

Encouragement des sports de neige

# De nouveau plus d'enfants et de jeunes dans la neige

Compte-rendu des deux ateliers de travail d'octobre 2013 et de janvier 2014





# Partie 1 Contexte

## 1. Remarques préliminaires

Le tourisme hivernal joue un rôle économique important dans notre pays. Il est donc logique que l'on se préoccupe de l'intérêt porté par la population suisse aux sports de neige. Les touristes indigènes représentent une forte proportion de la clientèle des stations de sports d'hiver et des remontées mécaniques. Or, l'intérêt pour les sports de neige tend aujourd'hui à décliner, surtout au sein de la jeune génération. Des études ont montré que le nombre d'enfants et de jeunes pratiquant le ski ou le snowboard avait diminué de 5 % ces dernières années. Et force est de constater aussi que les écoles organisent de moins en moins de camps de sports de neige. Cette évolution est tout sauf positive pour l'avenir du tourisme hivernal suisse.

Les causes de ce désintérêt sont multiples et des organisations du secteur tant privé que public s'interrogent actuellement sur les stratégies à adopter pour ramener les enfants et les jeunes sur les pistes. De nombreuses mesures et de nombreux projets ont déjà été examinés, initiés et mis en œuvre. Mais tous ont jusqu'ici péché par manque de coordination. La présente initiative vise donc à poser les jalons d'une action coordonnée.

## 2. Initiative des Remontées Mécaniques Suisses

Vu cette situation préoccupante, l'association faîtière Remontées Mécaniques Suisses et la Fédération suisse du tourisme ont lancé une offensive en faveur des sports de neige pour les jeunes et présenté en mars 2013 un état des lieux ainsi que des revendications politiques. La brochure<sup>1</sup> publiée par leurs soins témoigne clairement du recul constaté chez les jeunes pratiquants et de la fonte des recettes de transport des remontées mécaniques. Au vu de l'importance que ce secteur et les autres branches du tourisme hivernal (restauration et hôtellerie, écoles de sports de neige, magasins de sport, etc.) revêtent pour les régions périphériques suisses, les deux organisations estiment qu'il est urgent de prendre des mesures.

Elles ont par conséquent inventorié aussi les mesures qui permettraient de mieux travailler sur le marché intérieur. Ces mesures sont pour une part inhérentes à la branche. Mais elles visent aussi et surtout la Confédération, les cantons et les communes. A l'échelon fédéral, une motion<sup>2</sup> en ce sens a été déposée le 21 juin 2013. Elle n'a pas encore été traitée par les Chambres.

<sup>1</sup> <http://www.seilbahnen.org/fr/La-branche/Campagnes-partenaires/Offensive-Sports-de-neige>

<sup>2</sup> Motion 13.3616 de Bumann; Lancer et réaliser une offensive en faveur des sports de neige ([http://www.parlament.ch/fr/suche/Pages/geschaefte.aspx?gesch\\_id=20133616](http://www.parlament.ch/fr/suche/Pages/geschaefte.aspx?gesch_id=20133616))

Pour faire avancer le processus politique, les principaux milieux concernés (Fédération suisse du tourisme, Remontées Mécaniques Suisses, Swiss Ski, Swiss Snowsports, secrétariat d'Etat à l'économie SECO et Office fédéral du sport OFSPO) ont décidé de s'associer au plus grand nombre possible d'acteurs intéressés pour formuler des objectifs communs et identifier les mesures à prendre pour mener une action coordonnée.

Sont considérés comme autres acteurs clés dans ce contexte les écoles, le corps enseignant, les entreprises de restauration et d'hébergement, les représentants d'autres activités de sports d'hiver et les prestataires de transport (CFF et chemins de fer privés ainsi que CarPostal et les entreprises de cars privées).

## 3. Dialogue avec les acteurs

D'entente avec les principales organisations citées au point 2, l'OFSPO s'est déclaré disposé à organiser deux ateliers à Macolin avec tous les acteurs intéressés. But de l'opération: dresser un bilan détaillé de la situation et, sur cette base, définir une ligne d'action ainsi que des mesures ciblées. En amont de ces ateliers, les participants ont été invités à déposer les projets d'encouragement des sports de neige dont ils disposeraient déjà. Au final, plus de 50 projets ont été collectés (Recueil des projets déposés<sup>3</sup>).

Dans le cadre du premier atelier, qui a eu lieu les 29 et 30 octobre 2013, un état des lieux a été dressé sur la base d'une série d'exposés. Ensuite, près de 100 participants ont débattu de 5 thèses<sup>4</sup> dans des groupes de travail. Les thèses 1 à 4 ont permis de s'entendre sur la donne de départ et la cinquième de tenter de déterminer les facteurs de réussite pour les différents publics cibles.

Au terme du premier atelier, les participants ont décidé d'un commun accord de confier à un comité de pilotage, composé de représentants de la Fédération suisse du tourisme, des Remontées Mécaniques Suisses, de Swiss Snowsports, de Swiss Ski, de l'Association faîtière des enseignants et des enseignants suisses, du SECO et de l'OFSPO, le soin d'assurer le suivi des travaux et de préparer le deuxième atelier. Ce comité de pilotage a élaboré cinq propositions<sup>5</sup> en vue du second atelier.

Lors du second atelier, qui a eu lieu les 27 et 28 janvier 2014, les discussions ont été menées sur la base des propositions formulées. Cet atelier avait pour but de définir une ligne d'action commune et des mesures ainsi que de fixer la suite des opérations. Les participants ont décidé d'inclure des représentants de la branche des articles de sport et de l'Association suisse des services du sport au comité de pilotage et de publier un communiqué de presse<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> <http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/fr/home/aktuell/dossiers/schneesport-initiative/dokumentation.html>

<sup>4</sup> Voir annexe.

<sup>5</sup> Voir le résumé des discussions au chiffre 7 et dans l'annexe.

<sup>6</sup> <http://www.baspo.admin.ch/internet/baspo/fr/home/aktuell/medieninformationen/medieninfo.51822.nsb.html>

# Partie 2 Bases

## 1. Activités d'encouragement actuelles

### GI Neige

Remontées Mécaniques Suisses, Swiss-Ski, Swiss Snowsports, la Fédération suisse du tourisme, Suisse tourisme et l'OFSPPO ont fondé le GI Neige il y a 10 ans dans le but d'encourager les sports de neige à long terme. Les travaux du GI Neige reposent sur des idées et des projets élaborés en commun par des représentants des prestataires et des bénéficiaires des prestations dans le cadre d'une table ronde. Ces projets ont été soutenus par ces deux types d'acteurs tant au niveau de leur conception que de leur financement. Les projets du GI Neige ont bénéficié de subventions du seco (dans le cadre du programme d'encouragement Innotour) et de l'OFSPPO. Les rencontres régulières dans le cadre du GI Neige ont permis l'éclosion de bonnes idées et de succès ponctuels, mais ceux-ci n'ont jamais eu la portée nationale et le soutien désirés. Il est prévu de poursuivre ces échanges réciproques dans le cadre du GI Neige.

### Activités d'encouragement de la Confédération

Les activités d'encouragement déployées à l'enseigne de J+S reposent sur trois piliers: la formation, le prêt de matériel et les subventions. En ce qui concerne la formation, on recense actuellement quelque 33 000 moniteurs J+S Ski, Snowboard et Ski de fond ou Saut à skis. Chaque année, presque tous encadrent plus de 90 000 jeunes dans le cadre de plus de 2 000 camps d'hiver annoncés à J+S ou des entraînements réguliers proposés par les clubs ou les fédérations. Ces chiffres ne reflètent pas forcément la réalité au niveau des écoles, des communes ou des cantons étant donné qu'ils ne tiennent pas compte des camps qui sont organisés sans être annoncés à J+S. Le nombre exact de camps n'est pas connu.

En ce qui concerne le prêt de matériel, l'offre ne porte actuellement que sur le ski nordique: 300 paires de skis de fond sont ainsi stockées à Thoune pour les cours et les camps J+S.

J+S soutient la formation et le perfectionnement des moniteurs et des experts J+S. Des manuels et des brochures sont utilisés dans le cadre de la formation dans les sports J+S. Dans les sports de neige, la partie spécifique de cette documentation est constituée des supports didactiques officiels de Swiss Snowsports (intégrés dans le manuel), ceux-là mêmes qu'on utilise dans la formation des professeurs de sport de neige.

## 2. Origines du déclin des sports de neige

Les questions sur l'ampleur effective du recul du nombre<sup>7</sup> de jeunes skieurs et snowboarders ainsi que les raisons précises à l'origine de cette érosion n'ont pas été scientifiquement approfondies. Mais il s'agit sans conteste d'un phénomène multifactoriel. On pourrait dresser une longue liste des facteurs qui ont vraisemblablement contribué à cette régression. Au cours de l'année à venir, des études approfondies vont être menées, qui se focaliseront sur les facteurs à l'origine de la diminution des camps organisés par les écoles.

Plusieurs des conférenciers qui sont intervenus lors du premier atelier ont parlé des raisons qui pourraient expliquer ce phénomène. La liste suivante, classée en fonction des facteurs majeurs, n'est ni exhaustive ni pondérée:

### Familles

- Aux niveaux individuel et familial, on constate qu'il y a aujourd'hui plus d'offres de vacances à la plage que d'offre de vacances à la neige. En plus, prendre l'avion pour aller passer une semaine au chaud coûte désormais moins cher que d'aller à la montagne.
- Les moyens dont disposent les familles ne leur permettent souvent pas de pratiquer ce type de sports, relativement chers.
- De nombreuses familles de migrants n'ont aucune affinité avec les sports de neige.
- Les enfants et les jeunes préfèrent leurs gadgets électroniques aux offres de sports de neige.

### Ecoles

- Les écoles organisent de moins en moins de camps de sports de neige. Les camps scolaires ont désormais lieu soit en été, soit en automne.
- Les enseignants sont plus réticents à assumer la responsabilité d'un camp, et ce pour diverses raisons:
  - Les exigences des parents envers l'école se sont renforcées.
  - La responsabilité des enseignants est plus vite mise en cause.
  - Les camps nécessitent un engagement 24 heures sur 24 qui ne rapporte quasiment plus rien.
  - Si toute l'école ne part pas en même temps en camp, il est difficile de s'organiser, surtout si les enseignants travaillent à temps partiel.
  - Le programme d'enseignement ne permet plus de sacrifier des heures au profit d'un camp de sports de neige.
- La responsabilité des enseignants n'a pas changé par rapport à avant. Mais la tendance veut qu'aujourd'hui les parents et plus globalement les gens cherchent tout de suite à désigner un coupable en cas d'accident. Cette tendance insécurise et fait que les enseignants sont de moins en moins prêts à prendre les élèves en charge en dehors des leçons obligatoires.

<sup>7</sup> Selon l'étude des RMS, les premiers passages sont en diminution.

### **Moniteurs**

- L'activité de moniteur s'est complexifiée.
- Les indemnités versées aux moniteurs qui encadrent des camps ont perdu de leur attrait alors que les responsabilités se sont alourdies.

### **Communes/cantons**

- Les communes vendent les habitations qui abritaient les camps.
- Aujourd'hui, les semaines de sports de neige ne sont plus vraiment obligatoires pour les élèves. Il est donc très difficile de faire pression sur les parents pour qu'ils incitent leurs enfants à y participer.
- Certains cantons ou communes disposent de directives indiquant le montant de la participation parentale à l'organisation des camps. Ces montants sont souvent si faibles qu'ils ne permettent plus d'organiser un camp. La Direction de l'instruction publique du canton de Berne, par exemple, prévoit que la participation parentale doit rester dans les limites du raisonnable, autrement dit se situer dans une fourchette allant de CHF 14 à 20,50 par jour – montant qui comprend le logement, les repas et le trajet aller-retour. Elle laisse les autorités scolaires compétentes libres de décider s'il est raisonnable ou non de répercuter le prix des abonnements aux remontées mécaniques.

### **Climat**

- En raison du changement climatique, il devient de plus en plus difficile d'organiser des demi-journées de ski pour les enfants et les jeunes des agglomérations urbaines.

# Partie 3 Résultats du premier atelier

## 1. Thèses discutées

### Thèse 1

---

En tant que nation de sports d'hiver et de tourisme, la Suisse a besoin d'une population qui pratique activement les sports de neige, toutes catégories d'âge confondues.

---

Cette thèse a été globalement acceptée par tous les groupes de travail. Une demande a été formulée concernant son énoncé: mentionner explicitement les différents groupes de population, en plus des catégories d'âge.

Les participants partagent tous la même conviction, à savoir que la Suisse a besoin d'une population qui «skie» si elle veut continuer à se profiler comme une destination touristique hivernale. On ne peut évidemment pas s'attendre à ce que l'ensemble de la population fasse du ski, du snowboard ou du ski de fond, mais il est important de rediriger les enfants et les jeunes vers la pratique des sports de neige de manière à augmenter le nombre d'adeptes à l'âge adulte.

Comme cela a été souligné, cette reconquête ne profitera pas seulement au tourisme et aux remontées mécaniques des stations, mais aussi à toutes les autres branches qui gravitent autour des sports de neige et qui contribuent à la prospérité économique de notre pays. On pense notamment ici aux équipementiers et aux magasins de sport. Elle sera positive aussi pour ceux qui construisent les remontées mécaniques. Disposer d'infrastructures de sports d'hiver rentables peut en outre freiner l'exode qui affecte les zones périphériques du pays. Certains pensent même qu'on pourrait assimiler les sports de neige à un bien culturel suisse.

Mais, comme l'ont fait remarquer certains, il serait faux de se focaliser uniquement sur les enfants et les jeunes. Il faut aussi penser aux familles et aux retraités, qui ont un fort pouvoir d'achat, et leur proposer des offres ciblées. Il faut aussi s'affranchir de la notion de sports de neige, jugée trop restrictive. Ce qui compte pour bon nombre de clients, c'est de pouvoir goûter aux sensations et aux émotions uniques que procurent l'hiver et, éventuellement, les sports d'hiver. Il est donc important que les stations de ski puissent effectivement proposer cette expérience. Cela pourrait les conduire à se diversifier encore davantage pour rester attrayantes.

### Thèse 2

---

Une population qui pratique activement les sports de neige, toutes catégories d'âge confondues, présuppose que les enfants et les jeunes aient déjà fait des expériences positives avec les sports de neige et y aient pris du plaisir. A travers les enfants, il est ensuite possible de faire aimer ces sports aux parents.

---

Dans la thèse 2 aussi, les participants ont souhaité voir inclure, en plus des catégories d'âge, les groupes de population.

La deuxième phrase a été longuement discutée mais en fin de compte, les participants ont conclu qu'on pouvait la laisser telle qu'elle. En effet, c'est dans les groupes de population qui n'ont pas d'affinités avec la neige que les enfants et les jeunes peuvent jouer un rôle de sensibilisation décisif auprès des adultes. Ils peuvent les encourager à pratiquer ces sports et à fréquenter les domaines skiables.

Les participants ont aussi relevé que le terme «plaisir» est trop étroit. Il conviendrait selon eux de mettre en avant l'enthousiasme, la joie et les sensations nouvelles.

Sur le plan du contenu, les participants sont tombés d'accord sur le fait que les enfants sont le public le plus facile à toucher pour générer un changement de comportements à long terme. Plus tôt on commence à pratiquer ces sports, plus il y a de chances pour que l'on continue par la suite. Il est vrai que le rôle joué par les parents ne devrait pas être sous-estimé non plus. Il peut y avoir différentes raisons, pour des parents, de ne pas encourager leurs enfants à pratiquer les sports de neige: raisons financières (ces sports sont relativement coûteux) mais aussi, tout simplement, peur des blessures. Les parents restent donc des acteurs clés du changement.

Autre point critique, selon les participants: les 16-25 ans sont nombreux à se désintéresser des sports de neige. Dans cette catégorie, la motivation doit être ravivée. Des mesures de communication habiles peuvent notamment y contribuer – surtout si elles passent par les nouveaux médias dont les jeunes font usage.

Divers intervenants ont souligné l'importance des petits domaines skiables, où les enfants et les jeunes peuvent faire du sport dans un cadre relativement protégé et, dans certains cas, à la demi-journée. Ces domaines devraient recevoir des subventions de l'Etat.

Enfin, eut égard à la thèse 2, les participants ont rappelé l'importance de l'école. Celle-ci continue à jouer un rôle moteur dans l'initiation aux sports de neige. Les enseignants devraient donc être encouragés à s'investir dans la réalisation de camps ou de journées de sports de neige.

### Thèse 3

---

Les expériences positives des enfants et des jeunes avec les sports de neige doivent s'inscrire dans la durée afin que, devenus adultes, ils pratiquent aussi des sports de neige et réservent des vacances dans les stations de sports d'hiver.

---

L'expression «s'inscrire dans la durée» est perçue comme relativement floue. Les participants préféreraient la voir remplacer par «s'inscrire sur le long terme» ou «être régulières». Ils ont en outre fait remarquer que la durabilité est un enjeu clé du tourisme à tous égards. Vu l'image plutôt négative des sports de neige dans le contexte du réchauffement climatique, il faudrait donner à la durabilité une place importante. L'un des groupes a défini trois dimensions de la durabilité: sur le plan individuel, la durabilité naît des expériences positives marquantes. En général, celles-ci induisent une pratique régulière des sports de neige. Sur le plan social, la durabilité se construit sur les expériences positives faites en groupe lors des camps de ski. Et sur le plan systémique, la durabilité repose sur le constat qu'il faut assurer l'avenir des sports de neige car ceux-ci constituent un secteur économique important dans les régions périphériques.

Dans tous les groupes de travail, la question de savoir à partir de quand une expérience de sport de neige peut «s'inscrire dans la durée» a donné matière à controverse. Tout le monde est tombé d'accord sur le fait qu'une seule journée ne peut certainement pas suffire mais que, par contre, passer une semaine en camp n'est pas absolument nécessaire. Une certaine régularité est en revanche importante pour acquérir l'habileté nécessaire à la pratique de ces sports, ont affirmé les participants. Les expériences peuvent se répartir sur plusieurs journées, espacées sur une période donnée. Ce qui compte, c'est de les vivre positivement et de pouvoir progresser sur le plan technique. Ainsi, l'impression de compétence s'accroît, et avec elle l'envie de pratiquer des sports de neige régulièrement.

En discutant de cette thèse, les participants se sont aussi demandé comment motiver les 16-25 ans pour les sports de neige.

Enfin, ils ont constaté des différences de situation entre les cantons proches des domaines skiables et le Plateau. Sur le Plateau, la découverte des sports de neige se fait lors des camps scolaires, alors que dans les régions de montagne, elle se fait en club ou dans les associations de jeunesse. Ces différences devraient être prises en compte lors de l'élaboration de solutions.

### Thèse 4:

---

Les enfants et les jeunes pratiquent les sports de neige en famille, avec des amis, dans le cadre de l'école et dans des clubs. Les offres doivent être adaptées à ces publics cibles (familles, groupes d'amis, écoles, clubs). Les offres d'initiation (qui s'adressent aux familles et aux écoles) doivent faire l'objet d'une attention particulière.

---

Pour ce qui est de la formulation, les participants ont estimé que l'expression «avec des amis» devrait être remplacée par «avec des pairs». En général, ils ont aussi été d'avis que la deuxième parenthèse devrait être supprimée car la découverte des sports de neige est possible dans tous les publics cibles. Il importe que les offres soient conçues spécifiquement pour chaque groupe cible et que pour tous, elles soient créatives et forfaitaires.

Divers participants ont souligné que puisque les premières expériences sont toujours faites avec les parents, les familles forment un groupe cible particulièrement important. Par conséquent, il faut faire coexister de nombreuses offres visant tous les publics. Il faudrait voir aussi si l'on ne pourrait pas recourir davantage aux sociétés sportives et aux organisations de jeunesse comme multiplicateurs. Par exemple, les clubs pratiquant des sports d'été pourraient, en hiver, proposer des semaines de sports de neige à leurs membres comme activités de remplacement.

Différents participants ont aussi pointé du doigt les systèmes tarifaires des chemins de fer de montagne, qui n'innovent pas assez selon eux, arguant qu'ils devraient chercher davantage à fidéliser leur clientèle. A titre d'idée, au terme d'un camp de sports de neige d'une semaine, les chemins de fer pourraient offrir aux participants une carte hebdomadaire gratuite ou une carte pour le reste de la saison. Ainsi, chaque jeune pourrait revenir sur le domaine avec ses parents.

Cette thèse a aussi suscité une nouvelle discussion sur les conditions-cadre parfois mauvaises qui entraînent une diminution des camps de ski (cf. aussi point 5). Il est vrai qu'il ne faudrait pas surcharger les écoles. Leur imposer de s'occuper de la relève dans les sports de neige en plus des tâches supplémentaires déjà considérables qui leur incombent est peut-être discutable. Il vaudrait mieux réfléchir aux soutiens supplémentaires à donner aux enseignants.

## 2. Facteurs de réussite d'une offre

Le tableau suivant résume les résultats des discussions concernant les facteurs de réussite pour chaque groupe cible. Il servira de base à des discussions ultérieures, en vue notamment de développer des mesures.

	Besoins des groupes cibles	Facteurs de réussite dans les différents contextes			
	Petits enfants (PE) Enfants (E) Jeunes (J)	Familles	Ecoles	Groupes de pairs	Clubs Associations de jeunesse
<b>Planification/Organisation</b>	<p>Les PE, E et J ont besoin d'être dispensés de tout souci d'organisation.</p> <p>Informations via les nouveaux médias</p> <p>Guichet unique pour</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Remontées mécaniques</li> <li>• Chemins de fer de montagne</li> <li>• Matériel</li> <li>• TP</li> <li>• Restauration</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aides facilement accessibles pour l'organisation, informations actuelles et centralisées</li> <li>• Offres événementielles «tout en un» pour toute la famille</li> <li>• Large palette d'offres forfaitaires avec options diverses</li> <li>• Vue d'ensemble des hot spots</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charge de planification réduite</li> <li>• Aides facilement accessibles pour l'organisation: guides pratiques, listes de contrôle, programmes de camps, reconnaissance des lieux</li> <li>• Plateforme de réservation pour les camps</li> <li>• Offres: programmes forfaitaires à la demi-journée, à la journée et à la semaine. Offres modulaires/variables</li> <li>• Gestion Grands comptes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centralisation des offres pour consultation et réservation (Internet)</li> <li>• Offres destinées à des groupes de personnes du même âge (groupes de pairs), P. ex. événements sur place</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offres d'entraînements pour les clubs</li> <li>• Interlocuteur pour la réservation des pistes</li> <li>• Répartition simple des responsabilités sur place</li> <li>• Soutien des parents (intégration)</li> <li>• Bonne planification au sein du club ou de l'association</li> </ul>
<b>Matériel</b>	<p><b>Caractéristiques</b></p> <p>Actuel, moderne/à la mode (design et nouveaux sports), bien entretenu, facilitant l'apprentissage, fonctionnel, simple à utiliser, textiles légers et confortables, facile d'accès, équipement complet</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simples à utiliser, adéquates, sûres, de bonne qualité, disponibles, facile d'accès</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simple à utiliser, instruction éventuelle, sûr</li> <li>• Uniforme, facile à entretenir et robuste</li> <li>• Disponible en grandes quantités et selon les besoins, d'accès facile, logistique simple, transport de matériel organisé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuel, dans le vent, autonome, différent, grand choix</li> <li>• Réservable en ligne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simple à utiliser</li> </ul>
	<p><b>Offres</b></p> <p>Transport de matériel</p> <p>Prêt de matériel sur place (centre de test), permettre de changer d'engins de sport, conseil compris</p> <p>PE: sièges de luge</p> <p>Matériel à prix très réduit, év. gratuit pour les débutants</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forfait combinant billets et prêt d'engins de sport</li> <li>• Matériel de location aussi bon marché que possible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Système de bons d'achat</li> <li>• Equipement complet (vêtements compris)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir essayer différents engins</li> <li>• Disposer d'un atelier pour réparer le matériel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponible en grandes quantités</li> <li>• Matériel de compétition en prêt</li> <li>• Possibilité d'entreposer le matériel du club</li> </ul>
<b>Voyage aller-retour</b>	<p><b>Caractéristiques</b></p> <p>Voyages en TP faciles avec arrivée tout près des pistes, liaisons rapides et confortables avec peu de changements, de l'espace pour le matériel et des places assises en nombre suffisant.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voyages faciles en TP avec peu de changements et arrivée tout près des pistes, nombre de places assises suffisant</li> <li>• TP et autobus avec des distractions pour les familles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liaisons aussi directes que possible arrivant dans les stations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doivent permettre de faire le voyage AR de façon autonome, p. ex. Snow&amp;rail</li> <li>• Faciles à réserver en ligne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liaisons simples aussi directes que possible, év. en autocar depuis le lieu de domicile.</li> </ul>
	<p><b>Offres</b></p> <p>Voyage présentant de l'intérêt en soi</p> <p>Accompagnement, surveillance</p> <p>Places de parc</p> <p>Billets combinés bon marché</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Billets combinés intégrant les chemins de fer de montagne, rabais pour les familles, tarifs à l'heure</li> <li>• Solution pour le transport des bagages de porte à porte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réservation de places assises</li> <li>• Forfaits bon marché tout inclus, prix de groupe</li> <li>• Transport du matériel organisé jusqu'à la cabane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voyages présentant de l'intérêt en soi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Place suffisante pour les bagages</li> </ul>



Besoins des groupes cibles	Facteurs de réussite dans les différents contextes			
Petits enfants (PE) Enfants (E) Jeunes (J)	Familles	Ecoles	Groupes de pairs	Clubs Associations de jeunesse
<b>Chemins de fer de montagne</b> Temps d'attente réduits Entrées réservée aux familles Queues spéciales enfants aux remonte-pentes Sécurité Installations ne demandant pas d'accompagnement (même pour les enfants de petite taille, surtout pour les télésièges) Domaines skiables et transports bien structurés Convivialité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accent sur le service à la clientèle</li> <li>• Préservation de la cohue et des bousculades</li> <li>• Rabais pour familles</li> <li>• Billets combinés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Temps d'attente nuls ou échelonnés</li> <li>• Offres forfaitaires combinant hébergement et trains/remontées mécaniques</li> <li>• Prix incluant les moniteurs → accords simples</li> <li>• Statut de «VIP» pour les camps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transport de tous les engins (freeskis, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offres forfaitaires combinant hébergement et trains/remontées mécaniques</li> <li>• Conditions favorables</li> <li>• Pistes séparées</li> <li>• Collaboration avec le service des pistes</li> </ul>
<b>Pistes et snowparks</b> <b>Caractéristiques</b> Pistes faciles, ludiques, sûres, variées (plus ou moins raides, préparées ou non, avec accompagnement ou non, multimédia), avec un aménagement bien structuré. Séparation des niveaux <b>Offres</b> Park&Pipe à l'écart des pistes, aires de jeux pour les enfants, parcours facile, portes, piste de luge, garderie, zone réservée, animation pour les enfants, cafés et possibilités de restauration le long des pistes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sûrs</li> <li>• Bien structurés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sûrs (ski et luge, intersections)</li> <li>• Contrôlés, aisément surveillables</li> <li>• Aménageables soi-même, instructifs</li> <li>• Variés</li> <li>• Différents niveaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sûrs</li> <li>• Comportant des défis</li> <li>• Etat impeccable</li> <li>• Variés</li> <li>• Tous niveaux</li> <li>• Créer un lien avec les idoles et modèles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Système de guidage simple,</li> <li>• Bien structurés</li> <li>• Variés</li> </ul>
<b>Restauration</b> <b>Caractéristiques</b> Lieu d'hébergement accessible à midi, repas chauds, cuisine au goût des groupes cibles, simple mais bonne, portions de tailles variées, alimentation saine et à prix abordables <b>Offres</b> Salle hors-sac, espace familles avec coin jeux, salles chauffées avec jeux pour les groupes, restauration préparée par un cuisinier sur le lieu d'hébergement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variée, saine et à prix abordable,</li> <li>• Adaptée aux familles (bruit, espace)</li> <li>• Facile d'accès</li> <li>• Toilettes propres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facile à organiser</li> <li>• Centrale</li> <li>• Menus simples</li> <li>• Service rapide</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bon marché</li> <li>• Rapide</li> <li>• Saine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A la fois pause et découverte</li> <li>• Rapide et bon marché</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salle hors-sac</li> <li>• steak-frites</li> <li>• Coins familles</li> <li>• Tables à langer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salle hors-sac</li> <li>• Self-service</li> <li>• Forfaits tout compris (nuitées et repas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salle «cool» avec consoles de jeux</li> <li>• Zone de chill-out</li> <li>• WLAN</li> <li>• Self-service</li> <li>• Salle de séjour</li> <li>• Fast-food</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locaux séparés</li> </ul>

	Besoins des groupes cibles	Facteurs de réussite dans les différents contextes			
	Petits enfants (PE) Enfants (E) Jeunes (J)	Familles	Ecoles	Groupes de pairs	Clubs Associations de jeunesse
Hébergement	<b>Caractéristiques</b> Situation centrale, proximité des pistes, simplicité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prix abordables</li> <li>Facilité de réservation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offrant une vue d'ensemble et contrôlable</li> <li>Disponible pour les écoles exclusivement, et situation centrale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilité d'accès</li> <li>Réservable en ligne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Simple, bon marché</li> <li>Situation centrale</li> </ul>
	<b>Offres</b> Dortoirs, auberge de jeunesse, chambres familiales, divertissement, lits d'enfants d'appoint Petites unités, infrastructure moderne, WLAN Possibilités de se mettre au calme Chambres à plusieurs lits avec douche/WC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Forfaits avec matériel, train et hébergement</li> <li>Chambres familiales</li> <li>Prestations pour les familles, p.ex. garde d'enfants</li> <li>Auberges de jeunesse</li> <li>Animations pour enfants</li> <li>Possibilités de se mettre au calme et lieux de rencontre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Forfaits week-end</li> <li>Forfaits train-hébergement-matériel</li> <li>Prix de groupe pour l'hébergement</li> <li>Auberges de jeunesse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maison ou appartement</li> <li>Forfaits week-end</li> <li>Offres de divertissement le soir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Forfaits train-hébergement</li> <li>Chambres à plusieurs lits</li> </ul>
Divertissement	Possibilités de pratiquer d'autres sports, bien-être, jeux, musique Vivre la vitesse Faire de l'ascension une expérience Vivre autre chose/plus intensément qu'à la maison Surprises Personnages pour enfants (bonhomme de neige, créatures légendaires), Activités pour l'après-ski Moniteurs de ski motivés	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lieux de rencontre</li> <li>Possibilités de se mettre au calme</li> <li>Garde d'enfants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offre additionnelle sur place (piscine, etc.)</li> <li>Sans médias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Discothèque, films &amp; activités sportives (p.ex. tennis de table, baby-foot)</li> <li>Set de DJ</li> <li>Salle de musique</li> <li>Salle de dessin</li> <li>Skate park</li> <li>Fosse de réception</li> <li>Manifestations</li> <li>Compétitions</li> <li>Espace découverte</li> <li>Rencontres avec des pairs</li> </ul>	
Encadrement/formation	<b>Propriétés</b> Adapté à l'âge, courtois, compréhensif, exemplaire, formé, motivé Plaisir/volonté d'apprendre		<ul style="list-style-type: none"> <li>Compétent</li> <li>Motivé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jeune, motivé</li> <li>Indépendant</li> <li>Accompagnant, encourageant</li> <li>Organisé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bien formé (qualité)</li> </ul>
	<b>Offres</b> Ecole de ski, personnel des remonte-pentes, modèles/idoles, histoires, métaphores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informations pour les parents (flyer, Internet, ...)</li> <li>Ecole de ski</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pool pour spécialistes (moniteurs manquants)</li> <li>Moniteurs J+S compétents</li> <li>Sensibiliser les futurs moniteurs</li> <li>Equipe de moniteurs bien rodée</li> <li>Collaboration avec les HEP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interlocuteur clair</li> <li>Médias sociaux</li> <li>Héros/témoignages</li> <li>Formation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. de ski</li> <li>Moniteur formé</li> <li>Reconnaissance du moniteur à sa juste valeur</li> </ul>

Besoins des groupes cibles		Facteurs de réussite dans les différents contextes			
Petits enfants (PE) Enfants (E) Jeunes (J)		Familles	Ecoles	Groupes de pairs	Clubs Associations de jeunesse
<b>Sécurité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prérequis</li> <li>Nombreux écriveaux</li> <li>Réseau de téléphonie mobile disponible</li> <li>Personnel spécialisé (accompagnants) formé</li> <li>Moniteurs dignes de confiance</li> <li>Pistes sécurisées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pratique du ski en toute sécurité</li> <li>Ecriveaux et informations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'encadrement occupe une place centrale</li> <li>Conditions cadres politiques</li> <li>Assurance/responsabilité</li> <li>Sécurité du droit/soutien juridique si nécessaire</li> <li>Aide-mémoires</li> <li>Standards élevés</li> <li>Les moniteurs doivent pouvoir garantir la sécurité</li> <li>Ne pas avoir peur de prendre des responsabilités</li> <li>Evaluation de la difficulté des cours proposés</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Couverture des risques</li> <li>Encadrement</li> </ul>
<b>Capacité financière</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tous les enfants devraient avoir la possibilité de bénéficier des offres</li> <li>Proposer des tarifs meilleurs marché pour les jeunes jusqu'à 18 ans au min., voire jusqu'à 20 ans</li> <li>Abonnement de ski, TP, restauration</li> <li>Subventions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gratuit pour les enfants jusqu'à x ans ou à partir du 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> enfant</li> <li>Meilleur marché pour les enfants/jeunes jusqu'à 18 ans au min. voire jusqu'à 20 ans</li> <li>Louer plutôt qu'acheter</li> <li>Forfaits tout compris</li> <li>Cartes journalières pour les familles</li> <li>Financièrement supportable lorsque pratiqué régulièrement</li> <li>Offres spéciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préparer des offres meilleures</li> <li>Analyser le coût maximal que les parents peuvent supporter pour le camp</li> <li>Bas coûts</li> <li>Soutien</li> <li>(J+S, fondations, etc.)</li> <li>Réglementation pour les aides financières</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rabais pour les groupes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AG pour remontées mécaniques très bon marché</li> </ul>
<b>Communication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réveiller le souvenir des expériences positives passées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accent mis sur les expériences familiales</li> <li>Magazines destinés aux parents et courriels directs</li> <li>Centralisée</li> <li>(possibilité de comparer)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informations régulières</li> <li>Offres forfaitaires pour les moniteurs, les services des sports et les coachs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Numérique</li> <li>Former des communautés</li> <li>Tickets4you</li> <li>Freestyle.ch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informations régulières</li> <li>Offres forfaitaires transmises aux services de communication des associations</li> </ul>
<b>Inspiration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Style de vie</li> <li>Expériences et modèles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accent mis sur les expériences vécues, pas sur le sport</li> <li>Expérience collective dans la nature</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Culture scolaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expérience collective</li> <li>Modèles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modèles</li> <li>Champion du monde actuel</li> <li>Témoignages (personne qui incarne une marque, matériel de ski, lieu)</li> </ul>
<b>Divers</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cadeaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Distinctions</li> <li>Médailles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutien financier de la commune ou de l'école</li> <li>Fond de soutien</li> <li>Moniteurs engagés</li> </ul>		

### 3. Conclusion du premier atelier

Il ressort des discussions menées lors du premier atelier que les participants sont d'accord sur la plupart des points abordés. Motiver davantage d'enfants et de jeunes à pratiquer des sports de neige signifie avoir une population plus active à long terme dans ces sports. Les sports de neige et leurs multiples facettes peuvent ainsi contribuer à la santé et à l'activité physique de la population. Pour les régions périphériques plutôt structurellement faibles, les sports de neige ont une importance qui va bien au-delà des préoccupations sportives et de santé publique. Ils constituent le noyau de l'industrie du tourisme. Ils sont particulièrement importants pour la Suisse, qui se considère comme l'un de leurs berceaux. Les sports de neige constituent ainsi un élément culturel central pour notre pays. Les biens culturels doivent toutefois être entretenus et transmis. L'école est toute désignée à cet égard.

Pour que les publics cibles définis (familles, écoles, pairs et clubs) puissent effectivement profiter des offres de sports de neige, leurs besoins doivent être pris en compte. Des facteurs de réussite ont ainsi été compilés (cf. point 7). Les souhaits des groupes cibles doivent pouvoir être identifiés le plus précisément possible lors de l'élaboration des offres. Les offres forfaitaires semblent être les plus adaptées.

Dans l'optique de la définition de mesures, l'accent doit être mis sur les publics cibles de la famille et de l'école. Des mesures générales communes peuvent être prises, car ces deux publics cibles ont des besoins similaires. Il devrait également être relativement simple d'élaborer des offres forfaitaires.

Il ressort également des discussions que l'élaboration des offres n'est pas le seul élément déterminant pour le public cible de l'école. Les conditions-cadres pour la réalisation d'activités de sports de neige doivent également être améliorées. Les mesures suivantes doivent notamment être envisagées:

- Allongement substantiel des périodes de camps scolaires: concentrer ces camps sur le mois de février n'est pas constructif.
- Introduction de camps de sports de neige obligatoires par les cantons pour les différents degrés scolaires: le canton de Bâle-Ville réalise par exemple déjà des journées de sports de neige obligatoires pour tous ses élèves.
- Amélioration du soutien aux enseignants pour la planification et l'élaboration des camps (offre de formation J+S, formation et perfectionnement des enseignants).
- Amélioration de l'accompagnement des enseignants lors des camps de sports de neige.
- Amélioration de l'indemnisation des auxiliaires/de l'équipe de moniteurs.

Enfin, il convient d'améliorer la coordination des offres existantes. Celles-ci doivent être mise en réseau et communiquées. A cet égard, une plate-forme nationale doit être envisagée.

L'état actuel des discussions est résumé dans le schéma ci-après.

## Conception concrète des offres

Planification/organisation, matériel, voyage, remontées mécaniques, pistes et parcs, sécurité, repas, hébergement, divertissements, encadrement/instruction, offres financièrement supportables

## Mesures pour développer des offres forfaitaires

## Facteurs de succès

Connaître exactement les groupes cible!  
Offres forfaitaires

Famille

**Ecole**

Peers

Clubs  
neige

Clubs  
sport

## Optimiser les conditions cadre!

P.ex. mieux harmoniser les périodes des camps scolaires  
P.ex. camps de sports de neige obligatoires

# Partie 4 Résultats du deuxième atelier

## 1. Discussion des propositions

### Proposition 1

La proposition 1, qui prévoyait que les résultats du premier atelier, synthétisés dans un rapport, indiquent la direction à suivre et constituent la base de la poursuite des travaux, a rapidement fait l'unanimité lors d'une discussion en plénum. Les membres du comité de pilotage ont souligné, par de brèves déclarations, la grande importance qui doit être accordée à l'encouragement des sports de neige. Les sports de neige ne constituent pas seulement un élément essentiel du tourisme et donc de l'économie, ils ont également une importance cruciale dans les domaines de la pédagogie, de l'intégration sociale et du sport. En outre, ils constituent un élément culturel central. La Suisse est un pays montagneux, et les sports de neige en sont une parfaite illustration.

### Proposition 2

La majorité des participants ont adhéré à la proposition 2; celle-ci prévoyait que les mesures nationales d'encouragement se focalisent sur l'école obligatoire et en particulier sur les offres forfaitaires qui lui sont destinées. Ils se sont accordés sur le fait qu'il est plus facile d'atteindre les enfants et les jeunes par le biais de l'école que par le biais de la famille. Il ne suffit toutefois pas de mettre l'accent uniquement sur l'école et les enseignants. Les autorités scolaires et les communes doivent également être impliquées et façonner les conditions-cadres pour la réalisation de manifestations de sports de neige. La réalisation de camps de sports de neige obligatoires n'est par exemple pas possible sans une participation financière importante des communes ou des cantons. Dans ce contexte, plusieurs voix ont clairement relevé que les décideurs politiques dans le domaine de l'école doivent être convaincus de l'importance des journées ou des camps de sports de neige.

Les représentants des écoles ont fait remarquer que l'école doit avant tout respecter son mandat d'éducation et que cela nécessite déjà beaucoup de ressources. La réalisation de camps de sport fait certes partie de ce mandat, mais pas à n'importe quel prix. Ils ont donc demandé davantage de soutien aux écoles plutôt que davantage de contraintes. Comme le montre l'exemple de l'Autriche, il faudrait développer une stratégie de marketing pour motiver les écoles à réaliser ces journées ou ces semaines de sports de neige. Il faudrait peut-être aussi créer des conditions cadres institutionnelles facilitant cette réalisation pour les écoles. Le rôle du coordinateur de sport communal ou du coach scolaire J+S ont été cités à titre d'exemples. Ces personnes pourraient jouer un rôle clé dans l'organisation de camps scolaires. Une autre piste évoquée serait de considérer la réalisation de camps comme de la formation continue pour les enseignants.

Plusieurs groupes se sont demandé s'il ne faudrait pas plutôt d'abord déterminer les causes du recul du nombre de camps. Différents facteurs ont été évoqués à cet égard:

- Difficultés financières de nombreuses communes empêchant la réalisation de camps de sport de neige.
- Difficulté des moniteurs J+S à obtenir des congés pour accompagner des camps scolaires.
- Peur des enseignants par rapport à la responsabilité juridique qu'implique la réalisation de camps.
- Les hautes écoles pédagogiques ne mettent plus obligatoirement l'accent sur les sports de neige dans le cadre de la formation des futurs enseignants.

En conclusion, il faudrait pouvoir interpellier les enseignants de manière active et les convaincre de la «valeur pédagogique» des camps de sports de neige.

Les offres forfaitaires sont censées faciliter l'organisation des journées et des camps de sports de neige. Il faut toutefois que ces offres soient modulables, car toutes les écoles n'ont pas les mêmes besoins. Il ne suffit donc pas de pouvoir leur faire profiter d'offres adéquates. Dans l'optique d'une fidélisation à long terme (aux stations et aux sports de neige), il faudrait par exemple que les familles des élèves soient aussi intégrées. Plusieurs pistes ont été évoquées à cet égard:

- Il devrait être possible de profiter de rabais sur le matériel de prêt également après le camp.
- Les élèves et les enseignants devraient être motivés à pratiquer à nouveau des sports de neige grâce à des bons offerts par les stations (p. ex. abonnements de ski de fin de saison remis gratuitement aux participants à des camps).

### Proposition 3

Les discussions portant sur la proposition 3 («camps et journées hors-cadre sous forme d'offres forfaitaires») ont mis l'accent sur la forme concrète que devraient avoir ces offres forfaitaires pour intéresser les écoles. Dans ce contexte aussi, plusieurs groupes de travail se sont interrogés sur le fait que l'absence d'offre forfaitaire puisse effectivement être une cause du recul du nombre de camps de sports de neige. Certaines voix ont souligné que ces offres forfaitaires n'étaient pas seules en cause. En maints endroits, les conditions-cadres politiques devraient être adaptées pour faciliter ou même simplement permettre la réalisation de camps de sports de neige. Les enseignants, les autorités scolaires et les communes devraient être davantage responsabilisées pour qu'il existe une obligation ou du moins un devoir moral de réaliser des camps.

En ce qui concerne la forme concrète des offres forfaitaires, plusieurs observations ont été formulées:

- Le prix joue un rôle important. Il varie énormément et dépend de différentes constellations. Dans le cas des camps scolaires obligatoires, il ne peut pas être fixé n'importe comment étant donné que la plupart des cantons plafonnent le montant susceptible d'être demandé aux parents à titre de participation aux frais d'organisation. La latitude est plus grande avec les camps facultatifs. Mais quoi qu'il en soit, il importe, si l'on veut optimiser la participation aux camps ou aux journées de sports de neige, de définir un prix supportable pour les parents. Cela implique qu'au niveau des communes, on soit prêt aussi à accorder ponctuellement des réductions à certaines familles.
- Le prix des offres forfaitaires dépend étroitement de la destination choisie, de la saison et du standard de l'hébergement proposé. Il faut donc offrir des possibilités de comparer ces offres sur une plateforme. A ce propos, certains ont également fait remarquer qu'en Suisse, pendant les semaines de février, il est quasiment impossible de trouver de quoi héberger un groupe. Alors pourquoi ne pas répartir aussi les camps sur les semaines n° 1 à 4 et sur le mois de mars? La question mérite d'être examinée. Les participants sont unanimes à dire qu'il faut définir des fourchettes de prix. Les prix doivent être calculés indépendamment des éventuelles subventions du canton et de la commune de domicile des écoles. C'est le seul moyen de garantir la transparence nécessaire entre les différentes offres.
- En ce qui concerne les camps scolaires, il est clair que les enseignants assument l'entière responsabilité de l'offre. La part de responsabilité liée aux activités de sports de neige peut être déléguée à des professionnels ou à des moniteurs qualifiés.
- Il est important qu'il y ait sur place une personne de référence à qui on peut faire appel en cas de question ou de problème.
- Du matériel de qualité doit être mis à disposition sur place pour tous les sports de neige.
- Les offres forfaitaires de type journalier doivent être destinées en priorité au degré inférieur et il faut veiller à ce qu'elles ne soient pas uniques. En effet, si l'on veut véritablement pérenniser l'encouragement des sports de neige, il faut qu'elles soient suivies d'autres offres au long du parcours scolaire.

Enfin, comme cela a été souligné par plusieurs participants, il serait faux de croire qu'un seul camp de sports de neige au cours de la scolarité obligatoire suffit à créer le lien de fidélité souhaité. Les stations doivent, durant le camp déjà, offrir des conditions qui donneront envie aux élèves d'y revenir en qualité de clients. Elles pourraient, par exemple, proposer des offres préférentielles ou des abonnements de fin de saison aux participants

aux camps. Pour que les mesures d'encouragement portent leurs fruits, il faut une bonne collaboration entre tous les prestataires de la destination. Mais, comme l'ont fait remarquer certains, il ne faut pas perdre de vue la réalité: la Suisse est un îlot de cherté et il faut s'attendre à ce que les réductions de prix soient limitées.

#### **Propositions 4 et 5**

Les discussions concernant ces propositions sont intervenues après les interventions des représentants de l'OFSP (Matthias Remund), du SECO (Davide Codoni) et des Remontées Mécaniques Suisses (Ueli Stückelberger).

Globalement, les participants à l'atelier II approuvent l'idée de créer une plateforme nationale. Ils estiment que sa direction stratégique devrait être assumée par un comité de pilotage, dans lequel tous les acteurs concernés seraient représentés. L'unité purement opérationnelle devrait avoir son siège chez un des acteurs. Les autres acteurs à prendre en compte sont:

- la COHEP (Conférence suisse des rectrices et recteurs des hautes écoles pédagogiques),
- l'ASEP (Association suisse d'éducation physique à l'école),
- l'organisation interprofessionnelle pour les hébergements de groupes (CONTACT groups.ch),
- la branche des transports,
- Gastrosuisse et hotelleriesuisse.

Ce qui compte avant tout, c'est que les prestataires participent à la plateforme et qu'ils y soient représentés de manière exclusive à travers leurs offres.

Dans plusieurs groupes, des participants estiment qu'il serait judicieux de s'inspirer de modèles existants, comme celui mis en place par l'Autriche ([www.wispowo.at](http://www.wispowo.at)) ou celui de l'organisation interprofessionnelle pour les hébergements de groupes ([www.groups.ch](http://www.groups.ch)). Il serait faux de vouloir créer une dixième plateforme de réservation. Un tel projet engendrerait des risques considérables. Les plateformes de ce type sont complexes, coûtent cher et il en existe déjà suffisamment (p. ex. [myswitzerland.com](http://myswitzerland.com), destinations touristiques locales et [groups.ch](http://groups.ch)). La plateforme envisagée devrait être plutôt une plateforme d'information et de communication qui permette avant tout un contact direct entre prestataires et demandeurs sans pour autant offrir de possibilités de réservation. On ne peut espérer obtenir de résultats que si la plateforme est construite autour d'une unique selling proposition (USP). Pour ce faire, il faudrait travailler aussi avec des ambassadeurs qui parleraient de la plateforme dans les écoles et aux autorités. L'idée des offres certifiées n'a pas été jugée digne d'intérêt dans le contexte, vu qu'une certification demande du temps et cause des frais considérables, difficiles à répercuter. Il serait plus efficace que la plateforme définisse des critères et évalue, sur cette base, la faisabilité de toutes les offres.

Tous les participants ont convenu que la plateforme constituerait une solution pertinente pour rapprocher les offres des demandeurs (écoles). Mais tous les groupes de travail ont souligné que, sans campagne de sensibilisation auprès des demandeurs, il ne sera pas possible de générer de nouveaux camps. En principe, il faudrait lancer une offensive en faveur des camps de sports de neige. Cela présuppose que l'on améliore l'image de ces camps et que l'on crée au sein des écoles une culture qui les impose comme une évidence. Ces camps ne sauraient toutefois être détournés au profit de la promotion touristique. Ce qui compte avant tout, c'est leur plus-value pédagogique.

Comme ils l'avaient déjà fait lors des discussions portant sur les propositions 2 et 3, les participants ont souligné qu'il fallait d'abord clarifier le pourquoi du déclin des camps de sports de neige. Les causes du phénomène diffèrent fortement selon les régions et les écoles. Il est donc pour ainsi dire impossible d'appliquer des solutions uniformes pour l'ensemble du pays. Mais certaines exigences ont été clairement formulées:

- Revaloriser la formation habilitant à diriger des camps et plus particulièrement des camps de sports de neige dans les hautes écoles pédagogiques
- Redonner aux camps leur place dans le programme d'enseignement et exiger des communes/cantons qu'ils fournissent les ressources nécessaires
- Obliger les étudiants des hautes écoles pédagogiques à suivre une semaine de formation en sports de neige
- Convaincre les directions des écoles et les autorités politiques d'améliorer les conditions-cadres applicables à la réalisation des camps (financement des camps et intégration des camps de sports de neige dans le calendrier).

Les participants se sont accordés à dire que la création d'une plateforme pourrait contribuer à une promotion durable des sports de neige auprès de la tranche d'âge «Enfants et jeunes» – à condition que son travail et ses résultats soient évalués régulièrement. En fin de compte, la branche elle-même doit redoubler d'efforts. Les destinations et tous leurs prestataires devraient proposer des journées de ski, des semaines de camp ou des séjours à des conditions suffisamment attrayantes pour susciter l'intérêt de la clientèle.

## 2. Résultats du deuxième atelier

Les participants au deuxième atelier ont approuvé dans leur grande majorité les propositions préparées par le comité de pilotage. L'idée de mettre en place une plateforme a été jugée adéquate. A vrai dire, le besoin d'améliorations apparaît considérable au niveau des conditions-cadres, qui sont décisives pour la réalisation de camps de sports de neige. De l'avis général, ces conditions sont plutôt difficiles à faire évoluer. Aussi, ont souligné les participants, tous les intéressés doivent-ils s'investir, à l'échelon notamment des communes (commissions scolaires, directions d'écoles, personnel enseignant, autorités politiques) et des hautes écoles pédagogiques, pour convaincre les responsables et les décideurs de l'importance pédagogique des camps de sports de neige.



# Partie 5 Conclusion générale

## **La teneur de l'invitation envoyée aux participants était la suivante:**

Les causes de ce désintérêt (toujours moins d'enfants, de jeunes et d'écoles sur les pistes) sont multiples et des organisations du secteur tant privé que public s'interrogent actuellement sur les stratégies à adopter pour que les enfants et les jeunes redevennent plus nombreux à pratiquer les sports de neige (ski alpin, snowboard et ski de fond). De nombreuses mesures et de nombreux projets ont déjà été examinés, initiés et mis en œuvre. Mais jusqu'ici, tous pèchent par manque de coordination.

Différents acteurs (Fédération suisse du tourisme, Remontées Mécaniques Suisses, Swiss Ski, Swiss Snowsports, secrétariat d'Etat à l'économie SECO et Office fédéral du sport OFSPO) ont décidé de s'associer au plus grand nombre possible de milieux concernés pour formuler des objectifs communs et identifier les mesures à prendre pour mener une action coordonnée.

D'entente avec le SECO, l'OFSPO a pris l'initiative d'organiser deux ateliers pour aborder cette thématique. Le premier sera consacré à l'introduction à cette thématique et à un état des lieux général. Lors de cet atelier, des thèses seront élaborées. Elles seront ensuite retravaillées par un comité de pilotage et prendront la forme d'un rapport. Le second atelier sera consacré à ce rapport et à l'élaboration de questions qui permettront de définir les grands axes communs et les mesures à prendre.

## **Cette démarche a-t-elle porté ses fruits?**

### **Voici les réponses.**

Les deux ateliers ont suscité un vif intérêt et la plupart des acteurs clés y ont délégué des représentants. Cette participation nombreuse a permis, lors du premier atelier, fin octobre 2013, de réaliser un état des lieux très complet et très nuancé, enrichi par les descriptions des nombreux projets qui existent déjà pour encourager les sports de neige. Simultanément, cinq thèses ont été élaborées, au terme de discussions également très nourries et nuancées. Partant de ces thèses, les participants ont identifié les facteurs de succès, tant côté offre que côté demande. Côté offre, on a surtout souligné la nécessité de mettre en place des offres forfaitaires et modulaires axées le plus possible sur les besoins, tandis que côté demande, ce sont surtout les conditions-cadres qui ont fait débat – parmi elles, notamment, l'attitude des autorités et institutions responsables des politiques scolaires à l'égard des journées et des camps de sports de neige. Ces discussions ont abouti à un résultat important, à savoir une adhésion générale au constat que les sports de neige constituent un élément culturel central de notre pays, et que pour assurer le succès et la durabilité de mesures d'encouragement s'adressant aux enfants, aux jeunes et aux écoles, il faut envisager ces sports dans leurs trois dimensions: sportive, économique et formatrice.

Ces bases élaborées dans le cadre de l'atelier I se sont révélées adéquates pour discuter de propositions de mesures concrètes dans le cadre de l'atelier II qui s'est tenu fin janvier 2014. Ainsi, la proposition du comité de pilotage consistant à axer prioritairement les offres sur la scolarité obligatoire et à privilégier des offres forfaitaires n'a suscité pratiquement aucune réserve, tout le monde estimant que c'est dans ce domaine que l'on peut escompter le plus grand effet de levier. Autre proposition de mesure bien acceptée: celle qui consisterait à créer une plateforme nationale pour l'encouragement du sport, financée par les principaux intéressés. Ceux-ci délégueraient des représentants au sein d'un comité chargé de piloter les contenus de la plateforme. Les tâches et la structure de cette plateforme ont été discutées de manière approfondie au vu des nombreux enjeux en termes de sport, d'économie et de formation. Il en est ressorti, d'une part, que cette plateforme aurait pour rôles d'assurer la qualité des offres et de coordonner l'offre et la demande et, d'autre part, qu'elle devrait communiquer activement et inciter les autorités et les institutions responsables à améliorer les conditions-cadres de l'encouragement des sports de neige dans la sphère scolaire. Par conséquent, à la fin de l'atelier II, le comité de pilotage s'est vu confier la tâche de mettre rapidement en chantier la conception et la mise en fonctionnement de cette plateforme. Le comité de pilotage a pris bonne note de ce mandat et annoncé qu'il informerait des progrès de son travail sous une forme appropriée.

Ces débats constructifs, de même que l'adhésion suscitée par les thèses et les propositions du comité de pilotage, permettent de conclure à un résultat très satisfaisant et d'affirmer que les ateliers ont largement atteint leurs buts. Le climat positif qui régnait entre les participants au terme des deux sessions en témoigne. Ce qui compte désormais, c'est de savoir comment on réussira à mettre en place la plateforme nationale évoquée, et dans quel délai. L'un des principaux constats qui émergent à l'issue de ces travaux est que l'encouragement des sports de neige ne peut réussir que si tout le monde tire à la même corde. Par conséquent, il est capital que tous les acteurs clés s'impliquent dans ce projet porteur qu'est la plateforme, tant au niveau du contenu qu'au niveau financier.

# Annexe

## 1. Thèses remaniées après les travaux de groupe

### Thèse 1

En tant que nation de sports d'hiver et de tourisme, la Suisse a besoin d'une population qui pratique activement les sports de neige, toutes catégories d'âge et toutes couches de population confondues.

### Thèse 2

Une population qui pratique activement les sports de neige, toutes catégories d'âge et groupes de population confondus, présuppose que les enfants et les jeunes aient déjà fait des expériences positives avec les sports de neige et y aient pris du plaisir. A travers les enfants, il est ensuite possible de faire aimer ces sports aux parents.

### Thèse 3

Les expériences positives des enfants et des jeunes avec les sports de neige doivent s'inscrire dans la durée afin que, devenus adultes, ils pratiquent aussi des sports de neige et réservent des vacances dans les stations de sports d'hiver.

### Thèse 4

Les enfants et les jeunes pratiquent les sports de neige en famille, dans le cadre de l'école, avec des amis et dans des clubs. Les offres doivent être adaptées à ces publics cibles (familles, écoles, pairs, clubs). Les offres d'initiation (qui s'adressent aux familles et aux écoles) doivent faire l'objet d'une attention particulière.

### Thèse 5

Pour les enfants et les jeunes, resp. pour les familles, écoles, groupes d'amis et clubs, une expérience de sports de neige positive et durable est basée sur une offre composée des éléments suivants:

- Planification/organisation
- Matériel
- Voyages aller/retour
- Remontées mécaniques
- Pistes et snowparks
- Sécurité
- Restauration
- Hébergement
- Animation
- Encadrement/formation
- Capacité financière

## 2. Engagements – Propositions

### Fiche de travail pour le travail de groupe du lundi

#### Focalisation sur l'école et les offres forfaitaires (engagement n° 2)

Les mesures nationales d'encouragement des sports de neige doivent se focaliser principalement sur l'école obligatoire et les offres forfaitaires. C'est le meilleur moyen de maximiser l'effet de levier.

#### Camps et journées hors-cadre sous forme d'offres forfaitaires (engagement n° 3)

Deux formes d'offres forfaitaires doivent être élaborées:

- Journées hors-cadre pour les écoles/classes (journées de sports de neige) à partir de la 3<sup>e</sup> année
- Camps pour les écoles/classes à partir de la 5<sup>e</sup> année

Les valeurs de référence à prendre en compte dans ce contexte pourraient être les suivantes:

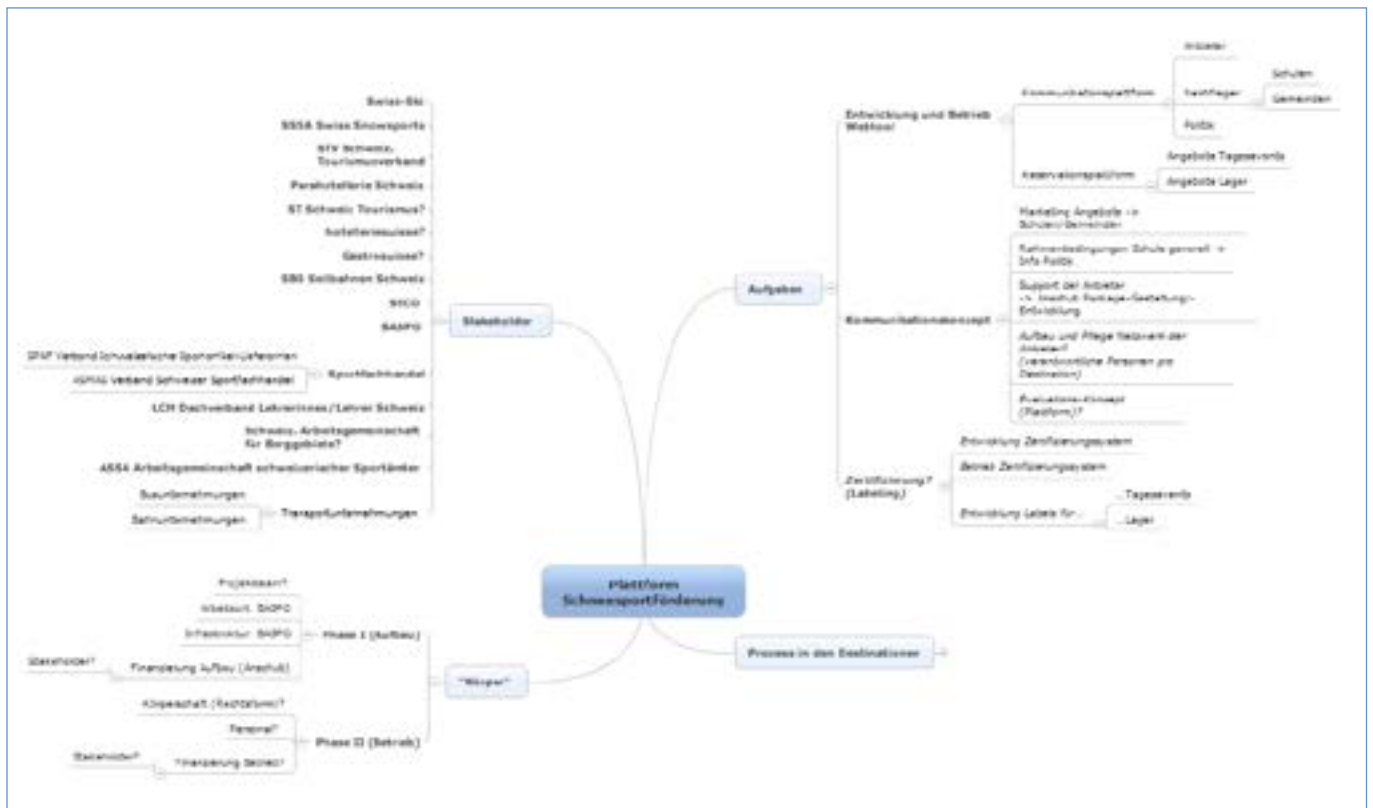
#### Offre forfaitaire «Camp»

Composantes de l'offre (thèse 5 de l'atelier 1)	Prestations (Base: facteurs de succès définis dans le cadre de l'atelier 1)	Standard minimal (Exigence qualitative)
Planification/Organisation	Plateforme: réservation d'offres forfaitaires (incluant toutes les composantes)	Manipulation simple
Matériel	Ski/SB, chaussures de ski/SB, casque, vêtements	Matériel actuel
Trajet aller/Trajet retour	Prix forfaitaire train/autobus	TP standard
Remontées mécaniques	Formules d'abonnement (différentes formules en fonction du nombre de jours)	Standard RMS/SKUS
Pistes/Parks	Inclus	Standard SKUS
Sécurité	Incluse	Standard RMS/SKUS
Repas	3 variantes: pension complète, demi-pension et restauration autonome	
Logement	Hébergement sous forme de camp avec des dortoirs	Dortoirs de 8 lits au maximum
Activités récréatives	Sports complémentaires ; événements thématiques	Au moins 1x par semaine
Encadrement/Instruction	Direction compétente dans la maison et sur les pistes	Moniteur J+S ou au moins formation équivalente
<b>Prix total par enfant et par semaine</b>		<b>CHF ???</b>

#### Offre forfaitaire «Journée hors-cadre» (journée de sports de neige)

Composantes de l'offre (thèse 5 de l'atelier 1)	Prestations (Base: facteurs de succès définis dans le cadre de l'atelier 1)	Standard minimal (Exigence qualitative)
Planification/Organisation	Plateforme: réservation d'offres forfaitaires (offre forfaitaire: incluant toutes les composantes)	Manipulation simple
Matériel	Ski/SB, chaussures de ski/SB, casque, vêtements	Matériel actuel
Trajet aller/Trajet retour	Prix forfaitaire train/autobus	TP standard
Remontées mécaniques	Différentes formules d'abonnement (carte journalière)	Standard RMS/SKUS
Pistes/Parks	Inclus	Standard SKUS
Sécurité	Incluse	Standard RMS/SKUS
Repas	Repas et collations (dix-heures, dîner, quatre-heures)	Alimentation «saine»
Activités récréatives	Informations et animation pendant le voyage	Adaptées aux élèves
Encadrement/Instruction	Personne compétente à l'intérieur et sur les pistes	Moniteurs J+S ou au moins formation équivalente
<b>Prix total par enfant et par jour</b>		<b>CHF ???</b>

## Engagements – Propositions (fiche de travail pour le travail de groupe du mardi)



Base de discussion: voir le document Mindmap.

### Plateforme nationale (engagement 4)

Il est prévu de créer une plateforme nationale pour coordonner toutes les mesures d'encouragement des sports de neige.

### Suite des travaux (engagement 5)

- Le comité de pilotage s'installe aux commandes d'un réseau qui exerce la haute surveillance sur la plateforme nationale. Ce réseau assure la qualité minimale de toutes les offres publiées, supervise les activités de la plateforme et encourage l'échange régulier d'informations entre les acteurs.
- Dans un premier temps, la plateforme sera mise sur pied conformément aux directives du réseau et, dans un deuxième temps, elle sera dotée de structures définitives permettant de pérenniser son exploitation.
- Pour pouvoir porter leurs fruits, les mesures d'encouragement des sports de neige axées sur l'école obligatoire doivent s'appuyer sur une volonté politique et sur une base juridique appropriée, en particulier au niveau des communes et des cantons. Les membres du réseau s'engagent à promouvoir cette volonté dans le cadre de leurs possibilités institutionnelles et juridiques.

## Participants

Nom	Prénom	Organisation	Fonction
Aellen	Gaby	Swiss Snowsports	Head of Marketing
Ammann	Daniel	Swiss Snowsports	Präsident Ski- + SB Schulenverband GR
Arkin	Rachel	PostAuto Schweiz AG Entwicklung und Mobilitätslösungen	Produktmanagerin Freizeitverkehr
Bättig	Christian	Verband Schweizerischer Sportartikel- Lieferanten SPAF	Vorstandsmitglied
Bergamin	Domenico	HTW Chur ITF	Wiss. MA Tourismus
Bigler	Hans	Swiss-Ski	Projektleiter Breitensport
Bignasca	Marco	G+S Ticino	capoufficio cantonale G+S
Bösch	Roland	Swiss Jugend-Langlaufleger	Präsident
Botfield	Christophe	Etat de Vaud, Service de l'éducation physique	Conseiller pédagogique EPS
Brin	Martin	Abteilung Sport BSM Kt. Bern	Abteilungsleiter Sport
Bruggmann	Peter	Verband Schweizer Sportfachhandel	Präsident
Brunner	Mariette	Loipen Schweiz/Swiss Ski	Präsidentin
Cadlolo	Timo	Ticino Turismo	
Cafilisch	Michael	Amt für Wirtschaft und Tourismus GR	Leiter Tourismusentwicklung
Campell	Riet R.	Swiss Snowsports	Direktor
Cerny	Marco	Servicestelle Wintersportwochen	Projektmanager (Referent)
Cholinski	Andrew	FIS	World Ski Day
Christen	Markus	Abteilung Volksschule Deutsch AKVB Kt. Bern	STV. Abteilungsleiter Sport
Codoni	Davide	SECO	Stv. Ressortleiter
Conrad	Judith	Swiss Olympic	
De Buman	Dominique	Remontées Mécaniques Suisses	Président, Conseiller national
Diermeier	Nicole	Schweiz Tourismus	Leiterin Marketing
Duc	Marc-Henri	Swiss Snowsports	Président des ESS du canton de Vaud
Ebenegger	Vincent	Etat du Valais	Responsable sport-école
Ehrler	Hansueli	Sport Kanton Schwyz	Leiter Abteilung Sport
Frapolli	Elia	Ticino Turismo	Direttore
Friche	Michel	Canton du Jura, Responsable Tourisme	Responsable Tourisme
Furrer	Gary	Swiss-Ski	Chef Breitensport
Furrer	Reto	Verband Schweizerischer Sportartikel- Lieferanten SPAF	Vorstandsmitglied
Gisi	Barbara	Schweizer Tourismusverband STV	Direktorin
Grolimund	Roger	Schtifti Foundation	Co-Geschäftsführer
Grunder	Ueli	Amt für Sport Kt SG	Amtsleiter Stv.
Gschwend	Marcus	Bergbahnen Graubünden	Geschäftsführer
Haldemann	Olivia	Schweiz Tourismus	Projet Manager Winter
Haldi	Daniel	Schweizerische Bundesbahnen	Projektleiter Kundenentwicklung
Hartmann	Philipp	Kanton Nidwalden	Leiter Abteilung Sport
Heiniger	Stephan	Verband Schweizer Sportfachhandel	Zentralvorstandsmitglied
Jeanneret	Thierry	Kanton Graubünden	Leiter Graubünden Sport
Jenny	Pascal	Arosa Tourismus	Tourismusedirektor
Jirillo	Grégoire	Etat du Valais	Chef de l'office du sport
Kägi	David	Schtifti Foundation	Projektleiter Gorilla Bergwelt
Kälin	Markus	Kanton Luzern, Sportförderung	Leiter
Kämpf	Richard	SECO	Leiter Ressort Tourismus
Kaufmann	Rolf	Juskila, Swiss-Ski	Lagerleiter
Kehrli	Beat	FSB Letzi Sportamt der Stadt Zürich	SV und Leiter FSB SK Letzi
Keller	Karl	Swiss-Ski	10 Jahre Lagerleiter Juskila
Keller	Heinz	Schweiz Tourismus	Tourismusexperte
Kimmig	Peter	Schweiz. Bergführerverband	Präsident Ausbildungskommission
Kiser	André	Abteilung Sport Obwalden	Abteilungsleiter
Kobi	Christian	Schneezüri.ch (ASSA)	Präsident

<b>Nom</b>	<b>Prénom</b>	<b>Organisation</b>	<b>Fonction</b>
Kolb	Irene	Schweiz. Schneesport Berufs- und Schulverband SSBS	
Kollegger	Daniela	Heinzenberg Tschappina	Schneesportschule
Kronenberg	Urs	PH St. Gallen	Doz. Sport
Lazzarotto	Boris	Service cantonal du sport	Responsable Jeunesse+Sport
Lehmann	Therese	Universität Bern	Stv. Leiterin der Forschungsstelle Tourismus
Leimgruber	Jean-Baptiste	Etat de Vaud, Service de la promotion économique et commerce	Adjoint DECS
Lüscher	Ueli	Gemeinde Lager	–
Meuli	Daniela	Lamprecht&Stamm SFB	–
Moshfegh	Yves	Pädagogisches Zentrum Basel-Stadt	Fachexperte Sport
Müller	Christian	Kanton Aargau, Sektion Sport	Verantwortlicher Bewegte Schule
Niederberger	Lukas	Kanton Uri, Abteilung Sport	Fachperson Sport
Pauchard	Michel	SBB RailAway	Leiter Geschäftsbereich Tourismus
Pilloud	Vincent	République et Canton du Jura	Chef de service
Polloni Rohner	Gisela	Volksschulamt Zürich	Wiss. MA
Poo	Andri	Swiss Snowsports	Chef Ausbildung
Primus	Roland	Schweizer Schneesport Berufs- und Schulverband SSBS	
Raab	Christian	Volkswirtschaftsdirektion Kanton Uri	Abteilungsleiter Abt. Wirtschaft und Tourismus
Rapin	Maurice	Seilbahnen Schweiz SBS	Vizedirektor, Leiter Tourismus & Mitgliederservice
Ray	Jean-Claude	Swiss Olympic	Verbandsmanager
Repond	Fabienne	Schweiz Tourismus	Leiterin Content Management
Reymond	Sébastien	ASSA	Generalsekretär
Righenzi	Simone	Swiss Olympic	Verbandsmanager
Rogenmoser	Roman	Swiss-Ski	Projektleiter GPM
Rossetti	Claudio	Sport Ferien Resort Fiesch	Direktor
Schegg	Roland	HES-SO Valais-Wallis	Prof. + Forschungskoord.
Schlyja	Philipp	Schweizerische Bundesbahnen	Leiter Kundenentwicklung
Schmellentin	Andri	FIS Alpine Ski WM St. Moritz 2017	Dep. Leiter Marketing
Schmid	Ruedi	SVSS	Präsident
Schötzau	Stefan	Sportamt Kanton Zürich	Chef Sportamt
Steiger	Kathrin	Schifti Foundation	Operative Geschäftsleitung
Stettler	Jürg	Hochschule Luzern – ITW	Forschungsleiter
Stöckli	Ralph	Swiss Olympic	Leiter Abteilung Leistungssport
Stoffel	Berno	touristische Unternehmung Grächen AG	CEO
Stückelberger	Ueli	Seilbahnen Schweiz SBS	Direktor
Stückelberger	Alexis	Sportamt Basel-Stadt	Leiter J+S
Stutz	Armin	LCH Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer	Präsident der LCH-Stufenkommission Sek I
Trombitas	Mila	HES-SO Valais-Wallis	Leiterin Studiengang Tourismus
Tschanz	Fritz W.	Erziehungsdirektion Kt. Bern	
Vetterli	G.Beato	Unione Transporti Pubblici-Turistici TI	Presidente
Vögeli	Pascale	Cleven Stiftung	Geschäftsführerin
Walsler	Roger	Ostschweizer Verband der Seilbahnunternehmungen	Geschäftsführer
Wellauer	Urs	Schweiz. Bergführerverband	Präsident
Wiegand	Doris	Lamprecht&Stamm SFB	–
Wüthrich	Daniel	beco – Standortförderung	Leiter Tourismus und Regionalentwicklung
Zanetti	Dayana	G+S Ticino	
Zenhäusern	Dr. Josef	FIS	Verantwortlicher Development Programme
Züger	Albi	Skiclub Beverin	Skiclub Beverin
Zwahlen	Walter	PL Berner Schneespasstage	Projektleiter Schneesportförderung



