

# Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine



Mandataires :

**RUN:** Katia Chardon Badertscher et Floriane Mamie

**Goût & Région:** Odile Roulet, Laure von Wyss et Matthias von Wyss



Novembre 2020



|           |                                                                                       |           |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1.</b> | <b>INTRODUCTION ET ÉLÉMENTS DE CONTEXTE .....</b>                                     | <b>7</b>  |
| 1.1       | ORIGINE ET OBJECTIFS DE LA DÉMARCHE .....                                             | 7         |
| 1.2       | CONTENU DU MANDAT .....                                                               | 8         |
| 1.3       | PHASAGE ET ORGANISATION .....                                                         | 8         |
|           | <i>État des lieux et benchmark .....</i>                                              | <i>8</i>  |
|           | <i>Co-construction du concept avec les acteurs locaux .....</i>                       | <i>9</i>  |
|           | <i>Finalisation et élaboration de propositions pour la mise en œuvre .....</i>        | <i>9</i>  |
|           | <i>Tout au long du processus .....</i>                                                | <i>10</i> |
|           | <i>Organisation de projet.....</i>                                                    | <i>10</i> |
| <b>2</b>  | <b>DIAGNOSTIC: ANALYSE DE L'OFFRE ACTUELLE .....</b>                                  | <b>12</b> |
| 2.1       | SITUATION DE LA VALLÉE DE LA BRÉVINE .....                                            | 12        |
|           | <i>Situation géographique .....</i>                                                   | <i>12</i> |
|           | <i>Situation touristique .....</i>                                                    | <i>12</i> |
|           | <i>Zones limitrophes de la Vallée de La Brévine et leurs atouts.....</i>              | <i>13</i> |
| 2.2       | CARTOGRAPHIE DE L'OFFRE ACTUELLE .....                                                | 15        |
|           | <i>Hébergement.....</i>                                                               | <i>16</i> |
|           | <i>Restauration .....</i>                                                             | <i>17</i> |
|           | <i>Nice to have.....</i>                                                              | <i>17</i> |
|           | <i>Activités d'itinérance .....</i>                                                   | <i>17</i> |
|           | <i>Événements .....</i>                                                               | <i>19</i> |
|           | <i>Sites naturels d'exception.....</i>                                                | <i>19</i> |
|           | <i>Coopération entre prestataires .....</i>                                           | <i>20</i> |
| 2.3       | FORCES ET FAIBLESSES DE L'OFFRE, PREMIER APERÇU DES OPPORTUNITÉS ET DES MENACES ..... | 21        |
| 2.4       | POINT FORT, L'USP, LE FROID .....                                                     | 23        |
| 2.5       | VÉRIFICATION DE LA BONNE IDÉE DU FROID PAR LE BENCHMARK .....                         | 24        |
|           | <i>Tourisme axé sur une situation météorologique, climatique ou naturelle .....</i>   | <i>24</i> |
|           | <i>Le Stockhorn, une ancienne station de ski reconvertie .....</i>                    | <i>24</i> |
|           | <i>L'Entlebuch, première réserve de biosphère en Suisse .....</i>                     | <i>24</i> |
|           | <i>La Laponie, le rêve enneigé de Finlande .....</i>                                  | <i>25</i> |
|           | <i>Biarritz, la capitale des sports de glisse.....</i>                                | <i>25</i> |
|           | <i>Tourisme axé sur la valorisation d'un produit .....</i>                            | <i>25</i> |
|           | <i>La culture de la châtaigne au Tessin.....</i>                                      | <i>25</i> |
|           | <i>Le tourisme viticole autour du lac de Constance .....</i>                          | <i>26</i> |
|           | <i>La Route franco-suisse de l'absinthe .....</i>                                     | <i>26</i> |
|           | <i>Terra Salina.....</i>                                                              | <i>26</i> |
|           | <i>La Route du Whisky en Écosse .....</i>                                             | <i>27</i> |
|           | <i>Tourisme axé sur du patrimoine dit "culturel".....</i>                             | <i>27</i> |
|           | <i>Maienfeld, le mythique village de Heidi .....</i>                                  | <i>27</i> |
|           | <i>La St-Martin en Ajoie.....</i>                                                     | <i>28</i> |
|           | <i>Les Franches-Montagnes.....</i>                                                    | <i>28</i> |
|           | <i>Les Villages du Livre.....</i>                                                     | <i>28</i> |
|           | <i>Tourisme axé sur du patrimoine architectural.....</i>                              | <i>28</i> |
|           | <i>La Vallemaggia Pietra Viva .....</i>                                               | <i>28</i> |
|           | <i>Les Châteaux de la Loire .....</i>                                                 | <i>29</i> |
| <b>3</b>  | <b>DIAGNOSTIC: ANALYSE DE LA DEMANDE .....</b>                                        | <b>30</b> |
| 3.1       | ENJEUX ET OBJECTIFS .....                                                             | 30        |
| 3.2       | MÉTHODOLOGIE.....                                                                     | 30        |
| 3.3       | PUBLICS-CIBLES .....                                                                  | 31        |
|           | <i>Variables géographiques .....</i>                                                  | <i>31</i> |
|           | <i>Marché suisse.....</i>                                                             | <i>31</i> |
|           | <i>Marché de proximité et excursionnisme.....</i>                                     | <i>32</i> |
|           | <i>Variables sociodémographiques.....</i>                                             | <i>33</i> |
|           | <i>Les Best Agers .....</i>                                                           | <i>33</i> |
|           | <i>Les DINKS.....</i>                                                                 | <i>34</i> |
|           | <i>Les familles .....</i>                                                             | <i>34</i> |
|           | <i>Les clients MICE.....</i>                                                          | <i>35</i> |
|           | <i>Variables psychographiques .....</i>                                               | <i>36</i> |
|           | <i>Amoureux de la nature .....</i>                                                    | <i>37</i> |

|                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Passionné d'activités en plein air .....                                                | 37        |
| Avide d'attractions .....                                                               | 38        |
| Amoureux de la neige .....                                                              | 39        |
| Passionné de sports d'hiver .....                                                       | 40        |
| 3.4 HÉBERGEMENT ET COMMERCE DE PROXIMITÉ .....                                          | 40        |
| 3.5 SYNTHÈSE.....                                                                       | 41        |
| <b>4 CONFRONTATION AUX TENDANCES TOURISTIQUES .....</b>                                 | <b>44</b> |
| 4.1 LES TENDANCES TOURISTIQUES ACTUELLES .....                                          | 44        |
| <i>Évolution démographique</i> .....                                                    | 44        |
| <i>Sécurité et loyauté</i> .....                                                        | 44        |
| <i>City trips et durée moyenne des séjours</i> .....                                    | 45        |
| <i>Envie de nature</i> .....                                                            | 46        |
| <i>Importance du sport</i> .....                                                        | 46        |
| <i>Dérèglement climatique</i> .....                                                     | 49        |
| <i>Sensibilité au développement durable</i> .....                                       | 50        |
| <i>Individualisation de la demande et des expériences</i> .....                         | 51        |
| <i>Sensibilité aux prix</i> .....                                                       | 51        |
| <i>Technologies de l'information et de la communication (TIC)</i> .....                 | 51        |
| Réseaux sociaux et sites d'évaluation .....                                             | 52        |
| Appareils mobiles et réservation sur place .....                                        | 53        |
| E-commerce .....                                                                        | 53        |
| Réalité virtuelle et réalité augmentée.....                                             | 54        |
| 4.2 CONFRONTATION DE L'OFFRE ACTUELLE AUX TENDANCES .....                               | 55        |
| <b>5 UNE VISION POUR LA VALLÉE DE LA BRÉVINE .....</b>                                  | <b>57</b> |
| 5.1 VISION.....                                                                         | 57        |
| 5.2 UNIQUE SELLING PROPOSITION (USP).....                                               | 57        |
| <b>6 PRINCIPALES OPPORTUNITÉS TOURISTIQUES .....</b>                                    | <b>59</b> |
| 6.1 DEUX PUBLIC-CIBLES: LES FAMILLES ET LES SPORTIFS.....                               | 59        |
| 6.2 UN THÈME, UNE USP: LE FROID .....                                                   | 61        |
| <i>Le froid, état des lieux</i> .....                                                   | 61        |
| Un intérêt médiatique et touristique .....                                              | 61        |
| Des initiatives de valorisation du froid .....                                          | 63        |
| Offres directement liées à la thématique du froid .....                                 | 63        |
| Offres pré-existantes ou à consolider, permettant d'ancrer la thématique du froid ..... | 65        |
| Une marque: La Brévine, Sibérie de la Suisse.....                                       | 65        |
| Analyse SWOT .....                                                                      | 67        |
| <i>Appréciation du froid comme atout touristique</i> .....                              | 67        |
| La Brévine, une capitale géographique .....                                             | 67        |
| Le froid, un positionnement territorial différenciateur .....                           | 69        |
| Le froid, un patrimoine... vraiment?.....                                               | 70        |
| <i>Patrimonialiser le froid, un plus pour le tourisme et le territoire</i> .....        | 74        |
| Comment patrimonialiser le froid? .....                                                 | 75        |
| <b>7 PROPOSITIONS POUR LA VALORISATION DU PATRIMOINE DU FROID .....</b>                 | <b>77</b> |
| 7.1 VISION.....                                                                         | 77        |
| <i>Axe 1: le froid, un concept universel</i> .....                                      | 77        |
| <i>Axe 2: les hivers d'antan</i> .....                                                  | 77        |
| <i>Axe 3: le froid, un phénomène géologique</i> .....                                   | 77        |
| <i>Axe 4: Histoire de la météorologie</i> .....                                         | 78        |
| 7.2 PROGRAMME DE VALORISATION DU FROID .....                                            | 78        |
| <i>Objectifs</i> .....                                                                  | 78        |
| <i>Archives du froid</i> .....                                                          | 79        |
| <i>Aménagement de l'Hôtel-de-Ville</i> .....                                            | 79        |
| <i>Station météo</i> .....                                                              | 80        |
| <i>Le froid dans le langage</i> .....                                                   | 80        |
| <i>Bibliothèque du froid</i> .....                                                      | 80        |
| <i>Le froid au quotidien</i> .....                                                      | 81        |
| <i>Aménagement de la grande salle</i> .....                                             | 81        |

|           |                                                                                                                                                                                                                                               |            |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|           | <i>Audiovisuel</i> .....                                                                                                                                                                                                                      | 82         |
|           | <i>Pistes pour des expositions temporaires, la médiation et l'événementiel</i> .....                                                                                                                                                          | 82         |
| <b>8</b>  | <b>ORGANISATION ET STRATÉGIE</b> .....                                                                                                                                                                                                        | <b>83</b>  |
| 8.1       | GOUVERNANCE: PROPOSITIONS RELATIVES À L'ASSOCIATION VALLÉE DE LA BRÉVINE.....                                                                                                                                                                 | 83         |
| 8.2       | RÔLES DÉVOLUS AUX TROIS COMMUNES .....                                                                                                                                                                                                        | 86         |
| 8.3       | PARTENARIATS .....                                                                                                                                                                                                                            | 87         |
| <b>9</b>  | <b>CONCLUSION</b> .....                                                                                                                                                                                                                       | <b>88</b>  |
| <b>10</b> | <b>REMERCIEMENTS</b> .....                                                                                                                                                                                                                    | <b>90</b>  |
| <b>11</b> | <b>LISTE DES FIGURES</b> .....                                                                                                                                                                                                                | <b>92</b>  |
| <b>12</b> | <b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....                                                                                                                                                                                                                    | <b>93</b>  |
| <b>13</b> | <b>ANNEXES</b> .....                                                                                                                                                                                                                          | <b>97</b>  |
|           | <i>Inventaire des prestataires touristiques de la Vallée de La Brévine – situation octobre 2019</i> .....                                                                                                                                     | 97         |
|           | <i>Revue de presse sur la thématique du froid</i> .....                                                                                                                                                                                       | 97         |
|           | <i>Document de synthèse du Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine</i> .....                                                                                                                                   | 97         |
| <b>14</b> | <b>DOCUMENTS DE TRAVAIL (NON PUBLIÉS)</b> .....                                                                                                                                                                                               | <b>116</b> |
|           | <i>Procès-verbaux des séances du groupe de pilotage, ainsi que les notes des séances de préparation tenues avec le président</i> .....                                                                                                        | 116        |
|           | <i>Procès-verbaux, supports Power point, photos et matériel de travail des rencontres avec la population, ateliers et autres reflets de moments consacrés au projet (par ex. visite de l'exposition sur le froid à Arc-et-Senans/F).</i> .... | 116        |

*Dans le présent document, les termes employés pour désigner des personnes sont pris au sens générique; ils ont à la fois valeur d'un féminin et d'un masculin.*

# 1. Introduction et éléments de contexte

## 1.1 Origine et objectifs de la démarche

À l'origine du présent Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine se trouve le projet de la Commune de La Brévine qui, en tant que propriétaire de l'Hôtel-de-Ville, souhaitait réhabiliter cet hôtel - restaurant, fermé depuis plusieurs années. En 2017, la Commune a constitué un groupe de travail chargé de concevoir la rénovation du bâtiment et la remise en service de l'établissement.

Des premières réflexions de ce groupe il est rapidement ressorti qu'une "simple" rénovation d'un bâtiment en mains communales ne permettrait pas de fédérer les acteurs du tourisme de la région, et encore moins de savoir quel type de développement économique serait souhaitable pour la Vallée. Or, le besoin d'avoir en mains des réponses à ce type de question était fortement ressenti par les autorités communales.

Le choix a alors été fait d'inscrire la réflexion dans le contexte des Accords de positionnement stratégiques (APS) signés courant 2017 par le Conseil d'Etat de Neuchâtel, le Réseau urbain neuchâtelois (RUN), l'Association Région Centre-Jura et les dix Communes des Montagnes neuchâteloises membres de cette dernière.

L'APS des Montagnes neuchâteloises définit le rôle de la Région dans les thématiques culturelles et touristiques de la manière suivante:

*"La mise en avant, sur le plan touristique, d'un cadre idyllique, pour la pratique de la randonnée pédestre ou cycliste et des sports d'hivers, composé des paysages uniques du Doubs, avec notamment le Saut du Doubs (site classé en France comme Grand Site National), et des crêtes du Jura, de la plus grande tourbière visitable de Suisse et de la Sibérie de la Suisse."*

L'APS comprend en outre l'objectif de *"renforcer la destination touristique des Montagnes neuchâteloises"* et plus précisément de *"développer un concept touristique cohérent au sein des vallées afin de créer des synergies entre les différents atouts (Doubs, tourbières, La Brévine – Sibérie de la Suisse, Sentier des statues, Musée régional de La Sagne).*

Après plusieurs rencontres, les Communes de La Chaux-du-Milieu et du Cerneux-Péquignot se sont dites partenaires de la démarche et ont commandé au RUN, associé pour l'analyse de certains

thèmes spécifiques à la société Goût & Région, un document stratégique permettant de doter les trois Communes de la Vallée d'un fil conducteur, d'une vision commune leur permettant d'accompagner les initiatives associatives et privées et de s'engager collectivement dans des projets contribuant au développement économique et touristique régional.

## 1.2 Contenu du mandat

Afin de parvenir à la définition d'un concept ad hoc, les objectifs concrets suivants ont été fixés au RUN par les Communes mandantes:

- accompagner les réflexions du groupe de pilotage et de groupes de travail;
- participer à la mise en réseau des acteurs;
- concevoir un Plan directeur du développement touristique de la Vallée comprenant des orientations pour la mise en place de mesures de valorisation du patrimoine du froid, notamment en:
  - o dressant un état des lieux de l'existant;
  - o élaborant le concept;
  - o présentant les orientations financières nécessaires à la mise en œuvre du concept.

Le projet de rénovation de l'Hôtel-de-Ville (hôtel - restaurant) étant à l'origine de la démarche, celui-ci devait constituer le cœur du concept.

## 1.3 Phasage et organisation

Les prestations proposées ont été organisées de la manière suivante:

### **État des lieux et benchmark**

*Définir, récolter et structurer les données de base; établir un diagnostic et une analyse synthétique SWOT.*

Après la définition du périmètre de réflexion, des personnes concernées et de l'organisation de projet avec le groupe de pilotage constitué, le processus a démarré avec la définition et la récolte des données de base pertinentes, la réalisation d'un diagnostic et d'une analyse synthétique de type SWOT. Cette étape intégrait également l'approfondissement d'informations concernant les réflexions et les stratégies mises en place (ou en cours) dans d'autres régions (benchmark).

## **Co-construction du concept avec les acteurs locaux**

*Préparer, accompagner et animer le ou les groupe-s de travail en intégrant les parties prenantes externes (y compris les citoyens); rédiger les synthèses des travaux et un rapport synthétique.*

Le lancement, la préparation, l'accompagnement et l'animation d'un groupe de travail élargi aux parties prenantes et personnes-relais susceptibles de faciliter la diffusion et le fruit des réflexions menées dans le cadre du processus, constituait le cœur de la démarche.

Après une introduction à la problématique et à la vision de base du groupe de pilotage, suivie de la présentation des données de base, du diagnostic et de l'analyse, les travaux ont été organisés sous différentes formes (atelier, travaux de groupe, discussion en plénière) en fonction du nombre d'intervenants. La possibilité a ici été offerte d'intégrer la population au futur concept de positionnement régional, en amont des réflexions. Les travaux ont laissé une large place au dialogue entre les membres du groupe de pilotage. Les enjeux et les contraintes liés au positionnement économique et touristique de la Vallée y ont été débattus. Les rencontres ont favorisé l'émergence d'une stratégie partagée du positionnement touristique de la Vallée, fondée sur des options concertées qui étaient, comme indiqué plus haut, destinées en priorité aux autorités communales.

Comme indiqué plus haut, la démarche nécessitant de considérer le territoire de la Vallée de La Brévine, et non uniquement celui de la Commune, une mise en relation a été effectuée avec les autorités communales de La Chaux-du-Milieu et du Cerneux-Péquignot.

## **Finalisation et élaboration de propositions pour la mise en œuvre**

*Définir un Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine, des mesures concrètes et les options de mise en œuvre (gouvernance).*

La définition du Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine et la conception d'une gouvernance, ainsi que la proposition de mesures concrètes à mettre en œuvre ont constitué l'étape finale du processus.

Pour accompagner la présentation des résultats de la démarche, un document de huit pages (plaquette) a été conçu et imprimé; sa diffusion peut être aussi large que possible mais concerne avant tout les législatifs communaux ainsi que les prestataires touristiques de la Vallée.

## Tout au long du processus

En plus des trois étapes distinctes ci-dessus, les deux prestations suivantes ont été réalisées durant tout le processus:

*Accompagner et conseiller le groupe de pilotage dans la structuration et la finalisation du processus de projet, incluant la réflexion sur la gouvernance ("qui fera quoi", budgets, etc.).*

*Coordination générale (séances du groupe de pilotage, coordination avec les organes financiers, etc.).*

## Organisation de projet

Les personnes qui ont contribué à la réalisation du mandat sont les suivantes:

Mme Katia Chardon Badertscher, géographe, cheffe de projet senior au RUN

**Rôle:** pilotage du mandat, gestion et coordination du processus, préparation et animation des séances, coordination avec le groupe de pilotage, les experts contactés ainsi que les autres mandataires du projet.

**Compétences:** expérience confirmée en matière de management de projet et d'étude de cas, notamment dans le secteur touristique, responsable au sein du RUN des projets éligibles aux politiques régionales (NPR et INTERREG). Présidente de l'Association Destination Val-de-Travers, coordinatrice des projets Route de l'absinthe, Pass'Temps Val-de-Travers, Avenir du site de La Vue-des-Alpes, etc.

Mme Floriane Mamie, géographe, cheffe de projet au RUN

**Rôle:** participation à la réalisation du diagnostic et à l'analyse SWOT; notamment en lien avec les pratiques et les stratégies adoptées dans les autres régions neuchâteloises; intervention dans la définition de la méthodologie du travail de groupe de pilotage du mandat, appui à la gestion et coordination du processus.

**Compétences:** expérience en recherche de fonds, notamment dans le cadre de projets touristiques. Coordinatrice RUN du projet de Maison de la tourbière (Les Ponts-de-Martel, NE). Travail de mémoire effectué sur le thème de la valorisation du patrimoine du froid à l'UniNE (CAS "Promouvoir une institution culturelle").

### Stagiaires, soutiens aux cheffes de projet RUN

**Rôle:** récolte et structuration de l'information, appui à la cheffe de projet dans l'organisation des travaux, appui à la réalisation de l'état des lieux de l'existant et au processus de benchmark, conception du document de synthèse (plaquette), contribution à la rédaction du Plan directeur.

**Compétences spécifiques :** étudiants universitaires ayant récemment terminé leur cursus.

M. Mario Michel puis Mmes Sera Pantillon, Daniela Droguett, Katarzyna Wojtowicz et Océane Stiassny ont à ce titre contribué à ce travail.

Goût & Région, principalement par Mme Odile Roulet, accompagnée par Mme Laure von Wyss et M. Matthias von Wyss.

**Rôle:** rédaction des chapitres 3 (Analyse de la demande) et 4 (Confrontation aux tendances touristiques) du présent document.

**Compétences:** plus de 25 ans d'expérience et de conseil dans le domaine du développement touristique. Contributeurs du Masterplan de J3L et du Plan directeur du tourisme du Val-de-Travers. Membres du groupe de travail "Hôtel-de-Ville" constitué par la Commune de La Brévine.

## 2 Diagnostic: analyse de l'offre actuelle

### 2.1 Situation de la Vallée de La Brévine

#### **Situation géographique**

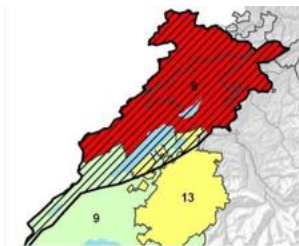
La Vallée de la Brévine est une région regroupant les trois Communes neuchâteloises de La Brévine, La Chaux-du-Milieu et Le Cerneux-Péquignot. Ensemble, ces trois Communes travaillent pour un développement économique et touristique concerté de la Vallée; celle-ci compte 1'429 habitants à fin 2019 pour une surface de 75 km<sup>2</sup> et se situe à plus de 1000 mètres d'altitude.

Le paysage de la Vallée de La Brévine est enchanteur; relevons particulièrement la végétation de sapins, les marais, les grandes étendues de pâturages et le Lac des Taillères, qui se trouve à 1'039 mètres d'altitude. Ces paysages mystiques peuvent être découverts à pied, à vélo, en ski de fond ou en raquettes.

La Vallée de La Brévine est facilement accessible en voiture: on atteint l'ouest de la Vallée en 30 minutes depuis La Chaux-de-Fonds, 15 depuis Le Locle et une quarantaine depuis Neuchâtel. De plus, des cars postaux relient également La Chaux-de-Fonds ou Neuchâtel à la Vallée, environ une fois par heure, via Fleurier ou Le Locle.

#### **Situation touristique**

La Vallée de La Brévine se trouve dans la région touristique Jura & Trois-Lacs (n°8), l'une des 13 régions touristiques suisses selon la nomenclature de la Fédération suisse du tourisme (FST). La destination Jura & Trois-Lacs réunit les cantons de Neuchâtel et du Jura ainsi que le Jura bernois, Bienne, le Seeland et cinq districts soleurois (Soleure, Lebern, Thal, Bucheggberg, Wasseramt) (Rothenbühler, Cattin, Queloz, & Brahier, 2014). Il s'agit du territoire en rouge sur la carte ci-dessous (Figure 1). Depuis 2011, date de la création de la destination, la promotion touristique de l'ensemble de la région est assurée par l'association Jura & Trois-Lacs, basée à Bienne (Rothenbühler et al., 2014).



*Figure 1: Situation géographique de la destination Jura & Trois-Lacs (en rouge).  
Source: Rothenbühler et al., 2014)*

La promotion touristique au-delà des frontières nationales est essentiellement assurée par Suisse Tourisme. Depuis peu, l'organisation promeut également les attractions suisses auprès du marché intérieur.

La Vallée de La Brévine est une USP (Unique Selling Proposition, voir signification plus loin) de Tourisme neuchâtelois qui a récemment développé une zone d'accueil devant la Maison de la commune de La Brévine, installé une nouvelle station de Météo Suisse avec point de vue, amélioré le balisage touristique dans le village et créé une illumination thermique du temple dont les couleurs varient selon la température (Tourisme neuchâtelois, 2016a).

### **Zones limitrophes de la Vallée de La Brévine et leurs atouts**

La Vallée de La Brévine est bordée par quatre zones limitrophes: le Val-de-Travers au sud, le Val de Morteau au nord (France), la Vallée de La Sagne et des Ponts-de-Martel à l'est et la Métropole horlogère au nord-est (Le Locle – La Chaux-de-Fonds).

Le **Val-de-Travers** témoigne d'une belle dynamique et propose en toute saison des activités touristiques et de loisirs (VTT, vélo et randonnée, ski de piste, ski de fond, raquettes, randonnée en peau de phoque, luge, patinage). Plusieurs musées, galeries, centres d'interprétation (Maison de l'absinthe et Ferme Robert par exemple) et restaurants complètent cette offre et plusieurs manifestations d'envergure sont proposées, comme Môtiers Art en plein air ou le Swiss canyon trail. A noter qu'en termes d'infrastructures sportives, la région dispose de remontées mécaniques à La Robella, aux Verrières et à La Côte-aux-Fées, d'une patinoire à Fleurier, d'une piscine de plein air à Boveresse, d'un établissement thermal à Fleurier et d'un centre sportif offrant une piscine couverte de 25m, wellness, fitness et salles de sport à Couvet.

Quelques collaborations ponctuelles ont été établies entre le Val-de-Travers et La Brévine au niveau touristique, par exemple dans le cadre de la création d'un parcours pour les vélos

électriques en boucle depuis Noiraigue, qui relie Couvet, Saint-Sulpice, le Lac des Taillères, La Brévine et La Chaux-du-Milieu. Les responsables politiques et touristiques de La Brévine et du Val-de-Travers ont par ailleurs des échanges réguliers par le biais de Tourisme neuchâtelois et Jura & Trois-Lacs.

Le **Val de Morteau (F)** fait partie de la région française Bourgogne - Franche-Comté, une région peu densément peuplée et où la forêt et les pâturages sont omniprésents (L'Atlas de la France et de ses régions, 1993). Elle dispose d'atouts évidents pour le tourisme doux: des espaces naturels et ruraux encore préservés, de belles rivières, des zones montagneuses et plusieurs ensembles monumentaux de qualité. Ainsi, la région offre de vastes espaces où les touristes peuvent pratiquer des activités été comme hiver.

Un magnifique itinéraire de ski de fond met en exergue la collaboration franco-suisse entre le Val de Morteau et la Vallée de La Brévine. Cette balade est une boucle à réaliser en deux jours en empruntant en grande partie les Grandes Traversées du Jura (GTJ) entre le Val de Morteau, Les Verrières, la montagne du Larmont près de Pontarlier et les pistes suisses de la Vallée de La Brévine.

La **Vallée de la Sagne et des Ponts-de-Martel** est une autre vallée située au sein du massif du Jura, dans le canton de Neuchâtel. Les tourbières qui la caractérisent sont de véritables joyaux et un patrimoine naturel important à valoriser. C'est dans cette perspective que Les Ponts-de-Martel se sont lancés le défi de créer la "Maison de la Tourbière" qui permettra de mettre en valeur ce biotope et d'offrir aux touristes la possibilité de faire des découvertes passionnantes et inédites.

En outre, cette Vallée offre également un tourisme d'hiver basé sur les randonnées en ski de fond, à cheval ou en raquettes.

La **Métropole horlogère constituée des villes du Locle et de La Chaux-de-Fonds** représente une attraction touristique urbaine d'importance, constituant le véritable centre de l'horlogerie d'excellence. Inscrite au patrimoine mondial de l'humanité de l'UNESCO en 2009 grâce à son architecture particulière façonnée au XIX<sup>e</sup> siècle suite à l'essor de l'horlogerie, la Métropole horlogère se distingue des autres villes suisses. En effet, à travers les rues, les musées et les bâtisses où se côtoient logements et ateliers, La Chaux-de-Fonds et Le Locle offrent un voyage spectaculaire dans le temps. Elles sont deux exemples exceptionnels de symbiose entre industrie et urbanisme. C'est à ne pas manquer!

## 2.2 Cartographie de l'offre actuelle

Afin de disposer d'un portrait le plus précis possible de la Vallée de La Brévine sous l'angle de son développement économique et touristique, un recensement de l'offre proposée a été effectué, puis présenté à la population lors d'une séance d'information publique organisée le 3 octobre 2019 à La Chaux-du-Milieu.

Les habitants ont alors eu la possibilité de corriger et de compléter cette liste, certains prestataires touristiques présents dans la salle s'étonnant de la richesse et de la grande variété de l'offre recensée.

L'établissement de cet inventaire a soulevé bon nombre de questions, portant notamment sur la compréhension-même de ce qu'est une prestation dite *touristique*. Si l'on en croit la définition partagée par les professionnels de la branche et décrite précisément par le Pr. Asmaa Bouaouinate dans le cadre du cours d'introduction à la Géographie du tourisme délivré à l'Université Hassan II – Mohammedia (Casablanca, Maroc), *"le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, affaires, et autres motifs que ceux d'exercer une activité rémunérée."*

Ainsi, le produit touristique étant par définition destiné à être consommé par un habitant extérieur à la Vallée, on peut s'interroger sur l'intérêt de faire figurer à notre inventaire tout événement ponctuel, tels un concert de fanfare ou un match au loto organisé par une société locale, ou encore sur la pertinence de recenser les épiceries de village, dont le chiffre d'affaires annuel n'est pas constitué principalement par les visiteurs, mais bien par les habitants de la région.

Nous avons cependant pris le parti de lister un maximum de prestataires et d'événements susceptibles d'intéresser un visiteur une fois celui-ci logeant dans la région, l'expérience d'un concert ou d'un match au loto pouvant alors se révéler attractive, car apportant de la variété au programme du séjour.

Toute activité économique et/ou de loisirs, qu'elle soit pratiquée de manière professionnelle ou en amateur, et susceptible d'être visitée, découverte ou "consommée" au sens large par le visiteur, figure ainsi dans notre listing. Si nous restons certainement bien loin de l'exhaustivité, il faut probablement retenir de ce chapitre que chaque acteur économique ou habitant a potentiellement un rôle d'accueil dans la Vallée, et que tout contact avec un touriste est

susceptible de déclencher pour celui-ci une expérience, d'évoquer plus tard en lui des souvenirs... et de lui donner envie de parler de la région et, espérons-le, de revenir!

Compte tenu de ce qui précède, il est important de mettre ici en évidence la vision déployée dans le présent Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine, qui est bien celle d'un développement économique régional auquel *contribue* l'activité touristique, et non d'un projet de marketing régional basé sur le tourisme – nous verrons plus loin que, malgré l'existence d'une offre riche et variée, celle-ci ne peut suffire à faire vivre la Vallée.

Le recensement des prestations et activités touristiques de la Vallée de La Brévine connus et répertoriés à l'heure actuelle (Cf. annexe) montre que la région compte aujourd'hui 16 prestataires d'hébergements, toutes catégories confondues, totalisant environ 250 lits, 6 restaurants dans la Vallée et 2 à ses abords immédiats, 3 établissements proposant à la fois un hébergement et de la restauration, 14 producteurs ou vendeurs de produits du terroir, 2 épiceries, 3 artisans, 10 propositions d'activités liées à l'itinérance (randonnée, ski de fond, VTT, etc.), 15 sociétés locales contribuant à l'organisation de 32 manifestations de portée communale, régionale ou cantonale, 6 sites ou prestataires touristiques divers, 8 bâtiments historiques ou patrimoniaux (tels les temples) et les 3 Communes, elles aussi actrices du développement économique et touristique local.

L'offre touristique de la Vallée est présentée en détail et par thème ci-après.

### **Hébergement**

L'offre en matière d'hébergement est assez intéressante comparativement à la taille de la Vallée, puisque 16 établissements ont été recensés, proposant environ 250 lits. Toutefois, il est à relever que l'accueil proposé est principalement le fait d'habitants motivés mais qu'aucune collaboration formelle n'est établie entre les différents prestataires, ni pour l'intendance ni pour le marketing par exemple, ce qui pèjore quelque peu la prestation d'hébergement dans sa moyenne.

Les familles trouvent une offre intéressante en termes de chambres d'hôtes, alors que le nombre de lits en hébergement collectif témoigne de l'intérêt que portent les groupes de sportifs, ainsi que les écoles pour leurs camps verts dans la région.

Après sa rénovation complète, l'Hôtel-de-Ville de La Brévine a pu rouvrir, devenant l'établissement-phare de la Vallée.

### **Restauration**

8 restaurants et auberges de campagne accueillent une clientèle de touristes et d'excursionnistes dans la Vallée de La Brévine. Bien qu'il soit difficile d'évaluer quantitativement l'importance du tourisme pour le chiffre d'affaires d'un restaurant, tous les établissements recensés accueillent une clientèle de touristes et d'excursionnistes essentielle à leur pérennité.

### **Nice to have**

Si des attractions telles que le Lac des Taillères ou l'offre d'activités d'itinérance attirent à elles seules des touristes et des excursionnistes, toute une série d'éléments parfois appelés "nice to have" liés indirectement au tourisme sont également utiles à l'expérience des visiteurs et à l'image de la destination. Il s'agit par exemple des commerçants et artisans locaux, chez qui les visiteurs pourront trouver des produits régionaux (boulangeries, fromageries, boucheries, etc.) ou des pièces pour réparer leur vélo par exemple. Les boutiques de produits du terroir permettront aussi aux touristes de ramener chez eux un souvenir de la Vallée de La Brévine.

14 producteurs ou vendeurs de produits du terroir, 3 artisans, 2 épicerie et 1 boulangerie ont été regroupés dans cette catégorie, ce qui est réjouissant.

Le Grand-Cachot-de-Vent et les sentiers thématiques proposés dans la Vallée permettront également aux touristes d'avoir le choix s'ils doivent par exemple trouver une alternative en cas de mauvais temps ou compléter un programme par une activité gratuite.

Enfin, les restaurants de la région, même si leur clientèle principale n'est pas les touristes, jouent un rôle essentiel dans l'expérience des visiteurs, tout comme l'accueil réservé par la population locale.

L'expérience des prestataires montre ici que les avantages de l'activité touristique, en terme d'emploi et de revenus directs et indirects, ne sont pas reconnus par les habitants de la région.

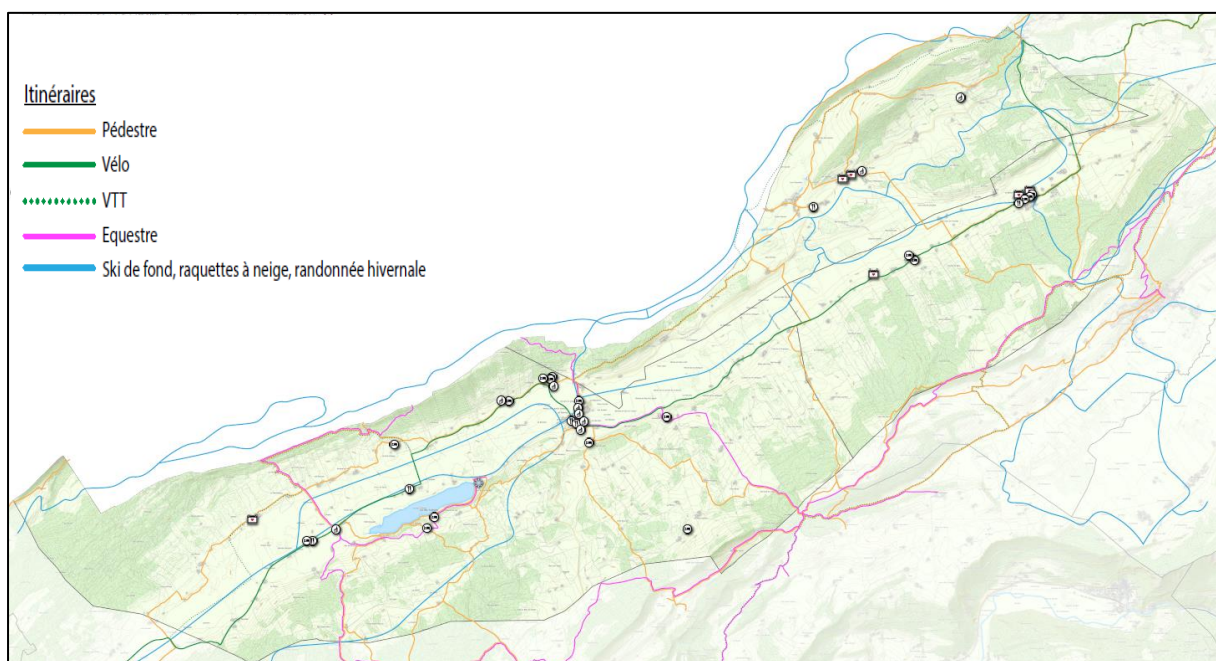
### **Activités d'itinérance**

Le ski de fonds, la randonnée pédestre comme équestre, le cyclisme et le VTT sont des activités sportives très souvent pratiquées par les visiteurs de la Vallée de La Brévine. La randonnée

pédestre est d'ailleurs le sujet d'intérêt principal des visiteurs qui se rendent dans les bureaux d'accueil de la destination Jura & Trois-Lacs (Longaretti, 2015).

La Vallée de La Brévine offre un dense réseau de sentiers de mobilité douce, entièrement balisé et intégré à Suisse Mobile pour ses propositions principales. A pied, à vélo ou en VTT, à ski de fond, à cheval ou en raquettes, les visiteurs trouvent des itinéraires variés, pour tous niveaux. Ainsi, tant les amoureux de la nature qui souhaitent se balader à vélo tout en douceur que les passionnés d'activités en plein air et de challenges sportifs trouvent leur bonheur dans la Vallée.

La carte suivante présente le dense maillage que constituent ces propositions d'itinérance:



*Figure 2: Extrait de la carte présentée à la population de la région le 3 octobre 2019; inventaire des itinéraires de mobilité douce. Source: RUN 2019*

Parmi les parcours pédestres et VTT, on trouve la Vy aux Moines, un itinéraire de 33 km balisé par Suisse Mobile pour sa partie helvétique, qui était jadis une voie d'échange pour les marchands de sel, les contrebandiers et les réfugiés entre Montbenoît en France et Môtiers dans le Val-de-Travers, en passant par La Brévine.

Relevons aussi que différents événements sont organisés régulièrement dans la région autour du thème de l'itinérance: par exemple, la Sibérienne (course de ski de fond), une étape de la Raiffeisen Trans VTT ou encore une étape du BCN Tour.

## **Événements**

On dénombre deux manifestations principales qui présentent un caractère touristique dans la Vallée.

La première manifestation d'envergure est la Fête du froid, dont la première édition a eu lieu en février 2012. Amateurs de ski nordique, patineurs, etc., familles de la région et d'ailleurs... ce sont jusqu'à 6'000 visiteurs qui viennent profiter chaque année des animations et activités qui leur sont proposées aux abords du Lac des Taillères, telles que balades avec chiens de traîneaux, construction d'igloos, spectacles son et lumière... Friands de ce type de manifestation "exotique", les médias relayent régulièrement l'événement, qui contribue indiscutablement à la notoriété de la région.

Le second événement est le Corbak Festival, dont la dernière édition a marqué les 25 ans. La Chaux-du-Milieu accueille chaque année en mai, durant trois ou quatre jours, une multitude d'artistes musicaux de renommée internationale comme locale, avec notamment une grande salle à l'acoustique parfaite pouvant accueillir jusqu'à 800 spectateurs.

De nombreuses autres manifestations locales ou régionales permettent au visiteur de passer du bon temps lorsqu'il se trouve dans la Vallée: plus de 30 manifestations portées par les 15 sociétés locales recensées et leurs nombreux bénévoles, de type match au loto, spectacle théâtral ou concert, ont ainsi été recensées.

Qu'ils soient d'importance régionale ou nationale, ces événements véhiculent une image positive de la Vallée de La Brévine, tant pour la population locale que pour les touristes.

## **Sites naturels d'exception**

Le massif du Jura et ses balcons les plus célèbres, tels que le Creux du Van, le Chasseron, le Weissenstein, Chasseral ou le Suchet, offrent un panorama magnifique sur les sommets alpins et sur la région des Trois-Lacs. En outre, dans tout l'Arc jurassien, l'homme a façonné un paysage unique, basé sur une exploitation collective des pâturages et des troupeaux. Il en résulte un paysage harmonieux composé à la fois d'éléments naturels (les sapins, les pâtures) et d'éléments culturels et patrimoniaux (murs en pierres sèches, troupeaux mixtes de vaches et chevaux, fermes typiques) (Rothenbühler et al., 2014).

Cependant, la Vallée de La Brévine possède un élément différenciateur fort avec son Lac des Taillères, régulièrement gelé en hiver. Situé à trois kilomètres à l'ouest du village de La Brévine, cette étendue d'eau longue d'un kilomètre et large d'une centaine de mètres est un joyau de la région. Dans un cadre idyllique, le lac est bordé de sapins sur sa rive sud, de pâturages côté nord.

Il est apprécié pour la promenade, la baignade, la planche à voile ou le farniente durant l'été et pour le patin, la luge ou la promenade sur sa surface gelée durant les grands froids de l'hiver.

Non loin de là et constituant un autre patrimoine naturel de grande qualité se situe la Glacière de Monlési (sur le territoire de la commune de Val-de-Travers). Située à 1'100 mètres, cette curiosité naturelle est en fait une cavité dans laquelle la neige ne pénètre pas mais dans laquelle la glace ne fond jamais. Alimentée par les eaux de condensation et d'infiltration, la glace reste vitreuse car les éléments extérieurs, tels que brindilles, feuilles mortes, pollens, etc. n'y pénètrent jamais. Malgré l'attractivité de la Glacière, la promotion touristique de ce biotope n'est pas encouragée, afin de préserver ce lieu naturel, l'apport de chaleur humaine contribuant malheureusement à faire fondre la glace.

D'autres sites naturels remarquables attirent dans les régions voisines de très nombreux visiteurs, renforçant les possibilités d'allonger la durée du séjour dans la région très concrètes. Nous relèverons, pour les plus célèbres, le Creux du Van, les Gorges de l'Areuse et les Gorges de la Poëtta-Raisse dans le Val-de-Travers, ainsi que le Lac des Brenets et le Saut-du-Doubs.

### **Coopération entre prestataires**

C'est au sein de l'association Vallée de La Brévine que les prestataires touristiques ainsi que de nombreux bénévoles sont mobilisés, non seulement pour organiser chaque année la Fête du froid, mais également pour représenter le Vallée lors de différentes manifestations touristiques en Suisse romande et proposer de petits souvenirs aux visiteurs (édition de cartes postales, porte-clés, bonnets, etc.).

A noter que dans le cadre de l'organisation de la Fête du froid, c'est la région au sens le plus vaste qui se mobilise, en faisant fi des frontières communales, cantonales et même nationales. D'intéressants partenariats sont alors noués avec la France voisine ainsi qu'avec le Val-de-Travers, par exemple. Avec ce dernier, des collaborations sont en place tout au long de l'année entre prestataires d'hébergement.

Toutefois, lors de la présentation de l'inventaire des prestataires touristiques de la Vallée à la population (octobre 2019, voir annexe), il est apparu que beaucoup de prestataires ignoraient l'existence de leurs voisins et que les habitants les connaissaient également assez mal. Il sera important de fédérer à l'avenir prestataires et habitants autour de la promotion de leur Vallée, pour offrir au visiteur un accueil plus professionnel ainsi qu'un éventail d'activités élargi.

**SYNTHESE:** une offre de prestations économiques et touristiques riche et variée confirme le potentiel de développement de la Vallée mais soulève un point d'attention: malgré la proximité géographique et la bonne dynamique intercommunale, les acteurs du tourisme se connaissent peu (parfois pas du tout) et n'ont que peu d'occasions de collaborer ou d'unir leurs forces (la Fête du froid constituant une exception).

Par ailleurs, la population dans son ensemble n'est pas sensibilisée au potentiel de développement que représente le tourisme pour l'économie locale.

Ces deux éléments sont susceptibles de constituer des objectifs de gouvernance future.

### 2.3 Forces et faiblesses de l'offre, premier aperçu des opportunités et des menaces

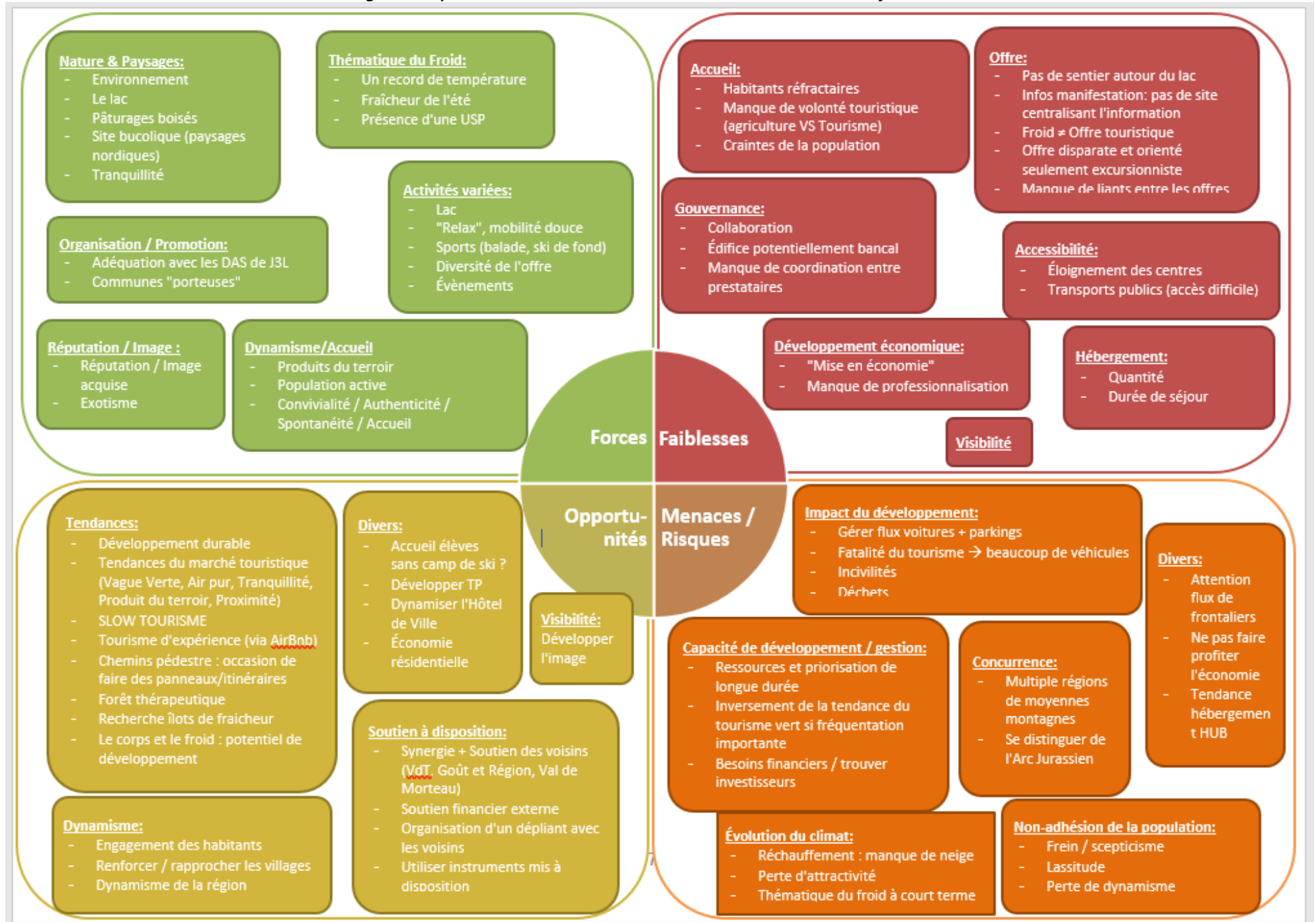
Sur la base de l'inventaire des prestations existantes, plusieurs rencontres ont eu lieu dans la Vallée, en marge des nombreuses séances de travail du groupe de pilotage.

Ainsi, les trois Conseils communaux se sont rencontrés pour partager leurs réflexions et préparer ensemble la séance d'information du 3 octobre 2019 à la population de la Vallée.

En 2020, deux ateliers ont également eu lieu, en mars tout d'abord avec la présence de plusieurs experts du tourisme, des prestataires et des élus locaux, puis en juin avec des citoyens invités en tant que représentants des trois villages.

A l'issue de ces rencontres, l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces présentée ci-après a été faite.

Figure 3: Synthèse SWOT des résultats des ateliers de mars et juin 2020



## 2.4 Point fort, l'USP, le froid

De nombreuses régions en quête de développement économique et touristique cherchent à se démarquer et rêveraient d'héberger en leur territoire une USP (Unique Selling Proposition), ou argument clé de vente. Développé et popularisé par Rosser Reeves, la théorie de l'USP exige que, pour délivrer tout son potentiel de conviction, l'USP ne doit pas pouvoir être utilisée par la concurrence et doit être basée sur un élément réellement différenciateur.

La Suisse constituant une destination touristique à succès en raison de ses magnifiques paysages, et l'Arc jurassien étant reconnu pour la douceur de ses reliefs, la typicité des pâturages boisés et son environnement propice à la pratique des activités sportives de plein air les plus populaires (tels le vélo et la randonnée), il serait théoriquement très difficile pour une petite vallée telle que celle de La Brévine de sortir du lot

Pourtant, une USP a permis à toute la région de faire parler d'elle, loin à la ronde, et l'évidence est là: les visiteurs affluent depuis plus de trente ans avec grand intérêt pour découvrir la Vallée de La Brévine, promue au rang de "Sibérie de la Suisse" par les professionnels du tourisme.

Identifié comme porteur par les experts du tourisme réunis avec les membres du groupe de pilotage en atelier le 6 mars 2020, le thème du froid semble déclinable à l'infini... l'analyse SWOT ci-dessus montrant même une certaine urgence à se saisir de cette pépite pour garantir au visiteur qu'en se déplaçant dans la Vallée de La Brévine, il pourra, sinon vivre une "expérience du froid", au moins découvrir "le froid sous toutes ses coutures".

**SYNTHESE:** certes, les habitants de la Vallée nous l'ont dit: ils ne perçoivent pas tous, aujourd'hui, la pertinence de ce thème, voire même, pour certains d'entre eux, le ressentent comme négatif.

Néanmoins, si l'on dit dans les milieux professionnels du tourisme que le client est roi, alors il semble clair que la Vallée de La Brévine se doit de continuer à utiliser la thématique du froid comme vecteur de promotion, voire, plus finement encore, comme marqueur de son identité.

La promesse faite par la réputation du lieu devra cependant être tenue, ce qui sous-entend que l'accueil et l'offre d'accueil touristique doivent être renforcés, et les prestations fédérées sous cette thématique.

## 2.5 Vérification de la bonne idée du froid par le benchmark

Dans le cadre de l'élaboration de ce Plan directeur de la Vallée de La Brévine et compte tenu de la réputation de "Sibérie de la Suisse" établie depuis le 12 janvier 1987 grâce au record de la température la plus basse jamais mesurée en Suisse, soit – 41.8°, record qui a permis de faire connaître la région au-delà des frontières nationales, nous avons jugé utile d'effectuer une analyse comparative d'autres régions qui se sont développées autour d'un thème spécifique.

En effet, plusieurs régions de Suisse et d'Europe ont choisi de se positionner touristiquement sur des thèmes-clés, que nous avons classés en quatre catégories. On trouve ainsi des formes de tourisme axées sur:

- une situation météorologique, climatique ou naturelle;
- la valorisation d'un produit;
- un patrimoine dit "culturel";
- un patrimoine architectural.

Les exemples présentés ci-après ne sont pas exhaustifs, mais peuvent être considérés comme une source d'inspiration. Pour chaque catégorie, nous avons retenu un ou plusieurs exemple-s suisse-s, suivi d'un ou plusieurs autre-s exemple-s européen-s.

### **Tourisme axé sur une situation météorologique, climatique ou naturelle**

#### *Le Stockhorn, une ancienne station de ski reconvertie*

Le Stockhorn est l'exemple d'une transition réussie. En 2004, la station du Stockhorn, dans l'Oberland bernois, a décidé de ne plus miser sur le ski de piste. Aujourd'hui il n'y a plus de téléski mais une offre diversifiée de sports et d'activités de neige: raquettes, pêche sous glace, luge, etc.

Le manque de neige a poussé les exploitants à se renouveler et à effectuer une transition touristique qui soit viable économiquement. Aujourd'hui, les gens viennent justement au Stockhorn car c'est un endroit calme (contrairement aux autres stations de ski de piste, bondées), idéal pour se ressourcer. De plus, l'offre diversifiée garantit à tous de trouver l'activité qui leur plaît.

Pour plus d'informations: [Reportage RTS.](#)

#### *L'Entlebuch, première réserve de biosphère en Suisse*

La région de l'Entlebuch est la première "réserve de biosphère" (correspondant aux critères de ce label décerné par l'UNESCO) de Suisse et abrite des merveilles naturelles de premier choix. Peu d'autres régions de Suisse ont des trésors naturels comparables à ceux du « Far West » lucernois. Cet atout a valu à l'Entlebuch un soutien important de la Nouvelle Politique Régionale.

Pour plus d'informations: [Site internet de la région.](#)

#### *La Laponie, le rêve enneigé de Finlande*

Le tourisme en Laponie s'est développé autour du froid, de la neige et de la glace. Grâce à sa situation très nordique, des aurores boréales se produisent régulièrement (plus de 200 fois dans l'année). La Laponie compte près de 200'000 rennes qui contribuent à attirer les visiteurs en quête d'une destination semblable à un "winter wonderland". De plus, l'aspect mythique de la Laponie est renforcé par la légende selon laquelle il s'agirait de la région d'origine du Père Noël. La Brévine peut être comparée à la Laponie dans la mesure où elle détient également quelque chose d'unique, en l'occurrence le record de froid de Suisse.

Pour plus d'informations: [Site internet de l'office du tourisme.](#)

#### *Biarritz, la capitale des sports de glisse*

Bien qu'étant la région de France avec le plus haut taux de précipitations, Biarritz est une destination de choix pour bon nombre de vacanciers durant la belle saison. La région a développé son offre touristique autour de sa situation côtière et de son excellente situation pour pratiquer des sports de glisse. Ainsi, elle est devenue une destination de rêve pour les amateurs de kitesurf, planche à voile, surf, etc.

Pour plus d'informations: [Site internet de l'office du tourisme.](#)

### **Tourisme axé sur la valorisation d'un produit**

#### *La culture de la châtaigne au Tessin*

En Suisse italienne, les châtaigneraies constituent un patrimoine naturel et paysager des plus intéressants. Depuis maintenant une vingtaine d'années, de nombreux projets visant à revitaliser les forêts de châtaigniers ont été mis en route. Ces projets ont pour but de promouvoir la valorisation de la châtaigne qui pousse dans les forêts tessinoises en augmentant sa production, en promouvant des

produits dérivés de la châtaigne sur le plan touristique et en créant une association de producteurs de châtaignes dans les zones rurales et de montagne du Tessin.

Pour plus d'informations: [Les traditions vivantes en Suisse](#) et [site internet de RegioSuisse](#).

#### *Le tourisme viticole autour du lac de Constance*

La région touristique viticole de Constance propose des expériences liées au thème du vin. Des visites guidées de caves et de vignobles, des dégustations de vin et de produits du terroir et des balades dans les vignobles sont notamment proposées. En outre, le vin est associé à diverses activités culturelles (la musique, l'art, etc.) et au lac.

Pour plus d'informations: [Lac de Constance - Bodensee](#).

#### *La Route franco-suisse de l'absinthe*

Lancée en 2009, la Route de l'absinthe relie Pontarlier à Noiraigue en passant par Les Verrières-de-Joux et Fleurier et traverse donc la frontière franco-suisse. Cet itinéraire met en lumière l'ensemble des sites agricoles, industriels, culturels, historiques et touristiques liés à l'absinthe, véritable patrimoine commun. Un bon nombre d'activités en lien avec la thématique est donc proposé aux touristes: de la fabrication à la dégustation, toutes les étapes de la production de l'absinthe sont expliquées dans les distilleries qui ouvrent leurs portes, ainsi qu'à la Maison de l'absinthe à Môtiers et au Musée de la Ville de Pontarlier.

Des manifestations ont lieu deux à trois fois par année sur les sites traversés par l'itinéraire de la Route (Fête de l'Absinthe à Pontarlier et à Val-de-Travers (sur le principe des "caves ouvertes"), Absinthiades, Absinthe week, etc.) et visent à valoriser les acteurs de l'absinthe ainsi que le produit lui-même.

Cette Route permet, d'une part, de créer un lien entre la France et la Suisse autour d'un héritage historique et artisanal commun et, d'autre part, de promouvoir les produits du terroir que sont l'absinthe et les produits qui en sont dérivés.

Pour plus d'informations: [site internet de l'Association Pays de l'absinthe](#), conceptrice de la Route.

#### *Terra Salina*

Le projet Terra Salina s'inscrit dans la volonté de développer la dimension touristique du patrimoine salin franco-suisse. Il repose sur un concept de tourisme itinérant permettant de parcourir les

anciennes voies utilisées pour le transport du sel entre la Franche-Comté et les cantons suisses (Vaud, Neuchâtel et Berne notamment), ainsi que les infrastructures de production et de stockage du sel. La mise en valeur et en réseau du patrimoine salin franco-suisse profite à l'ensemble du territoire concerné.

Ce vaste territoire réunit quatre sites patrimoniaux sauniers d'envergure: la Saline royale d'Arc-et-Senans, la Grande Saline de Salins-les-Bains, la Fondation des Mines de Sel de Bex et les Salines Suisses de Bâle. Ces deux dernières sont les seuls sites sauniers encore en activité. Les deux autres sites français sont inscrits sur la liste du Patrimoine mondial de UNESCO (Arc-et-Senans, Salins-les-Bains). La plupart coopèrent depuis 2010, d'abord autour du projet consacré à la valorisation de la Via Salina, puis plus largement depuis 2013 en développant des actions de promotion touristique communes.

Pour plus d'informations: [site internet de Terra Salina](#).

### *La Route du Whisky en Écosse*

L'Écosse connaît une grosse production d'orge grâce à la pluie. Il s'agit donc d'un contexte favorable à la production de whisky, produit phare de la Nation. De nos jours, l'Écosse recense plus de 100 distilleries réparties entre territoires et îles (le pays est celui qui contient le plus de distillerie de whisky au monde), et dont le goût du whisky diffère d'une région et d'une distillerie à l'autre. On trouve donc nombre de trails et de balades dégustatives axés sur le thème du whisky.

Pour plus d'informations: [Site touristique de l'Ecosse](#).

### **Tourisme axé sur du patrimoine dit "culturel"**

#### *Maienfeld, le mythique village de Heidi*

C'est à Maienfeld, dans la région de la Seigneurie grisonne, que l'écrivaine Johanna Spyri a eu l'idée d'écrire ses romans sur Heidi. Le chemin viticole traverse le vignoble et mène au pays de Heidi, la petite fille qui est devenue un personnage mythique de la Suisse. Les randonneurs de montagne ont la possibilité de monter jusqu'à l'Ochsenberg, la montagne qui surplombe la région. À Maienfeld, tout est reproduit d'après l'histoire de Heidi: la maison de Heidi, la chèvrerie, les boutiques du village, etc.

Pour plus d'informations: [site internet de Maienfeld](#); [site touristique my Switzerland](#) et [soutien NPR sur le site de RegioSuisse](#).

### *La St-Martin en Ajoie*

La St-Martin est un évènement ponctuel qui a lieu une fois par année au mois de novembre et durant laquelle on mange toutes les parties du cochon. Elle attire principalement des personnes du canton du Jura ainsi que des cantons limitrophes (Neuchâtel, Fribourg, Berne).

Pour plus d'informations: [site web de la St-Martin.](#)

### *Les Franches-Montagnes*

Cette région jurassienne attire beaucoup de visiteurs grâce à ses paysages immaculés et à sa tradition équestre. Les visiteurs y viennent notamment pour des balades à cheval ou à pied dans les pâturages boisés. Le cheval Franche-Montagne est une race extrêmement endurante et connue dans toute la Suisse et participe à l'attrait de la région.

Pour plus d'informations: [site internet de la fédération des Franches Montagnes.](#)

### *Les Villages du Livre*

Le premier village du Livre est né à Hay-On-Wye, en Grande-Bretagne. Cette idée s'est essaimée partout dans le monde et une association internationale en est née. Un Village du Livre est donc un petit village rural dans lequel se sont installés des bouquinistes et antiquaires du livre. La majorité des Villages du Livre se situe dans des lieux riches en patrimoine historique ou naturel.

En Suisse, l'unique village du Livre se situe à St-Pierre-de-Clages. Il est animé par l'Association des Amis de St-Pierre, qui depuis 1990 s'est engagée à développer ce village d'une autre manière. La Fête du Livre est un évènement annuel qui contribue à attirer des touristes pendant le reste de l'année.

Pour plus d'informations: [site web de St-Pierre-de-Clages.](#)

## **Tourisme axé sur du patrimoine architectural**

### *La Vallemaggia Pietra Viva*

Il s'agit d'une série de parcours créés par "Vallemaggia Pietraviva", une initiative de l'association des Communes de la vallée destinée à créer une image de la région fondée sur la pierre, élément fondamental du paysage naturel et de celui forgé par l'Homme. Réalisés par Vallemaggia Turismo avec la collaboration de l'Association pour la protection du patrimoine artistique et architectural de la

vallée, les itinéraires - jusqu'ici une vingtaine - se déroulent en général dans le fond de la vallée. Indiqués pour tous, par beau temps ils peuvent être parcourus en toutes saisons et ils sont signalés sur le terrain par des panneaux prévus à cet effet.

Pour plus d'informations: [site touristique du Tessin.](#)

### *Les Châteaux de la Loire*

La région de la Loire s'est développée touristiquement en grande partie grâce à son riche patrimoine architectural. En effet, les châteaux de la Loire sont mondialement connus et font l'objet d'entretien et préservation. Une large partie du territoire est d'ailleurs inscrits au patrimoine culturel vivant de l'UNESCO. La région de la Loire fait sa promotion en tant que site et propose nombre d'activités en lien avec l'époque médiévale. En outre, différents circuits de visites sont organisés. L'appellation touristique "Châteaux de la Loire" est liée à une exceptionnelle densité de monuments.

Pour plus d'informations: [site touristique du Val de Loire.](#)

**SYNTHESE:** à l'instar de plusieurs destinations touristiques s'étant fait connaître par la valorisation d'une spécificité naturelle, la Vallée de La Brévine dispose avec la thématique du froid d'un thème potentiellement très porteur!

## 3 Diagnostic: analyse de la demande

### 3.1 Enjeux et objectifs

Cette section présente une analyse de la demande touristique pour la Vallée de La Brévine, englobant donc les Communes de La Brévine, de La Chaux-du-Milieu et du Cerneux-Péquignot, et visant à définir les principaux publics-cibles de la Vallée du point de vue touristique. Il s'agit ainsi de déterminer quels sont leurs besoins avant, pendant et après leur séjour ou leur excursion – et ce tout au long de l'année. L'analyse tient compte du comportement et des préférences des visiteurs, ainsi que des principales tendances actuelles du tourisme.

Cet examen approfondi permet de dégager une liste de recommandations pratiques, que les prestataires pourront utiliser pour développer leur offre, et ainsi optimiser leur(s) activité(s) touristique(s). Ces recommandations doivent également permettre aux trois communes de la Vallée d'orienter au mieux le soutien qu'elles attribueront aux différents projets à venir. Enfin, ce chapitre met en évidence de nouvelles opportunités à saisir pour le développement du tourisme dans la Vallée de la Brévine et l'amélioration de la qualité de l'accueil.

Le visiteur étant peu préoccupé par les frontières communales et cantonales, l'analyse de la demande fait émerger quelques pistes pour le renforcement de synergies avec les régions limitrophes de la Vallée de La Brévine, notamment le Val-de-Travers, la Vallée des Ponts-de-Martel et les Montagnes neuchâteloises, ainsi qu'avec Tourisme neuchâtelois et la société de marketing Jura & Trois-Lacs, respectivement responsables de l'accueil et du confort de l'hôte, de l'accompagnement du développement de produits et de la promotion de la destination.

### 3.2 Méthodologie

Cette partie de l'étude se fonde sur la veille touristique effectuée par Goût & Région, qui a permis de constituer une solide bibliothèque de données touristiques. Ces informations théoriques ont été confrontées et enrichies grâce aux connaissances approfondies du tissu économique régional que ses collaborateurs ont acquis depuis près de 30 ans. Les informations ont été consolidées grâce aux échanges qui ont eu lieu lors des ateliers organisés par le porteur de projet, ainsi que par deux entretiens semi-structurés réalisés avec:

- M. Olivier Heger, membre fondateur du Corbak Festival, propriétaire et gérant de l'hébergement collectif de Chante-Joux, celui-ci comprenant l'espace café + scène Moultipass) et d'une chambre d'hôte à La Chaux du Milieu;
- M. Vincent Matthey, coordinateur pour les Montagnes neuchâteloises auprès de Tourisme neuchâtelois.

Leur expérience du terrain a ainsi pu être intégrée aux réflexions présentées dans ce volet.

### 3.3 Publics-cibles

Quelles sont les personnes qui visitent la Vallée de La Brévine? Que recherchent-elles? Quelles sont leurs préférences? Quels sont les éléments qui les décident ou décideront à venir à La Brévine plutôt que dans une autre région? Voici les questions auxquelles il s'agit de répondre dans cette section. Les publics-cibles de La Brévine sont présentés ci-après selon les variables géographiques, sociodémographiques, psychographiques et comportementales.

En introduction, il est important souligner que La Brévine, tout comme l'ensemble de la région Jura & Trois-Lacs, est avant tout une destination d'excursionnistes. Cela signifie que la grande majorité des visiteurs ne dorment pas dans la destination (Rothenbühler, Cattin, Queloz, & Brahier, 2014). Cette réalité peut s'expliquer par plusieurs facteurs, notamment:

- la proximité entre la Vallée de La Brévine et ses principaux marchés sources;
- le manque de lieux d'hébergement adaptés à la demande des clients;
- la méconnaissance de la proximité entre la Vallée de La Brévine et d'autres attractions de la destination Jura & Trois-Lacs, telles que le Saut du Doubs, les villes horlogères du Locle et La Chaux-de-Fonds ou encore le Creux du Van et le Pays de l'absinthe.

#### Variables géographiques

##### *Marché suisse*

Si aucune statistique ne permet de définir précisément l'origine des visiteurs de la Vallée de la Brévine, les statistiques de l'hébergement au niveau de la destination Jura & Trois-Lacs indiquent que 72% des touristes sont d'origine suisse. Bien reliés au niveau routier et ferroviaire avec le canton de Neuchâtel, les grands bassins de population de Zürich, Berne et Bâle représentent des marchés sources importants. Viennent ensuite les clientèles allemande (6,9%) et française (5,5%) (Observatoire du tourisme de Jura & Trois-Lacs, 2020). Ces données impliquent que les prestataires touristiques de La Brévine doivent communiquer avec leurs hôtes en français et en allemand, avant, pendant et après leur séjour. Ainsi, il est important que leur site web soit bilingue et qu'ils puissent aisément renseigner

et accueillir leurs clients en allemand et en français. De plus, il est recommandé que les acteurs touristiques de la Vallée de La Brévine établissent un réseau de partenaires commerciaux en Suisse allemande, qui connaissent la Vallée et qui y proposent des séjours à leur clientèle.

#### *Marché de proximité et excursionnisme*

Comme évoqué plus haut, la majorité des visiteurs de la Vallée de La Brévine sont des excursionnistes. Selon les estimations des professionnels du tourisme, au moins 70% des visiteurs qui viennent dans la destination Jura & Trois-Lacs n'y dorment pas. Cette proportion s'élèverait même à 95% pour la Vallée de La Brévine, selon les acteurs interviewés. Cela signifie que moins de 30% des personnes qui viennent dans la région, respectivement un maximum de 5% pour la Vallée de La Brévine, passent au moins une nuit dans un hébergement de la destination (Rothenbühler et al., 2014). Les prestataires de la Vallée observent effectivement beaucoup de clientèle de passage, qui se déplace en camping-car, à moto et à vélo notamment. Le fait que les visiteurs ne séjournent pas dans la Vallée de La Brévine s'explique par différents facteurs: une offre d'hébergement correcte en nombre et en qualité, mais peu promue car gérée par des personnes motivées mais n'exerçant pas de manière professionnelle dans le domaine de l'accueil, une offre d'activités restreinte et sans «alternative mauvais temps», et le fait que certains touristes préfèrent séjourner en ville (Neuchâtel ou La Chaux-de-Fonds principalement) pour pouvoir disposer des commodités urbaines et rayonner pour découvrir la région.

Au niveau de la destination Jura & Trois-Lacs, les excursionnistes viennent principalement de l'arc lémanique et de la région bâloise (Rothenbühler et al., 2014). Dans la Vallée de La Brévine, les acteurs interrogés s'accordent à dire que les excursionnistes viennent essentiellement du canton de Neuchâtel, de Suisse romande et de Suisse allemande, tant en été qu'en hiver. En effet, la Vallée de La Brévine bénéficie d'une couverture médiatique importante et régulière dans l'ensemble du pays, ce qui implique qu'elle peut compter sur une excellente notoriété! On peut encore mentionner qu'en hiver, lorsque le Lac des Taillères est gelé, nombreux sont les visiteurs de France voisine à faire le déplacement pour venir patiner.

Une étude consacrée à l'impact économique du tourisme sur l'économie neuchâteloise montre que le budget moyen d'un excursionniste pour une journée d'activités dans le canton de Neuchâtel en été est de CHF 73.-. Ce montant inclut les frais de restauration (CHF 33.-), le shopping (CHF 16.-), les activités de sport et loisirs (CHF 16.-) et les transports (CHF 8.-) (Da Costa, Borzykowski, & Aubert, 2014). Les acteurs interrogés indiquent que la Vallée de La Brévine propose, à cet égard, des

prestations à un excellent rapport qualité-prix, notamment au niveau de la restauration. Cet atout, commun à l'ensemble de la destination Jura & Trois-Lacs, constitue d'ailleurs un avantage compétitif de taille, face aux autres grandes destinations suisses, dont les prix sont souvent plus élevés en moyenne.

L'étude de Da Costa, Borzykowski et Aubert (2014) montre également que les loisirs privilégiés par les visiteurs interrogés sont les activités culturelles, les activités sportives en montagne et les excursions en transport (Da Costa et al., 2014), des résultats qui confirment les données au niveau national (Lamprecht, Bürgi, & Stamm, 2020). Elle met en avant l'importance d'Internet et du bouche-à-oreille en tant que sources d'information utilisées par les visiteurs pour choisir leur destination et préparer leur excursion ou leur séjour dans le canton de Neuchâtel (Da Costa et al., 2014).

Il est intéressant de relever que les Suisses ont réalisé en moyenne 10,6 excursions en 2018, ce qui représente un potentiel important pour la Vallée de La Brévine (Office fédéral de la statistique, 2020b).

### Variables sociodémographiques

Le Masterplan de Jura & Trois-Lacs fournit des informations précieuses quant aux segments cibles qui visitent la destination (Rothenbühler et al., 2014). On distingue 4 segments principaux définis selon des critères sociodémographiques.

#### *Les Best Agers*

Actuellement, les Best Agers (soit les retraités, ou représentants de l'"âge doré") représentent le public principal de Jura & Trois-Lacs. Souhaitant s'évader de l'agitation urbaine, les Best Agers recherchent le bien-être, la nature et l'évasion. C'est un public qui a du temps et des moyens. Avec ses grands espaces et sa tranquillité, la Vallée de La Brévine répond parfaitement aux besoins de ressourcement de ce public-cible.

Il est intéressant de relever que les Best Agers sont friands de terroir et de gastronomie locale (Rothenbühler et al., 2014), et que cette demande est satisfaite à la Vallée de La Brévine avec une offre attractive de restaurants mettant à l'honneur les spécialités neuchâteloises.

Il faut également souligner que les Best Agers sont de plus en plus actifs, comme le révèle la dernière étude de l'Office fédéral du sport. En effet, 58% de la population suisse âgée de 65 à 74 ans ainsi que

51% des 75 ans et plus pratiquent une activité sportive plusieurs fois par semaine, pour une durée hebdomadaire totale de 3 heures ou plus (Lamprecht et al., 2020) !

Les Best Agers visitent volontiers la Vallée de La Brévine car la région leur permet de:

- se ressourcer dans la nature;
- pratiquer la randonnée, le vélo et le ski de fond;
- se restaurer dans les restaurants typiques de la région.

#### *Les DINKS*

Les DINKS ("double income, no kids") constituent un public à fort potentiel pour Jura & Trois-Lacs. De façon générale, ce public-cible apprécie les hébergements insolites mais de qualité, ainsi que la gastronomie traditionnelle ou plus originale.

Les DINKS sont à la recherche d'expériences uniques. Tout comme les Best Agers, les DINKS recherchent des lieux de vacances qui leur permettront de se ressourcer, loin du stress quotidien (Rothenbühler et al., 2014).

La génération des milléniales recherche des destinations hors des sentiers battus et surtout différentes des lieux de vacances traditionnels de leurs parents (Kutschera & Silva, 2020).

Les DINKS apprécient particulièrement la Vallée de La Brévine car ils peuvent par exemple:

- s'évader dans la nature;
- se restaurer dans les restaurants typiques de la région;
- découvrir les expositions présentées à la Ferme du Grand-Cachot.

#### *Les familles*

Pour la famille, la diversité de l'offre est importante: elle est à la recherche d'activités qui plairont à tous ses membres et où personne ne s'ennuiera! La famille recherche donc des vacances et des excursions reposantes, mais aussi riches en découvertes. Le temps passé ensemble revêt une importance capitale. La famille souhaite en outre pouvoir combiner des activités qui allient plaisir, découvertes et amusement pour les enfants avec des expériences centrées sur la détente et le repos pour les parents.

Tout naturellement, elle recherche des destinations familiales, c'est-à-dire des endroits proposant des activités pour les enfants en particulier dans la nature (baignades, parcs animaliers, etc.). La famille

souhaite aussi séjourner dans des hôtels familiaux, des auberges de jeunesse, des villages de vacances ou des appartements de vacances (Suisse Tourisme, 2016).

Les aspects pratiques et sécuritaires (notamment la sécurité des randonnées, des aires de jeu et des points d'eau) ainsi que le rapport qualité-prix jouent un rôle décisif au moment de choisir la destination de vacances (Fédération suisse du tourisme, s.d.).

Le segment «famille» s'entend ici au sens large du terme, c'est-à-dire qu'il comprend non seulement les couples avec un ou plusieurs enfants, mais également les familles recomposées, dont les enfants peuvent avoir de grandes différences d'âge, les familles monoparentales et les familles accompagnées des grands-parents.

La famille voyage à la Vallée de La Brévine pour passer une après-midi au bord du Lac des Taillères ou se balader le long des itinéraires pédestres et cyclistes de la région. Les demandes de la famille sont essentiellement satisfaites par des activités d'extérieur, car peu d'alternatives s'offrent à elles en cas de mauvais temps. Une plus grande diversité de l'offre d'activités adaptées aux enfants permettrait certainement de renforcer l'attrait de la vallée pour ce segment (ex. rencontre avec les animaux de la ferme, ateliers autour des produits du terroir, activités de loisirs autour de l'eau, etc.). Par ailleurs, offrir la garde des enfants pour permettre à leurs parents de profiter d'un moment sans enfants, le temps d'une après-midi ou d'une soirée, serait certainement un atout supplémentaire pour la Vallée.

#### *Les clients MICE*

Les clients MICE (pour «Meetings, Incentives, Conferences, Events») sont des voyageurs qui se déplacent en groupe et pour qui la destination n'est pas le seul objectif de l'excursion ou du séjour, car ils se rassemblent aussi pour des buts sociaux, militaires, de formation, religieux ou associatifs (Kotler, Bowen, & Makens, 2010).

La clientèle touristique de la Vallée de La Brévine est actuellement essentiellement composée d'individuels. Néanmoins, la région accueille aussi régulièrement des groupes MICE, notamment des sportifs, des courses d'école et des camps pour les enfants et les adultes (camp de chorale, camp vert pour les enfants, semaine de méditation, etc.).

Si les besoins, les préférences et le budget des groupes MICE sont extrêmement variés, on retrouve quelques constantes qui les définissent. Ils recherchent un lieu attrayant et accessible en autocar ou en transports publics. Ils recherchent aussi un interlocuteur disponible, fiable, flexible et

professionnel. De plus, ils accordent beaucoup d'importance à la fiabilité et à la sécurité des prestations. Ils apprécient particulièrement qu'on leur propose un programme sur mesure et si la réunion de travail est suivie d'une partie récréative, les clients MICE veulent pouvoir passer rapidement de l'un à l'autre (Suisse Tourisme, 2016). Enfin, le rapport qualité-prix joue un rôle important dans le choix de la destination et des prestations.

Les groupes MICE viennent dans la Vallée de La Brévine car la destination propose:

- un lieu d'hébergement collectif pouvant accueillir de grands groupes à un prix très attractif (Chante-Joux);
- un hôtel disposant de services adaptés pour les groupes sportifs (Hôtel-de-Ville de La Brévine);
- quelques salles de séminaire (Hôtel-de-Ville de La Brévine, salles communales);
- de grands espaces naturels permettant de se détendre et de découvrir la nature;
- des activités fiables et praticables par tous les temps dans les régions voisines, telles que la visite des Mines d'asphalte, de la Maison de l'Absinthe ou des Moulins souterrains du Col-des-Roches par exemple.

Il faut souligner que les groupes d'affaires ne représentent à priori pas un public-cible potentiel, puisque la Vallée ne dispose pas des infrastructures suffisantes pour les accueillir.

### Variables psychographiques

La Vallée de La Brévine présente l'avantage de pouvoir développer un tourisme 4 saisons, puisqu'elle dispose d'atouts typiquement estivaux, tels que son réseau d'itinéraires de randonnée et de vélo, ainsi que d'une offre hivernale attractive, notamment autour du ski de fond. Ses grands espaces naturels sont des atouts indéniables, tant en été qu'en hiver.

La saison d'été s'entend ici de façon étendue, puisqu'elle débute dès les vacances de Pâques et s'étend jusqu'à la fin du mois d'octobre. La saison d'hiver dépend des conditions d'enneigement et des températures, puisque les principales attractions hivernales sont les pistes de ski de fond et de raquettes, ainsi que le Lac des Taillères, qui attire beaucoup de visiteurs lorsqu'il est gelé.

On distingue cinq principaux segments, définis selon les intérêts et les préférences des clients, dont 3 typiquement estivaux et 2 typiquement hivernaux.

### *Amoureux de la nature*

L'amoureux de la nature souhaite quitter le quotidien et le stress de la vie urbaine pour puiser de l'énergie dans la nature et découvrir les cultures locales. Il recherche une nature pure et intacte et apprécie particulièrement la proximité de cours d'eau.

On différencie deux sous-catégories dans ce segment: l'écotouriste, pour qui repos, force, calme, détente, plaisir et nature sont les maîtres mots, et le romantique qui accorde beaucoup d'importance à l'authenticité et à l'atmosphère typiquement suisses, notamment la beauté des paysages intacts (Suisse Tourisme, 2016).

L'amoureux de la nature trouve à la Vallée de La Brévine tout ce qu'il recherche, par exemple:

- en se baladant autour du Lac des Taillères, qui invite au rêve et à la détente;
- en parcourant les chemins de randonnée de la Vallée, il peut admirer le paysage intact et la vie sauvage;
- en s'arrêtant dans l'un des restaurants typiques du Jura neuchâtelois.

A la Vallée de La Brévine, l'amoureux de la nature a la possibilité de découvrir le processus de fabrication des produits emblématiques du terroir neuchâtelois tels que le fromage (visite d'une ferme au moment de la traite visite de fromageries), mais la torrée ou la gentiane mériteraient également d'être valorisées. Cela pourrait être une opportunité de développement.

### *Passionné d'activités en plein air*

Le passionné d'activités en plein air recherche une offre diversifiée d'activités sportives qu'il peut pratiquer dans un cadre naturel magnifique. Il souhaite combiner découverte de la nature et de paysages intacts et défi sportif. Il apprécie de pouvoir se rendre sur le lieu désiré facilement et rapidement, en utilisant avant tout les transports publics et les remontées mécaniques. Il demande à ce que les chemins de randonnée pédestres et les itinéraires cyclistes soient parfaitement entretenus et signalisés, et il recherche une offre diversifiée (parcours pour plusieurs niveaux, différents paysages, etc.). Au niveau de l'hébergement, le passionné d'activités en plein air accorde de l'importance aux infrastructures et services prévus pour les sportifs (Suisse Tourisme, 2016).

Il est important de souligner que la population suisse est extrêmement sportive, et que ce segment de clientèle représente donc un fort potentiel pour la Vallée de La Brévine. La récente étude de l'Office fédéral du sport indique en effet qu'aujourd'hui 51% de la population fait partie des sportifs très actifs

et pratiquent une activité sportive plusieurs fois par semaine, pour un total de 3h ou plus. De plus, environ 80% des adultes domiciliés en Suisse satisfont aux dernières recommandations en matière d'activité physique (Lamprecht et al., 2020). La même étude indique que le contact avec la nature est d'ailleurs l'une des raisons qui motivent les Suisses à faire du sport. Cette tendance est développée au chapitre 4.1.

Le passionné d'activités en plein air se rend à la Vallée de La Brévine car il peut y vivre par exemple les expériences suivantes:

- parcourir le sentier des Bornes ou la Vy-aux-Moines balisée SuisseMobile, à pied;
- découvrir les beaux paysages de la Vallée à vélo, le long de l'itinéraire cycliste n°54 de Suisse Mobile;
- découvrir les paysages de la Vallée le long des itinéraires VTT n°3, 56 et 756;
- relever le défi de Neuchallenge (proposé durant l'été 2020).

Si la Vallée de La Brévine offre différents services pour les sportifs, avec la présence d'un magasin de sports et la récente ouverture de l'Hôtel-de-Ville de La Brévine, qui est adapté pour les sportifs, de nombreuses prestations pourraient être développées, notamment autour du vélo (préciser la localisation des services existants et développer davantage les possibilités de nettoyer ou réparer un vélo, ou multiplier les lieux de recharge des batteries de vélos électriques par exemple) ou bien entendu de la thématique du froid (service de cryothérapie). Pour les sportifs, la Vallée présente en revanche l'inconvénient d'être peu desservie par les transports publics (cf. 2.1 – Situation géographique).

#### *Avide d'attractions*

L'avidé d'attractions souhaite découvrir la diversité de la Suisse, de l'Europe ou du Jura par exemple, en visitant les sites touristiques et historiques majeurs. Il veut découvrir tous les points forts de la destination et les conseils d'initiés lui plaisent tout particulièrement. Il a pour habitude de prendre des photos pour pouvoir dire «j'y étais».

Les avides d'attractions regroupent deux sous-catégories définies selon la façon de voyager. La première sous-catégorie comprend les collectionneurs de «best of», pour qui il est fondamental de trouver l'itinéraire parfait selon le temps à disposition afin de voir un maximum d'attractions, que ce soit des monuments historiques ou des curiosités naturelles. La seconde est constituée des «excursio-touristes», c'est-à-dire des touristes qui séjournent en ville et qui rayonnent sous forme d'excursions,

en quête d'attractions (Suisse Tourisme, 2016).

L'avidé d'attractions se rend à la Vallée de La Brévine pour vivre l'expérience «Sibérie de la Suisse». Plusieurs facteurs jouent ici un rôle important pour attirer ce segment cible. Tout d'abord, au niveau suisse, la Vallée de La Brévine jouit d'une couverture médiatique importante grâce à ses records de température et ainsi d'une grande notoriété, comme déjà mentionné précédemment dans ce rapport. De plus, la Vallée de La Brévine en tant que «Sibérie de la Suisse» est régulièrement mise en avant dans les campagnes de communication et de promotion de Jura & Trois-Lacs. Pour beaucoup de Suisses avides d'attractions, romands comme alémaniques, la Vallée de La Brévine fait donc partie des expériences à vivre absolument, au moins une fois dans sa vie! S'il s'agit bien ici d'un objectif majeur à poursuivre, la démarche n'est pas sans risque: en prônant le froid comme patrimoine à découvrir auprès des touristes, il faut être en mesure de le faire expérimenter, en toute saison, ce qui pour l'heure ce n'est pas véritablement en place.

Il est intéressant de relever que la Vallée de La Brévine est relativement rapidement accessible en transports privés pour les touristes qui séjournent par exemple à La Chaux-de-Fonds, à Neuchâtel ou à Lausanne. Cet élément permet aussi d'offrir aux avides d'attractions un contraste saisissant entre la culture urbaine (vieille ville de Neuchâtel ou cité horlogère de La Chaux-de-Fonds par exemple) et l'atmosphère calme et naturelle de la Vallée.

On peut regretter toutefois que la Vallée de La Brévine ne soit pas facilement accessible en transports publics depuis La Chaux-de-Fonds et Neuchâtel. Une meilleure desserte permettrait certainement d'attirer un plus grand volume d'«excursio-touristes».

Le renforcement des synergies avec le Grand Tour de Suisse serait une piste à envisager pour améliorer l'attractivité de la Vallée de La Brévine. Cet itinéraire national passe notamment par le Val-de-Travers, Neuchâtel et La Chaux-de-Fonds et attire de nombreux avides d'attractions.

#### *Amoureux de la neige*

L'amoureux de la neige aime l'hiver typiquement suisse des cartes postales: la neige immaculée et les feux de cheminée.

Il recherche une destination où il pourra se reposer et profiter de la magie hivernale et de l'air pur. Il apprécie tout particulièrement de pouvoir pratiquer différentes activités, dans un petit périmètre: randonnée hivernale, raquettes, luge, etc.

Avide de paysages romantiques, il recherche des destinations qui offrent des forêts enneigées et des lacs gelés. La sécurité de l'enneigement joue un rôle important au moment de choisir sa destination.

Le Lac des Taillères, les paysages naturels, ainsi que les quelques restaurants locaux, constituent des atouts indéniables pour attirer les amoureux de la neige dans la Vallée de La Brévine.

#### *Passionné de sports d'hiver*

Le passionné de sports d'hiver recherche une offre de pistes diversifiée (niveaux, longueurs, tracés, etc.) et une bonne qualité d'enneigement. À travers son activité sportive, il veut à la fois s'évader, trouver des sentiments de liberté, mais également pratiquer une activité physique qui lui permette de relever des défis sportifs.

Il apprécie non seulement les beaux paysages immaculés, mais aussi les plaisirs de la table et la convivialité des auberges de montagne.

Il recherche des hébergements proposant des services pour les sportifs, où il se sentira bienvenu (local pour le matériel, possibilité de farter les skis, massages, etc.)

Il faut relever que la saison hivernale ne constitue pas la saison prioritaire pour Jura & Trois-Lacs. Toutefois, la Vallée de La Brévine peut profiter de son climat encore particulièrement froid pour se démarquer.

Le réchauffement climatique et ses conséquences directes sur la diminution de l'enneigement (diminution de la masse neigeuse et diminution du nombre de jours d'enneigement) représentent néanmoins un défi important pour assurer la qualité de l'offre hivernale sur le long terme dans la Vallée de La Brévine (Clivaz, Gonseth, & Matasci, 2015). La Vallée pourrait toutefois bénéficier de sa situation géographique et topographique particulière, qui provoque un phénomène d'inversion de température, pour tirer son épingle du jeu (Rebetez, Klein, & Vitasse, s.d.). La thématique des changements climatiques est développée au chapitre 4.1.

### 3.4 Hébergement et commerce de proximité

Malgré les recherches effectuées dans le cadre de l'élaboration de ce Plan directeur du tourisme, aucune statistique fiable sur la demande d'hébergement n'est disponible à ce jour, pour la Vallée de La Brévine spécifiquement. Les chiffres disponibles pour le canton de Neuchâtel et la destination Jura & Trois-Lacs ne reflètent pas de façon assez précise la demande de la Vallée de La Brévine pour pouvoir

être extrapolées et pour donner des tendances. De plus, les statistiques disponibles aujourd'hui concernent uniquement les nuitées hôtelières, ce qui implique que les séjours passés dans les chambres d'hôtes et dans les lieux d'hébergement collectifs ne sont pas comptabilisés. Or, la Vallée de La Brévine compte essentiellement des lits dans ces deux catégories de logement touristique.

Les commerçants locaux interrogés indiquent que si le tourisme ne représente pas la majorité de leur chiffre d'affaires, il constitue néanmoins une source de revenus supplémentaires bienvenue. L'activité touristique a donc des retombées économiques indirectes non négligeables pour les commerces locaux.

### 3.5 Synthèse

La segmentation des publics cibles selon les intérêts, le mode de vie et les sensibilités des clients, combinée aux données statistiques permet de dresser une présentation riche et précise de la demande pour l'activité touristique de la Vallée de La Brévine.

- Offre répondant à la demande des publics cibles
- Offre répondant partiellement à la demande des publics cibles
- Offre ne répondant pas à la demande des publics cibles
- Pas applicable

| <div>Offre touristique</div> <div>Publics cibles</div> |                                    | Espaces naturels et Lac des Taillères | Itinérance | Restauration | Hébergement | Offres à développer pour renforcer la compétitivité de la Vallée de La Brévine                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|------------|--------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                        |                                    |                                       |            |              |             |                                                                                                                                                                                                            |
| Best Agers                                             | Amoureux de la nature              |                                       |            |              |             | - Découverte des produits du terroir et de l'artisanat local                                                                                                                                               |
|                                                        | Passionné d'activités en plein air |                                       |            |              |             | - Services complémentaires pour les sportifs (location, réparation, etc.)<br>- Accessibilité en transports publics                                                                                         |
|                                                        | Avide d'attractions                |                                       |            |              |             | - Une expérience distinctive autour de l'USP du froid<br>- Accessibilité en transports publics                                                                                                             |
|                                                        | Amoureux de la neige               |                                       |            |              |             |                                                                                                                                                                                                            |
|                                                        | Passionné de sports d'hiver        |                                       |            |              |             | - Garantie de l'enneigement                                                                                                                                                                                |
| DINKS                                                  | Amoureux de la nature              |                                       |            |              |             | - Découverte des produits du terroir et de l'artisanat local<br>- Hébergement insolite                                                                                                                     |
|                                                        | Passionné d'activités en plein air |                                       |            |              |             | - Services complémentaires pour les sportifs (location, réparation, etc.)<br>- Accessibilité en transports publics<br>- Hébergement insolite                                                               |
|                                                        | Avide d'attractions                |                                       |            |              |             | - Une expérience distinctive autour de l'USP du froid<br>- Accessibilité en transports publics                                                                                                             |
|                                                        | Amoureux de la neige               |                                       |            |              |             | - Hébergement insolite et romantique                                                                                                                                                                       |
|                                                        | Passionné de sports d'hiver        |                                       |            |              |             | - Hébergement insolite<br>- Garantie de l'enneigement                                                                                                                                                      |
| Famille                                                | Amoureux de la nature              |                                       |            |              |             | - Activités autour de l'eau et des animaux pour les enfants<br>- Hébergement pour les familles                                                                                                             |
|                                                        | Passionné d'activités en plein air |                                       |            |              |             | - Activités autour de l'eau pour toute la famille<br>- Hébergement pour les familles<br>- Services complémentaires pour les sportifs (location, réparation, etc.)<br>- Accessibilité en transports publics |
|                                                        | Avide d'attractions                |                                       |            |              |             | - Une expérience distinctive autour de l'USP du froid<br>- Accessibilité en transports publics                                                                                                             |
|                                                        | Amoureux de la neige               |                                       |            |              |             | - Hébergement pour les familles                                                                                                                                                                            |
|                                                        | Passionné de sports d'hiver        |                                       |            |              |             | - Hébergement pour les familles<br>- Garantie de l'enneigement                                                                                                                                             |
| MICE                                                   | Amoureux de la nature              |                                       |            |              |             | - Activités praticables par tous les temps                                                                                                                                                                 |
|                                                        | Passionné d'activités en plein air |                                       |            |              |             | - Services complémentaires pour les sportifs (location, réparation, etc.)<br>- Accessibilité en transports publics                                                                                         |
|                                                        | Avide d'attractions                |                                       |            |              |             | - Une expérience distinctive autour de l'USP du froid                                                                                                                                                      |
|                                                        | Amoureux de la neige               |                                       |            |              |             |                                                                                                                                                                                                            |
|                                                        | Passionné de sports d'hiver        |                                       |            |              |             | - Garantie de l'enneigement                                                                                                                                                                                |

Par souci de lisibilité, le tableau ci-dessus ne distingue pas les excursionnistes des touristes.

**SYNTHESE:** l'analyse de la demande met en évidence une forte dépendance de la Vallée de La Brévine aux conditions météorologiques, puisque l'essentiel de son offre touristique s'expérimente en extérieur.

Il faut relever que l'accessibilité en transports publics peut représenter un obstacle important, en particulier pour les excursionnistes. En effet, par rapport aux touristes, ceux-ci ne disposent que de peu de temps pour leurs activités et une mauvaise desserte peut être un facteur les incitant à choisir une destination offrant une meilleure fréquence de transports publics et permettant ainsi une plus grande flexibilité.

Concernant la clientèle de demain, formée des enfants découvrant aujourd'hui la région en famille, il apparaît important de prendre tout spécifiquement en considération ce public-cible pour les adaptations ou développements futurs de l'offre.

Le tableau met également en évidence l'opportunité d'une meilleure mise en scène de l'USP de la Vallée, le froid, afin de renforcer son attractivité auprès des publics-cibles, en particulier auprès des avides d'attractions.

## 4 Confrontation aux tendances touristiques

Une série de tendances politiques, économiques et environnementales déterminantes pour développer l'offre touristique de la Vallée de La Brévine a été sélectionnée. Ces tendances sont jugées déterminantes, car elles influencent le comportement des publics cibles de la Vallée de La Brévine et donnent ainsi des pistes sur les préférences des visiteurs d'aujourd'hui et de demain. Elles sont décrites ci-après, puis comparées à l'offre actuelle de la Vallée.

### 4.1 Les tendances touristiques actuelles

#### **Évolution démographique**

Les statistiques montrent qu'en Suisse, comme dans l'ensemble des pays occidentaux, la population vieillit. Le vieillissement démographique résulte d'une part de la baisse de la natalité caractérisée par une diminution du nombre de naissances annuelles et, d'autre part, de la progression de l'espérance de vie, qui a fortement augmenté au cours du siècle dernier. En effet, entre 1900 et 2018, celle-ci a presque doublé, passant de 46,2 à 81,7 ans pour les hommes et de 48,9 à 85,4 ans pour les femmes.

La proportion des moins de 20 ans est passée en dessous de 20 %, alors que celle des 65 ans et plus a atteint 18,7 % (Office fédéral de la statistique, 2019a).

#### **Sécurité et loyauté**

La situation politico-économique mondiale actuelle est marquée par de nombreuses crises, liées notamment au terrorisme, au Brexit et à la pandémie de Covid-19.

Dans ce contexte, les statistiques montrent que si les Européens continuent de voyager à l'étranger, ils ont tendance à favoriser les destinations réputées stables et sûres, telles que la Suisse (Frick & Bosshart, 2010; IPK International, 2020). Selon les dernières analyses d'IPK International (2020), les touristes européens préfèrent même parfois passer des vacances dans leur pays de résidence, plutôt que de partir à l'étranger. Cette tendance se vérifie tout particulièrement en Suisse. En effet, si l'on considère les statistiques hôtelières des dix dernières années, la demande indigène affiche une stabilité certaine (Office fédéral de la statistique, 2019b). On peut donc estimer que les Suisses sont loyaux à leur pays lorsqu'il s'agit de choisir une destination de vacances (Huser, 2016). La stabilité, la sécurité et la propreté de la Suisse constituent une valeur ajoutée et un avantage concurrentiel clair (Frick & Bosshart, 2010).

La pandémie du Covid-19 montre toutefois que la Suisse n'est pas à l'abri des crises sanitaires et de leurs conséquences économiques. Néanmoins, elle démontre également que les acteurs touristiques suisses font preuve d'une grande capacité d'adaptation pour accueillir les visiteurs en tenant compte des précautions sanitaires. De plus, elle met en évidence que la demande du marché suisse reste forte, malgré cette crise sanitaire, en particulier pour les régions de montagne et de campagne telles que la destination Jura & Trois-Lacs. En effet, au mois de juillet 2020, l'hôtellerie de la région Jura & Trois-Lacs a enregistré un record de 71'502 nuitées, soit une hausse de 20.8 % par rapport au même mois en 2019 (Observatoire du tourisme de Jura & Trois-Lacs, 2020; Observatoire valaisan du tourisme, 2020).

### **City trips et durée moyenne des séjours**

Les statistiques mondiales du tourisme montrent que les voyages à destination des villes sont en pleine croissance et atteignent désormais 33 % de part du marché des vacances. Cette croissance est dopée par les vols low-cost et les propositions d'hébergement à bas prix. Les principaux éléments que les consommateurs de city trips recherchent semblent être les mêmes à travers le monde: découvrir la ville, profiter de l'ambiance urbaine, faire du shopping, profiter des nombreuses possibilités de restauration et visiter des attractions culturelles (IPK International, 2016). Un des attraits des city trips est aussi certainement la facilité et la rapidité du processus de planification et d'achat: les consommateurs n'ont besoin que d'acheter un billet d'avion et de réserver un lieu d'hébergement, car ils savent qu'ils trouveront facilement sur place ce qu'ils recherchent.

Au niveau suisse, cette tendance est également constatée avec une augmentation importante des nuitées hôtelières pour la plupart des régions citadines, la région zurichoise en tête avec une hausse de 884 000 nuitées (+16,4%) entre 2014 et 2018 (Office fédéral de la statistique, 2020a).

La forte croissance des city trips va de pair avec la tendance des consommateurs suisses et étrangers à voyager plus souvent mais moins longtemps (Longaretti, 2015).

Nous ne disposons pas du recul nécessaire pour déterminer si la crise actuelle du Covid-19 inversera cette tendance sur le moyen et le long terme, ni si la demande continuera de croître pour les régions rurales offrant de grands espaces, au détriment des villes. Les destinations de montagne et de campagne doivent dans tous les cas tenir compte du fait que les visiteurs s'attendent à pouvoir accéder facilement, à la campagne comme en ville, à un aperçu complet des prestations offertes et à des processus de réservation optimisés.

## **Envie de nature**

De plus en plus de personnes habitent dans des zones urbaines. En effet, 55% de la population mondiale vivait dans des zones urbaines en 2018, alors que ce pourcentage n'était que de 30% en 1950. En Suisse, 74% de la population vit actuellement en zone urbaine et les prévisions indiquent que ce taux atteindra même 81% en 2050 (United Nations, 2019).

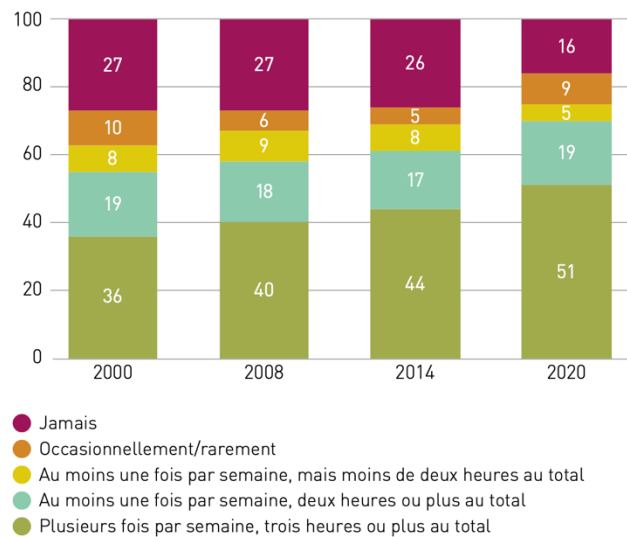
Or, plus la population urbaine est nombreuse, plus son quotidien s'éloigne de la nature et plus elle aspire à celle-ci. En d'autres termes, l'urbanisation croissante engendre un besoin accru de nature, d'espace de loisirs en plein air et d'authenticité (Frick & Bosshart, 2010).

Une étude menée par Suisse Mobile confirme cette affirmation: l'attrait du paysage constitue la première motivation des randonneurs, des cyclistes et des vététistes. En outre, la découverte de la nature est le second critère des randonneurs lorsqu'ils choisissent un itinéraire (Lamprecht et al., 2020; Stadtherr & Capirone, 2015).

## **Importance du sport**

Comme évoqué au chapitre 3.3., la population suisse est très sportive: 51% des Suisses pratiquent une activité sportive plusieurs fois par semaine et comptabilise ainsi au minimum trois heures d'activité hebdomadaire.

La figure ci-dessous montre que l'activité sportive de la population suisse a fortement progressé depuis 2000. La part des personnes qui se qualifient de non sportives a, elle, diminué significativement, passant de 27% à 16%.



*Figure 4: Activité sportive en fonction de la fréquence et de la durée en 2000, 2008, 2014 et 2020 (en % de la population résidante suisse âgée de 15 ans ou plus). Source: Lamprecht et al., 2020*

La santé, le bien-être, le plaisir de bouger et la possibilité d’être dans la nature sont les principales motivations de la quasi-totalité des sportifs (Lamprecht et al., 2020).

Comme illustré sur la figure 4, le top 5 des sports préférés des Suisses comprend la randonnée pédestre, le cyclisme, la natation, le ski et le jogging, soit 4 sports sur 5 que l’on peut pratiquer à La Brévine. La randonnée a connu un véritable boom ces dernières années et elle est désormais pratiquée par plus d’un Suisse sur deux. Le cyclisme, la natation et le jogging drainent eux aussi de plus en plus de pratiquants. Les Suisses sont souvent polysportifs, puisqu’ils pratiquent en moyenne aujourd’hui 4,5 sports différents (Lamprecht et al., 2020).

La randonnée est pratiquée en moyenne 15 jours par an, le cyclisme 40 et le VTT 25.

|                                                  | Citations<br><br>(en % de la population) | Evolution de<br>2014 à 2020<br><br>(en points de pourcentage) | Fréquence de<br>la pratique<br><br>(nombre moyen de jours par an) | Age moyen<br><br>(nombre d'années) | Part de femmes<br><br>(en %) | Pratiqué<br>comme sport principal<br><br>(en % de la population) |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Randonnée pédestre, randonnée en montagne        | 56,9                                     | 12,6                                                          | 15                                                                | 50                                 | 53                           | 10,8                                                             |
| Cyclisme (hors VTT)                              | 42,0                                     | 2,9                                                           | 40                                                                | 47                                 | 50                           | 6,9                                                              |
| Natation                                         | 38,6                                     | 2,7                                                           | 20                                                                | 46                                 | 55                           | 2,9                                                              |
| Ski (hors randonnée à skis)                      | 34,9                                     | -0,5                                                          | 8                                                                 | 44                                 | 44                           | 1,7                                                              |
| Jogging, course à pied                           | 27,0                                     | 3,2                                                           | 50                                                                | 41                                 | 49                           | 10,0                                                             |
| Fitness, individuel ou collectif                 | 17,2                                     | -1,2                                                          | 80                                                                | 44                                 | 54                           | 7,7                                                              |
| Musculation, body-building                       | 13,3                                     | 8,3                                                           | 90                                                                | 39                                 | 49                           | 5,2                                                              |
| Yoga, Pilates, Body-Mind                         | 12,9                                     | 5,7                                                           | 50                                                                | 49                                 | 80                           | 4,8                                                              |
| Danse                                            | 11,4                                     | 3,5                                                           | 10                                                                | 46                                 | 72                           | 1,3                                                              |
| Gymnastique                                      | 8,7                                      | -1,0                                                          | 52                                                                | 58                                 | 68                           | 3,8                                                              |
| VTT                                              | 7,9                                      | 1,6                                                           | 25                                                                | 45                                 | 24                           | 2,0                                                              |
| Football                                         | 7,7                                      | -0,2                                                          | 30                                                                | 33                                 | 11                           | 3,2                                                              |
| Randonnée à skis/en snowboard, raquettes à neige | 6,5                                      | 2,6                                                           | 5                                                                 | 48                                 | 45                           | 0,2                                                              |
| Luge, bob                                        | 5,8                                      | 2,5                                                           | 2                                                                 | 41                                 | 63                           | 0,0                                                              |
| Tennis                                           | 5,4                                      | 0,2                                                           | 25                                                                | 45                                 | 30                           | 1,7                                                              |
| Ski de fond                                      | 5,3                                      | 1,2                                                           | 6                                                                 | 51                                 | 50                           | 0,2                                                              |
| Snowboard (hors randonnée)                       | 5,3                                      | 0,3                                                           | 6                                                                 | 31                                 | 40                           | 0,1                                                              |
| Walking, nordic walking                          | 5,1                                      | -2,4                                                          | 50                                                                | 56                                 | 76                           | 1,8                                                              |
| Escalade, alpinisme                              | 3,5                                      | 1,3                                                           | 10                                                                | 35                                 | 42                           | 0,7                                                              |
| Badminton                                        | 3,1                                      | -0,1                                                          | 10                                                                | 37                                 | 43                           | 0,5                                                              |
| Volleyball, beach-volley                         | 2,8                                      | 0,0                                                           | 20                                                                | 34                                 | 51                           | 0,8                                                              |
| Sports de combat, autodéfense                    | 2,5                                      | 0,0                                                           | 61                                                                | 32                                 | 33                           | 1,4                                                              |
| Tennis de table                                  | 2,3                                      | 1,4                                                           | 5                                                                 | 40                                 | 33                           | 0,1                                                              |
| Golf                                             | 2,3                                      | 0,4                                                           | 30                                                                | 56                                 | 34                           | 1,1                                                              |
| Planche à voile, kitesurf                        | 2,1                                      | 1,6                                                           | 7                                                                 | 37                                 | 41                           | 0,1                                                              |
| Patinage                                         | 2,1                                      | 0,8                                                           | 2                                                                 | 39                                 | 61                           | 0,1                                                              |
| Equitation, autres sports équestres              | 2,0                                      | 0,2                                                           | 80                                                                | 39                                 | 73                           | 1,0                                                              |
| Aqua-Fitness                                     | 2,0                                      | 0,1                                                           | 40                                                                | 59                                 | 89                           | 1,0                                                              |
| Inline-skating, patinage sur roulettes           | 2,0                                      | -1,0                                                          | 5                                                                 | 38                                 | 52                           | 0,1                                                              |
| Basketball                                       | 1,8                                      | 0,2                                                           | 20                                                                | 29                                 | 18                           | 0,4                                                              |
| Unihockey                                        | 1,7                                      | 0,1                                                           | 30                                                                | 31                                 | 18                           | 0,6                                                              |
| Squash                                           | 1,6                                      | 0,2                                                           | 10                                                                | 36                                 | 26                           | 0,2                                                              |
| Tir                                              | 1,3                                      | 0,2                                                           | 20                                                                | 43                                 | 19                           | 0,4                                                              |
| Voile                                            | 1,1                                      | 0,0                                                           | 10                                                                | 49                                 | 20                           | 0,1                                                              |
| Hockey sur glace                                 | 1,1                                      | -0,1                                                          | 15                                                                | 34                                 | 7                            | 0,3                                                              |
| Aviron                                           | 0,9                                      | 0,3                                                           | 35                                                                | 46                                 | 27                           | 0,3                                                              |
| Plongée                                          | 0,9                                      | 0,1                                                           | 8                                                                 | 46                                 | 33                           | 0,0                                                              |
| Canoë, descentes d'eaux vives                    | 0,7                                      | 0,5                                                           | 4                                                                 | 41                                 | 33                           | 0,1                                                              |
| Athlétisme                                       | 0,6                                      | 0,0                                                           | 50                                                                | 28                                 | 41                           | 0,2                                                              |
| Handball                                         | 0,4                                      | 0,1                                                           | 40                                                                | 27                                 | 30                           | 0,2                                                              |
| Autres sports collectifs                         | 2,0                                      | 1,1                                                           | 35                                                                | 43                                 | 20                           | 0,7                                                              |
| Autres sports d'aventure                         | 2,2                                      | 1,0                                                           | 15                                                                | 34                                 | 28                           | 0,2                                                              |
| Autres sports d'endurance                        | 1,3                                      | 0,7                                                           | 24                                                                | 41                                 | 38                           | 0,3                                                              |
| Autres sports                                    | 3,5                                      | 1,8                                                           | 28                                                                | 42                                 | 25                           | 0,8                                                              |

*Figure 5: Pratique des différents sports en Suisse (population résidente âgée de 15 ans ou plus). Source: Lamprecht et al., 2020*

L'étude révèle que 30% de la population suisse a réalisé des vacances sportives au cours des douze derniers mois. Cette proportion s'élève même à 35% chez les Suisses alémaniques. Ont été comptabilisés tous les séjours comportant au moins une nuitée en dehors du domicile et mettant les activités sportives au premier plan.

Sur l'ensemble de la population résidant en Suisse, les vacances sportives représentent en moyenne 4,4 nuitées par habitant et par an, à raison de 2,3 nuitées en Suisse et de 2,1 à l'étranger (Lamprecht et al., 2020)

Par ailleurs, l'étude indique que les Suisses consacrent en moyenne CHF 580.- par année pour des vacances sportives, un budget qui comprend non seulement les activités physiques, mais également les frais de voyage, d'hébergement et de repas (Lamprecht et al., 2020).

Les sports les plus pratiqués en vacances sont sans conteste le ski et la randonnée. Bien après, on trouve le cyclisme, la natation, la course à pied, le VTT et le snowboard, qui sont pratiqués par 2% à 5% de la population dans le cadre de vacances (Lamprecht et al., 2020).

Les résultats de cette étude, synthétisés ci-dessus, et combinés au fait que le marché suisse est le marché source principal de la Vallée de La Brévine, tendent à indiquer que l'offre sportive présente un potentiel de développement non négligeable pour la région. Des services supplémentaires devraient néanmoins être mis en place pour garantir l'attractivité de l'offre et sa compétitivité face à ses concurrents. On peut citer par exemple:

- la possibilité de louer des vélos (électriques) et des VTT (électriques);
- le renforcement du réseau d'itinéraires pédestres et cyclistes balisés;
- le renforcement du réseau équestre et des services y associés;
- le développement de services complémentaires pour les sportifs et l'amélioration de leur visibilité (local pour entretenir et entreposer le matériel, réparation des vélos, pique-niques, accompagnateurs de randonnée, etc.);
- le déneigement du lac lorsqu'il est gelé pour permettre le patinage;
- l'enneigement d'une piste de ski de fond à l'aide de moyens mécaniques, afin de garantir une meilleure régularité de l'offre.

### **Dérèglement climatique**

Les changements climatiques représentent l'un des défis à relever pour les prestataires touristiques et les collectivités publiques suisses (Clivaz et al., 2015; Müller & Weber, 2008). Ce défi est particulièrement marqué dans les régions traditionnellement orientées vers le tourisme hivernal et situées à basse altitude. En effet, les modèles de climat montrent que les précipitations hivernales et les températures vont augmenter en Suisse. Or, dans les régions de faible altitude, les précipitations se traduiront plus souvent par de la pluie que par de la neige. Par conséquent, l'enneigement ne sera

plus garanti dans les stations de basse et moyenne altitude. Cette évolution pose un problème particulièrement aigu dans les Préalpes fribourgeoises et vaudoises, ainsi que dans l'Arc jurassien, où le tourisme journalier (excursionnistes) est important (Brändle Schlegel, Caprarese, & Roggo, 2011; Clivaz et al., 2015; Klein, Vitasse, Rixen, Marty, & Rebetez, 2016). Le changement climatique peut toutefois représenter une opportunité pour la Suisse: les régions de montagne et des lacs doivent se positionner de plus en plus comme des lieux de fraîcheur estivale, contrastant avec la chaleur des villes et du bassin méditerranéen. D'autant plus que dans les années à venir, la saison d'été mesurée en tant que nombre de jours de chaleur tendra à s'allonger (Clivaz et al., 2015; Frick & Bosshart, 2010).

La Vallée de La Brévine pourrait tirer profit de ces changements climatiques, puisqu'elle devrait pouvoir continuer à proposer un climat particulièrement froid en hiver (Klein et al., 2016; Rebetez et al., s.d.). De plus, l'allongement de la saison d'été permettra de bénéficier d'un plus grand nombre de jours d'exploitation pour les acteurs de la Vallée.

Selon les prévisions, d'ici 2025, 18 milliards de personnes vivront dans un pays ou une région de rareté absolue de l'eau. En conséquence, la perception et la valeur accordée à l'eau se modifieront: pluie et eau douce deviendront plus précieuses (Frick & Bosshart, 2010), ceci constituant également une perspective d'attractivité renforcée de la Vallée.

### **Sensibilité au développement durable**

De récentes études montrent que la majorité des voyageurs sont désormais sensibles à la durabilité dans leurs choix en matière de voyage. Si les Suisses continuent de beaucoup voyager à l'étranger, les séjours en Suisse, qui permettent de limiter considérablement l'impact environnemental lié aux transports, ont aussi la cote (Kutschera & Silva, 2020).

Les conséquences désastreuses de l'overtourisme, telles que la destruction de la biodiversité, l'augmentation des loyers pour les résidents ou encore les dommages portés au patrimoine bâti, etc. sont aujourd'hui connues du grand public. Les exemples de Barcelone ou de Venise, qui font souvent la une de l'actualité ont provoqué une réelle prise de conscience chez une partie importante des voyageurs. Par conséquent, ceux-ci souhaitent voyager d'une façon plus durable et privilégient les destinations qui offrent une expérience de qualité («Defining Travel in 2020», 2020).

L'offre actuelle de la Vallée de La Brévine répond, en partie, à cette attente des visiteurs. En effet, la majorité des acteurs touristiques, l'office du tourisme, ainsi que les autorités communales et

cantoniales, valorisent l'économie présentielle et sont sensibles à la préservation de la biodiversité.

Néanmoins, la Vallée de La Brévine doit encore trouver des solutions pour gérer les flux de visiteurs lors des jours de forte affluence autour du Lac des Taillères. Les mesures mises en place doivent permettre d'assurer non seulement la satisfaction des visiteurs et la qualité de vie de la population locale, mais également de préserver la biodiversité. Comme déjà mentionné dans ce rapport, le réseau des transports publics devrait aussi être renforcé pour mieux répondre aux attentes des visiteurs en matière de mobilité durable.

### **Individualisation de la demande et des expériences**

Si l'on pouvait autrefois identifier les besoins de la clientèle en se basant essentiellement sur des variables sociodémographiques, la demande tend à s'individualiser et les modes de vie se déclinent à l'infini. L'exemple des baby-boomers illustre bien cette tendance.

Les baby-boomers nés entre 1946 et 1964 atteignent progressivement l'âge de la retraite. Contrairement aux générations précédentes, ils restent en bonne santé bien après 70 ans et ils ont du temps, de l'argent et de l'énergie. Il faut cependant se garder de considérer les baby-boomers comme un segment homogène: leurs désirs et leurs besoins sont tout autant variés que ceux du reste de la population. Ils refusent d'être considérés comme des seniors et recherchent avant tout des offres de qualité et sur mesure («Defining Travel in 2020», 2020; Frick & Bosshart, 2010).

Le chapitre 3 met en évidence la diversité de la demande des publics cibles de la Vallée de La Brévine.

### **Sensibilité aux prix**

Les consommateurs ont pris conscience des prix, dans le secteur du voyage - en témoigne notamment le nombre de comparateurs de prix sur Internet pour les hôtels, les vols ou les voitures de location par exemple. Les consommateurs ont ainsi tendance à choisir des voyages moins chers et plus courts, mais à voyager plus fréquemment (Brändle Schlegel et al., 2011).

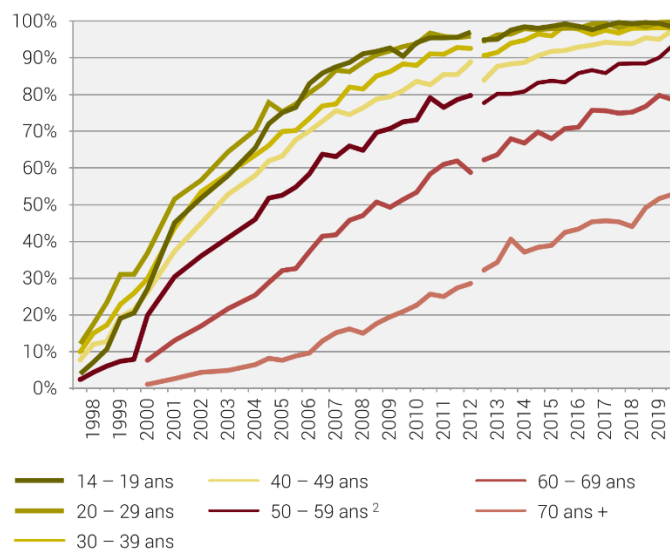
### **Technologies de l'information et de la communication (TIC)**

Internet et les nouvelles technologies ont désormais une place prépondérante dans notre quotidien. En Suisse, plus de 80% de la population âgée de 14 ans et plus utilisent Internet régulièrement, plusieurs fois par semaine. Comme présenté sur la figure 3, l'utilisation d'Internet dépend de l'âge, mais elle continue de progresser dans toutes les catégories, y compris chez les plus de 70 ans (Office

fédéral de la statistique, 2020c).

### Utilisation d'internet en Suisse selon l'âge, évolution <sup>1</sup>

Utilisateurs réguliers (CRU) en % des individus de 14 ans et plus



<sup>1</sup> Pour des raisons méthodologiques, les résultats dès l'automne 2012 ne peuvent être comparés à ceux des études antérieures. La comparaison avec les années à venir est par contre possible.

<sup>2</sup> 50 ans et plus pour les années 1997-1999

*Figure 6: Utilisation d'Internet en Suisse selon l'âge. Source: Office fédéral de la statistique, 2020c*

Les TIC présentent des défis et des opportunités sans précédent pour l'industrie du tourisme. Elles ont un impact grandissant sur de nombreux aspects du travail des prestataires touristiques, notamment sur le management stratégique et opérationnel, la gestion des recettes, le marketing, le service à la clientèle, les ressources humaines et la formation continue, la sécurité et les réservations (Law, Buhalis, & Cobanoglu, 2014).

Elles influencent aussi le comportement des consommateurs avant, pendant et après leur séjour ou leur excursion. Les sources d'informations sont aujourd'hui innombrables et il est bien souvent difficile pour les consommateurs de trouver des informations fiables et utiles au bon moment. Internet joue ici une place prépondérante, puisque on estime que plus de 80% des hôtes utilisent Internet pour chercher un hôtel, par exemple (Law et al., 2014).

Dans cette perspective, plusieurs éléments relatifs aux TIC doivent être relevés car ils influencent le comportement des consommateurs d'aujourd'hui et de demain en matière de vacances.

#### *Réseaux sociaux et sites d'évaluation*

En 2019, 49% de la population indiquent être active sur les réseaux sociaux, soit la même proportion que celle observée en 2017 (Office fédéral de la statistique, 2020c).

Les réseaux sociaux sont non seulement des sources d'informations touristiques pour les consommateurs, mais aussi des lieux où ils peuvent s'exprimer et partager leurs expériences. Les commentaires et évaluations partagés sur les réseaux sociaux et les sites d'évaluation jouent un rôle significatif dans le processus de décision, mais aussi sur les attentes des clients. Il faut souligner que leurs contenus sont référencés par les moteurs de recherche. Il est donc crucial pour les prestataires touristiques d'être présents et actifs sur les médias sociaux (Law et al., 2014).

#### *Appareils mobiles et réservation sur place*

Les appareils mobiles, notamment les smartphones, sont de plus en plus utilisés pour se connecter à Internet. En 2018, plus de 80% des internautes suisses se connectaient à Internet hors de la maison ou de leur lieu de travail (Office fédéral de la statistique, 2020c).

48% des réservations pour les activités de sports, de loisirs ou culturelles ont lieu alors que le visiteur se trouve déjà dans la destination. Google a ainsi pu analyser que les recherches d'activités «à proximité» ont augmenté de 600% entre 2017 et 2019.

Les appareils mobiles renforcent la tendance des visiteurs à réserver leurs activités au dernier moment, en fonction de la météo et des envies du jour (Kutschera & Silva, 2020).

#### *E-commerce*

Le commerce en ligne est en pleine croissance et comme présenté sur le graphique ci-dessous, les dépenses des ménages suisses réalisées en ligne augmentent chaque année. En une décennie, elles sont passées de 1 milliard de francs en 2004 à plus de 8 milliards en 2015. Plus d'un quart de ce budget est dédié aux vacances (Office fédéral de la statistique, 2018).

### e-commerce: dépenses annuelles des ménages privés effectuées sur internet, 2004-2015

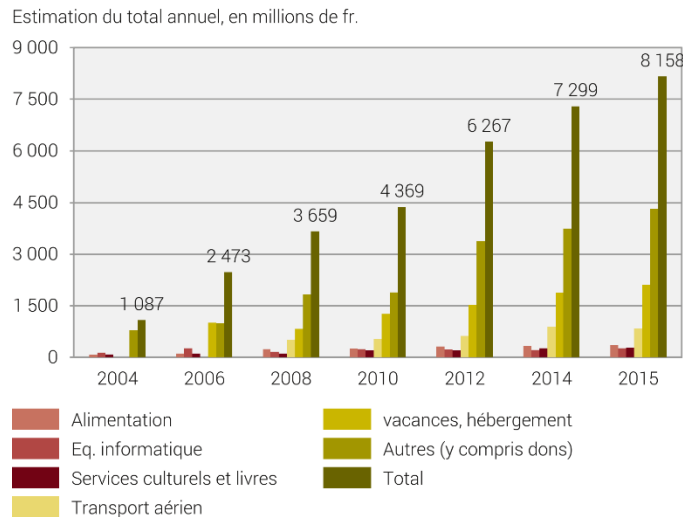


Figure 7: E-Commerce: dépenses annuelles des ménages privés effectuées sur Internet (2004-2015). Source: Office fédéral de la statistique, 2018

Les statistiques indiquent qu'en 2019, 50% des Suisses achètent leurs séjours en ligne et que 53,4% achètent leurs billets de transport en ligne (Office fédéral de la statistique, 2020c).

Ces chiffres soulignent l'importance pour les acteurs touristiques de la Vallée de La Brévine d'être présents en ligne, et de proposer des services de réservation digitaux.

#### Réalité virtuelle et réalité augmentée

Les TIC ont permis le développement de nouvelles expériences touristiques grâce notamment à l'immersion virtuelle et à la réalité augmentée. Ces expériences sont souvent participatives et la technologie peut être un médiateur ou une expérience en soi (Neuhofer, Buhalis, & Ladkin, 2013).

En résumé, les TIC ont révolutionné la façon de planifier les loisirs, de gérer les affaires, ainsi que la façon dont les expériences et les services touristiques sont créés et consommés. Et cette tendance s'accroîtra à l'avenir, apportant son lot de nouvelles opportunités et de challenges (Neuhofer et al., 2013).

## 4.2 Confrontation de l'offre actuelle aux tendances

|   | Tendances                               | Situation actuelle dans la Vallée de La Brévine                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Evolution démographique                 | Grâce à sa riche offre gastronomique et son vaste réseau de sentiers pédestres et cyclistes pour tous niveaux, la Vallée de La Brévine jouit de services adaptés aux besoins des seniors.<br>Néanmoins, l'absence de point de location de vélos (électriques) et l'accessibilité limitée en transports publics peuvent constituer des freins à l'attractivité de la Vallée de La Brévine pour cette clientèle.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2 | Sécurité et loyauté                     | La Vallée de La Brévine bénéficie de la bonne réputation de la Suisse en matière de sécurité, de stabilité politique et de propreté, ce qui lui confère un avantage incontestable sur certains de ses concurrents.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 3 | City trips et durée moyenne des séjours | Le succès des city trips représente un double défi pour le secteur touristique de la Vallée de La Brévine. En premier lieu, ces voyages à prix très attractifs sont une concurrence directe pour les excursions et les courts séjours passés dans la Vallée de La Brévine et dans la destination Jura & Trois-Lacs de façon générale. En second lieu, ils impliquent que les consommateurs sont habitués à effectuer des processus de décision rapides, rendus possibles par des plateformes d'information et de réservation qui synthétisent les informations utiles, offrent des suggestions classées selon les préférences et les habitudes des clients et proposent des systèmes de réservation simples, rapides et efficaces.<br>Pour être compétitif sur le moyen et long terme, la Vallée de La Brévine doit s'adapter à cette évolution du comportement des consommateurs en proposant par exemple une plateforme permettant la réservation des prestations en ligne. |
| 4 | Envie de nature                         | La nature, intacte et préservée, est l'une des grandes forces de la Vallée de La Brévine, qui dispose de sites naturels d'exception.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 5 | Importance du sport                     | Les deux sports préférés des Suisses, principal marché source de la Vallée de La Brévine, sont la randonnée et le vélo. Or la Vallée propose un réseau étendu de sentiers pédestres et cyclistes balisés Suisse Mobile. Cette offre pourrait néanmoins être renforcée par des services complémentaires tels que la location et la réparation des vélos.<br>La tranquillité et les grands espaces de la Vallée pourraient être propices au développement de séjours proposant des activités sportives appréciées des Suisses tels que le yoga, le pilates ou le body-mind.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 6 | Changements climatiques                 | <b>Avec son climat tempéré, ses forêts et son Lac des Taillères, la Vallée de La Brévine possède plusieurs atouts de choix pour la saison estivale. Elle doit cependant se préparer à la concurrence des stations alpines qui tendent à orienter le développement de leurs activités touristiques sur la saison d'été.</b><br><b>Pour la saison d'hiver, la Vallée de La Brévine pourrait profiter de sa situation géographique exceptionnelle, qui impliquerait qu'elle pourrait continuer à profiter de températures froides sur le moyen terme.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|    |                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7  | Sensibilité au développement durable                       | <p>L'offre gastronomique locale de la Vallée de La Brévine et la valorisation des paysages naturels et de la mobilité douce constituent des atouts pour attirer des visiteurs de plus en plus sensibles au développement durable.</p> <p>Des efforts doivent être consentis pour améliorer l'accueil et la gestion des visiteurs autour du Lac des Taillères, afin de préserver cette ressource naturelle et la biodiversité locale, ainsi que la qualité de vie des habitants de la Vallée.</p> <p>Le développement des transports publics serait également souhaitable pour répondre aux attentes des touristes et des excursionnistes.</p> |
| 8  | Individualisation de la demande                            | <p>Bien que les petites structures touristiques de la Vallée de La Brévine permettent une grande flexibilité, se concocter un programme sur mesure constitue à l'heure actuelle une démarche gourmande en temps pour le consommateur, ce qui peut représenter un obstacle important au processus de décision.</p> <p>La Vallée de La Brévine gagnerait donc à améliorer la visibilité et la coordination de son offre touristique.</p>                                                                                                                                                                                                        |
| 9  | Sensibilité aux prix                                       | <p>Si en comparaison internationale les prix de la restauration, des hébergements et des activités sont relativement élevés en Suisse, les prix pratiqués dans la Vallée de La Brévine sont très concurrentiels en comparaison avec les régions urbaines et alpines.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 10 | Technologies de l'information et de la communication (TIC) | <p>Réseaux sociaux, sites d'évaluation, appareils mobiles, e-commerce, réalité virtuelle et réalité augmentée: rares sont les prestataires touristiques de la Vallée de La Brévine qui ont embrassé les nouvelles technologies de la communication et de l'information et intégré les nouveaux outils à leur stratégie marketing, par manque de temps, de connaissances ou de ressources financières.</p> <p>Des efforts importants doivent être consentis pour améliorer la proactivité des prestataires touristiques de la Vallée de La Brévine dans ce domaine.</p>                                                                        |

**SYNTHESE:** en confrontant l'offre actuelle de la Vallée aux dix tendances les plus marquées du développement touristique, il est important de souligner que, sur quatre points d'importance (2, 4, 6 et 9), l'offre correspond parfaitement aux attentes.

Cinq autres points (1, 3, 5, 7 et 8) apparaissent comme adéquats mais mériteront une attention particulière, voire des adaptations, notamment concernant la préservation du paysage et de la nature et la facilitation de l'accès à l'information pour le visiteur, via des moyens digitaux.

Enfin, le dixième point relatif aux TIC (10) nécessitera un effort important, car il s'agit non seulement de rendre l'offre de la Vallée de La Brévine visible par les moyens actuels, mais également de structurer l'organisation des prestations à l'aide de TIC, et d'utiliser celles-ci à des fins de bonne gouvernance.

## 5 Une vision pour la Vallée de La Brévine

### 5.1 Vision

Tout comme l'exprime le Masterplan de la société de marketing Jura & Trois-Lacs (2014), la vision d'une organisation se situe en amont des objectifs à atteindre et de la stratégie à mettre en œuvre. Elle représente la perception d'un futur souhaité. La vision est la première étape dans la construction d'une culture commune. Elle doit être générale et ne pas se focaliser sur des détails, car elle doit servir de guide à tous les acteurs touristiques de la Vallée de La Brévine pour que ceux-ci puissent évoluer de façon cohérente, avec une mission commune. La vision doit donc être durable dans le temps et ne pas faire l'objet de modifications continues. En outre, elle doit mettre en exergue les avantages compétitifs de la Vallée de La Brévine pour répondre à la demande de ses publics-cibles et se différencier (Kotler et al., 2010).

Notre vision est proposée ici sous forme de slogan:

**VISION – SLOGAN:** avec l'aide des NTIC pour la promotion et la gestion de l'offre, exploiter la diversité de l'offre sportive de plein air liée aux grands espaces naturels tout en veillant à la préservation de ceux-ci et à la promotion des produits du terroir nés de cet environnement, et renforcer l'offre à l'attention des familles pour augmenter la valeur ajoutée du tourisme dans la Vallée de La Brévine, en plaçant le client au centre des priorités.

### 5.2 Unique Selling Proposition (USP)

L'USP de la Vallée de La Brévine est un élément unique et différenciateur de la destination, qui lui permettra de bénéficier d'un avantage compétitif sur ses concurrents en créant une expérience unique pour le client et en y ajoutant une dimension émotionnelle. Elle a été déterminée suite aux travaux du groupe de pilotage, à l'analyse de la thématique du froid (voir plus loin) et à l'impact du record de froid - toujours visible dans les médias plus de 30 ans après le record de température négative qu'a connu la Vallée. Confirmée lors d'entretiens menés avec les principaux acteurs du tourisme de la Vallée, puis débattue par plusieurs experts du tourisme lors d'ateliers, **l'USP de la Vallée de La Brévine est le froid.**

A noter que le froid constitue non seulement l'USP de la Vallée de La Brévine, mais figure également comme thème prioritaire du "Domaine d'action stratégique (DAS)" "Nature" du Masterplan de la destination Jura & Trois-Lacs.

Afin de renforcer cette USP, nous proposons plus loin de la considérer comme un véritable **patrimoine**.

**SYNTHESE:** qu'il s'agisse de la promotion, de la consolidation ou du développement de l'offre touristique, le froid devra "imprégner" le visiteur dès le moment de la planification de son séjour dans la région et jusqu'à son retour chez lui, où le souvenir d'expériences vécues, les photos ramenées de la Vallée ainsi que les objets-souvenirs ou les produits du terroir devront encore évoquer en lui cette USP. Bien entendu, lors de son séjour dans la Vallée de La Brévine, le visiteur aura également l'occasion de ressentir, par contraste, la chaleur de l'accueil des prestataires touristiques comme des habitants!

## 6 Principales opportunités touristiques

Le diagnostic établi pour la Vallée de La Brévine, ainsi que la vision qui s'en dégage (voir chapitres précédents), nous permettent d'identifier trois grandes opportunités touristiques, dont il s'agit de se saisir.

Les deux premières de ces opportunités sont constituées par deux publics-cibles, les familles et les sportifs, alors que la troisième concerne le thème du froid. Rappelons que ces opportunités devront, selon la vision que nous proposons, être fortement soutenues par le développement de moyens de promotion, de communication et d'organisation issus du domaine des TIC.

### 6.1 Deux public-cibles: les familles et les sportifs

Les publics-cibles mentionnés étant désormais confirmés par le diagnostic présenté précédemment, nous n'entendons pas ici approfondir les propositions, mais bien les synthétiser en une liste non exhaustive.

#### **SYNTHESE:**

**Les familles constituent un public-cible à chouchouter**, objectif qui pourrait se concrétiser par les actions suivantes:

- améliorer et développer l'hébergement dédié aux familles, ainsi que l'accueil. Le label de qualité délivré par la Fédération suisse du tourisme, "Family Destination", offre de belles perspectives et la Vallée se démarquerait dans la promotion de la destination car aucune autre région non alpine ne figure parmi les bénéficiaires de ce label. En termes d'accueil, être en mesure de proposer un dialogue de base en allemand fait aussi partie des idées qui devraient motiver les prestataires de la région: l'organisation de cours collectifs sur ce sujet pourrait être intéressante, ainsi que la prise d'option pour la traduction des sites et documents de promotion;
- développer davantage les activités "nature" pour tous les âges, en lien avec le Lac des Taillères en toutes saisons notamment;
- rechercher des partenaires susceptibles de développer des ateliers et des animations pour les familles (artisanat, soirées de contes, balades guidées, chasses au trésor, etc.);
- mettre en réseau les producteurs et artisans du terroir, pour offrir une palette de possibilités de

découvrir la vie de la ferme, la fabrication du fromage ou l'atelier de poterie, par exemple;

- développer des activités en intérieur (voir plus loin les propositions qui pourraient s'inscrire dans l'Hôtel-de-Ville de La Brévine par exemple) pour pallier aux jours de mauvais temps;

- organiser un système de baby-sitting lorsque les parents souhaitent faire une activité sportive ou prendre un repas en tête-à-tête;

- valoriser l'accessibilité des régions voisines et les offres et infrastructures complémentaires que proposent notamment le Val-de-Travers et la Métropole horlogère: en jouant sur cette complémentarité plutôt que sur la concurrence, il est certainement possible d'encourager les familles à envisager de plus longs séjours dans la Vallée;

- etc.

**Le second public-cible constitué de sportifs exige quelques renforcements de l'offre actuelle**, même si le diagnostic a permis de voir que la proposition de base est déjà comme très bonne:

- développer des services complémentaires: cryothérapie, massage, etc.;

- en termes d'infrastructures, les étoffer de manière assez simple et mettre en évidence les possibilités de réparer, nettoyer et entreposer le matériel dans les hébergements ou auprès des prestataires de la Vallée;

- valoriser les activités d'itinérance (vélo, rando, VTT, cheval, ski de fond [également à roulettes], etc.), proposer des initiations et/ou des balades guidées;

- développer l'offre autour, sur et dans le Lac des Taillères, été comme hiver;

- etc.

Ces différentes propositions pour que les opportunités touristiques soient concrétisées dans la Vallée de La Brévine étant faites, il nous paraît désormais indispensable, à ce stade de l'analyse, d'effectuer une recherche plus approfondie autour de la thématique du froid.

## 6.2 Un thème, une USP: le froid

### Le froid, état des lieux

Si La Brévine détient le record du froid, cette caractéristique est présente plus largement dans tout l'Arc jurassien franco-suisse. Le patinage peut se pratiquer par exemple également sur le Lac de Joux (Vallée de Joux, CH), un espace des mondes polaires existe à Prémamanon (France) et nous reviendrons sur le cas de Mouthe, la "petite Sibérie française" située dans le Jura français. L'état des lieux ci-après se concentre uniquement sur la Vallée de La Brévine.

#### *Un intérêt médiatique et touristique*

La revue de presse réalisée par nos soins dénombre 56 articles ou reportages portant sur la thématique du froid à La Brévine. Cette revue de presse recense des articles de presse et reportages radio et TV francophones relatifs au thème du froid à La Brévine. Sans prétendre à l'exhaustivité, elle offre un aperçu global de l'intérêt médiatique lié au froid dans la Vallée. La revue est spécifiquement bien documentée à partir des années 2000 avec la numérisation des articles, les années 1970 à 1990 étant certainement lacunaires. Un approfondissement dans les médias germanophones pourrait également être pertinent.

| Médias nationaux       | 39 | Médias locaux                         | 15       |
|------------------------|----|---------------------------------------|----------|
| RTS                    | 15 | Arcinfo (Impartial)                   | 9        |
| Les archives de la RTS | 4  | BNJ (BNJ.TV, RFJ, RJB, RTN)           | 5        |
| 20 minutes             | 1  | La Salamandre                         | 1        |
| Le Matin               | 5  | <b>Médias internationaux</b>          | <b>2</b> |
| Migros Magazine        | 2  | France 5                              | 1        |
| Coopération Magazine   | 1  | Traverse Patrimoine (transfrontalier) | 1        |
| Le Temps               | 1  |                                       |          |
| La Liberté             | 3  |                                       |          |
| 24 heures              | 4  |                                       |          |
| Le Nouvelliste         | 1  |                                       |          |
| Tribune de Genève      | 2  |                                       |          |

Bien qu'imparfaite, il est possible de retenir plusieurs éléments de cette revue de presse. Tout d'abord, le nombre d'articles total est important (56) et le nombre de médias différents dont ils émanent également (19 si on différencie les radios régionales du groupe BNJ). Concernant le type de médias, relevons que les médias nationaux ont publié un nombre particulièrement important d'articles, ce qui montre bien l'intérêt pour cette thématique à cette échelle et est cohérent avec

l'analyse des publics-cibles précédemment faite, qui souligne bien que la plupart des touristes viennent de Suisse.

Concernant l'évolution par année, rappelons que nos données sont biaisées par la recherche qui a porté avant tout sur les articles numérisés, mais il est tout de même possible d'avancer une augmentation de l'intérêt à partir de 2010, ce qui peut également être lié à la première édition de la Fête du froid (2012) à laquelle sont consacrés un certain nombre d'articles (19 en tout). L'année la plus importante est pour l'instant 2019 avec 10 articles recensés. Notons que 2020 ne recense que les articles parus jusqu'au mois de juin

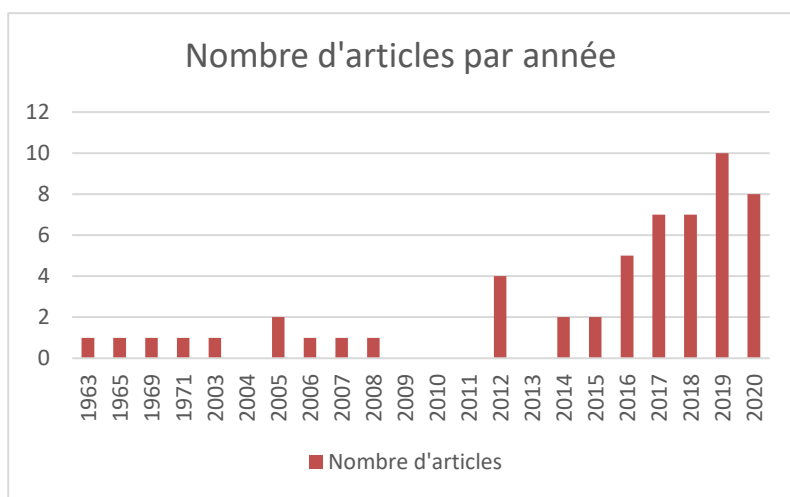


Figure 8: Nombre d'articles de presse parus. Source: Mamie Floriane (2020)

Concernant le contenu des articles et reportages, outre les articles consacrés à la Fête du froid, notons un intérêt des médias lorsque les températures sont spécifiquement froides... ou chaudes (exemples: *Encore plus froid à la Brévine*, RTS, 21.01.2019 et *Coup de chaud pour la Sibérie de la Suisse*, RTN, 27.06.2019). Une étude réalisée en 2016 par l'Université de Neuchâtel a également fait parler de La Brévine (exemple: *Pourquoi on grelotte tellement à La Brévine*, 03.02.2016, Tribune de Genève). Enfin, la présence de reportages RTS datant des années 1960 et 1970 témoigne d'un intérêt relativement ancien pour cette spécificité climatique et la manière dont les habitants la vivent (exemple: *Un hiver à La Brévine*, RTS, 26.01.1969). Nous reviendrons sur le contenu de ces reportages au chapitre *Patrimonialiser le froid, un plus pour le tourisme et le territoire*.

### Coup de chaud pour la Sibérie de la Suisse

Il n'avait jamais fait autant chaud un mois de juin à La Brévine. Le record, qui datait de mercredi, a été à nouveau battu jeudi. C'est la deuxième température la plus chaude de l'histoire pour le village



La maison de Commune de La Brévine. (photo archives)

### Encore plus froid à la Brévine ?



La Brévine, le 21 janvier 2019 (soundcloud.com)

La localité de la Brévine (NE) a enregistré le 19 janvier la température la plus basse en Suisse depuis le début de l'hiver, avec -28.4°C. Les thermomètres ont marqué une hausse depuis dimanche mais les dernières sorties de modèles montrent une nouvelle baisse dès le milieu de la semaine. Est-ce à dire que le record de la saison sera battu ? Les paris sont ouverts...

### Un hiver à La Brévine



A travers la Suisse Vidéo 7 min.

26 janvier 1969

La Suisse est belle



Figure 9: Reflets d'articles consacrés à la thématique du froid. Sources (de g. à d.): Coup de chaud pour la Sibérie de la Suisse, RTN, 26.06.2019; Encore plus froid à la Brévine, RTS, 21.01.2019; un hiver à La Brévine, RTS, 21.01.1969

### Des initiatives de valorisation du froid

Comme nous l'avons vu précédemment, l'inventaire de toutes les offres touristiques et événementielles a été réalisé, mettant en évidence une vie locale culturelle dynamique pour la taille de la Vallée (pour rappel: 1'429 habitants), particulièrement en été. Nous relevons ci-après celles qui sont directement et indirectement liées à la thématique du froid.

#### Offres directement liées à la thématique du froid

##### Patinage sur le Lac des Taillères gelé

Dans des conditions climatiques particulières, le Lac des Taillères gèle en hiver et se transforme en patinoire géante, attirant ainsi un nombre important de visiteurs. Les acteurs locaux proposent alors de la location de patins et diverses possibilités de restauration. La fréquence et la fréquentation sont difficiles à chiffrer car ils ne font pas l'objet de statistiques officielles; certaines personnalités du village tiennent cependant, de manière informelle, un suivi de l'activité sur le lac.

##### Itinérance

Comme présenté dans le diagnostic, la Vallée de La Brévine est un paradis pour les amateurs de ski de fond, raquettes et randonnées hivernales à pied (itinéraire damé et balisé) ou à cheval.

## La Fête du froid

Cette manifestation est organisée par l'Association Vallée de La Brévine; elle a lieu le premier samedi du mois de février, depuis 2012. Plusieurs activités, dont la plupart sont en lien avec le froid, sont proposées (marché de produits du terroir, traîneaux tirés par des chiens et des chevaux, sculptures sur neige, etc.). Elle est organisée à proximité du Lac des Taillères. Selon les statistiques fournies par Tourisme neuchâtelois, la fréquentation est passée de 300 personnes lors de la première édition à 6'000 personnes en 2019, en suivant une courbe de croissance régulière à l'exception de l'édition 2017 qui a marqué un creux avec 1'700 visiteurs, les conditions météo venteuses et clémentes (2°C) ayant eu cette année-là raison de plusieurs animations prévues, comme la démonstration de sculpture sur glace.



*Figure 10: Fête du froid 2019. Source: Association Vallée de La Brévine*

## Thermomètre géant

Le temple de La Brévine, situé au cœur du village, dispose d'un éclairage qui varie en fonction de la température (bleu pour les températures froides et rouge pour les températures élevées).

## Glacière de Monlési

Ce géotope est une salle naturelle remplie de glace toute l'année (dimensions de 40m X 29m et 15m de haut), située entre La Brévine et Fleurier sur le territoire de la Commune de Val-de-Travers. L'accessibilité à l'entrée de la glacière étant périlleuse (sentier très raide et échelle), pour accéder à l'intérieur de la glacière un équipement adapté est nécessaire. A des fins de préservation (la présence d'humains apportant de la chaleur, cela met en péril la conservation de la glace), il a été décidé de ne pas valoriser ce site touristiquement, même si sa présence constitue une pièce importante du panorama du froid dans la région.

## Informations sur le froid

Plusieurs éléments d'information sur le froid sont visibles sur le site de l'Association Vallée de La Brévine:

- souvenirs «Vallée de La Brévine»: bonnet, thermomètre et t-shirt en vente en ligne uniquement sur le site de l'Association Vallée de La Brévine;
- chemin des thermomètres: jeu de piste qui se termine par une fondue au chocolat, proposé de manière ponctuelle par Tourisme neuchâtelois.

Offres pré-existantes ou à consolider, permettant d'ancrer la thématique du froid

- randonnée à ski de fond;
- randonnée en raquettes;
- randonnée pédestre hivernale (piste damée à cet effet);
- location de matériel de sport (d'hiver);
- balades avec chiens de traîneaux;
- sculptures sur glace;
- téléski du Cerneux-Péquignot;
- Hôtel-de-Ville de La Brévine.

Au sujet de l'Hôtel-de-Ville, il est important de rappeler que cet hôtel-restaurant, dont la Commune de La Brévine est propriétaire, a été rénové par la Commune pour compléter l'offre jugée lacunaire en matière d'hôtellerie-restauration et dans la crainte qu'avec la fermeture d'autres établissements, le dynamisme local soit affecté. Comme nous l'avons vu, les réflexions liées à la rénovation ont été à l'origine de la réalisation du présent Plan directeur du tourisme, dans la perspective de mettre en place une stratégie touristique globale pour l'ensemble de la Vallée. Le bâtiment de l'Hôtel-de-Ville, de par son emplacement au centre du village et les volumes importants qu'il offre, est pressenti par la Commune pour jouer un rôle central dans la valorisation touristique du thème du froid. La grande salle du premier étage (pouvant accueillir de 80 à 100 personnes) pourrait notamment accueillir certains éléments du programme de valorisation du froid – voir plus loin.

### *Une marque: La Brévine, Sibérie de la Suisse*

En France, Hanus et Hanus (2016) mettent en évidence que le terme de *Sibérie française* est utilisé par les écrivains-voyageurs pour décrire plusieurs régions de France et ceci depuis 1800. De nos jours, ce terme est principalement utilisé pour caractériser le territoire jurassien.

L'origine même de l'expression *La Brévine, Sibérie de la Suisse* n'est pas connue des acteurs rencontrés dans le cadre de ce travail. Sa première utilisation visible figurait sur les panneaux autoroutiers indiquant la direction de la Vallée. Le logo ci-dessus avait été créé pour ces panneaux par Tourisme neuchâtelois. Désormais, la marque ainsi que le logo sont régulièrement utilisés par l'Association Vallée de La Brévine et Tourisme neuchâtelois. Des démarches sont en cours pour protéger le logo au nom de l'Association Vallée de La Brévine, mais pas pour la marque.

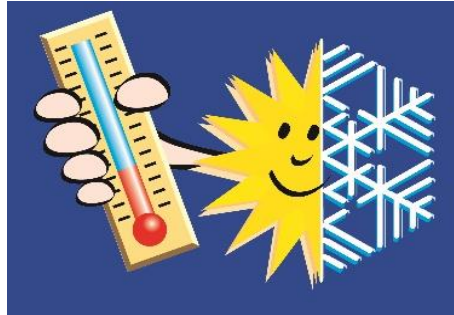


Figure 11: Logo "*La Brévine, Sibérie de la Suisse*". Source: Association Vallée La Brévine

En plus des offres touristiques, il est intéressant de noter également que la marque *Sibérie de la Suisse* et la thématique du froid (ou du chaud!) ont été reprises par les commerçants qui ont adopté le surnom et le déclinent par exemple dans les établissements et produits suivants:

- le Sybérien est un fromage à pâte mi-dure, spécialité de la fromagerie des Chaux (La Chaux-du-Milieu);
- Sibéria Sport est le nom du magasin d'articles de sport;
- Boucherie de la Sibérie, qui propose notamment le saucisson sibérien;
- Meubles et Brocante Alaska, magasin de meubles à La Brévine;
- Distillerie La Chaleureuse, fabrication d'absinthe.

Trois manifestations ont également adopté le terme de *Sibérie*:

- la Sibérienne (course de ski de fond);
- la Hot Sibéria (fête de la mi-été, organisée par le ski-club de La Brévine et durant 3 jours);
- le tir La Sibérienne (concours des sociétés de tir de la Vallée).

## Analyse SWOT

Spécifiquement axée sur la thématique du froid, nous proposons ici une synthèse de la situation actuelle:

| Forces                                                                                                                                                                                                                                    | Faiblesses                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Le bâtiment de l'Hôtel-de-Ville rénové est un succès touristique depuis sa réouverture en mai 2020<br>Attrait naturel pour la thématique du froid et paysages de la vallée<br>Appropriation de la marque «Sibérie» par les acteurs locaux | Ressources du territoire limitées<br>La dynamique autour du froid repose sur un nombre restreint de personnes-clés , qui plus est bénévoles<br>Difficultés à fédérer les acteurs (rôle du bénévolat)            |
| Opportunités                                                                                                                                                                                                                              | Menaces                                                                                                                                                                                                         |
| Renforcer l'économie locale autour du tourisme<br>Possibilités de nouer des partenariats avec les régions / institutions / manifestations voisines                                                                                        | Financement insuffisant<br>Non-appropriation du positionnement territorial par les habitants (car perçu de manière négative)<br>Méfiance de la population vis-à-vis d'un développement touristique trop invasif |

### Appréciation du froid comme atout touristique

Sur la base de l'état des lieux qui a mis en évidence le contexte global, la structure donnée pour la valorisation du froid (rôle potentiel de l'Hôtel-de-Ville de La Brévine) et tout ce qui existe déjà autour de cette thématique, nous proposons désormais une analyse sous l'angle théorique qui permette de bien comprendre pourquoi et en quoi le froid constitue un atout touristique. Ceci est important afin de définir comment l'USP peut être renforcée et ainsi comment tirer profit du froid pour le tourisme, et donc le territoire.

#### *La Brévine, une capitale géographique*

Monferran et Soudière (2016) qualifient de *capitale géographique* les lieux consacrés par «une simple mesure, un calcul [...] d'altitude, de température ou autre caractéristique. Par un chiffre, donc, qui à la fois fait preuve et autorité»<sup>1</sup>. C'est le cas de La Brévine avec son record du froid mais ce que ces auteurs soulignent c'est qu'il ne s'agit pas d'un cas isolé. Ils donnent notamment plusieurs exemples de capitales géographiques telles que "les communes les plus hautes de...", "les localités les plus

<sup>1</sup> MONFERRAN Jean-Christophe, de La SOUDIERE Martin, « de la capitale du froid aux « centres de la France », in : Ethnologie française, n° 164, presses universitaires de France, 2016, p. 645-646.

centrales", etc.

Un nombre important de ces records sont, en outre, liés à la météo. Par exemple le statut de commune la plus ensoleillée de France est revendiqué par plusieurs collectivités (Gap, Briançon, Nice, Toulon et Montlouis).

Quant au village le plus froid de France, il s'agit de Mouthe dans le Jura français, surnommé la *petite Sibérie française* pour son record de  $-36,7^{\circ}\text{C}$  en 1967. Il se situe à une cinquantaine de kilomètres de La Brévine, bénéficie également d'un certain intérêt des médias et touristes français (MONFERRAN J-Ch., de La SOUDIERE M., 2016) et revendique aussi son record, comme le démontre la carte postale ci-dessous.

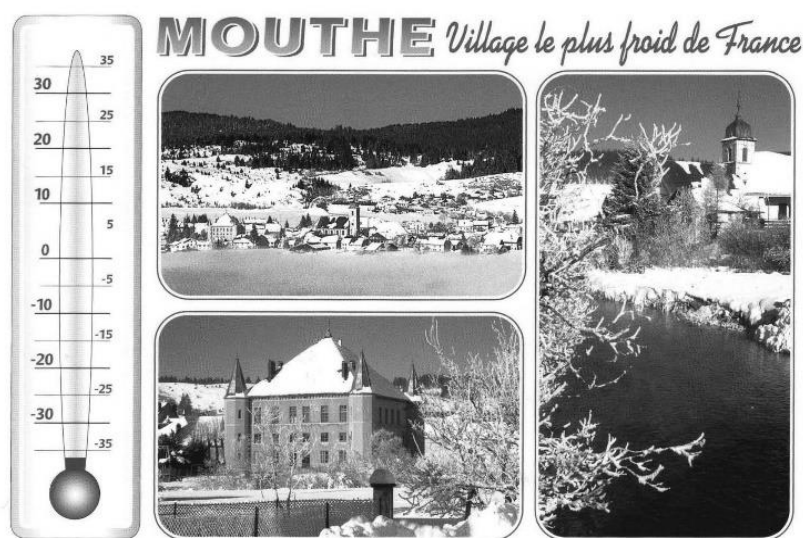


Figure 12: Carte postale de Mouthe dans le Haut-Doubs. Source: Monferran et Soudière 2016

Mais en quoi un record, *une simple mesure, un calcul* permet-il d'acquérir une certaine notoriété? Monferran et Soudière (2016) apportent la réponse suivante:

Tout est là: que ce soit sur le mode mélioratif ou sur celui de la minoration, l'important pour un lieu, une commune, ou une petite région, est avant tout de se singulariser. On le sait, dans la concurrence et la course contemporaines à la notoriété, pour attirer le curieux, voyageur ou touriste, tout groupe social local, toute collectivité territoriale, a besoin d'être repéré, distingué des autres, identifié, de sortir de l'anonymat ou de la "moyenneté".

La singularité semble donc être selon ces auteurs un élément de la réponse, ce qui est également un aspect essentiel d'un point de vue du marketing territorial, approche développée dans le chapitre suivant.

### *Le froid, un positionnement territorial différenciateur*

Ainsi, le présent Plan directeur du tourisme de la Vallée de La Brévine s'inscrit bien dans une démarche de marketing territorial dont «l'essentiel repose d'abord dans la recherche de *marqueurs identitaires réellement discriminants*, afin de construire un discours rendant le territoire visible, lisible et différent des autres, car se démenant au sein d'une concurrence parfois farouche» (Chamard, 2014).

Le froid joue un rôle central dans cette démarche car il constitue ce *marqueur identitaire réellement discriminant* et est donc un atout indéniable en matière de marketing territorial.

Nous l'avons vu, d'un point de vue marketing, le froid peut être défini comme une USP, concept qui ajoute la notion d'unicité à celle de marqueur différenciateur: une notion aussi universelle que le froid est le marqueur de nombreux territoires, mais le fait de bénéficier d'un record et d'un microclimat spécifique fait du froid de La Brévine un marqueur particulier, et confirme l'USP.

Cette USP est un atout de taille en particulier dans une perspective touristique. En effet, Lazzarotti (2011) souligne que la notion de tourisme est par essence liée à celle de différenciation. Qu'est-ce qui définit le touriste si ce n'est sa recherche d'un lieu différent de celui dans lequel il habite?

On situe la problématique du tourisme dans la perspective d'un changement de lieu et de son effet possible, une étrangeté tantôt étonnante, tantôt spectaculaire. C'est tout ce qui différencie les lieux entre eux, des coutumes des habitants aux panoramas de leurs paysages et aux silhouettes de leurs bâtiments, excite l'attention. Toutes ces différences renvoient bien aux regards autant qu'elles le stimulent. Ce sont les regards des touristes confrontés à l'altérité de l'autre "chez lui".

Moretti (2011) souligne également l'importance de la différence et du dépaysement pour le touriste:

Le touriste contemporain a acquis une certaine maturité: il recherche dans un lieu tous les signes du dépaysement, de la différence.

Ainsi, toutes les régions cherchent à se distinguer pour renforcer leur attractivité et, selon Monferran et Soudière (2016), la géographie avec ses records permet de le faire. Mais si un record géographique peut amener une certaine notoriété, il ne suffit pas à construire une véritable offre qui permette au territoire d'en tirer profit sous le plan de l'attractivité, en particulier touristique. Une telle démarche doit être le fruit d'une construction sociale menée en partenariat par différents acteurs.

Afin de tirer profit pour le territoire de cette singularité que représente le froid, en particulier sous l'angle touristique, notre proposition est de le voir comme un patrimoine, notre hypothèse étant que cela permette, comme l'affirme DUVAL (2011), de renforcer l'attractivité territoriale.

En tant que marqueur des spécificités territoriales, l'objet patrimonial fait figure de levier de développement régional, via une captation puis une diffusion des flux touristiques à une échelle régionale.

Les deux chapitres suivants visent d'une part analyser la pertinence de cette vision du froid comme un patrimoine et d'autre part à identifier en quoi cela peut être un plus pour le territoire dans une perspective de marketing territorial.

### *Le froid, un patrimoine... vraiment?*

Le froid n'est cependant pas l'exemple-type d'un patrimoine, tel que l'on peut se le représenter avec par exemple la célèbre liste des patrimoines inscrits à l'UNESCO. Mais qu'est-ce qu'un patrimoine? Lazzarotti (2011) nous propose la définition suivante:

La notion de patrimoine parle de mémoire, autrement dit et rapidement exprimé, du présent du passé.

Rautenberg (2003) donne une définition plus complète, allant dans le même sens:

Le patrimoine désigne alors un capital de ressources spécifiques, singulières, destinées à assurer la perpétuation du groupe tout en alimentant une dynamique collective propre, fondée sur un certain particularisme culturel, historique voire géographique.

Le *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* de Levy et Lussault (2003) rejoint et complète cette vision d'un concept de patrimoine:

Le patrimoine est un ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques fixé sur un objet non contemporain (chose, œuvre, idée, témoignage, bâtiment, site, paysage, pratique) dont est décrété collectivement l'importance intrinsèque (ce en quoi cet objet est représentatif d'une histoire légitime des objets de société) et extrinsèque (ce en quoi cet objet recèle des valeurs supports d'une mémoire collective, qui exige qu'on le conserve et le transmette).

Sur la base de ces définitions, il apparaît que le concept de patrimoine répond aux critères suivants:

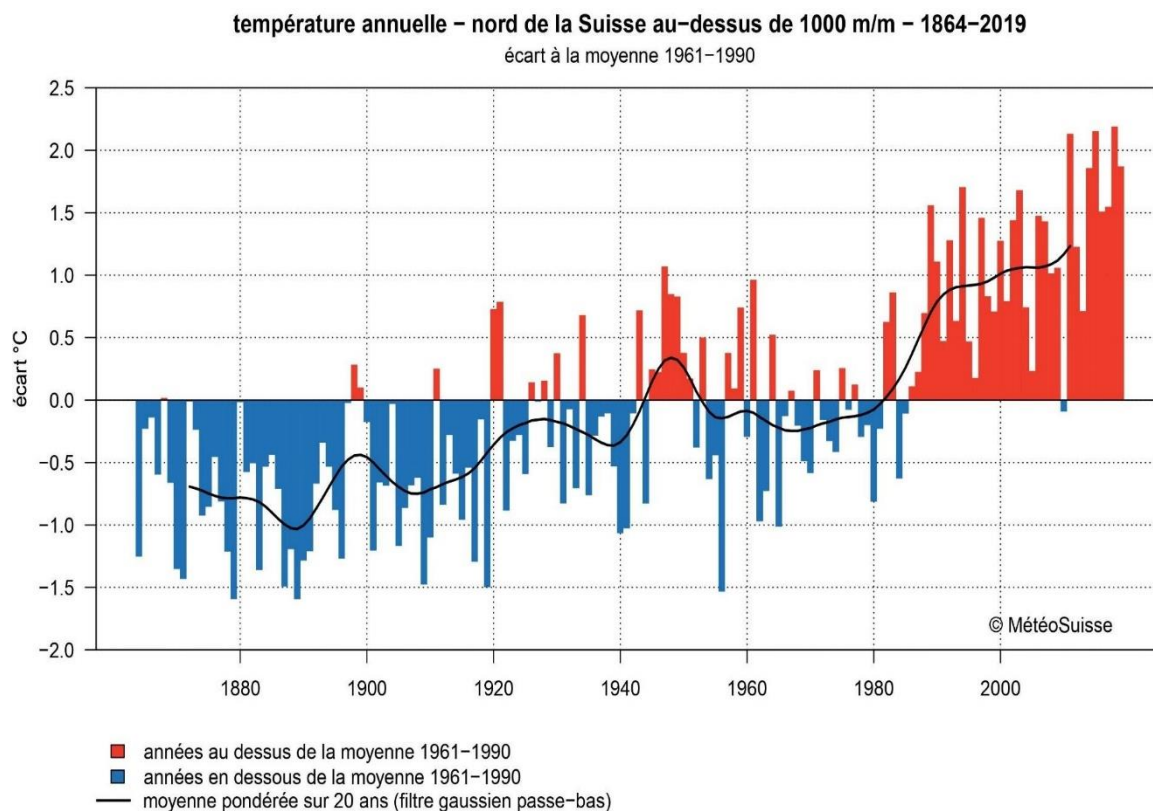
- ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques;
- fixé sur un objet non contemporain;
- dont l'importance intrinsèque et extrinsèque est décrétée collectivement.

Précisons encore qu'en termes de tendances actuelles, la notion de patrimoine est fortement occidentale, à l'image par exemple du nombre de sites classés à l'UNESCO. Elle est cependant évolutive et intègre notamment des édifices de plus en plus récents, notamment issus du secteur industriels (Levy & Lussault, 2003), et une importance de plus en plus importante est donnée aux patrimoines immatériels, notamment depuis la reconnaissance des patrimoines mondiaux immatériels de l'humanité.

La question se pose donc de savoir si le froid de La Brévine répond à ces critères.

Tout d'abord, nous avons vu qu'au niveau de l'ensemble d'attributs, de représentations et de pratiques comme évoqué au chapitre 6.1 toute une série d'activités, de pratiques, d'attributs et de représentations sont spécifiques à la Vallée de La Brévine, en raison de son climat particulièrement froid.

Le critère pour lequel il est spécifiquement intéressant de voir le froid comme un patrimoine est celui qui le considère comme un objet *non contemporain*. D'une part, cela fait référence au record établi en 1987 donc dans le passé mais surtout, cela l'inscrit également dans l'histoire car avec le réchauffement climatique, ce record risque de ne jamais être égalé ni dépassé, des températures de ce type se faisant de plus en plus rares. Des données sur la durée spécifiques à La Brévine n'ont pas été trouvées, mais la figure ci-dessous montre l'évolution de la température moyenne en Suisse):



*Figure 13: Température annuelle - nord de la Suisse au-dessus de 1000m/m - 1864-2019, écart à la moyenne 1961-1990. Source: Météo suisse*

Le réchauffement climatique a également pour effet de connoter ces grands froids de manière positive, comme les marqueurs d'un mode de vie en voie d'extinction, sorte de témoin et d'alerte de l'impact du dérèglement climatique sur notre environnement. Hanus et Hanus (2016) rejoignent ce constat:

Nonobstant les outils performatifs du marketing territorial, quelque chose d'un récit mythifiant perdure, particulièrement dans un contexte de bouleversement climatique où le fragile hiver est désormais menacé.

La notion d'un environnement et d'un mode de vie qui lui est lié en voie d'extinction met en évidence l'importance de la démarche de valorisation de ce patrimoine en ajoutant la nécessité de conserver. Météo Suisse (2020) consacre une page de son site Internet aux *Hivers glaciaux en Suisse* d'où est tirée la photo ci-dessous du lac de Zürich gelé. Un tel phénomène appartient au passé dans la plupart des régions de Suisse, mais se produit encore parfois dans la Vallée de La Brévine.



*Figure 14: Rade de Zurich gelée en 1963. Source: Bibliothèque de l'ETH de Zurich, archives photographiques. Photo: Comet Photo AG, Zurich*

*A contrario*, le chaud ne bénéficie pas de la même notoriété que le froid. Par exemple, Monferran et Soudière (2016) relèvent que Toulouse a durant longtemps détenu le record de la Ville la plus chaude de France (+ 44° en 1923)<sup>2</sup> mais qu'elle n'a jamais revendiqué ce statut, un record de chaud évoquant d'avantage les impacts négatifs à venir du réchauffement climatique alors que le froid d'inscrit dans une nostalgie du passé.

Le troisième critère fait référence à l'importance décrétée collectivement. Dans ce sens, on peut dire qu'est patrimoine tout ce qui est considéré comme tel. L'inscription à l'UNESCO est un exemple d'une formalisation de cette importance décrétée collectivement. Dans ce cadre, de quelle manière l'importance du froid en tant que patrimoine est-elle exprimée? L'intérêt médiatique en est un élément, de même que les discours des habitants qui ont, par exemple, décliné la marque de *Sibérie de la Suisse* dans leurs produits et enseignes et des visiteurs qui sont de fait attirés par cette particularité, ce qui répond à l'importance intrinsèque et extrinsèque.

**SYNTHESE:** ainsi, la vision que propose le Plan directeur du tourisme de la Vallée de La Brévine est de considérer le froid comme un patrimoine, pour permettre, d'une part, de renforcer la perception de cette singularité de manière positive et, d'autre part, d'organiser et de structurer sa valorisation.

<sup>2</sup> Ce record a été dépassé par Vérargues le 28 juin 2019, qui a atteint +46°.

## **Patrimonialiser le froid, un plus pour le tourisme et le territoire**

La patrimonialisation du froid peut constituer un atout pour le secteur touristique et plus largement pour l'image du territoire. «Le patrimoine est alors un levier d'un développement local dont se saisissent certains acteurs territoriaux dans une perspective de projet de territoire» (Lazarotti, 2011).

Les deux notions de patrimoine et de tourisme sont d'ailleurs liées: «le patrimoine et le tourisme sont deux phénomènes d'une même dynamique de production mémorielle: ils sont co-constitués. Il convient donc d'aborder la mémoire patrimoniale comme une mémoire sociale, c'est-à-dire produite par l'ensemble d'une société» (Lazarotti, 2011).

Lazarotti (2003) souligne que «le tourisme et le patrimoine peuvent, aussi, s'alimenter réciproquement». Le tourisme peut être un axe d'un projet de patrimonialisation tout comme il peut être à l'origine du processus. Dans le second cas, «le regard d'autrui contribue en effet dans ce cas activer le dynamisme de la culture locale qui se construit dans une logique de mise en patrimoine».

Si l'on revient au froid, Hanus et Hanus (2016) parlent de la construction d'un mythe concernant Mouthe, la petite Sibérie française qui aurait commencé par un intérêt médiatique et renforcé par les mesures météorologiques attestant d'un véritable record de -36,7° en 1968. Ces auteurs soulignent que l'un des risques en mettant en avant le froid est que, si cela se fait de manière maladroite, cela soit perçu de manière négative notamment par les habitants, le froid évoquant un mode de vie que l'on peut qualifier de rustre et agreste. En reprenant le cas de La Brévine, ils analysent les reportages réalisés par la RTS dans les années 1960-70 et y voient un phénomène de stigmatisation d'un groupe minoritaire qui résiste symboliquement à cette infériorisation avec fierté.

Dans un reportage particulièrement édifiant qui leur est consacré par la télévision suisse, les joyeux enfants de La Brévine, skis au pied, semblent ainsi se moquer des brûlures du froid et de la naïveté du journaliste. À l'instar de nombreux autres Jurassiens praticiens des disciplines nordiques, ils jouent d'un réel ou fictif «amour du froid» et adoptent une posture fréquente chez les groupes minoritaires et fragiles qui consiste à se démarquer de l'ordre dominant considéré comme rationnel et civilisé: autodérision, convivialité, langue régionale et accent surjoués, habitus corporel du «gros costaud», rusticité.

Les auteurs nous offrent ainsi une piste d'analyse intéressante pour la compréhension de la fascination que génère le froid et qui peut surprendre. Les habitants revendiquent avec fierté cette particularité climatique et savent en jouer avec humour. Mais dans ce sens, encore faut-il que la population dans sa majorité adhère également à cette vision.

### *Comment patrimonialiser le froid?*

L'appropriation d'un positionnement territorial par la population est un facteur central pour le succès d'une démarche de marketing territorial car cela permet de conférer de l'authenticité aux offres, en particulier touristiques.

Voici ci-après deux exemples de processus de patrimonialisation pour lesquels l'appropriation par la population a joué un rôle sur l'authenticité de l'offre:

Douence (2011) donne l'exemple de la patrimonialisation du vignoble du Jurançon et souligne la présence de deux mouvements: l'appropriation de l'identité par les habitants et la reconnaissance par les gens de l'extérieur (en l'occurrence un public plutôt citadin). Son étude porte en particulier sur les portes-ouvertes lors desquelles des personnes proches des vignerons (bénévoles) viennent pour aider à la manifestation, conférant à cet événement un caractère authentique évitant la muséification.

Michon, Simenel et Sorba (2011) mettent en avant l'exemple de l'huile d'argan qui est au bénéfice d'une IGP mais dont le processus industriel (deux huiles: une pour l'alimentation, l'autre pour la cosmétique) diffère du processus traditionnel (une seule huile). Dans les deux cas, l'étape du concassage se fait à la main par des femmes berbères. Dans le processus industriel, cette étape est largement mise en scène, alors même que l'ensemble du processus diffère des méthodes traditionnelles. Les auteurs parlent ainsi de folklorisation.

Plus globalement, «le patrimoine n'est pas un donné, mais un construit». Cette affirmation de Lévy et Lussault (2003) ouvre la possibilité de construire du patrimoine. Historiquement, la notion de patrimoine est d'ailleurs liée aux pouvoirs, l'Eglise et l'Etat ayant longtemps joué un rôle prépondérant dans ce qui est considéré comme du patrimoine ou non (Lazzarotti, 2011). Le patrimoine est ainsi l'expression d'une idéologie et fortement liée à la notion de mémoire. Cette vision est rejointe par Rautenberg (2003): «La patrimonialisation est un fait social, à forte dimension symbolique, que les pouvoirs publics peuvent, selon les cas, plus ou moins orienter». Lévy et Lussault (2003) soulignent encore que «La mise en patrimoine d'un lieu relève bien d'une opération de «magie sociale», qui

repose souvent autant sur le légendaire que sur la stricte science historique».

Concernant le froid, pour rappel, Hanus et Hanus (2016) parlent de *mythe* pour évoquer le froid de Mouthe. Ce terme de mythe ouvre la porte à la construction d'une histoire autour du froid.

Concrètement, le processus de patrimonialisation consistera à renforcer et souligner les aspects du froid qui font de lui un patrimoine, selon les composantes du concept de patrimoine relevés précédemment.

**SYNTHESE:** Ce processus peut être résumé de la manière suivante:

- mettre le froid en exergue avec le réchauffement climatique, ce qui participe à l'inscrire dans le passé et à souligner les enjeux liés au développement durable ainsi qu'à l'urgence de conserver la mémoire de la période révolue des grands froids;
- recenser, conserver et valoriser l'ensemble des représentations et pratiques liées aux grands froids;
- renforcer l'importance collective qui lui est donnée. L'intérêt des médias et visiteurs pourra être renforcée, mais il s'agira de l'accentuer encore en mettant notamment la priorité sur la population locale pour qu'elle s'approprie ce patrimoine et en soit fière (éviter la folklorisation);
- matérialiser et rendre visible le patrimoine du froid, avec la proposition que l'Hôtel-de-Ville de La Brévine constitue l'épicentre du froid, de ce patrimoine, pour en assurer sa transmission.

## 7 PROPOSITIONS POUR LA VALORISATION DU PATRIMOINE DU FROID

### 7.1 Vision

La vision du froid que nous proposons est la suivante: *le froid est un patrimoine lié à une culture et une mémoire rurale spécifiques à la Vallée de La Brévine et menacée par le réchauffement climatique.*

Selon l'analyse menée, nous proposons de retenir quatre axes de valorisation du froid:

- le froid, un concept universel
- les hivers d'antan
- Histoire de la météorologie
- le froid, un phénomène géologique et climatique.

#### **Axe 1: le froid, un concept universel**

Le premier axe de valorisation que nous proposons vise à souligner le caractère simple, universel et omniprésent du froid:

- simple: car facilement compréhensible et accessible à tous, même les petits enfants comprennent ce qu'est le froid.
- universel: tout le monde a déjà ressenti le froid, parlé de froid. Cela ne touche pas que des initiés.
- omniprésent au quotidien: dans une journée, qui ne parle pas au moins une seule fois de la température qu'il fait à l'occasion d'un *small talk*. La maîtrise du froid a révolutionné les ménages et les industries. À quoi ressembleraient nos quotidiens sans frigidaire?

#### **Axe 2: les hivers d'antan**

Cet axe vise à souligner l'ancrage du patrimoine du froid dans le passé et en tant qu'élément structurant d'une culture locale spécifique. Les paysages des grands froids passés ainsi que les témoignages, le vécu et les pratiques liées peuvent être valorisée: paysage spécifique, gel du lac, neige, glace, patin, ski de fonds, raquettes, mode de vie spécifique aux grands froids.

#### **Axe 3: le froid, un phénomène géologique**

Cet axe vise à expliquer le phénomène géologique qui crée le microclimat de La Brévine et plus largement à le mettre en lien avec le paysage de la vallée. L'étude de l'Université de Neuchâtel (2014) permet d'expliquer précisément le phénomène de microclimat. Plus largement, le froid est ainsi le marqueur qui permet de valoriser tout un environnement naturel typique de la chaîne du Jura.

#### Axe 4: Histoire de la météorologie

Le record détenu par La Brévine est celui de la température la plus froide mesurée en Suisse. La notion de mesure fait donc partie à part entière du record. L'histoire de cette mesure et de la météorologie présente un intérêt à être valorisée d'autant plus qu'à ma connaissance un tel thème n'est pas développé ailleurs en Suisse. Des exemples de *musée de la météo* existent en France voisine (par exemple, observatoire du Mont Aigoual dans le Gard ou Nausica à Boulogne/Mer dans le Pas-de-Calais).

#### 7.2 Programme de valorisation du froid

##### Objectifs

Les objectifs du programme seront de:

##### 1. Patrimonialiser:

- souligner l'inscription des grands froids dans le passé et assurer la transmission;
- recenser, conserver et valoriser l'ensemble des représentations et pratiques liées aux froids extrêmes. Cela signifie "matérialiser le froid";
- renforcer l'importance collective qui lui est donnée avec un accent particulier sur la population locale.

##### 2. Mettre en place des expériences du froid dans l'Hôtel-de-Ville.

Lorsque l'on parle de la mise en place d'un *musée du froid* avec les habitants de la vallée, plusieurs d'entre eux soulignent l'intérêt que représente la mise en place d'une offre touristique d'intérieur à proposer lorsque la météo ne se prête pas aux activités d'extérieur mais peu d'entre eux s'approprient le terme de musée.

Dans les faits, l'espace disponible de manière permanente au sein de l'Hôtel-de-Ville ne permet pas d'envisager la mise en place d'un grand espace muséal. Les espaces à disposition de manière permanente seraient les murs de la grande salle, le local de *la passade* située au deuxième étage ainsi qu'une mezzanine au-dessus de la grande salle mais dont l'accessibilité est difficile. De plus, la gestion d'un espace permanent nécessite des ressources qu'il s'agirait de trouver et de financer.

Le programme de valorisation du froid repose donc sur un concept plus large que la mise en place d'un *musée du froid* intégrant les modules suivants:

- création d'archives du froid;
- aménagement de l'Hôtel-de-Ville;
- aménagement de la grande salle;
- audiovisuel;
- pistes pour des expositions temporaires, la médiation et l'événementiel.

### **Archives du froid**

La création d'archives du froid légitime la compréhension du froid comme un patrimoine et permettra d'alimenter les autres modules. Certains éléments existent déjà notamment des archives filmées déjà numérisées (fonds Albert Huguenin). Le projet de recueillir des informations en lien avec ces images est en cours (notamment identification des personnes, anecdotes, etc.). De plus, l'Association Vallée de La Brévine conserve certains éléments dont des coupures de presse en lien avec la fête du froid.

En lien avec les quatre axes définis dans la vision, les archives du froid porteront en particulier sur les axes 2 (les hivers d'antan) et 4 (histoire de la météorologie). Il s'agira en particulier de collecter, conserver et valoriser des photos, vidéos, objets et témoignages en lien avec ces deux axes.

Un appel à la population permettrait de lancer la collecte. Les documents archivés devront être nommés, classés et conservés en format papier et numérique.

Dans le bâtiment de l'Hôtel-de-Ville, l'espace de la Passade (pièce au-dessus de la grande salle) pourrait être utilisé en lien avec ces archives (stockage, valorisation). À noter que cette pièce comprend une inscription sur l'un des murs dont l'origine est en cours d'analyse mais qui pourrait avoir un intérêt patrimonial.

### **Aménagement de l'Hôtel-de-Ville**

Outre la grande salle, l'Hôtel-de-Ville est un hôtel-restaurant à vocation commerciale, la plupart de ses espaces sont ainsi utilisés à des fins utilitaires pour les visiteurs et le personnel, la valorisation d'un patrimoine dans cet espace donné n'est donc à première vue pas forcément une évidence. Cependant, pour faire de ce bâtiment le centre névralgique du froid, il apparaît essentiel que la thématique y soit présentée au visiteur y compris dans ces espaces commerciaux. Ceci permettra d'inviter le visiteur à poursuivre son expérience dans les offres proposées dans la grande salle et plus globalement.

Notre proposition est de valoriser principalement l'axe 1 et 4 de la vision dans l'ensemble de l'Hôtel-de-Ville, soit d'y souligner le caractère universel du froid et de la météorologie. Ainsi, l'ensemble du bâtiment permet d'évoquer le froid au sens général alors que la grande salle et les éléments liés se concentrent sur le froid de la Vallée de La Brévine. Pour ce faire, les mesures suivantes peuvent être envisagées:

### **Station météo**

Une station météo *personnalisée* pourrait être installée dans la partie «restaurant» de l'Hôtel-de-Ville. Les différentes mesures climatiques (température, pression atmosphérique, etc.) pourraient être indiquées pour La Brévine mais également d'autres lieux permettant la comparaison et la mise en évidence du microclimat en temps réel. La température de Grono (village le plus chaud de Suisse) avec lequel La Brévine entretient des relations informelles pourrait par exemple être indiqué. À la réception de l'hôtel, une telle installation pourrait être un clin d'œil aux traditionnelles horloges des grands hôtels indiquant l'heure dans les différents fuseaux horaires.

### **Le froid dans le langage**

Recensement d'expressions ou de citations liées au froid (par exemple: *faire un froid de canard, ne pas avoir froid aux yeux, garder la tête froide, être en froid, faire froid dans le dos, ne faire ni chaud ni froid, jeter un froid...*). Des citations notamment dans des ouvrages d'auteurs régionaux pourraient en plus être recherchées. Deux options pour la valorisation de ces expressions:

- création d'un mur du froid sur lequel serait inscrites les différentes citations;
- impression des citations à plusieurs endroits du bâtiment à l'image de l'initiative de l'association chaux-de-fonnière *1000m d'auteur(e)s* en 2019.<sup>3</sup>

### **Bibliothèque du froid**

Recensement d'ouvrages liés au froid ou à la région et mise à disposition de ces ouvrages dans une petite bibliothèque. Certains ouvrages pourraient également être proposés à la vente. Exemples de livres:

- *Le Vent et le silence* de François Hainard (histoire d'amour à La Brévine durant les années 1944-45);
- *Les enquêtes de Maëlys et Lucien - Grands frissons à la Brévine* de Christine Pompéi: littérature jeunesse);

---

<sup>3</sup> Communiqué de presse, vernissages de Hauteur-e-s du Temps, Ville de La Chaux-de-Fonds, consulté le 06.10.20. [lien](#)

- *The Iceman: suivez le guide, pour sublimer votre extraordinaire pouvoir* de Wim Hof et Koen De Jong, 2008: ouvrage de référence sur la cryothérapie;
- *Voyage au bout du froid, les 8 pôles* de Frederik Paulsen, Charlie Buffet, Thierry Meyer: polar;
- *Paludes* d'André Gide (écrit à La Brévine).

## Le froid au quotidien

L'idée est de valoriser cet aspect de manière ludique avant tout à destination des enfants. Cela pourrait par exemple prendre la forme de sets de table et pourraient comprendre des jeux, coloriages, quizz, etc.

## Aménagement de la grande salle

La grande salle est l'élément central du bâtiment et celui qui offre le plus de possibilités pour valoriser le patrimoine du froid mais il sert à de multiples usages et est notamment mis à disposition des sociétés locales et des privés. Concrètement, la surface à disposition de manière permanente est le mur situé au nord. La proposition est de concevoir et d'y installer 4 panneaux présentant les 4 axes de la vision. Les panneaux ne devraient pas contenir trop de texte afin de ne pas alourdir la salle mais pourraient être composés d'images et comprendre des QR codes qui permettraient, par exemple grâce à la plateforme web izitravel ou à un autre support comme TOTEMI d'accéder au contenu (commentaires audio, vidéos, photos, etc.). Ces propositions illustrent l'importance de concevoir les propositions avec les supports que peuvent offrir les TIC.

Afin de rendre le contenu ludique, du contenu interactif pourrait être créé avec par exemple des jeux ou des quizz. Étant donné la présence importante de touristes germanophones (Cf. diagnostic), tout le contenu devra être disponible en français et allemand.



Figure 15: Grande salle rénovée en 2020. Source: F. Mamie

## **Audiovisuel**

La production de contenu audiovisuel pourrait d'une part alimenter le contenu digital mis à disposition par QR code dans la grande salle de manière permanente mais également être diffusé dans des versions approfondies de manière ponctuelle lors d'événements publics ou organisés pour des groupes. Les archives recensées (photos, vidéos, témoignages) pourront constituer un matériel de base pour la création de ces vidéos documentaires. Je propose de réaliser 4 films documentaires portant sur chacun des quatre axes. Deux versions de chaque film pourraient être prévues : la version courte (2-3 minutes) en accès par QR code depuis les panneaux pour le tout-public et des versions plus longues et approfondies (ou une seule version plus longue et approfondie) qui pourrait être diffusée à certains moments définis (par exemple, lors de manifestations : fête du froid, Slow-val, festivals, etc.) et sur demande pour des groupes. Les contenus devront être disponibles en allemand.

### **Pistes pour des expositions temporaires, la médiation et l'événementiel**

La réalisation des quatre modules évoqués ci-dessus (archives, Hôtel-de-ville, grande salle et audiovisuel) nécessiteront un investissement conséquent en ressources financières mais également humaines en comparaison aux ressources de la Vallée. Pour cela, une proposition de gouvernance est faite au chapitre suivant. Dans ce cadre, ma proposition est donc de ne pas démarrer dans l'immédiat l'élaboration d'expositions temporaires ainsi que de programmes de médiation et d'événementiel mais de reprendre ces aspects une fois que les principaux éléments du programme seront déjà en place.

Nous donnons néanmoins quelques pistes ci-après afin de garder trace des idées évoquées lors des différents échanges tenus tout au long de l'élaboration de la Plan directeur du développement de l'offre touristique de la Vallée de La Brévine et de disposer de quelques éléments le moment venu.

- installation d'une boîte à ressentir le froid sur l'exemple du modèle du Technorama de Winthertur, ou de ce que proposait la Cité des sciences de Paris dans le cadre de l'exposition des Salines royales à Arc-et-Senans/F.;
- organisation de soirées gamifiées du type *Escape game* ou *Meurtre-s et mystère-s* sur le thème du froid;
- expositions temporaires, conférences et stages sur la thérapie Wim Hof (thérapie par le froid).

## 8 Organisation et stratégie

### 8.1 Gouvernance: propositions relatives à l'Association Vallée de La Brévine

Après analyse de l'offre et de la demande présentée précédemment, trois points nous paraissent essentiels en termes de gouvernance:

- dans une Vallée de cette taille, la gouvernance doit se penser de manière globale;
- les trois Communes doivent trouver leur place dans le développement économique et l'organisation du tourisme de la Vallée: ceci peut se faire à géométrie variable, la distribution des rôles ne devant pas forcément être faite équitablement et pouvant correspondre au degré de motivation des autorités en place. Néanmoins, la concertation, la compréhension mutuelle et la partage d'une vision commune seront essentielles: en un mot, il s'agit pour les trois Communes de rester soudées face à l'enjeu que représente la mise en œuvre du présent Plan directeur du tourisme;
- divers partenariats avec les acteurs et organisations à buts touristiques des régions voisines constituent un enjeu stratégique majeur autour duquel il s'agira d'être proactif.

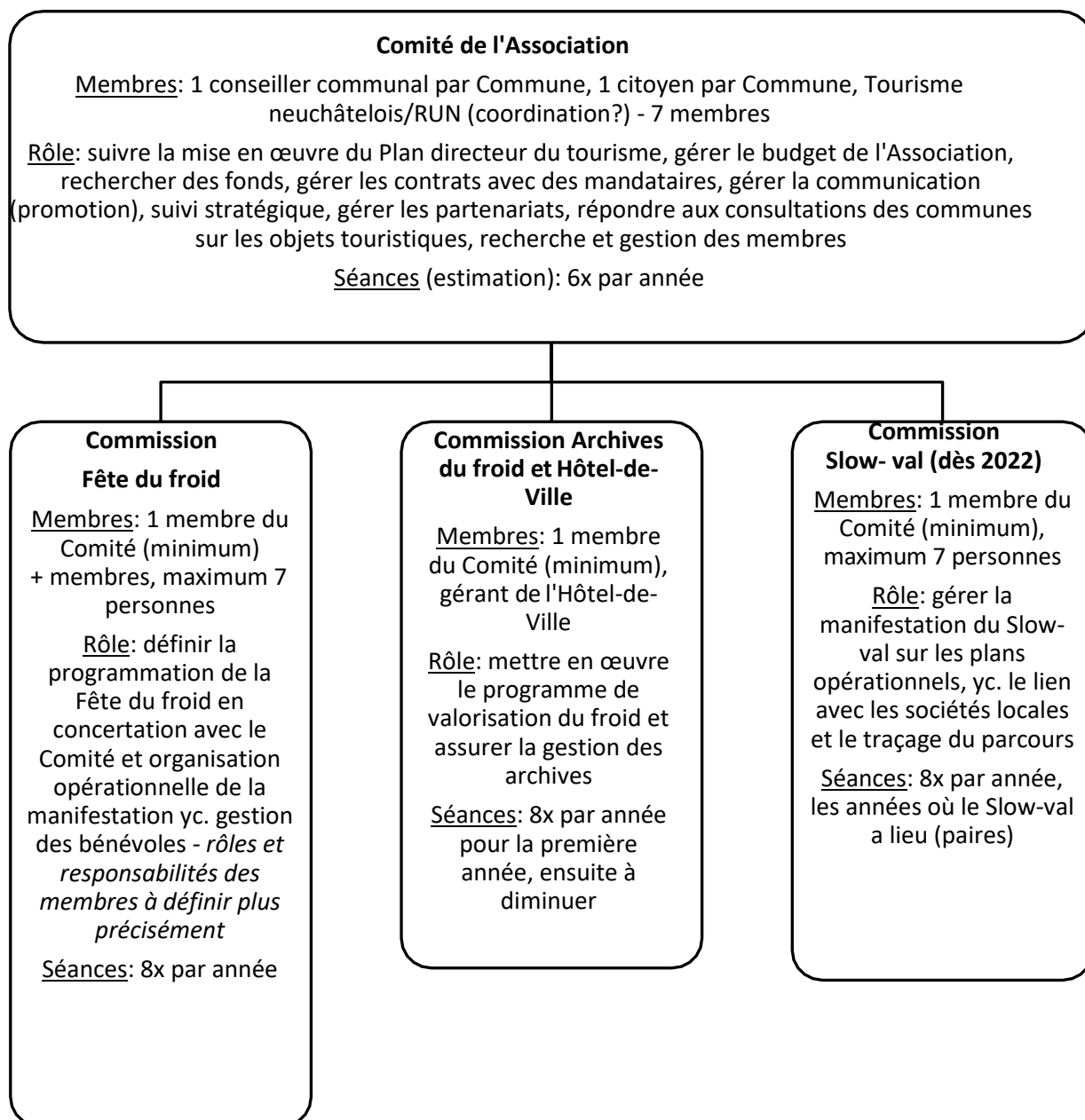
Par ailleurs, compte tenu de l'USP que représente le patrimoine du froid, les propositions émises dans ce chapitre tiennent compte, pour la plupart, de ce thème-phare.

Compte tenu des nombreux acteurs actuellement actifs autour de la thématique du froid et des enjeux touristiques à l'échelle de la Vallée, dont la manifestation phare de la Fête du froid, portée par l'Association Vallée de La Brévine, et celle du Slow-val, dont la mise en place est imaginée une année sur deux dès 2023 (démarrage de la préparation en 2022) en partenariat avec les organisateurs du Slow-val de la vallée voisine (Vallée La Sagne et des Ponts-de-Martel), il ressort de notre analyse de la situation que la future gouvernance devra tenir compte des éléments suivants:

- avoir une personnalité juridique permettant de rechercher des fonds (entité privée sans rôle prédominant des collectivités publiques);
- renforcer l'implication des trois Communes sans leur donner un rôle prépondérant;
- tirer parti de l'intérêt de la population;
- offrir un appui aux Communes pour la mise en œuvre de leur Plan directeur du tourisme;
- intégrer les partenaires de longue date (Tourisme neuchâtelois notamment pour la Fête du froid).

Notre proposition est de réformer l'Association Vallée de La Brévine afin de lui permettre d'assurer un suivi global du développement touristique dans la Vallée en y intégrant notamment des représentants des Communes au Comité et en mettant en place une coordination professionnelle pour l'Association.

L'organigramme ci-dessous est donné à titre exemplatif uniquement:



Dans l'idée de mettre en œuvre le Plan directeur du tourisme, les commissions suivantes pourraient être créées:

- fédération des acteurs du tourisme;
- promotion;
- TIC;
- mise en œuvre des propositions faites pour se saisir des trois opportunités touristiques familles – sportifs – froid;
- valorisation du Lac des Taillères (notamment pour reprendre le projet de sentier de randonnée);
- valorisation des produits du terroir;
- etc.

**Statut juridique :** Association.

**But:** renforcer l'économie régionale et touristique dans la Vallée de La Brévine en mettant en œuvre le Plan directeur du tourisme de la Vallée de La Brévine et en centralisant la création et la gestion des différentes offres, en particulier en lien avec le patrimoine du froid. Les rôles suivants seraient notamment assumés par l'Association:

- en partenariat avec les trois Communes, mettre en œuvre le Plan directeur du tourisme;
- centraliser l'information / promotion des offres (manifestations, hébergements, etc.);
- mettre en œuvre le programme de valorisation du froid;
- organiser la fête du froid;
- mettre sur pied le Slow-val.

**Membres:** citoyen-ne-s, prestataires touristiques, sociétés locales, commerces, les trois Communes.

**Organigramme:** un Comité central et des commissions thématiques en fonction des projets. Un membre du comité siège dans chacune des commissions afin d'assurer un lien. Le Comité gère les éléments stratégiques et structurants, les commissions gèrent les aspects opérationnels.

**Fonctionnement:** le rôle de secrétaire / coordinateur du Comité est professionnel (rémunéré). Il peut prendre la forme d'un mandat à une entité (TN, RUN), un tiers ou être assuré par l'une des Communes. Estimation d'un 10% sur l'année (CHF 10'000.- par année). Les autres membres sont bénévoles.

**Recettes:** cotisations des membres, contribution des Communes à définir, recettes des manifestations / offres touristiques, dons / subventions.

**Nom:** *Vallée de La Brévine, Sibérie de la Suisse ou Vallée du Froid.*

## 8.2 Rôles dévolus aux trois Communes

Les autorités communales mandantes du présent Plan directeur ont désormais entre les mains un outil de travail stratégique destiné à les soutenir dans la gestion et l'accompagnement du développement touristique de la Vallée de La Brévine.

S'il est proposé un rôle d'envergure à l'Association Vallée de La Brévine pour les années à venir, l'encadrement des projets en développement et l'investissement des Communes, qu'il s'agisse de finances ou de ressources humaines, seront indispensables.

**SYNTHESE:** les actions dévolues aux Communes sont les suivantes:

- se saisir du Plan directeur du tourisme et procéder à sa mise en œuvre;
- s'impliquer stratégiquement et financièrement au sein de l'Association en restant attentives aux situations spécifiques (par exemple financière);
- encadrer et accompagner les énergies citoyennes;
- être à l'écoute de la population: gérer les conflits, orienter les projets privés, favoriser les initiatives (concours?);
- agir sur le domaine public: places pour campings cars - gestion des flux - aménagements propices à l'itinérance - sécurité et accessibilité des rives - panneaux d'information - entretien et utilisation du patrimoine immobilier à des fins touristiques - veiller à la préservation du patrimoine naturel et paysager – etc.;
- être actrices de l'accessibilité et de la mobilité.

### 8.3 Partenariats

**Collaborations:** l'Association a pour objectif de centraliser dans une seule entité tout ce qui touche au secteur touristique dans la Vallée de La Brévine, l'idée n'étant pas de tout regrouper mais d'avoir un lieu de gestion/coordination central pour les offres principales et de s'inscrire en partenariat avec les autres organisations / secteurs. Les partenariats pourront prendre les formes suivantes:

- **manifestations:** le site Internet de l'Association Vallée de La Brévine comprend actuellement un agenda aussi complet que possible des différentes manifestations qui se déroulent sur le territoire de la Vallée ainsi que des offres touristiques (d'hébergement). Ce rôle important devra continuer mais la manière dont l'information circule devra être clarifiée;
- **hébergement:** les différents acteurs liés à l'hébergement dans la Vallée (recensés dans le cadre de l'état des lieux figurant en annexe) pourront être invités à se mettre en réseau sous l'égide de l'Association ou dans une Association *ad hoc*, selon leur volonté, pour professionnaliser le secteur et le renforcer. Une bonne coordination permet notamment de se «renvoyer des clients».
- **vallées / régions voisines:** la Vallée de La Brévine est de taille relativement modeste. Elle doit donc s'inscrire en complémentarité avec les régions voisines que sont la Vallée de La Sagne et des Ponts-de-Martel, la Métropole horlogère (Le Locle et La Chaux-de-Fonds), le Val-de-Travers et le Val de Morteau. Des collaborations peuvent être créées au niveau institutionnel (accords entre régions et/ou entre associations de prestataires) ou au niveau des institutions culturelles elles-mêmes, comme par exemple le festival Alt +1000, coordonné par le Musée des Beaux-Arts du Locle;
- **Tourisme neuchâtelois:** Tourisme neuchâtelois est un acteur-clé car présent dans la Vallée depuis le début de la Fête du froid (2012), et indispensable pour son rayonnement par le relais assuré auprès de la société de marketing Jura & Trois Lacs;
- **inscription de la Vallée dans des projets ou itinéraires nationaux et internationaux:** le Grand Tour of Switzerland passant par le Val-de-Travers, il serait par exemple intéressant d'envisager les conditions auxquelles il faudrait répondre pour que la Vallée de la Brévine soit répertoriée... et bénéficie ainsi d'une visibilité sous un angle nouveau;
- **Parc naturel régional du Doubs:** s'il venait à étendre son territoire jusqu'à englober la Vallée de La Brévine, le Parc naturel régional du Doubs apporterait un effet démultiplicateur à l'offre touristique et permettrait plus largement de promouvoir un tourisme doux, tout en apportant des compétences de planification et de coordination face aux enjeux en présence. Un Parc du Doubs étant en phase finale de constitution côté France (à l'échelon du Pays horloger), les relations transfrontalières permettraient aussi aux touristes de bénéficier d'une organisation commune et d'offres concertées.

## 9 Conclusion

Après près de deux ans de travaux et l'accompagnement de plus de trente séances de travail avec le groupe de pilotage, les autorités communales, les experts, les prestataires et la population de la Vallée quatre axes-clés constituent désormais les piliers du développement touristique de la Vallée de La Brévine.

**L'organisation (gouvernance)** tout d'abord: nous l'avons vu, il sera important que les **Communes** de la Vallée agissent de manière concertée et puissent parler d'une seule voix.

Par ailleurs, l'**Association Vallée de La Brévine** aura un rôle central dans la concrétisation des perspectives qu'offre ce Plan directeur: pour ne pas user les forces en présence, nous préconisons d'organiser les travaux en commissions ou groupes de travail qui pourront concerner des thèmes à développer comme des projets précis.

Et bien sûr, l'**ouverture** de la Vallée de La Brévine vers l'extérieur (Régions voisines, projets d'ailleurs avec lesquels des synergies pourront voir le jour, partenaires institutionnels ou de projets) devra être préservée, voire agrandie, tant en termes de **partenariats** que d'accessibilité géographique.

Afin de soutenir pareille organisation, la nécessité d'utiliser les **TIC** et de penser l'offre touristique de façon connectée est apparue également comme fondamentale.

**La valorisation du patrimoine du froid**, cette USP que beaucoup envient à la Vallée de La Brévine, constitue une stratégie susceptible de dynamiser fortement la destination. Véritable opportunité dont se sont déjà saisis les promoteurs touristiques de la région, ce deuxième thème-clé pour le développement économique régional doit désormais rallier prestataires touristiques et habitants autour de son haut potentiel.

**Les familles**, en tant que public-cible, offrent à la Vallée son troisième pilier en lui permettant de voir loin. En effet, les enfants constituent la clientèle de demain et le souvenir de séjours heureux dans la région, faits d'expériences et de découvertes, les incitera à revenir à leur tour en famille dans la "Sibérie de la Suisse". Dans le cercle familial s'inscrivent également nos séniors, ces Best agers dont la santé reste de plus en plus souvent excellent même à un âge avancé, et qui ont du temps pour découvrir leur pays... et profiter d'inviter en week-end ou en vacances leurs enfants et petits-enfants. Le diagnostic l'ayant démontré, nous sommes persuadés que la Vallée de La Brévine

saura satisfaire à terme les attentes des petits comme des grands.

**Les sportifs** enfin, présents de longue date dans la Vallée, sont à l'image du dynamisme émanant des habitants de la région et seront certainement friands, en toute saison, des offres améliorées, en définitive de manière assez simple, à l'attention spéciale de ce second public-cible qui constitue le quatrième et dernier pilier du développement stratégique régional.

Nous formulons nos vœux de réussite à cette ambition régionale désormais structurée. Si tout ne pourra pas être mis en place dans l'immédiat, différentes petites réalisations concrètes peuvent néanmoins démarrer sitôt la lecture du présent document achevée!

Novembre 2020 – RUN / K. Chardon Badertscher

## 10 Remerciements

Les auteurs tiennent à remercier les autorités exécutives des Communes de La Chaux-du-Milieu, du Cerneux-Péquignot et de La Brévine pour la confiance accordée.

Nous avons tout spécialement apprécié le processus de réflexion et les échanges qui se sont déroulés dans le cadre du **groupe de pilotage** constitué pour l'accompagnement de la conception de ce Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine.

Ont contribué largement à l'élaboration de ce document les personnes suivantes: M. Jean-Maurice Gasser en tant que président, Mme Olga Motta, Mme Caren Crivelli Kammer et M. Luca Bonnet. Nous leur adressons un merci tout particulier pour leurs réflexions, remarques et commentaires constructifs, ainsi que pour la patience et la tolérance dont ils ont fait preuve tout au long de la démarche.

Plusieurs **experts, prestataires et volontaires** ont également été consultés et associés aux ateliers participatifs organisés au premier semestre 2020. Leur présence a permis de consolider les premières pistes du groupe de pilotage et engendré une vision d'avenir pour l'économie touristique de la Vallée.

Aux membres du groupe de pilotage cités plus haut, tous représentants de La Brévine, nous ajoutons les délégués du Cerneux-Péquignot Mme Anne-Laurence Quadranti, M. Roger Faivre et M. Emilien Piaget et celui de la Commune de La Chaux-du-Milieu: M. Olivier Heger.

Également présents lors de ces ateliers, les représentants de Tourisme neuchâtelois, du Crédit Hôtelier et de Goût & Région, soit respectivement M. Vincent Matthey, M. Philippe Pasche et Mme Odile Roulet, ont su nous éclairer de leurs expériences et avis professionnels.

Qu'elles soient **élues, prestataires touristiques ou citoyennes de la Vallée**, quinze personnes ont bien voulu contribuer également à l'un de nos ateliers participatifs en tant que représentantes des trois villages. Les dix noms que nous n'avons pas encore cités précédemment figurent donc ici, dans le désordre: Mme Geneviève Kohler, M. Philippe Jacot, M. Armand Balanche, M. Sébastien Verbeck, Mme Monique Brandt, M. Pascal Schneider, M. Michel Boucard, M. Blaise Oesch, Mme Marceline Huguenin et M. Dominique Vermot. Leur regard neuf sur les dernières questions que nous nous posions a permis de finaliser la phase d'analyse pour en inscrire les résultats sur le papier: un grand merci pour le temps qui nous a été consacré.

Enfin, nous avons à deux reprises pu constater l'investissement des habitants des villages pour leur Vallée: en novembre 2018 tout d'abord, lors d'une soirée d'information à la population de La Brévine relative à l'avenir de l'Hôtel-de-Ville, préambule à l'élaboration du présent document stratégique, plus de 100 personnes avaient répondu présent! Puis en octobre 2019, nous avons eu le grand plaisir d'accueillir à La Chaux-du-Milieu les habitants de la région, pour leur présenter les premières intentions relatives au Plan directeur: près de 90 personnes étaient présentes et la discussion fut passionnante: merci à elles également de leur intérêt.

## 11 Liste des figures

Figure de couverture: Le Lac des Taillères gelé en décembre 2016, ©K. Chardon

Figure 1: Situation géographique de la destination Jura & Trois-Lacs (en rouge)

Figure 2: Extrait de la carte présentée à la population de la région le 3 octobre 2019; inventaire des itinéraires de mobilité douce

Figure 3: Synthèse SWOT des résultats des ateliers de mars et juin 2020

Figure 4: Activité sportive en fonction de la fréquence et de la durée en 2000, 2008, 2014 et 2020 (en % de la population résidente suisse âgée de 15 ans ou plus)

Figure 5: Pratique des différents sports en Suisse (population résidente âgée de 15 ans ou plus)

Figure 6: Utilisation d'Internet en Suisse selon l'âge

Figure 7: E-Commerce: dépenses annuelles des ménages privés effectuées sur Internet (2004-2005)

Figure 8: Nombre d'articles de presse parus. Source: Mamie Floriane (2020)

Figure 9: Reflets d'articles consacrés à la thématique du froid

Figure 10: Fête du froid 2019

Figure 11: Logo "La Brévine, Sibérie de la Suisse"

Figure 12: Carte postale de Mouthe dans le Haut-Doubs

Figure 13: Température annuelle - nord de la Suisse au-dessus de 1000m/m - 1864-2019, écart à la moyenne 1961-1990

Figure 14: Rade de Zurich gelée en 1963

Figure 15: Grande salle rénovée en 2020

## 12 Bibliographie

ALAUX Ch., SERVAL S., ZELLER Ch (2015). Marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations, in: **Gestion et Management Public**, vol.4, n°2, pp. 61-78.

BOUAOUINATE A. (2011- 2012). La Géographie du Tourisme. Cours d'introduction à la Géographie du tourisme, Université Hassan II - Mohammedia (Casablanca, Maroc).

BRANDLE SCHNEGEL N., CAPRARESE M. & ROGGO S. (2011). **Le tourisme en Suisse - Stations de ski en concurrence**. Zurich, Suisse.

CHAMARD C. et. al.,(2014). **Le marketing territorial, comment développer l'attractivité et l'hospitalité des territoires**, Paris, De Boeck.

CLIVAZ C., GONSETH C., & MATASCI C. (2015). **Tourisme d'hiver: le défi climatique**. (Presses polytechniques et universitaires romandes, Éd.). Lausanne, Suisse.

DA COSTA P., BORZYKOWSKI N., AUBERT M. (2014). **Perspectives de l'économie neuchâteloise: panorama touristique**. Neuchâtel, Chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie (CNCI).

DOUENCE H. (2011). La patrimonialisation des vignobles: un processus de recomposition territoriale. L'exemple du vignoble du Jurançon, in: FURT J-M. et FAZI A.: **Vivre du patrimoine, un nouveau modèle de développement ?** Paris, L'Harmattan, pp. 573- 584.

DUVAL M. (2011). A la recherche du Karst slovène: logiques patrimoniales, dynamiques touristiques et enjeux territoriaux, in: FURT J-M. et FAZI A.: **Vivre du patrimoine, un nouveau modèle de développement ?** Paris, L'Harmattan, p 65- 86.

Defining Travel in 2020. (2020). **Skift Magazine**.

FERERATION SUISSE DU TOURISME (s.d.). **Family Destination: critères 2019-2021**. Consulté 2 septembre 2020, à l'adresse <https://www.stv-fst.ch/fr/labels-de-qualite/family-destination/criteres-2019-2021>.

FRICK K. & BOSSHART D. (2010). **Re-Inventing Swiss Summer. Potentiel pour la branche touristique suisse**. Zurich, Suisse.

GEISER L. pour le compte de la Scté Hedge Développement (2018). **Hôtel de Ville - La Brévine: Épicentre du froid: Concept de fonctionnement et de recherche de fonds**. Marin, Suisse.

HANUS Ch. & HANUS Ph. (2016). Variations autour du mythe du froid et de l'hiver dans la petite Sibérie française, in: **Cultures et Sociétés, Vivre le froid: l'endurer, le déjouer, en jouer**, n° 39, pp. 73-81.

HUSER C. (2016). **Research Report Switzerland: Market Analysis and Insight**. Zurich, Suisse: Suisse Tourisme.

IPK INTERNATIONAL (2016). **ITB World Travel Trends Report 2015/2016**. Munich, Allemagne.

IPK INTERNATIONAL (2020). **ITB World Travel Trends: Latest Insights & Outlook**.

JURA & TROIS-LACS (2014). **Concept touristique global - Masterplan**.

KLEIN G., VITASSE Y., RIXEN C., MARTY C., & REBETEZ M. (2016). Shorter snow cover duration since 1970 in the Swiss Alps due to earlier snowmelt more than to later snow onset. **Climatic**

**Change**, 139 (3-4), 637-649. <https://doi.org/10.1007/s10584-016-1806-y>.

KOTLER P., BOWEN J.T. & MAKENS J-C. (2010). **Marketing for Hospitality and Tourism** (5ème). New Jersey: Pearson Education.

KUTSCHER, S. & SILVA B. (2020). **65 Travel Statistics to Know in 2019-2020**. Consulté à l'adresse <https://www.treksoft.com/en/blog/65-travel-tourism-statistics-for-2019>.

**L'Atlas de la France et de ses régions** (1993).

LAMPRECHT M., BURGI R. & STAMM H. (2020). **Sport Suisse 2020: activité et consommation sportives de la population suisse**. Macolin, Suisse.

LAW R., BUHALIS D. & COBANOGU C. (2014). **Progress on Information and Communication**.

LAZZAROTTI O. (2011). **Patrimoine et tourisme, Histoires, lieux, acteurs, enjeux**. Paris, Belin.

LAZZAROTTI O. (2003). Tourisme et patrimoine: ad augusta per angustia, in: **Annales de Géographie**. t. 112, n°629, pp. 91-110.

LEVY J., LUSSAULT M. et al. (2003). **Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés**. Paris, Belin.

LONGARETTI J. (2015). **Stratégie marketing**. Bienne, Suisse: Jura & Trois-Lacs.

LUSSAULT M. & LEVY J. (2003). **Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés**.

MAIRY F., ROTHENBUEHLER A., ROULET O., & VON WYSS M. (2016). **Plan directeur de l'offre touristique du Val-de-Travers - Rapport provisoire du 22 août 2016**.

MAMIE F. (2020). **La Brévine, Sibérie de la Suisse. Conception d'un espace de valorisation du patrimoine du froid au sein de l'Hôtel-de-Ville de La Brévine**. Travail final de CAS "Promouvoir une institution culturelle, UniNE.

MÉTÉO SUISSE (2020). **Hivers glaciaux en Suisse**.

<https://www.meteosuisse.admin.ch/home/climat/climat-de-la-suisse/rapports-climatiques/les-archives-meteorologiques-suisse.subpage.html/fr/data/blogs/2018/2/eiszeit-in-der-schweiz.html> consulté 26.09.2020.

MICHON G., SIMENEL R., SORBA J-M. (2011). Forêts domestiques, savoir-faire et savoirs naturalistes: quelles natures, quelles démarches, pour quels patrimoines ?, in: FURT J-M. et FAZI A.: **Vivre du patrimoine, un nouveau modèle de développement ?** Paris, L'Harmattan, pp. 533-552.

MORETTI J-L. (2011). Les «Sentiers du patrimoine» de Corse: mémoire de pierre sèche d'une identité Méditerranéenne, in: FURT J-M. et FAZI A.: **Vivre du patrimoine, un nouveau modèle de développement ?** Paris, l'Harmattan, pp. 165-184.

MONFERRAN J-Ch., de La SOUDIERE M. (2016). De la capitale du froid aux «centres de la France», in: **Ethnologie française** n° 164, PUF, pp. 645 – 656.

MUELLER H. & WEBER F. (2008). **2030: le tourisme suisse face aux changements climatiques**. Berne, Suisse: Suisse Tourisme.

NEUHOFFER B., BUHALIS D. & LADKIN A. (2013). A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences. **International Journal of Tourism Research**, 16, 340-350.

<https://doi.org/10.1002/jtr>.

OBSERVATOIRE DU TOURISME DE JURA & TROIS-LACS (2020). **Statistiques de l'hébergement dans la destination Jura & Trois-Lacs**. Consulté 24 février 2020, à l'adresse <https://pro.j3l.ch/observatory/dashboards/hebergement>.

OBSERVATOIRE VALAISAN DU TOURISME (2020). **Rapport des nuitées hôtelières juillet 2020**. Consulté 8 septembre 2020, à l'adresse <https://www.tourobs.ch/fr/articles-et-actualites/articles/id-8052-rapport-des-nuitées-hotelières-juillet-2020/>.

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (2018). **e-commerce: dépenses des ménages privés effectuées sur internet**. Neuchâtel, Suisse. Consulté à l'adresse <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs/depenses-ecommerce-menages.html>.

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (2019a). **La population de la suisse en 2018**. Neuchâtel, Suisse.

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (2019b). **Voyages de la population résidente suisse en 2018**. Neuchâtel, Suisse.

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (2020a). **La statistique suisse du tourisme 2018**. Neuchâtel, Suisse. Consulté à l'adresse <https://www.enecho.meti.go.jp/about/pamphlet/energy2018/html/001/>.

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (2020b). **Tourisme: panorama 2019**. Neuchâtel, Suisse.

OFFICE FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE (2020c). **Utilisation d'internet en Suisse**. Consulté 24 juin 2020, à l'adresse <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs-generaux/menages-population/utilisation-internet.html>.

RAUTENBERG M. (2003). Comment s'inventent de nouveaux patrimoines: usages sociaux, pratiques institutionnelles et politiques publiques en Savoie, in: **Culture & Musées**, n°1, pp. 19-40.

REBETEZ M., KLEIN G., & VITASSE Y. (s.d.). **Etude microclimatique de la vallée de La Brévine**. Consulté 4 septembre 2020, à l'adresse [http://www.unine.ch/geographie/home/recherche/geographie\\_physique/climat\\_brevine.html](http://www.unine.ch/geographie/home/recherche/geographie_physique/climat_brevine.html)

REEVES R. (1961). **Reality in Advertising**.

ROTHENBÜHLER A., CATTIN S., QUELOZ E., & BRAHIER A. (2014). **Jura & Trois-Lacs : Concept touristique global - Masterplan**. Bienne, Suisse.

ROULET O., VON WYSS L. & VON WYSS Mathias (2020). **Analyse de la demande touristique, plan directeur du tourisme de la Vallée de La Brévine**.

STADTHERR L. & CAPIRONE M. (2015). **SuisseMobile: Enquête sur l'utilisation en 2013**. Berne, Suisse: Fondation SuisseMobile.

SUISSE TOURISME (2016). **Segmentation: typologies**. Zurich, Suisse.

Technologies in Hospitality and Tourism. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 26(5), 727-750. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2013-0367>.

UNITED NATIONS (2019). ***World Urbanization Prospects 2018: Highlights***. Consulté à l'adresse <https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-Highlights.pdf>.

UNIVERSITÉ DE NEUCHÂTEL (2014). ***Etude microclimatique de la vallée de La Brévine***. [https://www.unine.ch/geographie/de/home/recherche/geographie\\_physique/climat\\_brevine.html](https://www.unine.ch/geographie/de/home/recherche/geographie_physique/climat_brevine.html) consulté 06.10.20.

## 13 Annexes

Les documents suivants sont annexés:

**Inventaire des prestataires touristiques de la Vallée de La Brévine – situation octobre 2019**

**Revue de presse sur la thématique du froid**

**Document de synthèse du Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine**

| Catégorie                 | Quoi                                                                                                    | Organisé par qui | Personne de contact                                      | Adresse                                       | NPA                       | Mail                                                  | Téléphone                     | Site web                    |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Hébergement               | Appartement de vacances                                                                                 |                  | Famille Blättler                                         | Combe de La Racine                            | 2406 La Brévine           | alblaettler@bluewin.ch                                | +41 32 935 14 95              |                             |
| Hébergement               | B&B Les Cottards                                                                                        |                  |                                                          |                                               | 2406 La Brévine           | susanne.huguenin@bluewin.ch                           | +41 79 531 94 45              |                             |
| Hébergement               | Appartement de vacances Les 3 Sapins                                                                    |                  | Jakim & Valérie                                          | Centre 75                                     | 2405 La Chaux-du-Milieu   | gite.3sapins@gmail.com                                | 079 427 91 45                 | www.gite3sapins.ch          |
| Hébergement               | Appartement de vacances La Cachotière                                                                   |                  | Estelle Vuille Ngaidé<br>Patricia et Jean-Bernard Vuille | Le Cachot 39                                  | 2405 La Chaux-du-Milieu   | lacachotiere.2405@gmail.com<br>(prepresse@bluewin.ch) | +41 32 936 14 36              | www.cachotiere.ch           |
| Hébergement               | Chalet de vacances Moulin du Lac                                                                        |                  | Janine Nicolet et Jacques-André Choffet                  | Lac des Taillères                             | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 32 936 12 20              | www.moulin-du-lac.ch        |
| Hébergement               | Maison de vacances                                                                                      |                  | Christoph et Barbara Koch                                | Chez Guenet                                   | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 44 867 03 82              |                             |
| Hébergement               | Maison de vacances                                                                                      |                  | Frank Utzinger et Lisbeth Mattenberger                   | Chez Guenet                                   | 2406 La Brévine           | frank.utzinger@sunrise.ch                             | +41 76 367 12 43              |                             |
| Hébergement               | Appartement de vacances Combe de la Racine                                                              |                  | Famille Léo Blättler                                     |                                               | 2406 La Châtagne          | alblaettler@bluewin.ch                                | +41 32 935 14 95              |                             |
| Hébergement               | Maison de vacances Ferme Willy Pigeon                                                                   |                  | Fondation La Résidence                                   |                                               |                           | fondation.residence@ne.ch                             | +41 32 933 21 11              |                             |
| Hébergement               | Chambre d'hôtes dans un chalet                                                                          |                  | Mme et M. Graber                                         | Chez Guenet                                   | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 32 931 26 42              |                             |
| Hébergement               | Appartement dans ferme: L'Ecrenaz, la Ferme de Vanille                                                  |                  | M. Philippe Jeanneret                                    |                                               | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 32 913 42 36              |                             |
| Hébergement               | Studio de vacances dans ferme – Le Cervelet                                                             |                  | Gérard Montandon                                         |                                               | 2406 La Châtagne          | gap.montandon@bluewin.ch                              | +41 32 935 14 70              |                             |
| Hébergement               | La Drosera                                                                                              |                  | Olivier Heger                                            | Centre 85                                     | 2405 La Chaux-du-Milieu   | oheger@bluewin.ch                                     | +41 78 659 03 01              | www.chante-joux.ch          |
| Hébergement               | Le Pénitencier                                                                                          |                  | Fam. Heiniger Mota                                       | Le Pénitencier 1                              | 2406 La Brévine           | holidays@penitencier.ch                               | +41 79 738 81 45              | www.lepenitencier.ch        |
| Hébergement               | Chante-Joux Hébergement (collectif)                                                                     |                  | Olivier Heger                                            | Rue du Temple 93                              | 2405 La Chaux-du-Milieu   | reservations@chante-joux.ch                           | +41 32 936 15 01              | www.chante-joux.ch          |
| Hébergement               | Halle Omnisport - Hébergement collectif et location de salle pour activités sportives et manifestations |                  |                                                          | Clos Rognon 7                                 | 2406 La Brévine           | commune.brevine@ne.ch                                 | +41 32 935 11 15              |                             |
| Restaurant                | L'Isba                                                                                                  |                  | Isabelle Huguenin                                        | Village 182                                   | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 32 935 13 06              |                             |
| Restaurant                | Auberge au Loup Blanc Sàrl                                                                              |                  | Jean-Daniel Oppliger                                     | Village 168                                   | 2406 La Brévine           | info@loup-blanc.ch                                    | +41 32 938 20 00              |                             |
| Restaurant                | Aux Berges d'Estailières                                                                                |                  |                                                          | Les Taillères                                 | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 32 935 11 10              |                             |
| Restaurant                | Auberge du Vieux-Puits                                                                                  |                  |                                                          | Rue du Temple 73                              | 2405 La Chaux-du-Milieu   | info@auberge-duvieuxpuits.ch                          | +41 32 936 11 10              | www.auberge-duvieuxpuits.ch |
| Restaurant                | Hôtel Restaurant du Moulin                                                                              |                  |                                                          | Le Bas du Cerneux                             | 2414 Le Cerneux-Péquignot | laurent.aquilon@gmail.com                             | +41 32 936 12 25              |                             |
| Hébergement et restaurant | Chez Bichon                                                                                             |                  |                                                          | Bémont                                        | 2406 La Brévine           | nathalie.huguenin@bluewin.ch                          | +41 32 935 12 58              |                             |
| Hébergement et restaurant | Auberge du Prévoux                                                                                      |                  |                                                          | Le Prévoux (Parking sur le Cerneux-Péquignot) | 2400 Le Prévoux           | saveur@aubergeduprevoux.ch                            | +41 32 931 23 13              |                             |
| Hébergement et restaurant | Hôtel Restaurant Les Cernets                                                                            |                  |                                                          | Les Cernets                                   | 2126 Les Verrières        | info@hotel-lescernets.ch                              | +41 32 866 12 65              |                             |
| Produits du terroir       | Fromagerie de La Brévine                                                                                | DeLaBrévine      |                                                          | Village 198                                   | 2406 La Brévine           | info@fromagerielabrevine.ch                           | 41 (0)79.434.66.97            |                             |
| Produits du terroir       | Visite guidée Fromagerie - chauffage à distance                                                         | DeLaBrévine      | Sylvain Troutet                                          | Village 198                                   | 2406 La Brévine           | info@fromagerielabrevine.ch                           | +41 79 434 66 97              |                             |
| Produits du terroir       | In Vino Veritas                                                                                         |                  | Alain Chapatte                                           | Betod 77                                      | 2414 Le Cerneux-Péquignot | invino.veritas@bluewin.ch                             | +41 79 443 33 89              | www.invinoveritas77.ch      |
| Produits du terroir       | Distillerie Aux Vouivres d'Estailières - Productions de Gentiane artisanale                             |                  | André Bühler                                             | Les Cuches 91                                 | 2406 La Brévine           |                                                       | 032 935 14 75                 |                             |
| Produits du terroir       | Distillerie La Chaleureuse                                                                              |                  | Philippe Geinoz                                          | Chez Guenet 9                                 | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 79 216 88 43              |                             |
| Produits du terroir       | Fromagerie des Sagnettes                                                                                |                  | Philippe Geinoz                                          | Route de la Brévine 2                         | 2124 Les Sagnettes        | p.geinoz(at)bluewin.ch                                | 032 935 12 21 / 079 216 88 43 |                             |
| Produits du terroir       | Fromagerie Olivier-Baudois                                                                              |                  |                                                          | Village 5                                     | 2414 Le Cerneux-Péquignot |                                                       | +41 32 936 10 39              |                             |
| Produits du terroir       | Fromagerie Les Jordans (Gruyère AOP)                                                                    |                  | Hervé Pierre Maurice Morot                               | Les Jordans 5                                 | 2406 Le Brouillet         |                                                       |                               |                             |
| Produits du terroir       | Fromagerie de Bémont                                                                                    |                  | Philippe Genioz                                          | Bémont 241                                    | 2406 Le Brouillet         | fromagerie.de.bemont(at)gmail.com                     | 032 935 20 19                 |                             |
| Produits du terroir       | Boucherie de la Sibérie                                                                                 |                  |                                                          | Village 152                                   | 2406 La Brévine           |                                                       | +41 32 935 11 06              |                             |
| Produits du terroir       | Fromagerie des Chaux                                                                                    |                  | Stephane Menoud                                          | Le Cachot                                     | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                       |                               |                             |
| Produits du terroir       | Distillerie E.Piaget (Absinthe)                                                                         |                  | Emilieu Piaget                                           |                                               | 2114 Le Cerneux-Péquignot |                                                       |                               |                             |



| Catégorie           | Quoi                                                                                                         | Organisé par qui                                         | Personne de contact            | Adresse                   | NPA                       | Mail                      | Téléphone        | Site web                                                                              |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Produits du terroir | Absintherie Willy Pellaton                                                                                   |                                                          | Willy Pellaton                 | Village 186               | 2406 La Brévine           |                           | 032 935 10 41    |                                                                                       |
| Produits du terroir | Absinthe des Vallées (distillerie)                                                                           |                                                          | Michel Haldimann               | Clef-d'Or 125             | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                           | 032 936 13 08    |                                                                                       |
| Epicerie            | Epicerie Bähler                                                                                              |                                                          | Christiane Bähler              | Village 287               | 2406 La Brévine           |                           | 032 935 13 83    |                                                                                       |
| Epicerie            | Epicerie Michel Vuille (L'Etivaz AOP)                                                                        |                                                          | Michel Vuille                  | Rue du Ctre 76            | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                           | 032 936 11 23    |                                                                                       |
| Boulangerie         | Boulangerie-pâtisserie                                                                                       |                                                          | Christian Lebrat               |                           | 2406 La Brévine           |                           |                  |                                                                                       |
| Artisanat           | Poterie                                                                                                      |                                                          | Isabelle Perrinjaquet          |                           |                           |                           |                  |                                                                                       |
| Artisanat           | Poterie du Lion d'or                                                                                         |                                                          | Martine Brunner                | Temple 90                 | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                           |                  |                                                                                       |
| Artisanat           | Meubles et Brocante Alaska                                                                                   |                                                          |                                | Village 154               | 2406 La Brévine           | alaska2@bluewin.ch        | 032 935 14 33    |                                                                                       |
| Itinérance          | Randonnée pédestre et VTT entre La Brévine et Môtiers (également direction Mont-Benoît/F) - La Vy aux Moines | Neuchâtel Rando                                          |                                |                           |                           |                           |                  | www.neuchatelrando.ch/nos-randonnees/sentiers/moyen/la-vy-aux-moines                  |
| Itinérance          | Le Sentier des Bornes - Randonnée pédestre en boucle depuis La Brévine                                       | Neuchâtel Rando                                          |                                |                           |                           |                           |                  | www.neuchatelrando.ch/nos-randonnees/sentiers/facile/la-brevine-le-sentier-des-bornes |
| Itinérance          | Randonnée pédestre de La Brévine aux Verrières                                                               | Neuchâtel Rando                                          |                                |                           |                           |                           |                  | www.neuchatelrando.ch/nos-randonnees/sentiers/moyen/la-brevine-les-verrieres          |
| Itinérance          | Sentier thématique "La promenade du temps passé"                                                             | Société d'embellissement de La Brévine                   | Présidente: Geneviève Kohler   |                           | 2406 La Brévine           |                           |                  |                                                                                       |
| Itinérance          | Randonnée équestre                                                                                           | Association Réseau Équestre Neuchâtel                    |                                |                           |                           |                           |                  | www.aren.ch                                                                           |
| Itinérance          | Vélo                                                                                                         | Suisse mobile                                            |                                |                           |                           |                           |                  |                                                                                       |
| Itinérance          | VTT                                                                                                          |                                                          |                                |                           |                           |                           |                  |                                                                                       |
| Itinérance          | Randonnée en raquettes                                                                                       |                                                          | Neuchâtel ski de fonds         | Route de la République 26 | 2208 Les Hauts-Geneveys   | info@skidefond.ch         | +41 79 944 92 76 | www.skidefond.ch                                                                      |
| Itinérance          | Randonnée pédestre hivernale                                                                                 |                                                          |                                |                           |                           |                           |                  |                                                                                       |
| Itinérance          | Ski de Fonds                                                                                                 |                                                          | Neuchâtel ski de fonds         | Route de la République 26 | 2208 Les Hauts-Geneveys   | info@skidefond.ch         | +41 79 944 92 76 | www.skidefond.ch                                                                      |
| Événement           | BCN tour                                                                                                     | Union des sociétés locales                               | Présidente: Tania Bertschinger |                           | 2406 La Brévine           |                           |                  |                                                                                       |
| Événement           | Raiffeisen Trans VTT                                                                                         | Union des sociétés locales                               | Présidente: Tania Bertschinger |                           | 2406 La Brévine           |                           |                  |                                                                                       |
| Événement           | Cueillette de plantes sauvages et cuisine                                                                    | Société d'embellissement de La Brévine                   | Présidente: Geneviève Kohler   |                           | 2406 La Brévine           |                           |                  |                                                                                       |
| Événement           | Sorties champignons                                                                                          | Société d'embellissement de La Brévine                   | Présidente: Geneviève Kohler   |                           | 2406 La Brévine           |                           |                  |                                                                                       |
| Événement           | Hot Sibéria - Mi-été La Brévine                                                                              | Ski club La Brévine                                      | Président: Cédric Schwab       |                           | 2406 La Brévine           | Contact sur le site       |                  | www.sclabrevine.ch                                                                    |
| Événement           | La Sibérienne (course de ski de fond)                                                                        | Ski club La Brévine                                      | Président: Cédric Schwab       |                           | 2406 La Brévine           | Contact sur le site       |                  | www.sclabrevine.ch                                                                    |
| Événement           | Fête du froid                                                                                                | Association Vallée de La Brévine - Sibérie de la Suisse  |                                |                           | 2406 La Brévine           | info@vallée-brevine.ch    |                  | www.vallee-brevine.ch                                                                 |
| Événement           | Balade gourmande                                                                                             | Unihockey club (UHC) la Brévine                          | Luca Bonnet                    | Chobert 3                 | 2406 La Brévine           |                           | +41 79 892 59 31 |                                                                                       |
| Événement           | Disco (dans le cadre de la Fête du froid)                                                                    | Unihockey club (UHC) la Brévine                          | Luca Bonnet                    | Chobert 3                 | 2406 La Brévine           |                           | +41 79 892 59 31 |                                                                                       |
| Événement           | Organisation d'une Fête de la Bière                                                                          | Société des amis de la musique                           |                                |                           |                           |                           |                  |                                                                                       |
| Événement           | Soirée ciné inside en hiver et open air en été                                                               | CinéVallée                                               | Charles-Henri Pochon           |                           | 2414 Le Cerneux-Péquignot | pochon.ch@bluewin.ch      | +41 79 204 22 49 | https://cinevalleeducerneux.blogspot.com/                                             |
| Événement           | Corbak Festival - Festival de musique annuel en juin                                                         |                                                          |                                |                           | 2405 La Chaux-du-Milieu   | info@corbak.ch            |                  | http://corbak.ch/corbak/contact/                                                      |
| Événement           | Exposition artistique - Ferme du Grand-Cachot-de-Vent                                                        |                                                          |                                | Le Cachot                 | 2405 La Chaux-du-Milieu   | grandcachot@gmail.com     | +41 32 936 12 61 | www.grand-cachot.ch                                                                   |
| Événement           | Festival Racinotes                                                                                           |                                                          | Coraline Cuenot                |                           |                           | info@racinotes.ch         |                  | http://www.racinotes.ch                                                               |
| Événement           | Moultipass - Espace petite scène et bar                                                                      |                                                          | Olivier Heger                  | Centre 85                 | 2405 La Chaux-du-Milieu   | moultipass@bluewin.ch     | +41 32 936 15 01 | http://www.moultipass.ch                                                              |
| Événement           | La Rockillarde - Course-balade VTT intégrée à la fête villageoise du lieu                                    | Association de Développement du Cerneux-Péquignot (ADCP) |                                |                           | 2414 Le Cerneux-Péquignot | info@larockillarde.ch     |                  | http://www.larockillarde.ch/                                                          |
| Événement           | Tractomania - Cortège de tracteurs, tous les 2 ans (2019, 2021...)                                           |                                                          |                                |                           |                           | contact@tracto-mania.ch   |                  | http://www.tracto-mania.ch/                                                           |
| Événement           | Concours d'exécution musicale La Chaux-du-Milieu (Tous les deux ans)                                         |                                                          | Denise Siegenthaler            |                           | 2405 La Chaux-du-Milieu   | siegenthalerd@bluewin.ch. | +41 32 936 14 01 | http://www.concours-cdm.org/                                                          |

| Catégorie                | Quoi                                                  | Organisé par qui                                          | Personne de contact                                        | Adresse                     | NPA                       | Mail                                              | Téléphone                                                   | Site web                                                                                 |
|--------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Événement                | Sculpture sur glace                                   |                                                           | Yvan König                                                 | Maison Blanche              | 2406 Le Brouillet         |                                                   | +41 32 935 12 01                                            |                                                                                          |
| Événement                | Fête de la Suze et fête villageoise                   |                                                           | Jeunesse du Cerneux-Péquignot et ADCP                      |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Sortie raquettes et raclette en nocturne              | Jeunesse du Cerneux-Péquignot                             |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Match au loto                                         | Association de Développement du Cerneux-Péquignot (ADCP)  |                                                            |                             | 2414 Le Cerneux-Péquignot |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Match au loto                                         | Union des paysannes de la Vallée de La Brévine            | Chantal Margueron                                          | 2406 La Châtagne            | 2406 La Brévine           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Fête Villageoise (w-e de Pentecôte)                   |                                                           |                                                            |                             | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Fête du 1er Août (le 31 juillet)                      | organisé à tour de rôle par les 3 villages                |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Match au loto                                         | Fanfare l'Avenir                                          |                                                            | grande salle, de la Brévine | 2406 La Brévine           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Concert                                               | Fanfare l'Avenir                                          |                                                            | Temple de la Brévine        | 2407 La Brévine           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Concert et théâtre : L'écho des Sapin                 | Echo des sapins La Brévine                                |                                                            |                             | 2406 La Brévine           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Organisation de sorties et d'événements divers        | Association de développement de La Chaux-du-Milieu        | David Grange                                               | Temple 94                   | 2405 La Chaux-du-Milieu   | david.grange@gmail.com                            | 0041 79 307 51 72                                           |                                                                                          |
| Événement                | Course d'orientation                                  | ANCO - Assoc. Neuchateloise de course d'orientation       |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             | www.anco-ne.ch                                                                           |
| Événement                | Carnaval du Cerneux-Péquignot                         | Commune du Cerneux-Péquignot                              |                                                            | Le Village 16a              | 2414 Le Cerneux-Péquignot | commune.cerneux-pequignot@ne.ch                   | 0041 32 936 11 30                                           | www.cerneux-pequignot.ch                                                                 |
| Événement                | Cultes                                                | Paroisse Hautes-Joux                                      |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Événement                | Balade forestière et contes                           | Société d'embellissement de La Brévine                    |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Site naturel remarquable | Lac des Taillères                                     |                                                           |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Site naturel remarquable | Glacière du Monlési                                   |                                                           |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Prestations touristiques | Physio, (fitness), massage, wellness                  | Physiomouv' Sàrl                                          |                                                            | Clos-Rognon 2               | 2406 La Brévine           | physiomouv@gmail.com                              | +41 79 268 83 56                                            | www.physiomouv.ch                                                                        |
| Prestations touristiques | Location de patins à glace, raquettes et skis de fond | Sibéria sport                                             |                                                            | Clos Rognon 5               | 2406 La Brévine           | info@siberiasports.ch                             | +41 32 935 13 24                                            | www.siberiasport.sitew.ch                                                                |
| Prestations touristiques |                                                       | Goût & Région                                             | Matthias von Wyss                                          | Grand'Rue 27                | 2108 Couvet               | info@gout-region.ch                               | +41 2 864 90 64                                             | www.gout-region.ch                                                                       |
| Prestations touristiques | télésiège du Cerneux-Péquignot                        |                                                           |                                                            |                             | 2414 Le Cerneux-Péquignot |                                                   |                                                             | http://adcp.ch/teleski/                                                                  |
| Prestations touristiques |                                                       | Tourisme neuchâtelois - Montagne                          | Vincent Matthey                                            | Espace 1                    | 2300 La Chaux-deFonds     | info.cdf@ne.ch                                    | +41 32 889 68 95                                            |                                                                                          |
| Société locale           | Manège du Quartier                                    |                                                           |                                                            | Le Quartier                 | 2300 La Chaux-deFonds     |                                                   |                                                             | www.chaux-du-milieu.ch/lieux/manege-du-quartier                                          |
| Société locale           | Football                                              | AS Vallée                                                 | Florian peret                                              | Case postale 19             | 2406 La Brévine           |                                                   |                                                             | www.football.ch/anf/Association-neuchateloise-de-football/Clubs-ANF/Club-ANF.aspx/v-959/ |
| Société locale           | Fanfare l'Avenir La Brévine                           | Fanfare l'Avenir La Brévine                               |                                                            | Case postale 61             | 2406 La Brévine           | av.buehler@bluewin.ch                             |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Accordéonistes                                        | Echo des sapins La Brévine                                | Responsable administrative: Monique Brandt                 | Village 208                 | 2406 La Brévine           | les4mb@bluewin.ch                                 | +41 32 935 14 37                                            |                                                                                          |
| Société locale           | Association de développement                          | Association du développement du Cerneux-Péquignot         |                                                            |                             | 2414 Le Cerneux-Péquignot | adcerneuxpequignot@gmail.ch                       |                                                             | http://adcp.ch                                                                           |
| Société locale           | syndicat                                              | Syndicat d'élevage bovin La Brévine                       | Denis Huguenin                                             | 2406 Le Brouillet           | 2406 La Brévine           |                                                   | +41 32 935 11 81                                            |                                                                                          |
| Société locale           | Jeunesse de la Chaux-du-Milieu                        | Société de jeunesse de La Chaux-du-Milieu                 |                                                            |                             |                           |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Dames paysannes                                       |                                                           |                                                            |                             | Vallée                    |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Association de développement                          | Association de développement de La Chaux-du-Milieu (ADCM) | David Grange                                               | Temple 94                   | 2405 La Chaux-du-Milieu   | david.grange@gmail.com                            |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Fanfare de la Chaux-du-Milieu                         | Fanfare de la Chaux-du-Milieu                             | Céline Grange                                              | Temple 94                   | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Sport: Tir                                            | STIVAB - Stand de Tir Intercommunal de la Vallée          | Jean-Luc Chopard                                           |                             |                           |                                                   | 032 732 98 38 - 3                                           |                                                                                          |
| Société locale           | Sport: gymnastique (Gym dames)                        | Société de gymnastique de la Chaux-du-Milieu              |                                                            |                             | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Sport: pétanque                                       | Club de pétanque de la Chaux-du-Milieu                    | Ferland Paul Vermot                                        | Les Gillottes               | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                   |                                                             |                                                                                          |
| Société locale           | Sport: Ski de fond                                    | Ski Club La Brévine (organise plusieurs événements)       | Cédric Schwab (président)<br>Sabine Pellaton (secrétariat) | Case Postale                | 2406 La Brévine           | skiclublabrevine@bluewin.ch<br>cschwab@bluewin.ch | Secrétariat: 079 637 82 23<br>Cédric Schwab : 079 208 16 88 | www.sclabrevine.ch                                                                       |

| Catégorie                      | Quoi                                        | Organisé par qui     | Personne de contact      | Adresse                      | NPA                       | Mail                                                                                 | Téléphone        | Site web                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------|---------------------------------------------|----------------------|--------------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Société locale                 | Société Cavalerie du Locle                  |                      | Jean-Denis Siegenthaler  | La Forge                     | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                                                      | 032 936 14 01    | <a href="http://www.aen-ne.ch/annuaire/societes/8/societe-de-cavalerie-du-locle">www.aen-ne.ch/annuaire/societes/8/societe-de-cavalerie-du-locle</a>                                                                        |
| Bâtiment/Monuments historiques | Temple de La Chaux-du-Milieu                |                      |                          |                              | 2405 La Chaux-du-Milieu   |                                                                                      |                  | <a href="http://www.orgues-et-vitraux.ch/default.asp/2-0-1115-11-6-1/">http://www.orgues-et-vitraux.ch/default.asp/2-0-1115-11-6-1/</a>                                                                                     |
| Bâtiment/Monuments historiques | Temple de la Brévine                        |                      | Administration communale | Village                      | 2406 La Brévine           | <a href="mailto:commune.brevine@ne.ch">commune.brevine@ne.ch</a>                     | +41 32 935 11 13 | <a href="http://www.labrevine.ch">www.labrevine.ch</a>                                                                                                                                                                      |
| Bâtiment/Monuments historiques | Chapelle de Bémont                          |                      | Administration communale |                              | 2406 La Brévine           | <a href="mailto:commune.brevine@ne.ch">commune.brevine@ne.ch</a>                     | +41 32 935 11 14 | <a href="http://www.labrevine.ch">www.labrevine.ch</a>                                                                                                                                                                      |
| Bâtiment/Monuments historiques | Eglise catholique du Cerneux-Péquignot      |                      | Administration communale | Le Village 16a               | 2114 Le Cerneux-Péquignot | <a href="mailto:commune.cerneux-pequignot@ne.ch">commune.cerneux-pequignot@ne.ch</a> | +41 32 936 11 30 | <a href="http://www.cerneux-pequignot.ch">www.cerneux-pequignot.ch</a>                                                                                                                                                      |
| Bâtiment/Monuments historiques | La Vierge de Gardot                         |                      | Administration communale | Le Village 16a               | 2114 Le Cerneux-Péquignot | <a href="mailto:commune.cerneux-pequignot@ne.ch">commune.cerneux-pequignot@ne.ch</a> | +41 32 936 11 31 | <a href="http://www.cerneux-pequignot.ch">www.cerneux-pequignot.ch</a>                                                                                                                                                      |
| Bâtiment/Monuments historiques | La Chapelle de Bétod                        |                      | Administration communale | Le Village 16a               | 2114 Le Cerneux-Péquignot | <a href="mailto:commune.cerneux-pequignot@ne.ch">commune.cerneux-pequignot@ne.ch</a> | +41 32 936 11 32 | <a href="http://www.cerneux-pequignot.ch">www.cerneux-pequignot.ch</a>                                                                                                                                                      |
| Bâtiment/Monuments historiques | la Bonne-Fontaine de La Brévine             |                      |                          |                              | 2406 La Brévine           |                                                                                      |                  | <a href="https://www.imagesdupatrimoine.ch/notice/article/les-cures-deau-a-la-bonne-fontaine-de-la-brevine.html">https://www.imagesdupatrimoine.ch/notice/article/les-cures-deau-a-la-bonne-fontaine-de-la-brevine.html</a> |
| Bâtiment/Monuments historiques | Le Beffroi de l'église du Cerneux-Péquignot |                      | Administration communale | Le Village 16a               | 2114 Le Cerneux-Péquignot | <a href="mailto:commune.cerneux-pequignot@ne.ch">commune.cerneux-pequignot@ne.ch</a> |                  |                                                                                                                                                                                                                             |
| Commune                        |                                             | La Brévine           | Jean-Maurice Gasser      | Village 166, Case postale 96 | 2406 La Brévine           | <a href="mailto:commune.brevine@ne.ch">commune.brevine@ne.ch</a>                     | +41 32 935 11 15 | <a href="http://www.labrevine.ch">www.labrevine.ch</a>                                                                                                                                                                      |
| Commune                        |                                             | La Chaux-du-Milieu   |                          |                              | 2405 La Chaux-du-Milieu   | <a href="mailto:commune.chaux-du-milieu@ne.ch">commune.chaux-du-milieu@ne.ch</a>     | +41 32 936 11 19 |                                                                                                                                                                                                                             |
| Commune                        |                                             | Le Cerneux-Péquignot |                          | Le Village 16a               | 2114 Le Cerneux-Péquignot | <a href="mailto:commune.cerneux-pequignot@ne.ch">commune.cerneux-pequignot@ne.ch</a> | +41 32 936 11 30 |                                                                                                                                                                                                                             |

**Revue de presse - La Brévine, Sibérie de la Suisse**  
08.06.20

| Date       | Titre de l'article                                                                                  | Résumé                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Média      | Lien vers l'article      |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------|
| 02.02.2020 | 3000 personnes à la Fête du froid... et de la pluie                                                 | Malgré la pluie et le vent de l'après-midi, ainsi que l'annulation des animations liées à la neige, la 9e édition de la Fête du froid de la Brévine a tout de même incité curieux ou habitués à braver les intempéries.                                                                                                                                                       | Arcinfo    | <a href="#">Lien web</a> |
| 01.02.2020 | Apprendre à résister au froid à La Brévine                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | RJB        | <a href="#">Lien web</a> |
| 01.02.2020 | 9e Fête du Froid à La Brévine: baignade dans le lac des Taillères                                   | La 9e édition de la Fête du Froid s'est déroulée par une météo clémente pour la saison. Un des points forts a été sans conteste la baignade dans le Lac des Taillères gelé.                                                                                                                                                                                                   | La Liberté | <a href="#">Lien web</a> |
| 01.02.2020 | A l'instar de janvier, la Fête du froid de La Brévine a particulièrement... Chaud                   | Le mois de janvier a été trop doux, trop ensoleillé et trop sec par rapport aux moyennes. La Fête du froid de La Brévine (NE), samedi, s'est déroulée sous des températures particulièrement clémentes cette année.                                                                                                                                                           | RTS        | <a href="#">Lien web</a> |
| 01.02.2020 | Pour la Fête du froid, on s'est baigné dans le lac                                                  | La 9e édition de la Fête du Froid s'est déroulée par une météo clémente pour la saison. Un des points forts a été sans conteste la baignade dans le Lac des Taillères gelé.                                                                                                                                                                                                   | 24heures   | <a href="#">Lien web</a> |
| 29.01.2020 | 9e Fête du Froid à La Brévine: baignade dans le lac gelé                                            | La Fête du Froid, qui avait attiré l'an dernier entre 5000 et 6000 personnes à La Brévine (NE), aura lieu samedi. Des démonstrations de baignade dans le Lac des Taillères gelé, un cortège aux flambeaux, une chasse au trésor ou la démonstration de la méthode Wim Hof sont notamment au programme.                                                                        | La Liberté | <a href="#">Lien web</a> |
| 24.01.2020 | Bain glacé, ski de fond ou balade en poney : la Fête du froid est prête à accueillir ses visiteurs! | Un accueil chaleureux dans un décor glacé: cette recette, efficace, fait le succès de la Fête du froid depuis neuf ans déjà. Preuve en est le record de fréquentation de l'édition 2019, qui a vu 6000 visiteurs se rassembler dans la vallée. Cette année, la manifestation se décline sur le thème «le froid et le corps».                                                  | Arcinfo    | <a href="#">Lien web</a> |
| 06.01.2020 | La Brévine: ils vont faire comme «Iceman» à la Fête du froid                                        | Lors de la Fête du froid il sera possible de découvrir la fameuse méthode Wim Hof. Surnommé «Iceman», Wim Hof est un sexagénaire néerlandais qui a développé une incroyable résistance au froid. «La méthode permet d'apaiser les maladies auto-immunes, de réduire le stress, de retrouver le sommeil, de booster le système immunitaire et de lutter contre la dépression», | Arcinfo    | <a href="#">Lien web</a> |

|            |                                                                            |                                                                                                                                                                                                                        |            |                          |
|------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------|
| 11.10.2019 | Un nouveau projet pour La Brévine et Grono                                 | Un an après avoir réuni une cinquantaine de cyclistes pour relier la commune la plus froide à la plus chaude de Suisse, les autorités des deux villages ont décidé d'effectuer le trajet retour l'été prochain         | RTN        | <a href="#">Lien web</a> |
| 10.07.2019 | Températures hivernales enregistrées à la Brévine                          | Les habitants de La Brévine se sont réveillés en grelottant, un matin de juillet. Le thermomètre affichait 2,7 degrés à 7h.                                                                                            | 20 minutes | <a href="#">Lien web</a> |
| 27.06.2019 | Coup de chaud pour la Sibérie de la Suisse                                 | Il n'avait jamais fait autant chaud un mois de juin à La Brévine. Le record, qui datait de mercredi, a été à nouveau battu jeudi. C'est la deuxième température la plus chaude de l'histoire pour le village (33,1°C). | RTN        | <a href="#">Lien web</a> |
| 02.02.2019 | Neuchâtel: entre 5000 et 6000 personnes à la 8e Fête du Froid à La Brévine | La 8e édition de la Fête du Froid à La Brévine a attiré entre 5000 et 6000 personnes. La manifestation, qui permet au public de découvrir une série d'activités autour du froid, connaît un succès grandissant.        | Arcinfo    | <a href="#">Lien web</a> |
| 02.02.2019 | La fête du froid a tenu ses promesses à La Brévine                         | La manifestation neuchâteloise, qui promeut une série d'activités autour du froid, a battu cette année son record de participation.                                                                                    | Le Matin   | <a href="#">Lien web</a> |
| 31.01.2019 | Le froid est à la mode, la fête de La Brévine aussi                        | Avec la neige en guest-star, la Fête du froid de La Brévine s'annonce exceptionnelle ce samedi 2 février.                                                                                                              | Arcinfo    | <a href="#">Lien web</a> |
| 31.01.2019 | Le froid actuel ? C'est de la gnognote                                     | La Brévine célébrera samedi sa 8e Fête du froid. Mais ailleurs en Suisse romande on a aussi subi des -20 ou -30 degrés par le passé. Tour d'horizon.                                                                   | Le Matin   | <a href="#">Lien web</a> |
| 30.01.2019 | Le froid célébré dans « La Sibérie de la Suisse »                          | La Brévine organise ce samedi la 8e édition de sa fête populaire qui s'articule autour du froid. En souvenir d'un record suisse battu en 1987, avec un -41,8 degrés.                                                   | Le Matin   | <a href="#">Lien web</a> |
| 21.01.2019 | Encore plus froid à la Brévine ?                                           | La localité de la Brévine (NE) a enregistré le 19 janvier la température la plus basse en Suisse depuis le début de l'hiver, avec -28.4°C. Explication du phénomène météorologique.                                    | RTS        | <a href="#">Lien web</a> |
| 04.01.2019 | Le lac des Taillères fait le bonheur des patineurs                         | Les amateurs peuvent s'adonner au patinage sur le lac des Taillères, dans la Vallée de La Brévine (NE). La couche de glace est suffisamment solide, atteignant l'épaisseur nécessaire de dix centimètres.              | La Liberté | <a href="#">Lien web</a> |

|            |                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                      |                          |
|------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------|
| 27.02.2018 | Le froid, ils aiment ça à La Brévine                                     | La vallée revendique un statut de Sibérie de la Suisse qui profite au tourisme. Hier pourtant, à cause de la bise, il n'y faisait pas plus froid qu'ailleurs..."Quand la température ressentie est glaciale partout, La Brévine ne sort pas du lot. Sauf qu'à La Brévine, le froid, ils aiment ça!"                          | Le Matin             | <a href="#">Lien web</a> |
| 22.02.2018 | La Brévine: le record de froid ne sera pas battu                         | A La Brévine, malgré la vague de grand froid qui s'annonce, on ne s'attend pas à ce que le record de température négative de 1987 soit battu. Et inutile de rêver pouvoir patiner sur le lac des Taillères: la glace est pourrie!                                                                                            | Arcinfo              | <a href="#">Lien web</a> |
| 21.02.2018 | Tourisme neuchâtelois: et la pub à l'étranger?                           | "Echappées belles" a consacré une émission au Jura suisse samedi dernier. La vallée de La Brévine est notamment à l'honneur.                                                                                                                                                                                                 |                      | <a href="#">Lien web</a> |
| 17.02.2018 | Saison 12 : Magie blanche dans le Jura suisse                            | Emission Échappées belles                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | France 5             | <a href="#">Lien web</a> |
| 13.02.2018 | Matin glacial : il fait -27,2 à La Brévine                               | Ce mardi a commencé de manière bien glaciale pour de nombreux Suisses. A certains endroits situés au nord des Alpes, il n'a jamais fait aussi froid cet hiver. Ainsi à La Brévine, surnommée la Sibérie de la Suisse, le thermomètre affichait -27,2 degrés à l'aube.                                                        | Le Matin             | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.02.2018 | Succès pour la 7e édition de la Fête du froid à La Brévine (NE)          | Les organisateurs se réjouissent d'une fréquentation en hausse, 4000 à 5000 personnes contre environ 3000 lors des précédentes éditions. La manifestation a permis au public de découvrir une série d'animations qui s'articulent autour du froid.                                                                           | RTS                  | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.02.2018 | La Fête du froid attire toujours plus à La Brévine                       | Entre 4000 et 5000 visiteurs se sont rendus samedi dans la commune neuchâteloise surnommée la «Sibérie de Suisse», contre 3000 lors des dernières éditions.                                                                                                                                                                  | Tribune de Genève    | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.12.2017 | Froid glacial en Suisse et à La Brévine, où il a fait près de -23 degrés | La vague de froid en Suisse a entraîné une nuit et un dimanche matin glaciaux, des Grisons à La Brévine, dans le canton de Neuchâtel, où le thermomètre est descendu à -22,8 degrés.                                                                                                                                         | RTS                  | <a href="#">Lien web</a> |
| 15.08.2017 | NE: la Brévine, Sibérie de la Suisse                                     | Emission Couleurs locales                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | RTS                  | <a href="#">Lien web</a> |
| 06.06.2017 | Sibérie m'était contée... à La Brévine (Neuchâtel) et Mouthe (Doubs)     | De nos jours, l'hiver y est revendiqué comme une ressource symbolique et un élément identitaire qui permet à la population locale de se distinguer. Cette saison est en effet devenue, au fil du temps, un produit marketing pour ce territoire transfrontalier qu'une publicité présente comme le « pays qui aime l'hiver » | Traverse-Patrimoines | <a href="#">Lien web</a> |

|            |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                           |                          |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| 04.02.2017 | La 6e Fête du Froid attire plus de 1000 personnes à La Brévine (NE)           | La 6e Fête du Froid a attiré entre 1000 et 1500 personnes samedi dans la Vallée de La Brévine (NE). Centre névralgique de la manifestation, le Lac des Taillères accueillait un village du Froid composé d'une vingtaine de chalets. Mais en raison du manque de neige et par des températures entre 1 et 2 degrés, des animations ont été annulées.                                                                                                                                                     | RTS                       | <a href="#">Lien web</a> |
| 30.01.2017 | La Brévine, la "Sibérie de la Suisse", organise la 6e Fête du Froid ce samedi | La Brévine veut profiter de sa réputation de "Sibérie de la Suisse" pour booster son attractivité touristique auprès du public suisse. Ce samedi, elle organise la 6e Fête du Froid autour du Lac des Taillères.                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Le Nouvelliste            | <a href="#">Lien web</a> |
| 30.01.2017 | Le froid à l'honneur dans la «Sibérie de la Suisse»                           | La 6e édition de la Fête du Froid aura lieu samedi prochain dans la Vallée de la Brévine (NE). Programme                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 24heures                  | <a href="#">Lien web</a> |
| 06.01.2017 | Avec -30 degrés à La Brévine, record de froid sur plusieurs régions suisses   | Les températures les plus froides de cet hiver ont été mesurées vendredi matin. Sans surprise, la plus basse était à La Brévine (NE), avec moins 29,9 degrés à 1000 m d'altitude à 07h00. La Brévine connaît une situation géographique et topographique particulière. La topologie de la région, une vallée fermée entre 1030 et 1300 mètres d'altitude, provoque un phénomène d'inversion de température. La température augmente avec l'altitude au lieu de diminuer, comme c'est normalement le cas. | RTS                       | <a href="#">Lien web</a> |
| 07.11.2016 | La Brévine: du froid pour briser la glace                                     | Escapade La Sibérie de la Suisse mise sur ses caractéristiques météorologiques afin de promouvoir son offre en hiver. La popularité de cette destination a réellement décollé il y a quelques années avec une idée bien locale. Comme La Brévine est l'endroit en Suisse qui enregistre les températures les plus basses, nous avons décidé de miser sur le froid pour faire venir les touristes en hiver                                                                                                | Magazine Coop Coopération | <a href="#">Lien web</a> |
| 06.02.2016 | La Brévine restera la Sibérie suisse                                          | Une équipe de climatologie appliquée de l'Université de Neuchâtel s'est penchée sur la raison des températures si basses à La Brévine. Elle a installé 46 stations météo dans la vallée et a relevé les données durant l'hiver 2014-2015. L'étude a révélé que la Sibérie de la Suisse doit sa réputation à sa topographie : une vallée fermée située entre 1030 et 1300 mètres d'altitude.                                                                                                              | RFJ                       | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.02.2016 | La Brévine frissonnera toujours                                               | Emission CQFD. Des chercheurs de l'Université de Neuchâtel et du WSL ont démontré que la Brévine restera toujours l'endroit le plus froid en Suisse et ce malgré le réchauffement climatique.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | RTS                       | <a href="#">Lien web</a> |

|            |                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                   |                          |
|------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------|
| 03.02.2016 | La Brévine (NE) immunisée à jamais contre le réchauffement climatique      | Indépendamment du réchauffement climatique, la vallée de la Brévine méritera toujours son titre de Sibérie suisse, selon une étude de climatologie de l'Université de Neuchâtel                                                                                                                                                                      | RTS               | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.02.2016 | Pourquoi on grelotte tellement à La Brévine                                | Les températures glaciales de la commune neuchâteloise sont dues à un phénomène précis, révèle une étude.                                                                                                                                                                                                                                            | Tribune de Genève | <a href="#">Lien web</a> |
| 02.08.2015 | La Sibérie de la Suisse porte bien son nom avec un -34,2 degrés cette nuit | La Brévine a conforté son image sibérienne en battant le record de froid de cet hiver dans la nuit de samedi à dimanche. Le Mercure y est descendu à moins 34,2 degrés, selon MeteoNews.                                                                                                                                                             | Arcinfo           | <a href="#">Lien web</a> |
| 07.02.2015 | A la Brévine, on fête le froid!                                            | Près de 2000 personnes ont fait le déplacement à la Vallée de la Brévine (NE) samedi pour la 4e Fête du Froid. Nouveauté cette année: un Village du froid s'est installé sur le Lac des Taillères.                                                                                                                                                   | 24heures          | <a href="#">Lien web</a> |
| 08.08.2014 | La Brévine: tour d'horizon sur le plus beau village de Suisse romande      | Emission Couleurs locales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | RTS               | <a href="#">Lien web</a> |
| 08.02.2014 | La Fête du froid à La Brévine perturbée par le redoux                      | A défaut de grands froids, ce sont le vent, la pluie et la neige mouillée qui se sont invités à la 3e édition de la Fête du froid dans la Vallée de La Brévine (NE) vendredi et samedi.                                                                                                                                                              | 24heures          | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.02.2012 | La Brévine va faire du grand froid<br>un trésor touristique très givré     | Au fil du temps, les records liés au froid fascinent de plus en plus de monde. A La Brévine, on l'a bien compris. Hier a été inaugurée l'association Vallée de La Brévine, Sibérie de la Suisse, et la Fête du froid a été lancée devant un important parterre médiatique                                                                            | L'Impartial, p.3  | <a href="#">Lien web</a> |
| 02.02.2012 | Le froid, un attrait touristique à La Brévine                              | A La Brévine, on a fait du froid un attrape-touristes! Avec un record de -41,8 degrés Celcius en 1987, touristes et médias étrangers se pressent pour venir sentir par eux-mêmes ces températures négatives dont ils n'ont pas forcément l'habitude.                                                                                                 | BNJ.TV            | <a href="#">Lien web</a> |
| 20.01.2012 | Capitale du froid, La Brévine veut se vendre grâce à son climat            | Avec le record de -41.8 degrés enregistré en 1987, la Sibérie de la Suisse veut attirer des visiteurs dans sa glacière. Le lundi 12 janvier 1987. Marcel Blondeau note dans son carnet: – 41,8 degrés. La valeur est considérée comme le record de froid en Suisse, dans un espace habité, même si elle est contestée par Samedan en Haute-Engadine. | Le Temps          | <a href="#">Lien web</a> |
| 01.12.2012 | Attention, chute de mercure !                                              | Isolée, recouverte de marais et de forêts profondes, malmenée par des hivers au climat impitoyable, la vallée de la Brévine fut longtemps inhabitée. Balade en Sibérie.                                                                                                                                                                              | La Salamandre     | <a href="#">Lien web</a> |

|            |                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                        |                          |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| 04.02.2008 | Le froid qui soude la Brévine                                                   | Dans ce petit village neuchâtelois, il n'est pas rare que la température plonge à 30° au-dessous de zéro. Un microclimat qui crée une indéfectible solidarité. Reportage                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Migros Magazine        | <a href="#">Lien web</a> |
| 26.01.2007 | Vague de froid: reportage à la Brévine (NE), habituée aux températures extrêmes | Les Bréviniers ont l'habitude de voir le thermomètre afficher des températures largement en dessous de zéro. Actuellement, il fait -18 degrés dans le village, soit bien plus que dans les années exceptionnelles où l'on avoisinait les moins 40 degrés                                                                                                                                                                                                                                       | RTS                    | <a href="#">Lien web</a> |
| 15.02.2006 | Les sensations de l'extrême nord garanties à La Brévine (NE)                    | 19h30                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | RTS                    | <a href="#">Lien web</a> |
| 13.12.2005 | Le froid? La Brévine en fait un argument touristique!                           | La Brévine, Sibérie de la Suisse, n'a plus honte de son image. Au contraire, la commune mise sur le froid pour attirer des touristes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | RTS                    | <a href="#">Lien web</a> |
| 12.02.2005 | La Brévine                                                                      | Emission A.R.C. Appellation Romande Contrôlée                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | RTS                    | <a href="#">Lien web</a> |
| 14.08.2003 | Des températures d'une extrême fraîcheur ont été enregistrées à La Brévine      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | RTS                    | <a href="#">Lien web</a> |
| 03.12.1971 | La vallée de la Brévine                                                         | Emission Croquis. Un horizon fantastique et une lumière extraordinaire, c'est ainsi que le peintre Claudévard décrit la vallée de la Brévine. Au-delà du cliché de la "Sibérie de la Suisse", l'émission Croquis dévoile une région, belle, attachante, isolée, figée en ce début d'hiver 71 dans l'attente des premières neiges et du froid. Monsieur Gauthier le buraliste du Cerneux-Péquignot qui, avec une tranquille sagesse, dépeint la vie dans ce coin retiré du canton de Neuchâtel. | Les archives de la RTS | <a href="#">Lien web</a> |
| 26.01.1969 | La Suisse est belle                                                             | Reportage sur La Brévine :Comme tous les hivers, celui de 1969 est rigoureux à la Brévine. La vallée, nichée à 1072 mètres d'altitude, est considérée comme la Sibérie de la Suisse...Devant l'école du village, l'alignement des skis remplace celui des vélos! Les enfants n'ont pas d'autre moyen pour se déplacer.                                                                                                                                                                         | Les archives de la RTS | <a href="#">Lien web</a> |
| Inconnue   | Le plaisir du patinage sur la patinoire naturelle du lac des Taillères          | Présentation de La Brévine avec des propositions d'activités en famille : patinoire naturelle au lac des Taillères, randonnée hivernale, ainsi que d'autres curiosités à découvrir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Famigros               | <a href="#">Lien web</a> |

# Plan directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine : résumé

## Qu'est-ce que c'est ?

Le Plan Directeur du développement touristique de la Vallée de La Brévine est un document stratégique commandé par les Communes du Cerneux-Péquignot, de La Chaux-du-Milieu et de La Brévine. Il définit une stratégie globale pour le développement touristique de la Vallée en proposant une gouvernance et des axes de travail concrets.

## Quel est son but ?

Doter les Communes de la Vallée d'un fil conducteur, d'une vision commune leur permettant d'accompagner les initiatives associatives et privées et de s'engager collectivement dans des projets contribuant au développement économique et touristique régional. Ce fil conducteur permettra également aux communes d'être proactives et d'initier elles-mêmes des projets.

## Qui a fait quoi et avec quels moyens financiers ?

- Mandantes: les trois Communes de la Vallée.
- Mandataires: l'association Réseau urbain neuchâtelois (RUN, Mme K. Chardon), Mme F. Mamie dans le cadre d'un travail de mémoire effectué à l'UniNE (CAS «Promouvoir une institution culturelle») et la société Goût & Région (Mme O. Roulet, Mme L. Von Wyss et M. M. Von Wyss).
- Financements: le Canton et la Confédération via une subvention de la nouvelle politique régionale (NPR), les Communes et la valorisation des heures de travail de toutes les personnes ayant contribué aux analyses, séances et ateliers organisés en 2019 et 2020.

## Que contient ce Plan directeur ?

- Un diagnostic comprenant l'analyse de l'offre actuelle, l'étude de la demande touristique et, en synthèse, l'examen de l'adéquation entre l'offre et la demande dans la Vallée
- Les tendances touristiques actuelles et la confrontation de l'offre de la Vallée de La Brévine à celles-ci
- Une vision pour le positionnement de la Vallée: il s'agit de consolider l'atout - essentiel en termes de notoriété, que représente le froid depuis le record de température de 1987
- Une stratégie autour du thème du froid pour contribuer à dynamiser l'économie régionale et touristique
- Une proposition d'organisation (gouvernance) pour mettre en place cette stratégie, avec une répartition des rôles entre les Communes, les associations existantes, et l'identification des lacunes à combler

# Les touristes actuels de la Vallée de La Brévine, demande et offre

## Origine des visiteurs

**72% suisse\***  
**6,9% allemande\***  
**5,5% française**  
**15,6% autres**



\* Il est donc primordial pour les prestataires touristiques de parler l'allemand et de faire la promotion touristique dans cette langue

### Favorisent les activités

- Sportives en plein air
- Permettant de vivre une expérience (culture, nature, gastronomie...)
- D'excursion (à la journée, en transports publics si disponibles ou majoritairement en camping-car, moto et vélo)

## Excursionnistes



- 95 % des visiteurs ne dorment pas sur place
- Un excursionniste (adulte) dispose en moyenne d'un budget journalier de CHF 73.- dans la destination Jura & Trois-Lacs

## 4 profils types



**les Best Agers\***  
**les DINKS\*\***  
**les Familles**  
**les Clients MICE\*\*\***

\* L'âge d'or

\*\* Couple sans enfant

\*\*\* Groupes, séminaires

## Offre actuelle (2020)

- 16 lieux d'hébergement dans diverses catégories, soit plus de 250 lits
- 8 offres patrimoniales et culturelles
- 14 producteurs ou vendeurs de produits du terroir
- de multiples sentiers de randonnée à parcourir en raquettes, à pied, en ski de fond, à vélo ou à cheval
- 33 manifestations régionales portées par 15 sociétés locales
- 8 restaurants
- 1 site naturel d'exceptionnel



## Le thème du froid distingue la Vallée des autres destinations touristiques

- Record du froid le 12 janvier 1987 avec une température de -41,8 °C
- La Fête du Froid: une manifestation originale pour célébrer le froid légendaire de la Vallée de La Brévine
- Ski de fond, raquettes ... un large choix de sports d'hiver en plein coeur du Jura neuchâtelois
- Le Lac des Taillères: véritable paysage féérique qui se transforme fréquemment en patinoire pendant l'hiver



## Points d'attention

- Forte dépendance de la Vallée de La Brévine aux conditions météorologiques, puisque l'essentiel de son offre touristique s'expérimente en extérieur
- L'accessibilité en transports publics peut représenter un obstacle important, en particulier pour les excursionnistes
- Les familles avec enfant(s) représentent la clientèle de demain. Il apparaît donc important de prendre tout spécifiquement en considération ce public-cible pour les adaptations ou développements futurs de l'offre, en leur proposant des expériences (par exemple à la ferme)
- Opportunité d'une meilleure mise en scène du froid, afin de renforcer son attractivité

# Les technologies de l'information et de la communication (TIC), l'avenir de la Vallée de La Brévine

(Offre à développer)



## Les technologies de l'information et de la communication (TIC)

! **Ce point nécessitera un effort important.** Voir page 6

Réseaux sociaux, sites d'évaluation, appareils mobiles, e-commerce, réalité virtuelle et réalité augmentée sont encore très peu présentes chez les prestataires touristiques de la Vallée de La Brévine.

Des efforts importants doivent être consentis pour améliorer la visibilité des prestataires touristiques, créer des offres en lien avec ce domaine et utiliser les TIC pour améliorer l'organisation interne (fédération des acteurs, gouvernance).

**En synthèse du diagnostic effectué, la vision du développement imaginé pour la Vallée de La Brévine peut se résumer par la phrase suivante :**

Avec l'aide des TIC pour la gestion et la promotion de l'offre, exploiter la diversité de l'offre sportive de plein air liée aux grands espaces naturels tout en veillant à la préservation de ceux-ci et à la promotion des produits du terroir nés dans cet environnement, et renforcer l'offre à l'attention des familles pour augmenter la valeur ajoutée du tourisme dans la Vallée de La Brévine, en plaçant le client au centre des priorités.

## Trois grandes opportunités touristiques à saisir pour la Vallée de La Brévine

1

### Le froid

Un patrimoine à valoriser.

Personne ne doit repartir de la Vallée sans avoir pu expérimenter «quelque chose» en lien avec ce thème.

2

### Les familles

Un premier public-cible à chouchouter :

- Développer davantage les activités «nature» pour tous les âges, en lien avec le Lac des Taillères
- Développer des activités en intérieur (muséographie du froid à l'Hôtel-de-Ville, autres lieux à imaginer)
- Améliorer l'accueil et l'hébergement dédiés aux familles (label de qualité «Family Destination»)

3

### Les sportifs

Un second public-cible exigeant quelques renforcements de l'offre:

- Adapter de manière assez simple les infrastructures
- Valoriser les activités d'itinérance (vélo, rando, VTT, cheval, ski de fond (à roulettes))
- Développer les activités lacustres

### En confrontant l'offre actuelle de la Vallée de La Brévine aux tendances du développement touristique, il apparaît que :

- Pour 4 points d'importance l'offre correspond parfaitement aux attentes
- 5 points apparaissent comme adéquats mais mériteront une attention particulière, voire des adaptations
- ① 1 point nécessitera un effort important pour la visibilité et l'organisation touristique de la Vallée

### Offre correspondante

- La Vallée de La Brévine bénéficie de la bonne réputation de la Suisse en matière de sécurité, de stabilité politique et de propreté
- La région possède une nature intacte et préservée avec des sites naturels d'exception
- L'offre touristique est adaptée à la saisonnalité
- Les prix pratiqués sont très concurrentiels en comparaison avec les régions urbaines et alpines

### Offre à adapter

- Offre pour les seniors (vélos électriques et transports publics)
- Compléter l'offre des villes au lieu de tenter de la concurrencer
- Développer des services complémentaires aux activités sportives (réparation de vélo, nouvelles offres sportives, etc.)
- Gérer les flux pour préserver la nature
- Individualiser la demande

### L'Association Vallée de La Brévine est renforcée par :

- L'intégration notamment des représentants des Communes au Comité
- Un subtil équilibre entre bénévolat (forces citoyennes) et professionnalisation de l'Association
- La constitution de différents groupes de travail rattachés à une même entité

Ainsi elle sera en mesure d'assurer un suivi global du développement touristique dans la Vallée.

### Les 3 Communes restent soudées et parlent d'une seule voix pour être en mesure de :

- Se saisir du Plan directeur du tourisme et procéder à sa mise en oeuvre
- S'impliquer stratégiquement et financièrement au sein de l'Association en restant attentives aux situations spécifiques (par exemple financière)
- Encadrer et accompagner les énergies citoyennes
- Être à l'écoute de la population: gérer les conflits, orienter les projets privés, favoriser les initiatives (concours?)
- Agir sur le domaine public: places pour campings cars - gestion des flux - aménagements propices à l'itinérance - sécurité et accessibilité des rives - panneaux d'information - entretien et utilisation du patrimoine immobilier à des fins touristiques - préservation du patrimoine naturel et paysager - obtention du label de qualité «Family Destination» - ...
- Être actrices de l'accessibilité et de la mobilité

### Des partenariats sont consolidés ou créés

- Autour de l'organisation de manifestations
- Entre les prestataires d'hébergement
- Avec les Régions et Villes voisines
- Avec Tourisme neuchâtelois et Jura & Trois-Lacs
- Avec le Parc du Doubs
- ...

# En résumé, quatre axes de travail & 18 propositions d'action

1

## L'organisation

- Renforcer l'Association Vallée de La Brévine
- Renforcer le lien entre les trois Communes
- Rester ouverts sur l'extérieur
  - Veiller à l'accessibilité en mobilité douce de la Vallée de La Brévine
  - Consolider ou créer les partenariats
  - Sensibiliser les habitants à l'importance de la qualité de l'accueil
- Utiliser les TIC en soutien de la gouvernance

2

## La valorisation du patrimoine du froid

- Mettre davantage en valeur les offres en lien avec le froid (patinage, Fête du Froid, ...)
- Rallier prestataires touristiques et habitants au tour de ce thème
- Faire de l'Hôtel-de-Ville le centre névralgique du froid
- Créer des expériences en lien avec le froid dans l'Hôtel-de-Ville et partout dans La Vallée
- Créer du contenu audiovisuel sur la thématique du froid
- Créer des archives du froid

3

## Les familles

- Considérer la famille de 0 à 100 ans
- Améliorer l'accueil et l'hébergement dédiés aux familles (label de qualité «Family Destination»)
- Développer davantage les activités «nature» en lien avec le Lac des Taillères
- Développer des activités en intérieur
- Valoriser les expériences originales comme des visites à la ferme

4

## Les sportifs

- Adapter les infrastructures sportives
- Valoriser les activités d'itinérance (vélo, randonnée, VTT, cheval, etc.)
- Développer les activités lacustres



## 14 Documents de travail (non publiés)

Les auteurs tiennent à disposition des autorités communales de la Vallée les documents suivants:

**Procès-verbaux des séances du groupe de pilotage, ainsi que les notes des séances de préparation tenues avec le président**

**Procès-verbaux, supports Power point, photos et matériel de travail des rencontres avec la population, ateliers et autres reflets de moments consacrés au projet (visite de l'exposition sur le froid à Arc-et-Senans/F par exemple)**