



23 février 2015

ABANDON DU TAUX PLANCHER TRAIN DE MESURES FST

Ce train de mesures a été élaboré par le comité de la Fédération suisse du tourisme (FST). Celui-ci est composé de représentants des organisations de branche GastroSuisse, hotelleriesuisse, Parahôtellerie Suisse, CRD et Remontées Mécaniques Suisses.

GASTROSUISSE

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Parahotellerie
Schweiz

RDK

KONFERENZ DER REGIONALEN VERKEHRSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)
CONFÉRENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAUX DE SUISSE (CDR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)
CONFERENZA DALS DIRECTURS DA CLUPA E TRAFFIC REGIONALS DA LA SVIZRA (CDR)



Seilbahnen Schweiz
Remontées Mécaniques Suisses
Funivie Svizzere

FONDEMENTS

- La FST respecte la décision de la Banque nationale suisse (BNS) et sa souveraineté. Elle ne planifie aucune mesure visant un ajustement direct au taux de change.
 - L'hébergement et l'hôtellerie adhèrent à l'une des plus grandes conventions collectives du travail (CCNT) de l'économie suisse. Celle-ci régit avant tout les conditions de rémunération. La place touristique Suisse mise sur la haute qualité et défend la rémunération adéquate du personnel et les CCNT.
 - La taxe sur la valeur ajoutée de l'hébergement ne doit pas être supprimée à court terme (intervention parlementaire Grunder). Cette mesure est compliquée à mettre en œuvre au niveau du calendrier et n'aurait qu'une influence négligeable sur la politique des prix de l'hébergement.
-

REMARQUES PRÉLIMINAIRES: ACTIVITÉS EXISTANTES

La FST encourage la qualité au titre de facteur de compétitivité décisif. Elle aspire au développement de la qualité dans la branche et soutient une plus grande spécialisation des destinations et des coopérations entre les prestataires.

Les deux labels de la FST, "Family Destination" et "Wellness Destination", distinguent les destinations axant résolument leur offre sur un segment bien défini. Ces labels encouragent les coopérations dans les destinations, par exemple via une stratégie commune, l'institutionnalisation des échanges ou la création d'offres forfaitaires coopératives. Ils permettent aussi une présence privilégiée des destinations dans les campagnes thématiques de Suisse Tourisme. Généralement, le regain de spécialisation et la spécialisation encore plus pointue des destinations (par ex. accent mis sur le VTT, le freeride etc.) est souhaitable. Charge aux destinations de s'atteler à cette tâche. Le programme "Enjoy Switzerland" de Suisse Tourisme offre un soutien au développement des produits. Les coopérations entre les différents prestataires présentent un grand potentiel. L'union des forces au-delà de la coopération inter-entreprises - par ex. dans le marketing, les achats ou le planning des investissements - aide à réduire les coûts et à gagner en pénétration sur le marché. L'abandon du taux plancher a déjà induit une augmentation des coopérations passées entre les prestataires. La FST salue cette évolution et espère que d'autres coopérations suivront.

La FST soutient et encourage la location des résidences secondaires et des appartements de vacances, notamment pour générer des "lits chauds" pour le tourisme. Avec sa classification des appartements de vacances, elle renforce la qualité et la transparence des offres. Entre autres, elle fournit le guide "La location d'appartements de vacances facile" et des contrats de bail types.

MESURES IMMÉDIATES

1 MESURE: PROMOTION DU TOURISME NATIONAL VIA "L'OFFENSIVE SUISSE" DE SUISSE TOURISME

Cette mesure est engagée sans fonds supplémentaires de la Confédération. Les régions touristiques de la Suisse participent financièrement à cette mesure.

Motifs:

La FST salue et soutient le programme immédiat de soutien au tourisme national ("offensive Suisse") souhaitant la bienvenue aux touristes suisses et basé sur des offres attrayantes harmonisées. Selon Suisse Tourisme, le franc fort actuel devrait entraîner une baisse de 2 à 5% de l'affluence de touristes suisses. Représentant env. 45% des nuitées, le marché suisse est de loin le plus important. Il est donc vital de le renforcer, d'autant plus que le franc n'est pas plus cher pour les Suisses, et que les pays étrangers sont plus attractifs en raison d'un euro faible.

2 MESURE: PROMOTION DU SECTEUR DE L'HÉBERGEMENT

Les "entreprises d'hébergement structurées" telles que les formes mixtes entre l'hôtellerie classique et la parahôtellerie peuvent désormais être soutenues dans le cadre de l'ordonnance de la Société Suisse de Crédit Hôtelier (SCH). Le montant maximum du prêt SCH est passé à CHF 6 mio. et jusqu'à 40% de la valeur de rendement. Le 18 février 2015, le Conseil fédéral a adopté l'ordonnance révisée suivant les points susmentionnés.

La FST et les organisations de branche analyseront avec la SCH des solutions permettant d'alléger les intérêts et de reporter les amortissements de 5 ans dans l'hôtellerie. Il convient aussi d'examiner si la SCH peut, dans le cadre de l'ordonnance, faciliter l'accès des hôteliers au crédit bancaire éventuellement par le biais d'une couverture du taux.

Motifs:

Cette mesure apporte une bouffée d'oxygène aux hôteliers qui ont obtenu des crédits auprès des banques, car présentant de bonnes perspectives de rendement. Suite à l'abandon du taux plancher, ils sont pour certains confrontés à de soudains manques de liquidités à l'heure d'effectuer leurs remboursements.

MESURES POLITIQUES

3 MESURE:

SOUTIEN À LA PROMOTION ÉCONOMIQUE POUR LES ANNÉES 2016-2019

La promotion économique pour les années 2016-2019 doit suffisamment prendre en compte les conséquences du franc fort et être ajustée à la situation actuelle.

- 1) **Augmentation des fonds pour Suisse Tourisme à CHF 270 mio. (le Conseil fédéral propose CHF 220.5 mio. dans son message).**
- 2) **Augmentation du crédit d'engagement pour Innotour à CHF 32.5 mio. (le Conseil fédéral propose CHF 30 mio. dans son message). Les 2.5 mio. supplémentaires doivent être débloqués dès juin 2015 pour assurer la continuité d'Innotour.**
- 3) **Prolongement du crédit supplémentaire (CHF 100 mio.) accordé à la Société Suisse de Crédit Hôtelier (SCH).**
- 4) **Confirmation des apports au Fonds de développement régional de CHF 230 mio. sur huit ans.**

Motifs:

Le 18 février, le Conseil fédéral a adopté le message relatif à la promotion économique pour les années 2016-2019. La FST salue globalement ce message sur la promotion économique. Néanmoins, vraisemblablement pour des raisons d'agenda, il ne tient pas suffisamment compte de l'abandon du taux plancher et de ses conséquences sur la place touristique Suisse. Le "produit Suisse" et les prestations touristiques sont bien positionnés, mais sont confrontés à un problème primaire de demande en raison des effets du taux de change. La mesure la plus directe est le soutien par l'Etat du marketing national de Suisse Tourisme, sachant qu'une partie des fonds doit déjà être débloquée sous forme d'avance en automne 2015 pour combattre immédiatement les pertes de compétitivité liées au franc fort. Les coopérations entre les prestataires sont aussi un sujet central du tourisme suisse depuis des années. Innotour s'est établi, entre autres, comme un instrument de promotion de ces coopérations. Et a par exemple permis la création du Réseau des parcs suisses ou d'Agrotourisme Suisse. Innotour aura épuisé son crédit de quatre ans dès le milieu de l'année 2015. Une augmentation du crédit à CHF 32.5 mio. sur la période 2016 - 2019 permet de reconduire ces instruments éprouvés dans un cadre plus étendu, sachant que CHF 2.5 mio. doivent être versés sous forme d'avance dès le milieu de l'année 2015 pour assurer la continuité d'Innotour (CHF 2.5 mio. = six mois suivant le crédit cadre 2011-2015).

4 MESURE: «SUISSE, PAYS DE PRIX ÉLEVÉS» – RÉDUCTION DES COÛTS DES ENTREPRISES TOURISTIQUES

Suppression des obstacles tarifaires et non tarifaires au commerce, notamment dans le cadre de la loi sur les cartels. Soutien de l'initiative parlementaire 14.449 Altherr "Prix à l'importation surfaits. Supprimer l'obligation de s'approvisionner en Suisse". Cette initiative doit être examinée d'urgence.

Motifs:

Les obstacles tarifaires et non tarifaires au commerce renchérissent massivement les coûts des entreprises touristiques. Le 1^{er} juillet 2010, la Suisse a introduit le principe "Cassis de Dijon". En vertu de celui-ci, les produits légalement en circulation dans l'UE et l'EEE peuvent aussi circuler librement en Suisse. En dépit de l'introduction de ce principe, en Suisse les produits sont encore nettement plus chers que dans les pays limitrophes. Et souvent, leur surcoût ne peut pas s'expliquer par les coûts supérieurs de l'activité économique en Suisse. Les groupes internationaux exploitent le pouvoir d'achat de manière ciblée et maintiennent les prix artificiellement hauts. L'initiative parlementaire Altherr et une éventuelle initiative populaire "Oui aux prix à l'importation justes" (formulation restant à préciser) devraient permettre aux entreprises d'acheter à l'étranger aux prix et conditions habituelles de ces pays (importations parallèles). L'exploitation du pouvoir d'achat serait ainsi évitée, entraînant une baisse du prix des produits. Et la réduction des coûts des entreprises touristiques.

5 MESURE: ANCRAGE LÉGAL DU TAUX SPÉCIAL DE L'HÉBERGEMENT

Au bout de 20 ans, le taux spécial de 3.8% pour les prestations d'hébergement doit être définitivement ancré sur le plan légal.

Motifs:

Le taux spécial déleste le secteur, preuves à l'appui. En plus, notons que 24 des 27 des Etats de l'UE appliquent un taux de TVA spécial pour l'hébergement dans l'intérêt de la compétitivité internationale et du soutien de la demande.

**6 MESURE:
AMÉLIORATION DES CONDITIONS CADRES DES DOMAINES SKIABLES****Motifs:**

A la différence des centres urbains, les domaines skiables sont fortement affectés par le franc fort, car situés dans les régions rurales, touchés de plein fouet par la situation actuelle. Une première mesure a été prise via l'intervention relative à l'exonération partielle de la taxe sur les huiles minérales des dameuses de pistes (déjà approuvée par le Conseil national et le Conseil des Etats. Charge à la Confédération d'élaborer une modification de la loi sans exiger de nouvelles conditions comme par ex. sur les filtres à particules) qui devrait améliorer la situation. D'autres mesures sont examinées.

**7 MESURE:
FORMATIONS CONTINUES/PROGRAMME D'INTÉGRATION GRÂCE À LA LACI**

Le secteur de l'hébergement possède des programmes éprouvés pour les chômeurs, les personnes souhaitant réintégrer le marché du travail et les réfugiés statutaires et admis provisoirement. Dans ce domaine, des fonds supplémentaires devraient être débloqués au niveau de la Confédération, afin d'encourager ces programmes et d'exploiter le potentiel de personnel qualifié.

Motifs:

Ces formations s'inscrivent néanmoins dans le cadre des mesures visant à combattre la pénurie de personnel qualifié. Face au risque de croissance du chômage due au renchérissement du franc suisse, il est nécessaire de planifier et de mettre en œuvre des mesures supplémentaires. En période de crise, le secteur est encore plus demandeur d'employés qualifiés, resp. il ne peut soutenir des mesures d'intégration que si celles-ci ne grèvent pas financièrement l'employeur.

**8 MESURE:
AUTORISER LE CHÔMAGE PARTIEL**

Adaptation de la loi sur l'assurance-chômage (LACI) aux besoins du tourisme. Autoriser le chômage partiel même pour les contrats à durée déterminée.

Motifs:

En vertu de la loi sur l'assurance-chômage (LACI), art. 33 al. 1 point e, une perte de travail n'est pas prise en considération lorsqu'elle touche des personnes qui ont un emploi d'une durée déterminée. Cette réglementation n'est pas adaptée aux circonstances du secteur touristique saisonnier. Elle crée une discrimination par rapport aux autres secteurs, où le chômage partiel est possible lorsque la situation économique se détériore.

**9 MESURE:
ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL SPÉCIFIQUE À LA BRANCHE****Motifs:**

Les conditions cadres légales doivent permettre d'aménager un temps de travail favorable pour le secteur. Le tourisme étant un secteur à forte proportion de personnel, dans la situation actuelle il est très important d'employer le personnel de manière optimale. D'autant plus que le secteur adhère aux CCNT et défend une rémunération adéquate.

**10 MESURE:
MISE EN ŒUVRE PROGRESSIVE DE L'INITIATIVE SUR L'IMMIGRATION****Pas de contingentement des autorisations de séjour de courte durée (L).****Motifs:**

La FST reconnaît la volonté de la population, mais défend une mise en œuvre de l'initiative sur l'immigration qui soit la plus libérale et favorable possible pour l'économie. Le tourisme dépend de l'emploi saisonnier, et plus de 40% des employés sont d'origine étrangère. Une saison d'hiver dans une destination de sports d'hiver peut par ex. durer jusqu'à 5 mois (novembre-avril). En l'état actuel des choses, la main-d'œuvre saisonnière dans le tourisme relèverait du système de contingents. Néanmoins, un employeur doit pouvoir réagir rapidement et en toute flexibilité aux fluctuations saisonnières, ce qui n'est pas garanti avec une procédure d'autorisation longue et onéreuse. Le secteur du tourisme est donc contre le contingentement des autorisations de séjour de courte durée (L).

**11 MESURE:
RENFORCEMENT DES MARCHÉS LOINTAINS – AMÉLIORATION DU RÉGIME
D'OCTROI DE VISAS POUR LES RESSORTISSANTS HORS SCHENGEN.**

Le tourisme suisse exige du Département fédéral des affaires étrangères (DFAE) de défendre davantage les intérêts du tourisme lors des négociations.

Motifs:

Sachant que pour le moment les marchés de proximité sont les plus touchés par le franc fort, les marchés lointains sont de plus en plus importants, car considérés à forte croissance. La FST et ST défendent l'amélioration du régime d'octroi des visas, sujet qu'ils ont déjà abordé avec les parlementaires et la Direction consulaire de la Confédération.

MESURES INTERNES À LA BRANCHE

12 MESURE: RÉVISION DE LA PROMOTION DE LA QUALITÉ

Poursuite de la stratégie de promotion de la qualité. Appel à la participation au programme de qualité du tourisme suisse. Le programme est en cours de révision. L'objectif est de le rendre plus flexible et davantage axé sur la production. Les incitations à participer au programme doivent, entre autres, être renforcées par de nouveaux éléments, une meilleure visibilité et la préférence donnée aux entreprises d'excellence dans les campagnes de marketing.

Motifs:

Compte tenu de sa structure de coûts, le tourisme suisse ne peut plus vraiment se démarquer sur le prix après l'abandon du taux plancher. La qualité est le principal instrument de compétitivité du tourisme. L'hospitalité et la qualité du service revêtent, plus que jamais, une importance essentielle. Ces dernières années, le secteur a amélioré en continu la qualité des produits et services. Cette stratégie doit être poursuivie sans relâche. Jusqu'au 31.12.2014, un total de 7 666 labels de qualité ont été décernés. Le Programme Q est une success story et soutient le développement de la qualité, la sensibilisation des collaborateurs, la coopération et la durabilité.

13 MESURE: SOUTIEN ET PROMOTION DES SPORTS DE NEIGE

L'initiative en faveur des sports de neige a pour vocation de passionner les enfants et les adolescents pour les sports de neige, et d'aider les écoles à organiser des journées et des camps de sports de neige. En 2015, l'association a ouvert son bureau à Berne auprès de la Fédération suisse du tourisme et elle travaille en étroite collaboration avec le tourisme suisse. L'offensive en faveur des sports de neige soutient cette démarche et est actuellement examinée au parlement.

Motifs:

L'initiative en faveur des sports de neige contribue à ce que les jeunes pratiquent aussi des sports d'hiver à l'âge adulte, soutenant ainsi le tourisme suisse.