



Aux petits soins pour les familles

En 2013, les critères pour les lieux de vacances des détenteurs du label «Familles bienvenues» seront simplifiés et modernisés. Le BPA est le nouveau partenaire du label.

CHRISTINE KÜNZLER

En Suisse, 24 destinations de vacances portent actuellement le label «Family Destination». Six nouveaux lieux posent maintenant leur candidature en vue de l'obtention du label. La commission de qualité, qui a aussi élaboré les critères, décidera ou non de leur certification. C'est la Fédération suisse du tourisme (FST) qui

gère le label et assure la présidence. Elle est aussi l'organisation faîtière de la commission de qualité indépendante. Suisse Tourisme (ST) et les lieux certifiés y sont entre autres représentés. Pour la visite d'inspection, les lieux de vacances doivent déboursier 3500 francs pour les membres, 4000 francs pour les non-membres et 2500 francs pour le renouvellement de la certification.

Le BPA veille à plus de sécurité pour les jeunes clients

Fabienne Känel, chef de produit FST, est satisfaite du nombre de certifications. «Nous n'avons pas d'objectifs quantitatifs.» Fondé en 1996, le label montre que le nombre de certifiés est resté stable au cours des années. Certes, lors de la dernière certification six lieux de vacances ont démissionné, mais ce choix était aussi lié à une redéfinition de la destination.

Pour la période de certification 2013-2015 – le label sera révisé tous les trois ans – les critères se-

ront adaptés. «Certains points sont devenus obsolètes», explique Fabienne Känel. Ainsi, dans les critères exigés, l'hôtelier devait mettre un babyphone à disposition. «Aujourd'hui, tous les parents ont des téléphones cellulaires.» Le problème du tabagisme a été résolu au niveau législatif. Ce qui veut dire, qu'en général, les critères seront revus à la baisse pour le prestataire de services.

Le changement le plus important concerne la coopération avec le Bureau de prévention des accidents (BPA). Ce dernier a déjà visité tous les sites et établi un rapport technique. Une condition préalable pour la certification à venir, car il s'agit de la sécurité des jeunes hôtes. Rampes d'escaliers, balustrades, gestion du verre, de l'eau sont contrôlés, mais aussi la communication destinée aux clients. «Dans les brochures et sur les sites internet, il est important de montrer que les enfants portent un casque en skiant», cite Fabienne Känel à titre d'exemple.

Sur place, un représentant du Bureau des accidents a contrôlé la situation des prestataires de services qui ont opté pour le label familial et élaboré ensuite avec eux des mesures qui figureront en 2016 dans le catalogue des critères.

Un label destiné qu'aux lieux

Pour Fabienne Känel, ce label est unique. On ne le retrouve ni en Autriche ni en Allemagne. «La France en a un semblable pour la saison hivernale, raison pour laquelle elle s'intéresse au nôtre qui prévaut toute l'année», remarque-t-elle. Elle reçoit également souvent des demandes d'hôtels et d'appartements de va-



«Il est important de montrer dans les brochures que les enfants skient avec un casque.»

Fabienne Känel
chef de produit FST

Adaptation Françoise Zimmerli
sur la base d'un texte en page 7

Trois stations romandes labellisées

En Suisse romande, elles ne sont que quatre, les stations à avoir souscrit à l'idée du label. Une question de taille, notamment dans le domaine des infrastructures usuelles disponibles.

JEAN-JACQUES ETHENOZ

Villars-Gryon, Nendaz, Crans-Montana, même si on peut encore inclure la région du Lac Noir, elles ne sont pas nombreuses les stations romandes qui ont adhéré à la démarche du label Familles bienvenues, alors qu'on en compte une vingtaine pour la partie germanophone du pays. Il est cer-

tain que lorsqu'on évoque «critères» on comprend toujours aussi «contraignant». C'est ainsi que le comprend Sébastien Epiney, directeur de Nendaz-Tourisme.

«Or, poursuit-il, la taille des stations romandes se prête peu à cette série de contraintes, tandis qu'une plus grande station, souvent une destination, y satisfait presque naturellement pour le seul service de ses habitants à l'année.» A Nendaz, il place le Label F sous le signe d'une culture d'entreprise qui veut motiver les collaborateurs et partenaires de l'OT à se remettre sans cesse en question, à améliorer les services aux hôtes

assurant, non seulement en termes d'animations pour les enfants, d'attention portée spécifiquement aux familles, mais surtout en parlant d'infrastructures disponibles. Et pour une famille avec un ou des enfants en

les contraignant à une réflexion constante à ce propos.

«Difficile, en revanche, admet Sébastien Epiney, de juger du réel impact du Label en termes de marketing sous l'égide de Suisse-Tourisme. Avec pourtant une certitude, à l'heure du choix entre des destinations de taille et de standing comparables, le «F» peut être un élément

«Le label F est rassurant pour les familles en termes d'infrastructures disponibles.»

Sébastien Epiney
Directeur de Nendaz-Tourisme

bas âge, le fait de savoir qu'un médecin, peut-être un pédiatre, une pharmacie, un dentiste, un service de garde existe dans un rayon d'une dizaine de kilomètres, est tout aussi important que le nombre d'aires de jeux sécurisées.» Directeur du marketing de Crans-Montana-Tourisme, autre station romande ayant adhéré au



Le «F» peut faire la différence dans le choix de la destination.

Label F, Xavier Bianco rejoint son (presque) vis-à-vis rhodanien: «Le choix d'une destination se fera toujours d'abord sur l'offre. Ce n'est qu'ensuite que le label pourra faire la différence, fonction des infrastructures proposées et disponibles.»

Pour sa part cependant, il insiste sur la visibilité de la campagne Familles menée par Suisse Tourisme, «sans que certains clients n'auraient jamais connu les possibilités spécifiques offertes par le Haut-Plateau.» Et de souligner encore l'utilité de la Table ronde (l'un des critères fixés par la FST) qui réunit périodiquement tous les partenaires dans le même but: non seulement maintenir l'offre aux familles, mais encore la faire constamment évoluer.

En bref

International

Mövenpick met en œuvre un concept durable

Mövenpick Hotels & Resorts poursuit sa politique de développement durable. Parmi la série de mesures prévues en 2012, le groupe hôtelier international d'origine suisse introduira un café Mövenpick issu du commerce équitable. Le groupe compte également réduire drastiquement sa consommation de plastique dans ses 21 établissements européens grâce à l'utilisation de 100 000 clés en bois et 500 000 stylos biodégradables.

Suisse

Le Conseil fédéral refuse les quotas fixes



adb

Le Conseil fédéral recommande de rejeter l'initiative «Pour en finir avec les constructions envahissantes de résidences secondaires», soumise à votation populaire le 11 mars. «L'initiative, qui préconise de limiter la part des résidences secondaires à 20% par commune, est trop rigide. Elle ne tient pas compte des singularités régionales et ne résoudrait pas le problème des lits froids», a argumenté la conseillère fédérale Doris Leuthard.

Suisse

Léger repli du nombre de nuitées

L'hôtellerie suisse a connu une légère baisse des nuitées en novembre 2011 par rapport au même mois de 2010, indique l'Office fédéral de la statistique. La branche a enregistré 1,8 million de nuitées, soit -0,2%. Alors que les effets du franc fort se font toujours ressentir sur les nuitées des visiteurs étrangers, en baisse de 2%, la clientèle helvétique voit sa part augmenter de 2%. Sur onze mois, le nombre total de nuitées a diminué de 2%, pour s'établir à 33,1 millions.

Valais

Les hôteliers de Crans-Montana offrent le voyage



ltd

Plus de quinze hôteliers de la station de Crans-Montana s'unissent pour offrir un avantage à leur clientèle romande. Les clients qui réservent un séjour du samedi au samedi dans l'un des hôtels partenaires peuvent bénéficier gratuitement du transport en car vers la station valaisanne. Le bus des neiges desservira les gares de Genève, Lausanne et Vevey. L'offre est valable pour les réservations comprises entre le 28 janvier et le 14 avril. lb