

# Le Nouvelliste

En Valais, les hôtels ont fait le plein cet hiver, notamment grâce aux Américains. Malgré les effets de l'inflation et du franc fort, les hôtels valaisans ont réalisé une belle saison hivernale. Désormais, la clientèle américaine est la deuxième plus importante.

Jean-Yves Gabbud  
11 avr. 2024, 05:00

«La fréquentation dans les hôtels valaisans cet hiver a été bonne à très bonne, alors que tous les facteurs étaient négatifs», résume Beat Eggel, directeur de l'Association hôtelière du Valais.

Pour les mois de décembre, janvier et février, les nuitées hôtelières valaisannes se sont montées à 1,41 million, en hausse de 0,9% par rapport à la même période de l'hiver précédent, selon les chiffres diffusés cette semaine par l'[Office fédéral de la statistique](#).

Pour l'ensemble de la saison hivernale, le fait que Pâques soit tombé déjà à fin mars cette année devrait jouer un rôle positif sur les chiffres finaux.

A LIRE AUSSI: [L'hiver a été une réussite selon Suisse Tourisme](#)

## **Un contexte défavorable**

Rien ne laissait présager cette situation favorable. «Les hôteliers ont vu toutes leurs charges augmenter ces dernières années, de l'électricité aux matières premières. Ils ont été obligés d'adapter les prix pour maintenir les marges et pouvoir investir», note Beat Eggel.

En même temps, les clients potentiels ont vu leur pouvoir d'achat affecté par l'inflation et les hôtes étrangers ont subi les effets d'un taux de change défavorable, en raison d'un franc suisse très fort.

## **L'effet Magic Pass dans le Lötschental**

Comment expliquer la bonne saison réalisée? Les facteurs d'explication sont multiples, à commencer par une arrivée de la neige tôt dans la saison qui a permis aux indécis de franchir le pas et de venir profiter des sports d'hiver. Certaines destinations bénéficient de l'effet Magic Pass, comme c'est le cas du Lötschental.

« Nous bénéficions maintenant de ce que j'appelle le «bonus Covid» »

**BEAT EGGEL**, DIRECTEUR DE L'ASSOCIATION HÔTELIÈRE DU VALAIS

La bonne fréquentation de la clientèle autochtone constitue aussi une bonne surprise. «Durant la période du Covid, les Suisses ont redécouvert leur pays. Nous bénéficions maintenant de ce que j'appelle le «bonus Covid», puisque de nombreux Helvètes continuent de rester en Suisse. Nos compatriotes sont plus nombreux qu'avant dans nos hôtels.» L'apport de cette clientèle est apprécié, puisqu'elle bénéficie d'un pouvoir d'achat intéressant. Par contre, la clientèle européenne revient moins rapidement et fait preuve d'une certaine réticence à dépenser une fois sur place, ce qu'ont constaté certains restaurants notamment.

### **93 000 nuitées américaines**

Plusieurs stations bénéficient par contre de l'arrivée de nombreux clients américains. Pour les mois de décembre, janvier et février, les nuitées de cette clientèle ont crû de 10,5% en comparaison à 2023, pour atteindre 93 509.

**HÔTELLERIE VALAISANNE**

## **Les touristes américains passent devant les Allemands**

**EN 2014**



**EN 2023**



«Les Etats-Unis ont dépassé l'Allemagne. Ils constituent désormais notre deuxième marché, derrière le marché suisse, alors qu'il y a dix ans, les USA ne figuraient qu'au septième rang», constate le directeur de l'Association hôtelière valaisanne.

« Il y a toujours une partie de la population étrangère qui est suffisamment aisée pour pouvoir venir chez nous. »

**BEAT EGGEL**, DIRECTEUR DE L'ASSOCIATION HÔTELIÈRE DU VALAIS

Ce phénomène n'est pas simple à expliquer, alors que la valeur du dollar s'est effondrée par rapport au franc suisse. «Il y a toujours une partie de la population étrangère qui est suffisamment aisée pour pouvoir venir chez nous.» Le recul des prix des transports aériens entre la Suisse et les USA joue sans doute un rôle positif.

«Il y a aussi l'effet de la publicité de groupe comme Vail Resorts», note Beat Eggel en faisant référence aux repreneurs des remontées mécaniques de Crans-Montana, qui offre depuis plusieurs années des journées de ski dans les 4 Vallées aux acheteurs de sa carte.