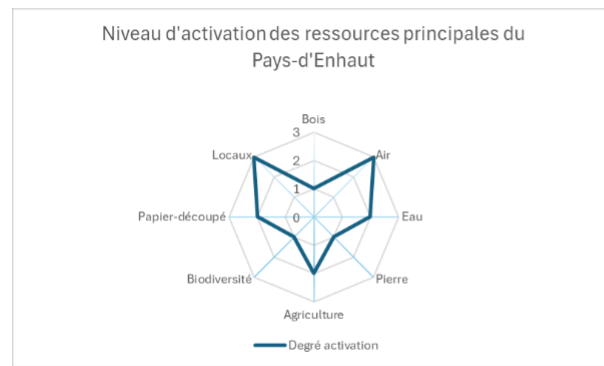
Etape d'activation de la ressource ou de la composante	Caractérisation de l'étape d'activation
1 RÉVÉLATION / ÉMERGENCE	• Ressource potentielle (« gisement »), valeur peu ou pas reconnue • Valorisation nulle ou ponctuelle • Intérêt porté par quelques acteurs • Pas de réseaux constitués autour de la ressource
2 ÉLARGISSEMENT & LÉGITIMATION	• Valeur reconnue localement • Un ou plusieurs réseaux valorisent une ou plusieurs composantes de la ressource • Mise en place d'organisations (professionnelles, associatives,...) • Partage et production de connaissances • Référentiels collectifs de production / valorisation (type charte, cahier des charges) inexistants ou à consolider
3 DÉVELOPPEMENT	• Ressource reconnue par l'extérieur • Plusieurs catégories d'acteurs valorisent la ressource. Impacts à l'échelle du territoire, impacts économiques significatifs à l'échelle des produits • Outils et organisation de régulation collective de la ressource

LE MODÈLE D'ANALYSE DES RESSOURCES : UNE VRAIE APPROCHE TERRITORIALE

- › Un diagnostic partagé par tous qui s'appuie sur les spécificités territoriales => personnalisation des résultats

STRATÉGIE DE TRANSITION VERS UN TOURISME DURABLE

> Niveau d'activation des ressources



Typologie

Définition

1	ressource peu activée avec fort potentiel
2	exploitation déjà importante de la ressource
3	sur-exploitation ou exploitation déséquilibrée de la ressource

Degré d'activation	Ressource	Remarques
1	Bois	Cela inclut les forêts
3	Air	Cela inclut le ciel
2	Eau	Cela inclut la rivière Saane Sous-ressource neige
1	Pierre	Cela inclut les montagnes
2	Agriculture (paysages, alpages, produits, savoir-faire, etc.)	Cela inclut la paysannerie, le savoir-faire, les produits, les paysages, alpages
1	Biodiversité	Cela inclut la faune, flore, la nature de manière générale
2	Papier-découpé	Savoir-faire
3	Locaux	Bénévolat, dynamique associative et sociale

UNE STRATÉGIE TOURISTIQUE COHÉRENTE AVEC LA STRATÉGIE CANTONALE

- › Une stratégie de transition, un plan d'action et un chef de projet dédié pour mettre en œuvre les actions de manière cohérente



Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI)
Office du développement économique
Caroline 11
1014 Lausanne

LADE – LPR
Projets régionaux
2025

Projet ayant bénéficié d'une aide financière dans le cadre de la loi cantonale sur l'appui au développement économique (LADE) ou de la loi fédérale sur la politique régionale (LPR) au titre de la valorisation des potentiels économiques régionaux.

Nom du projet	Programme d'action sectoriel « transition vers un tourisme durable » sur la période 2025-2027
Axe de la politique d'appui au développement économique (PADE)	Transition vers une économie durable
Porteur de projet	Pays-d'Enhaut Région Economie et Tourisme
Résumé du projet et principaux résultats attendus	Fort d'une fréquentation estivale élevée et d'une fréquentation hivernale qui se maintient, la destination a largement réduit sa dépendance au « tout ski » pour mettre en place un tourisme 4-saisons. Toutefois, afin de consolider cette situation favorable et de pérenniser ce secteur économique, Pays-d'Enhaut Région souhaite mettre en place une stratégie de transition vers un tourisme durable. En effet, bien qu'entièrement située dans le périmètre du Parc Naturel Régional Gruyère-Pays-d'Enhaut, et mettant déjà en avant son patrimoine, son paysage et son authenticité, la Région fait face à d'importants défis pour les prochaines années. Infrastructures touristiques, gouvernance, périmètre de collaboration, financement et développement de l'offre, digitalisation, adaptation aux changements climatiques, mobilité et conditions-cadre sont autant d'enjeux à aborder pour renforcer la durabilité du tourisme au Pays-d'Enhaut et assurer son avenir. Dans ce contexte, une stratégie de transition vers un tourisme durable a été élaborée, avec le concours de la HES-SO, en partenariat avec les acteurs régionaux du tourisme qui ont pu s'exprimer largement sur l'avenir de leur profession et définir les lignes directrices de l'avenir touristique régional. Cette stratégie est accompagnée d'un plan d'action ambitieux proposant une trentaine de mesures visant à renforcer la durabilité du tourisme régional.



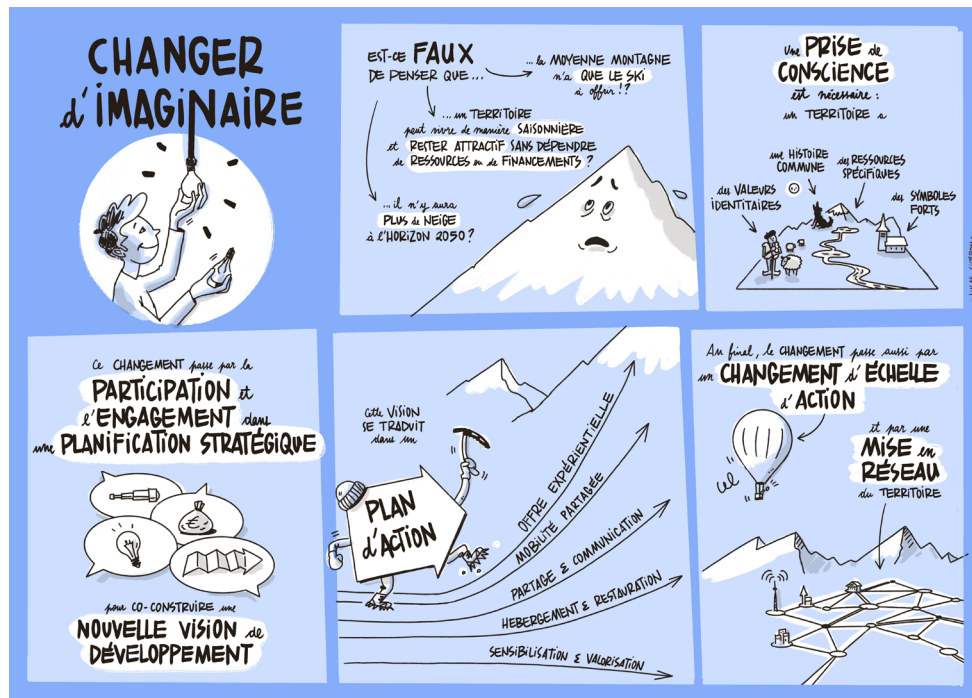


INVITATION

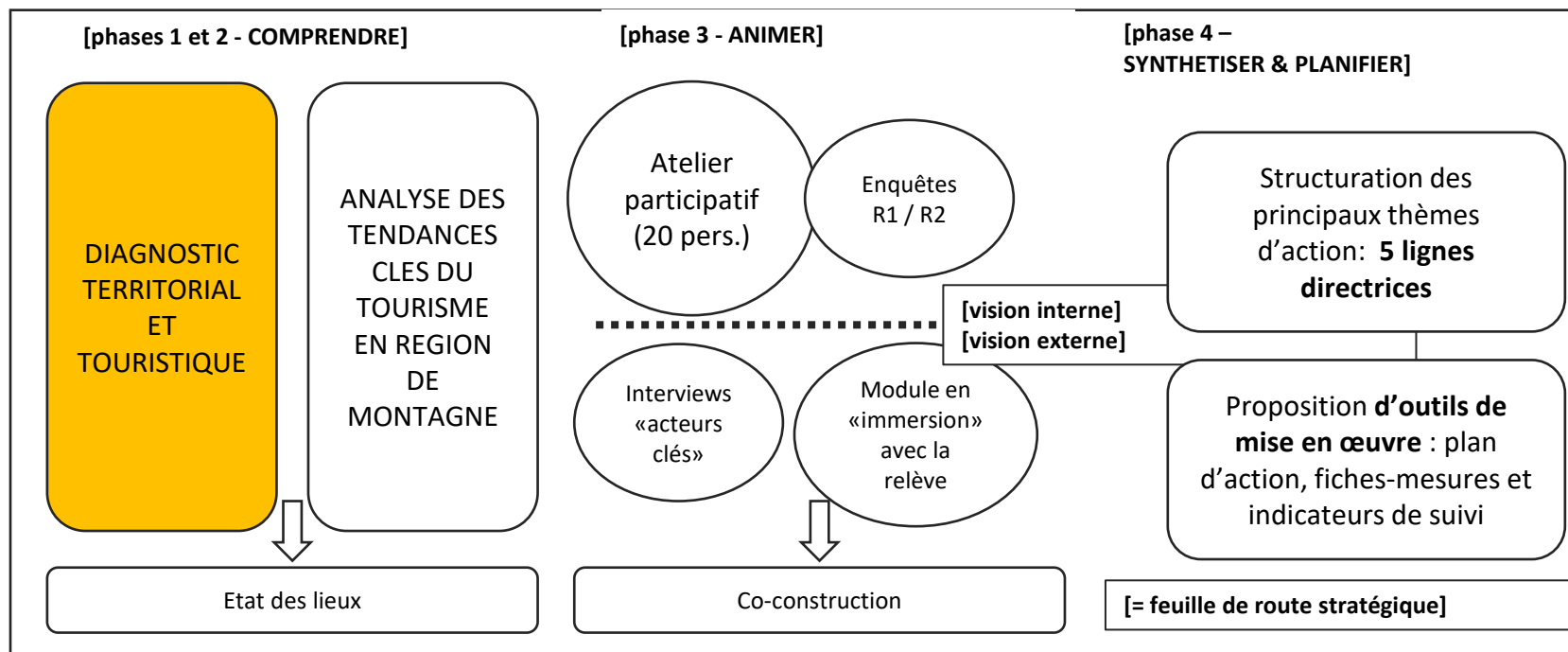
**Quel tourisme pour demain
à Ormont-Dessous ?**

Soirée d'information

Mardi 16 septembre 2025 de 19h45 à 21h30
à la Maison de l'Espace Nordique
1862 Les Mosses



> Ormont-Dessous : un processus de transformation en cours



> PREAMBULE AU CHANGEMENT : ANALYSE DES TENDANCES (résumé)

- Le **changement climatique** (augmentation de la température moyenne + imprédictibilité des précipitations) impacte fortement les domaines skiables de basse et moyenne altitude (<1800m).
 - **Tendance vers des hivers peu enneigés est statistiquement significative pour la plupart des stations situées en dessous de 1300m d'altitude**
- La production de la neige artificielle **est une solution de transition** mais pas durable sur le long terme:
 - Augmentation continue depuis 25 ans des coûts liés à l'enneigement artificiel (coût de l'énergie) ;
 - Impact sur le paysage, les ressources naturelles (eau) et hausse des émissions CO2 ;
 - Faisabilité technique liée à la hausse continue des T° malgré une amélioration des technologies actuelles.
- Diminution de la pratique du ski (nombre de jours skieurs en baisse depuis 1995) → s'adapter aux nouvelles modalités et continuer à favoriser l'apprentissage du ski aux nouvelles générations
- Grande **vulnérabilité** pour la région des Préalpes (importance du ski dans l'économie régionale)
 - **Vulnérabilité dépend du changement climatique mais aussi de la capacité d'adaptation et la volonté d'agir du secteur**



Ormont-Dessous ne doit pas subir mais **anticiper le changement climatique et ses conséquences directes** → cela nécessite un **CHANGEMENT D'IMAGINAIRE**. Vers un processus de transformation ...

> La transformation des territoires, un processus collectif

«

Dans le contexte de mondialisation, comment ancrer le développement au territoire? Comment créer durablement de la valeur, économique, culturelle, patrimoniale, etc., pour le territoire? Cela suppose des emplois, des savoir-faire, des produits, etc., qui ne peuvent être délocalisés ni copiés, et qui distinguent les acteurs ou les lieux. Non dans une démarche de repli identitaire, mais au contraire pour être reconnu pour une qualité et une spécificité auprès des consommateurs, usagers ou acteurs: une spécificité en lien avec les réalités, les richesses propres au territoire.

L'idée est de faire le pari de valoriser – mettre en action – des ressources spécifiques aux lieux, aux hommes, aux espaces, à l'histoire, du territoire.



»

*«Redynamiser l'ensemble du territoire communal à travers un **tourisme de partage***, innovant et ludique, qui met en valeur le patrimoine naturel, matériel et immatériel : vers un tourisme annuel générateur de valeurs économiques et sociales».*

> VERS UN PROCESSUS DE TRANSFORMATION

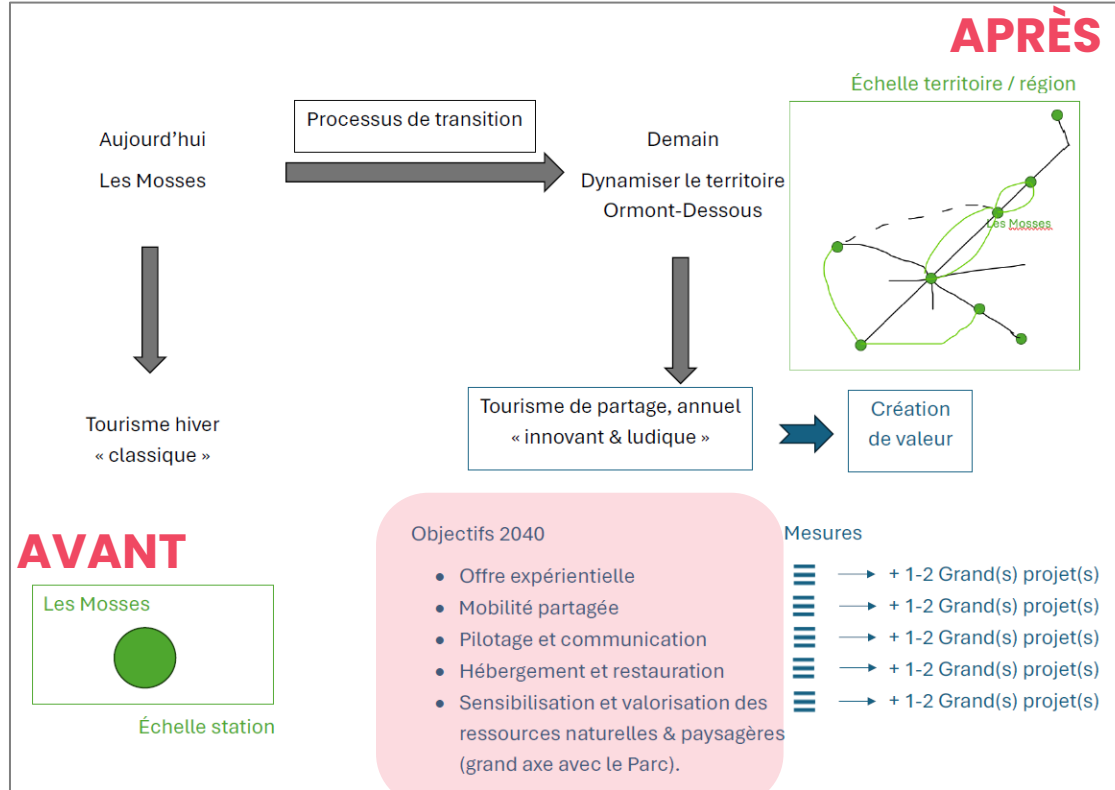
Changer d'imaginaire nécessite une **nouvelle échelle de réflexion liée au développement du tourisme**, incluant la valorisation des ressources clés, l'identification et le choix de **public-cibles** adaptés aux ressources du territoire, ainsi qu'une volonté politique de s'engager dans ce processus de transformation.

-> Concrètement, cela signifie:

1. **Changer d'échelle:** d'une approche centrée sur la «station» à une **approche régionale** qui considère l'ensemble du territoire comme ressource touristique (mise en réseau et maillage du territoire) ;
2. **S'affranchir de la dépendance saisonnière:** d'un tourisme d'hiver à un **tourisme qui induit une attractivité annuelle**, qui met en valeur le territoire à l'année ;
3. **Revoir le modèle de gouvernance:** d'une gestion multiple et complexe à un **pilote central** qui permet une **professionnalisation du tourisme** et des synergies avec les stations voisines ;
4. **Oser choisir ses public-cibles:** d'une offre globalisée à une **offre ciblée et de qualité** qui crée de la plus-value économique et sociale sur l'ensemble du territoire.

[OBJECTIF VISE: CREATION DE VALEUR pour le territoire et toutes les parties prenantes].

> Vers un changement d'échelle d'ACTION





FACTEURS CLES DE SUCCES

Afin d'assurer une mise en œuvre réussie de la nouvelle stratégie touristique pour Ormont-Dessous, il est nécessaire de tenir compte des aspects suivants:

1. **Communiquer** clairement et de manière transparente **sur la nouvelle feuille de route touristique** de la commune, les enjeux associés et la nécessité de **changer d'imaginaire** ;
2. S'assurer du **soutien des parties prenantes clés** (résidents, R2, SD, partenaires, investisseurs) dans la mise en œuvre des nouvelles lignes directrices ;
3. Définir des **objectifs** clairs et **répartir les responsabilités en fonction des compétences** des parties prenantes tout en assurant une **coordination efficace** de l'ensemble des mesures par un pilote central ;
4. **Allouer les ressources nécessaires** (humaines, matérielles, financières) pour la réalisation et le suivi des différentes mesures ;
5. Mettre en place des **mécanismes de suivi et d'évaluation** des mesures, à savoir des **retours réguliers du terrain** sur les réussites et potentielles difficultés et adapter en conséquence ;
6. **Ajuster la stratégie** en fonction des changements de contexte (nouveaux acteurs, nouvelles lois, nouvelles données, etc.)
7. **Effectuer un monitoring de l'activité** et **célébrer les réussites** pour maintenir un niveau d'engagement élevé de la part des parties prenantes.

«Il faut savoir faire la fête ensemble pour être un collectif» O. Erard

> Quel type de tourisme pour demain à Ormont-Dessous ?

- Le territoire est riche de ressources naturelles, paysagères, agricoles, patrimoniales, il est nécessaire d'activer ses ressources pour renforcer votre identité et votre positionnement au cœur des Alpes vaudoises ;
- Avec cette feuille de route stratégique la commune dispose d'un **instrument de planification** efficace pour s'engager **dans un processus de transformation**, qui permettra de **trouver un équilibre entre développement touristique et qualité de vie** ;
- **Le changement d'imaginaire**, c'est un processus, un cheminement qui prendra du temps et qui doit être conduit par les autorités et l'ensemble des parties prenantes :
 - «ne plus penser uniquement col des Mosses, mais territoire communal, voir intercommunal»
 - «ne plus penser uniquement ski, mais activités sportives, de loisirs et de nature à l'année»
 - «ne plus penser activités et infrastructures, mais événements et expériences à forte valeur ajoutée»

... vers un tourisme de partage qui profite à tous !

> Quel type de tourisme pour demain au sein de l'espace transfrontalier des Hautes-Joux ?

Un territoire montagnard avec une forte identité naturelle en lien avec les Parcs Naturels Régionaux du Haut-Jura et du Jura vaudois qui couvrent l'ensemble des communes du périmètre et les différents paysages de lacs, forêts et sommets.

De par leur riche offre d'équipements touristiques et leur dynamisme industriel, les territoires du Haut-Jura et de la Vallée de Joux génèrent des volumes de trafic importants pendulaires et plus occasionnels associés à des externalités négatives importantes en termes de congestion, pollution et accessibilité. Le caractère transfrontalier du territoire renforce les logiques de flux pendulaires.

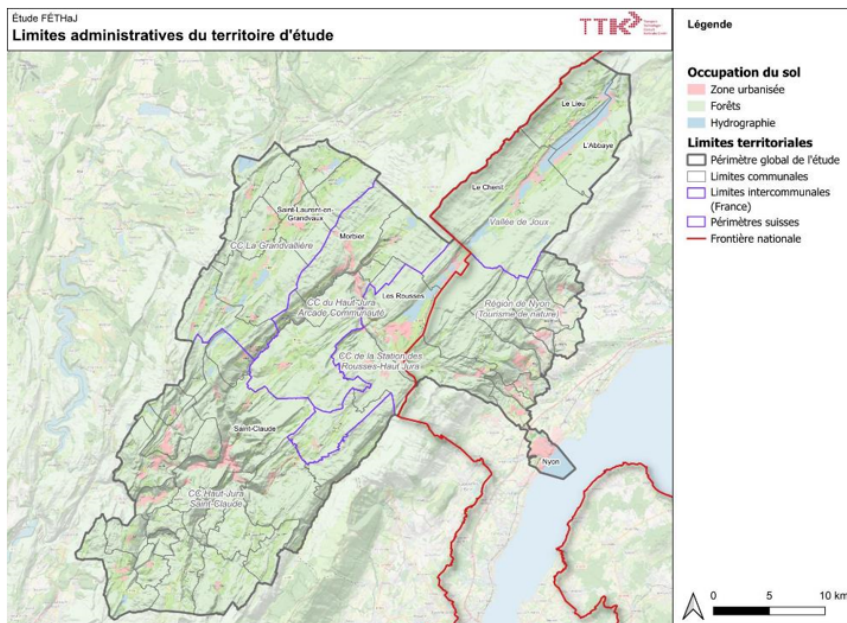
Problématiques :

- Flux pendulaires transfrontaliers importants vers la vallée de Joux et Nyon
- Manque de solutions de mobilité durable / alternatives pour traverser la frontière
- Sauvegarde du patrimoine et des savoir-faire en territoire de moyenne montagne
- Gestion du tourisme (pics saisonniers et flux touristiques)
- Enjeu de coopération avec des problématiques locales à ne pas négliger



Quel type de tourisme pour demain au sein de l'espace transfrontalier des Hautes-Joux ?

Le territoire d'études en chiffres :



Haut-Jura



- **38 communes membres de 4 Communautés de communes**
- Haut-Jura Arcade (4 communes)
- Haut-Jura Saint-Claude (22 communes)
- Grandvallière (8 communes)
- Station des Rousses (4 communes)
- **Environ 50 k habitants et une superficie de 1220 km²**
- **Alt. min – max : 360m (Saint-Claude) - 1720m (Crêt de la Neige)**

Vallée de Joux



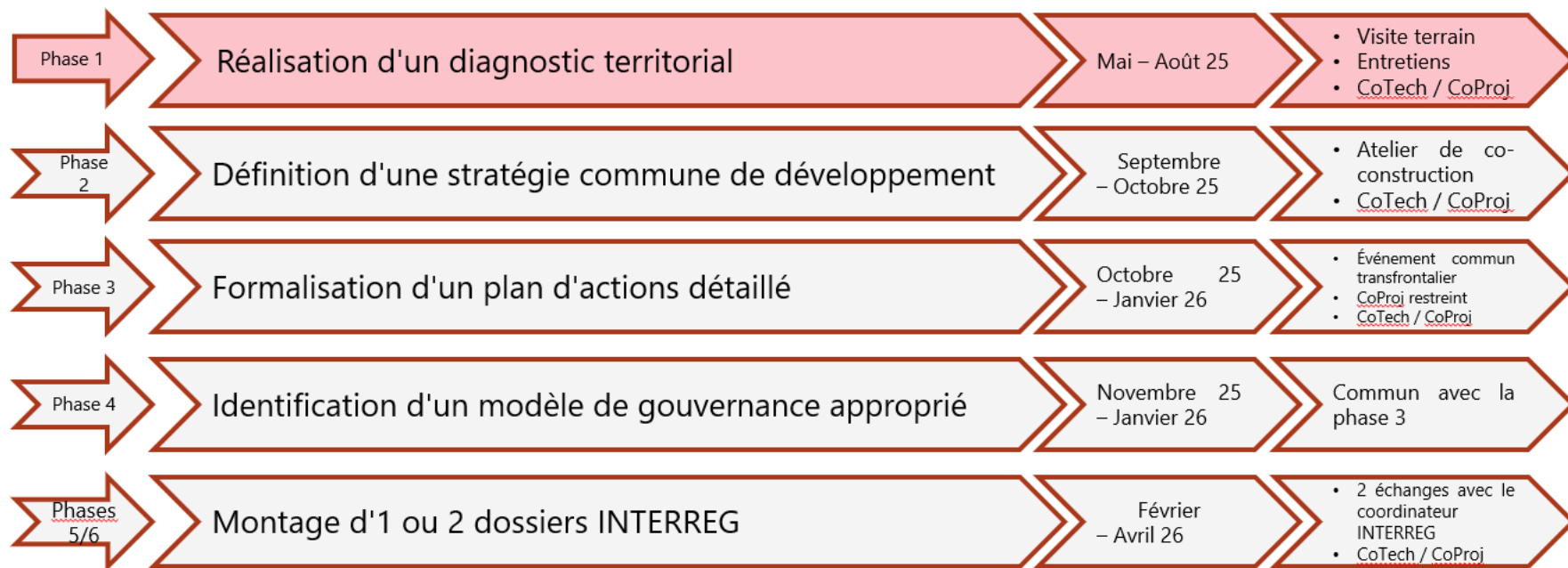
- **3 communes (fusion au 01.01.2027)**
- Le Chenit
- Le Lieu
- L'Abbaye
- **Environ 7 200 habitants et une superficie de 163 km²**
- **Alt. min – max : 1004m (Lac de Joux) - 1679m (Mont Tendre)**

Région de Nyon Tourisme Nature



- **11 communes**
- **36k habitants et une superficie de 138 km²**
- **Alt. min – max : 368m (Nyon) - 1677m (La Dôle)**

> Quel type de tourisme pour demain au sein de l'espace transfrontalier des Hautes-Joux ?





Quel type de tourisme pour demain au sein de l'espace transfrontalier des Hautes-Joux ?

- 1. Transition vers un tourisme 4 saisons

Développer des activités touristiques durables et attractives toute l'année afin de réduire la dépendance à la saison d'hiver.

- 2. Gestion des flux et vulnérabilité des sites (capacité de charge du périmètre)

Réguler la fréquentation pour préserver les espaces naturels et culturels tout en garantissant une expérience de qualité.

- 3. Mobilité et empreinte carbone

Promouvoir des modes de déplacement durables pour réduire l'impact environnemental des trajets.

- 4. Hébergement

Adapter et enrichir l'offre d'hébergement sur l'ensemble du territoire pour répondre aux attentes des visiteurs.

- 5. Collaboration et échanges transfrontaliers

Construire des synergies entre territoires voisins pour favoriser les échanges transfrontaliers et renforcer la visibilité du périmètre.

- 6. Structuration et diversification de l'offre

Identifier et valoriser les différents pôles d'attraction complémentaires afin de proposer une expérience globale et cohérente.

- 7. Stratégie et gouvernance transfrontalière

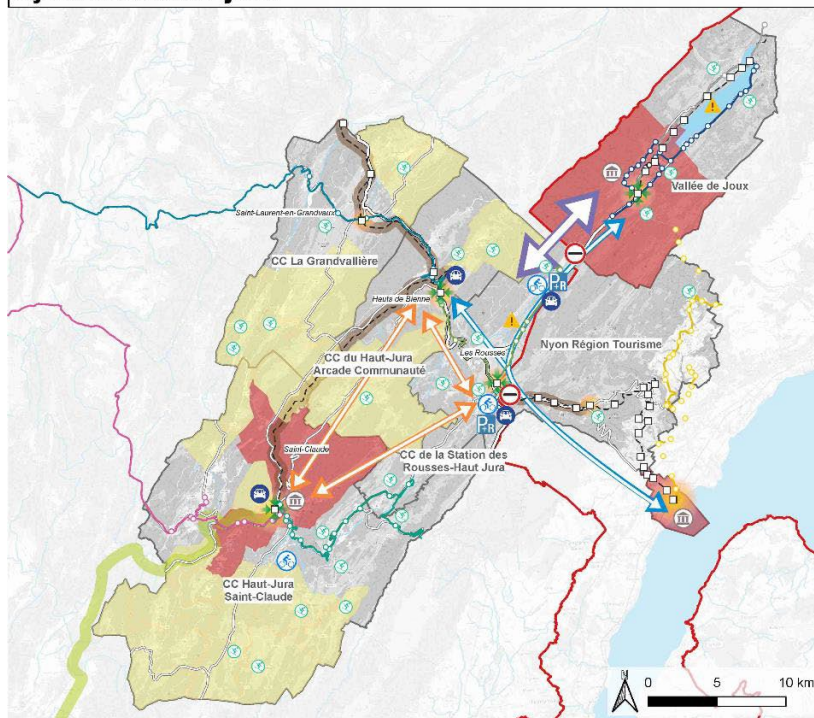
Mettre en place une vision partagée et une coordination entre les acteurs pour assurer un développement durable et concerté du périmètre.



Quel type de tourisme pour demain au sein de l'espace transfrontalier des Hautes-Joux ?

Étude FETHaJ

Synthèse des enjeux



Enjeux

Fluidifier les flux transfrontaliers vers la Suisse

- Points de douane sur la frontière franco-suisse
- Offre de solution de mobilité à développer pour appuyer les flux domicile-travail vers la vallée de Joux

Adapter l'offre de transport aux différents motifs de déplacement du territoire

- Pôle d'appui du territoire avec une concentration d'équipements et de services
- Commune concentrant la majorité des flux domicile-travail
- Développer l'offre de transport en commun interne au Haut-Jura vers les pôles d'appui du territoire
- Connexions plus directes vers les emplois à étudier
- Réflexion sur l'harmonisation de l'offre ferroviaire (entre La Cure et Saint-Cergue ; et Saint-Claude et Andelot)

Favoriser l'intermodalité avec les réseaux de transport

- Commune non-desservie par les réseaux de transport en commun
- Aménagement de pôles d'échange multimodaux
- Structuration d'une offre de covoiturage
- Déploiement de parking-relais
- Développer une offre touristique 4 saisons en lien avec la vulnérabilité des sites
- Valorisation du pôle patrimoine : hortologie, monuments, musées
- Renforcer l'usage du vélo au quotidien et du cyclotourisme
- Réflexion autour de la revalorisation du tronçon fermé de la ligne des Hirondelles
- Stations de ski de moyenne montagne soumises au changement climatique et la chute du manteau neigeux
- Risque de conflit d'usage autour de la gestion des ressources en eau

Légende

Réseau viaire

- Axes structurants (N5, RD)
- Axes départementaux secondaires

Réseau TC routier

- Arrêt
- Ligne

Réseau ferroviaire

- Gare ou halte ferroviaire
- Ligne ferroviaire

Limites administratives

- Communes
- Sous-régions d'étude
- Frontière nationale

> Et si les territoires de demain choisissaient la décroissance ?

- Ce que nous apprennent les territoires – (extrait d'article Fioretto - Balet, 2025)

Notre étude met en lumière la décroissance touristique non comme une rupture brutale, mais comme **une réponse stratégique aux limites du modèle de croissance linéaire**. Qu'elle soit anticipée ou subie, cette transition se construit par étapes, par ajustements, et surtout, par l'intelligence collective. En territoire de montagne, elle devient une voie d'avenir pour restaurer les équilibres, valoriser les ressources locales et renforcer la résilience collective.

→ **Ce processus n'est toutefois pas uniforme, il prend des formes différenciées selon les contextes.**

À Ormont-Dessous, la décroissance émerge comme une adaptation à la contrainte climatique, enclenchée par un processus participatif sur l'identité et les ressources du territoire. Au Pays-d'Enhaut, elle est plus anticipée, encadrée par une stratégie de diversification, bien que confrontée à la difficulté de faire émerger une mobilisation collective continue.

Au-delà de leurs spécificités, ces différentes trajectoires illustrent que la décroissance active repose sur trois fondements majeurs :

- **Un imaginaire renouvelé** du tourisme, basé sur la sobriété, la proximité et la qualité de vie ;
- **Une gouvernance coopérative**, capable d'impliquer l'ensemble des parties prenantes ;
- **Une stratégie narrative partagée**, générant du sens et favorisant l'adhésion.

La décroissance devient ainsi une boussole : une façon d'apprendre à faire moins, mais mieux ; de retrouver du temps long, de la cohérence, et du lien entre humains et milieux. Dans un monde en mutation, c'est peut-être cette capacité à ralentir collectivement qui deviendra le plus grand levier d'innovation.

Merci pour votre attention.

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.floretto@hevs.ch
LinkedIn	https://www.linkedin.com/in/anne-sophie-floretto-a52b0b19
Bureau	L153 - Swiss Digital Center (Technopôle 3) - Institut Tourisme

hes.
so
you.

Institut de tourisme
Technopole
3960 Sierre

hevs.ch/heg



swissuniversities

