

## ESSOR DU TRAIL RUNNING DANS LES STATIONS DE MONTAGNE : ÉTUDE DU POSITIONNEMENT DE LA STATION D'ANZÈRE



RÉALISÉ PAR ALEXANDRA FADEEV  
SUIVI PAR ALAIN IMBODEN  
MANDATÉ PAR HENRY HESS,  
PRÉSIDENT DU COMITÉ DU TOUR DES ALPAGES

HES-SO VALAIS/WALLIS, FILIÈRE TOURISME  
MODULE 786B - TRAVAIL DE BACHELOR 2020

DÉPOSÉ LE 29 JUIN

## RÉSUMÉ

Anzère, une station de ski de taille moyenne qui cherche à se diversifier, et le trail running, un sport axé sur la nature qui cherche à s'implanter, l'idée de réunir les deux semblaient presque évidente. Plus technique, plus varié et souvent beaucoup plus long que la course à pied classique, le trail running attire en effet de plus en plus de coureurs en montagne. A Anzère, l'office du tourisme s'est lancé dans la mise en œuvre d'un projet de parcours de trail afin d'accroître l'offre estivale de la région, avec l'appui des membres du comité du Tour des Alpes, un événement déjà bien connu des amateurs de course à pied.

L'objectif de ce travail consiste à identifier les éléments à mettre en place pour la destination d'Anzère afin de mieux positionner la station en capitalisant sur tout le potentiel qu'offre le trail running. Dans ce but, il s'agissait d'abord de bien comprendre les besoins et comportements des touristes amateurs de trail running. Il a ensuite fallu entreprendre une analyse comparative avec les stations qui semblaient détenir les meilleures offres en la matière afin d'en dégager les meilleures pratiques. Enfin, un état des lieux des activités touristiques estivales actuelles à Anzère a été dressé afin de pouvoir proposer des recommandations sur mesure pour la station.

Ce travail a ainsi permis de dégager quelques pistes à explorer ainsi que des suggestions d'innovation. Développer une application et un site Internet, nouer un partenariat avec un équipementier, créer un trail d'hiver, proposer des défis aux coureurs, voilà quelques-unes des propositions qui pourraient permettre à Anzère de développer une offre de trail running attrayante et ainsi de se diversifier, tout en misant sur ses atouts spécifiques.

**Mots-clés** : tourisme de sport, trail running, diversification, station de ski, Anzère

## AVANT-PROPOS ET REMERCIEMENTS

Pendant mes trois années d'études à la HES-SO à Sierre, j'ai eu la chance de pouvoir vivre dans un appartement dans le village d'Anzère, qui fait partie de la commune d'Ayent. Grande amatrice de course à pied et de trail running, j'ai sillonné les nombreux chemins de la région et j'ai même participé à plusieurs reprises à la course du Tour des Alpagnes. Désirant m'impliquer un peu plus dans la vie locale, j'ai décidé de rejoindre le Comité dudit événement. Comme son président était très enthousiaste à l'idée de développer le trail running dans la région, il m'a tout de suite prise sous son aile afin que je l'aide à mener à bien ses projets. Pour la rédaction de mon travail de bachelor, j'ai donc assez naturellement pensé à lui et à ses projets. De plus, il m'avait aussi parlé de la collaboration envisagée par les communes de Sion, Savièse, Grimisuat, Ayent et Arbaz pour baliser des itinéraires de trail running dans la région. Ce travail est donc apparu comme une opportunité à saisir pour contribuer à développer le positionnement d'Anzère en tant que destination de trail running.

J'avais à cœur d'écrire un travail qui puisse être utile, et qui tourne autour d'un sport que j'affectionne particulièrement. A mes yeux, la région d'Anzère dispose de tous les atouts pour développer une offre de trail running de qualité : des terrains techniques et variés, des paysages magnifiques, un panorama unique, une ambiance chaleureuse ainsi que de nombreux défis à relever. Malgré la pandémie de COVID-19, les recherches à effectuer pour ce travail ont pu se dérouler de façon plus au moins normale. Cependant, certains entretiens avec les acteurs de la région ont été compromis, et il serait donc intéressant pour moi de pouvoir développer les différents éléments du projet avec les parties concernées.

Je tiens à remercier ici toutes les personnes qui ont collaboré avec moi pour mener à bien ce travail, et notamment mon mandant, Henry Hess, président du Comité du Tour des Alpagnes, qui m'a soutenue depuis le début, Damian Indermitte, directeur d'Anzère Tourisme, qui a su répondre à mes nombreuses questions, et enfin, mais surtout, Alain Imboden, qui a supervisé mon travail et s'est rendu disponible durant toute cette période. Enfin, je remercie mes proches, qui ont relu mon texte et m'ont apporté leurs précieux conseils, en particulier Vivienne Fadeev et Noé Torrent.

## LISTE DES ABRÉVIATIONS

GPX	GPS eXchange Format
ITRA	International Trail Running Association
kmE	Kilomètre Effort
OFSPQ	Office Fédéral du Sport
TDA	Tour des Alpines
UTMB	Ultra-trail du Mont-Blanc

## LISTE DES FIGURES

<b>Figure 1:</b> Évolution du nombre de coureurs sur les Ultras en Suisse .....	14
<b>Figure 2:</b> Tranche d'âge des répondants .....	19
<b>Figure 3:</b> Motivations à pratiquer le trail running .....	20
<b>Figure 4:</b> Balisage des parcours de trail running .....	42
<b>Figure 5:</b> Grand Bisse d'Ayent sur le billet de CHF 100.- .....	47
<b>Figure 6:</b> Plan du parcours du Tour des Alpes .....	51

## LISTE DES TABLEAUX

<b>Tableau 1:</b> Les différentes sortes de trail : de la course en montagne au trail urbain .....	8
<b>Tableau 2:</b> Catégories de trail .....	10
<b>Tableau 3:</b> Analyse SWOT de la destination d'Anzère.....	38
<b>Tableau 4:</b> Projet d'itinéraires de trails dans la commune de Savièse .....	40
<b>Tableau 5:</b> Projet d'itinéraires de trails dans la commune de Sion .....	41
<b>Tableau 6:</b> Projet d'itinéraires de trails dans la commune de Grimisuat .....	41
<b>Tableau 7:</b> Données techniques du Trail du Scex Rouge .....	43
<b>Tableau 8:</b> Données techniques du Trail des Audannes .....	44
<b>Tableau 9:</b> Données techniques du Trail des Alpagnes .....	45
<b>Tableau 10:</b> Données techniques du Trail des Bisses.....	46
<b>Tableau 11:</b> Analyse SWOT du projet d'itinéraires de Trail dans la région d'Anzère.....	48
<b>Tableau 12:</b> Analyse SWOT du Tour des Alpagnes .....	52
<b>Tableau 13:</b> Comparaison du Trail des Audannes avec le Tour des Alpagnes.....	55
<b>Tableau 14:</b> Tableau récapitulatif des recommandations.....	63

# TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ .....	II
AVANT-PROPOS ET REMERCIEMENTS .....	III
LISTE DES ABRÉVIATIONS.....	IV
LISTE DES FIGURES.....	V
LISTE DES TABLEAUX.....	VI
TABLE DES MATIÈRES .....	VII
INTRODUCTION .....	1
<b>1 REVUE LITTÉRAIRE .....</b>	<b>3</b>
1.1 DIVERSIFICATION TOURISTIQUE.....	3
1.2 ESSOR DU TOURISME DE SPORT OUTDOOR/COURSE À PIED .....	5
1.3 TENDANCE ET ENJEUX DU TRAIL RUNNING .....	6
<b>2 QUESTION DE RECHERCHE ET HYPOTHÈSES .....</b>	<b>15</b>
2.1 DESCRIPTION DU CONTEXTE ET DÉFINITION DU PROBLÈME.....	15
2.2 DESCRIPTION DE L'IMPORTANCE DU PROBLÈME .....	16
2.3 OBJECTIFS DE LA RECHERCHE.....	16
<b>3 MÉTHODOLOGIE.....</b>	<b>18</b>
<b>4 PRATIQUE DU TRAIL RUNNING .....</b>	<b>19</b>
4.1 PROFIL DES TRAILEURS SONDÉS.....	19
4.2 LIEUX DE PRATIQUE .....	20
4.3 FRÉQUENCE DE L'ENTRAÎNEMENT.....	20
4.4 BUDGET CONSACRÉ AU TRAIL RUNNING .....	21
4.5 ÉVÉNEMENT TRAIL .....	21
4.6 TOUR DES ALPAGES.....	21
4.7 TOURISME.....	22
4.8 ANZÈRE .....	22
4.9 INNOVATIONS .....	23
<b>5 BENCHMARK DES STATIONS DE TRAIL .....</b>	<b>26</b>
5.1 CHAMONIX.....	26
5.2 SAINT-PIERRE DE CHARTREUSE.....	28
5.3 PORTES DU SOLEIL .....	29
5.4 VAL D'HÉRENS .....	30

5.5	VAL D'ANNIVIERS .....	30
5.6	RÉSULTATS DU BENCHMARK.....	31
<b>6</b>	<b>OFFRE TOURISTIQUE ESTIVALE DE LA DESTINATION D'ANZÈRE.....</b>	<b>33</b>
6.1	PRÉSENTATION DE LA DESTINATION D'ANZÈRE.....	33
6.2	STRATÉGIE DE POSITIONNEMENT.....	33
6.3	ACTIVITÉS ESTIVALES .....	33
6.4	INFRASTRUCTURES .....	36
6.5	ANALYSE SWOT DE LA DESTINATION.....	38
6.6	LE TRAIL RUNNING À ANZÈRE .....	39
<b>7</b>	<b>PROJET D'ITINÉRAIRES TRAIL DANS LA RÉGION D'ANZÈRE .....</b>	<b>40</b>
7.1	ALLIANCE DES COMMUNES DE SION, GRIMISUAT, SAVIÈSE, AYENT ET ARBAZ.....	40
7.2	ITINÉRAIRES DE TRAIL RÉGION ANZÈRE.....	42
7.3	ANALYSE SWOT DU PROJET .....	48
<b>8</b>	<b>TOUR DES ALPAGES .....</b>	<b>51</b>
8.1	PROPOSITIONS D'AMÉLIORATION DU TOUR DES ALPAGES .....	52
<b>9</b>	<b>RECOMMANDATIONS POUR UN POSITIONNEMENT TRAIL.....</b>	<b>57</b>
9.1	DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE .....	57
9.2	OPPORTUNITÉS ÉCONOMIQUES .....	59
9.3	COLLABORATION AVEC LE TOUR DES ALPAGES .....	61
9.4	APPLICATION MOBILE ET SITE INTERNET.....	61
9.5	COMMUNICATION .....	62
9.6	TABLEAU RÉCAPITULATIF .....	63
	<b>CONCLUSION .....</b>	<b>66</b>
	<b>RÉFÉRENCES .....</b>	<b>68</b>
	<b>DÉCLARATION DE L'AUTEUR.....</b>	<b>90</b>

## INTRODUCTION

Dans le contexte d'incertitude actuel, lié aux changements climatiques et au réchauffement de la planète, mais aussi avec l'augmentation de la concurrence ainsi que l'évolution de la demande touristique, les stations de ski doivent absolument se diversifier afin de survivre. C'est notamment le cas d'Anzère, station valaisanne de taille moyenne qui cherche à instaurer un tourisme quatre saisons. La station a déployé des efforts considérables pour pallier la diminution de la fréquentation, notamment en réorganisant totalement sa structure touristique et en mettant en place des offres exclusives grâce à la création d'un Pass. En plus des activités phares de l'été que sont la randonnée et le VTT, la station vient également de se lancer dans un projet de balisage de parcours de trail running pour ajouter une nouvelle activité à son offre touristique estivale.

L'objectif poursuivi dans ce travail est d'étudier le développement et l'impact d'une offre de trail running dans la destination d'Anzère. L'implantation d'une telle offre permettrait à la station de se diversifier et de répondre à la demande croissante pour les activités en plein air, ou sports outdoor. En effet, la population se tourne de plus en plus vers le sport en général, mais aussi vers la nature et la découverte, et le trail running est une activité répondant tout à fait à ces nouvelles tendances. Cependant, en proposant une offre dans ce domaine, on ne peut pas se limiter au balisage de nouveaux itinéraires : il faut penser à l'expérience complète du touriste, depuis le moment où il entame ses recherches sur les destinations adaptées à son sport jusqu'à son retour à la maison. Pour toutes ces raisons, il est nécessaire que la station mette en place certains éléments clés que l'on retrouve dans la plupart des destinations de trail running, tout en misant sur ce qui la distingue des autres.

Pour ce faire, ce travail va dans un premier temps se concentrer sur la situation actuelle des destinations alpines et sur les nouvelles tendances dans les sports outdoor, en particulier le trail running. Dans un second temps, l'analyse d'un questionnaire diffusé auprès des amateurs de trail running va permettre de dégager le profil type de ces coureurs et déterminer leurs habitudes de consommation dans le but de concevoir une offre correspondant à leurs besoins. Pour pouvoir déterminer les éléments clés à mettre en place pour que la station puisse se positionner en tant que destination de trail running, un travail de benchmark sur les stations proposant les meilleures pratiques dans ce domaine sera entrepris. Il sera suivi d'une analyse de l'offre estivale de la destination d'Anzère, ainsi que de son nouveau projet d'itinéraires de trail dans la région, afin de déterminer les forces et les faiblesses de sa situation actuelle. Finalement, sur la base des outils d'analyse précédents, il sera possible de dégager des recommandations visant à optimiser l'offre de trail running de la station. Ces recommandations portent sur plusieurs aspects, comme la meilleure manière de développer

l'offre de trail, les opportunités économiques à saisir ou à créer, les collaborations à envisager, ainsi que les outils de communication à mettre en place. La décision de mettre en œuvre l'une ou l'autre de ces recommandations dépendra bien sûr des moyens à la disposition de la station, mais aussi de sa volonté de développer le trail running dans le cadre de sa politique de diversification.

# 1 REVUE LITTÉRAIRE

## 1.1 Diversification touristique

### 1.1.1 Réchauffement climatique

De plus en plus de stations de ski sont confrontées à des problèmes chroniques d'enneigement. Les Alpes se réchaufferaient rapidement, plus que la moyenne mondiale : alors que la température mondiale a augmenté de 1,4°C depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, elle aurait augmenté de 2°C dans les Alpes. Ces températures croissantes entraînent une diminution des précipitations neigeuses, et la chaleur plus forte fait fondre la neige qui est tombée.

Pour pallier ce manque de neige, de nombreuses stations ont commencé à recourir à l'enneigement artificiel. De plus en plus efficaces, les canons à neige ont cependant un coût financier et écologique très important. Finalement, ils ne font qu'aggraver une situation climatique qu'ils tentent de contrer. De plus, selon un rapport de l'Union européenne des géosciences, on constate aujourd'hui que 90% du volume des glaciers alpins pourrait avoir disparu à la fin du siècle. L'ironie est que ces mêmes glaciers sont des ressources directes pour l'approvisionnement en eau potable, l'irrigation des cultures, mais aussi l'aménagement de pistes de ski... Cette situation pourrait donc conduire à la fin de l'ère de l'industrie alpine du ski. Seules les stations les plus riches peuvent espérer survivre un temps encore à ce réchauffement climatique, et on dénombre d'ailleurs déjà plus de 200 stations à l'abandon (Parkin, 2019).

Face à ce phénomène, les stations de ski se sont mises à réfléchir à des solutions novatrices afin de s'adapter au changement climatique sans essayer à tout prix de le contrer. Pour cela, il devient plus que nécessaire de se diversifier en optant pour d'autres offres que le ski. Parmi ces offres, on observe l'essor fulgurant de certaines activités comme la randonnée, le VTT, le vélo de route ou encore le trail running.

### 1.1.2 Modification de la demande

Les évolutions sociales en matière de temps de travail et de temps de repos sont également source de modifications de la demande touristique. En effet, avec la réduction du temps de travail, les séjours deviennent de plus en plus nombreux, mais également de plus en plus courts. On assiste à un véritable essor de l'excursionnisme, et également à une demande croissante de la part des clients de proximité. De surcroît, on accorde aujourd'hui davantage d'importance aux aspects ludiques et émotionnels, et les touristes apprécient d'avoir accès à une offre plus riche en activités (Perrin-Malterre, 2015).

Les touristes actuels désirent être plus que de simples spectateurs pendant leur voyage et souhaitent désormais se retrouver au cœur d'une expérience plus profonde.

La modification de la demande provient également du besoin accru des touristes de prendre soin d'eux-mêmes, qu'il s'agisse de leur santé mentale ou physique. Selon une étude menée en 2020 par l'application Strava, la plus grande plateforme dédiée au sport avec plus de 50 millions d'adeptes, la santé serait d'ailleurs la première motivation des coureurs. En effet, d'après le sondage effectué, plus de 80% des coureurs pratiqueraient la course à pied pour des motivations d'ordre physique. Si certains se mettent à la course à pied pour anticiper et combattre les problèmes de santé, d'autres courent pour agir sur l'image de leur corps ; les uns courent pour se sentir moins stressés et moins déprimés, les autres souhaitent uniquement développer leur force et leur puissance physique.

### 1.1.3 Concurrence

Au cours des dernières années, l'ouverture du tourisme à de nouveaux marchés a renforcé la concurrence pour les destinations alpines. En effet, de nouvelles destinations de vacances sont apparues avec la diminution des coûts et du temps des transports (Macchiavelli, 2009). De pair avec le manque de neige et la modification de la demande touristique, ces nouveaux facteurs constituent de véritables freins au tourisme alpin.

Si l'arrivée du tourisme *low cost*<sup>1</sup> nuit déjà considérablement aux destinations alpines, c'est également entre ces dernières que la concurrence augmente depuis quelques années. En effet, comme les touristes suisses privilégient les courts séjours, ils recherchent des destinations offrant toute une variété d'activités. Les stations alpines doivent aujourd'hui se mettre à la page et proposer un nombre intéressant d'activités ou alors tenter de se démarquer entièrement. C'est précisément ce qu'essaient de faire de nombreuses stations en organisant de grands événements sportifs.

### 1.1.4 Développement durable

Dans le contexte de la crise climatique, le tourisme durable devient chaque année plus populaire. Ainsi, la plateforme d'hébergement en ligne Booking.com publie depuis quatre ans un sondage annuel sur le voyage durable dont les résultats montrent que plus de 55% des voyageurs sont plus déterminés à choisir des voyages durables qu'ils ne l'étaient un an

---

<sup>1</sup> *Low cost* : terme anglais signifiant bon marché

auparavant. Cependant, ils semblent encore avoir beaucoup de difficultés à adopter un comportement durable pendant leurs vacances. Il appartiendrait donc aux acteurs touristiques d'encourager ce genre d'offres (Booking.com, 2019).

Le trail running est associé à des valeurs fortes liées à la nature et au plein air, et donc au développement durable. En effet, la discipline est née du plaisir de courir dans une nature préservée, et sa pratique permet une communion toute particulière avec elle. Le coureur souhaite avoir accès à un environnement protégé, loin des foules et de la pollution, et se retrouver en harmonie avec ce qui l'entoure. De ce fait, les pratiquants se doivent de réduire au maximum leur impact sur la nature. Sur les lieux de courses, on constate que les gobelets en plastique sont de moins en moins utilisés aux postes de ravitaillement afin d'encourager les participants à se munir de leurs propres contenants et éviter que ces gobelets ne soient dispersés dans la nature. D'ailleurs, les règlements des courses de trail running disqualifient désormais souvent les coureurs surpris à déverser leurs déchets sur les parcours. Enfin, les sites Internet de nombreuses courses encouragent les participants à pratiquer le covoiturage, et des transports en communs sont organisés sur la majorité des événements.

## 1.2 Essor du tourisme de sport outdoor/course à pied

D'après l'étude sur l'activité et la consommation sportives de la population suisse menée par l'Office fédéral du sport (OFSP) en 2014, on assisterait à une augmentation de l'activité sportive des habitants du pays, notamment chez ceux pratiquant le sport de façon intensive. Il apparaît aussi que les Suisses sont très actifs en comparaison internationale. En ce qui concerne le profil des sportifs, les hommes jeunes sont particulièrement actifs, mais de manière générale, hommes et femmes pratiquent autant de sport. Les Suisses alémaniques sont quant à eux plus actifs que leurs voisins francophones et italophones, bien que les Romands semblent se rattraper ces dernières années. En matière de tourisme, les deux cinquièmes de la population ont effectué des vacances dites sportives, et ce plutôt en Suisse qu'à l'étranger. Ces vacances sont en général consacrées au ski et à la randonnée. Ce sont la randonnée pédestre, le cyclisme, la natation ainsi que le ski qui arrivent en tête des sports les plus pratiqués. La course à pied a quant à elle bénéficié d'un regain de popularité : près d'un quart de la population suisse pratique le jogging ou la course à pied.

Depuis les années 70, la course à pied a pris d'assaut toutes les couches de la population, avec une personne sur quatre pratiquant la course à pied en Suisse. Cet engouement serait expliqué par l'importance croissante accordée à l'image du corps et à l'entretien de la santé. De plus, la course à pied présente l'avantage d'être accessible à tous : débutants et sportifs aguerris, enfants et personnes âgées, hommes et femmes, personnes aux revenus faibles et élevés. On observe un réel élan populaire dans ce domaine (Veillon, 2017).

Cet intérêt pour la course à pied se manifeste notamment dans le taux de participation aux courses populaires, comme l'Escalade de Genève qui accueille plus de 42'000 inscrits, le Grand Prix de Berne qui en accueille plus de 32'000 ou encore les 20 Kilomètres de Lausanne avec quelque 28'000 participants. En 10 ans, le taux de participation aux 20 Kilomètres de Lausanne aurait augmenté de 100%. Cependant, cet accroissement du nombre des participants pose tout de même quelques problèmes au niveau logistique, et certaines courses doivent aujourd'hui limiter le nombre de participants, comme c'est le cas pour l'édition 2020 de Sierre Zinal (Pittet, 2017).

Selon Olivier Bessy, auteur de *The North Face Ultra Trail du Mont Blanc*, la seconde moitié du XXe siècle connaît un contexte de crise identitaire qui se traduit par une montée de l'autonomisation et la recherche d'un accomplissement personnel. L'apparition des loisirs, et plus particulièrement des loisirs sportifs, joue un rôle dans la construction identitaire. Cette quête d'identité poursuit les idéaux du bien-être, de la découverte, de la performance et de l'extrême, mais aussi l'idéal ludique et festif. L'être humain vivrait dans une société où « vivre ne suffit plus, il faut se sentir exister », d'où une envie grandissante de repousser les limites. On retrouve également dans cette quête identitaire le besoin de renouer avec la nature, un besoin auquel le trail running pourrait bien répondre. En lien direct non seulement avec le besoin d'autonomie et de convivialité et la soif de découverte, mais aussi avec la sensibilité écologique actuelle, cette discipline donnerait à la course à pied classique un sens encore plus large et plus profond.

Les avantages pour les destinations concernées sont eux aussi non-négligeables : l'investissement nécessaire pour développer une offre de trail running est relativement bas en comparaison d'autres produits tels que le VTT ou l'escalade. De plus, cette offre a le potentiel d'atteindre une cible élargie allant des randonneurs sportifs aux coureurs les plus aguerris. Le trail running peut également permettre à une destination d'enrichir son offre, et même d'étendre la saison touristique sur les mois plus creux du printemps et de l'automne. Cette pratique sportive peut ainsi constituer une offre à part entière ou venir compléter d'autres ressources touristiques. Enfin, cette activité présente un potentiel élevé de générer des bénéfices pour l'économie locale tout en contribuant à promouvoir la santé des résidents.

## 1.3 Tendances et enjeux du trail running

### 1.3.1 Définition du trail running

Dérivé de l'anglais, le trail running signifie littéralement « course de sentier ». Ce nom est accordé à la pratique de la course à pied en pleine nature. L'International Trail Running Association (ITRA), association dédiée aux acteurs du trail running, définit la discipline comme

« une compétition pédestre ouverte à tous, dans un environnement naturel, avec le minimum possible de routes cimentées ou goudronnées (20% maximum). ». Il s'agit donc vraiment d'une course à pied « tout terrain » avec comme spécificité de pouvoir facilement dépasser la longueur d'un marathon, à la différence de la course classique.

En général pratiqué en montagne, le trail running a également comme particularité de comprendre un important dénivelé dû au changement d'altitude, ainsi qu'une grande technicité en raison des chemins empruntés.

En dehors des caractéristiques physiques, le trail running se démarque de la course à pied par une philosophie proche de la nature. En effet, le développement durable et le respect pour l'environnement sont au cœur des valeurs de cette discipline. Cela se remarque d'ailleurs sur les compétitions où les ravitaillements se font rares (en général tous les 20km), ce qui oblige les coureurs à être en semi-autonomie avec une réserve d'eau et de nourriture suffisante ainsi que des habits adaptés aux possibles intempéries.

De plus, le trail running est étroitement associé à des principes forts tels que l'authenticité, l'humilité, le fair-play, l'équité, le respect ou encore la solidarité. L'esprit de compétition y est peu ancré, on cherchera plutôt à se battre contre ses propres limites mentales et physiques dans cette discipline.

Si pour certains puristes le trail running doit être défini par un nombre précis de kilomètres de longueur et mètres de dénivelé, pour d'autres c'est l'esprit trail qui définit ce sport. On trouvera d'ailleurs de multiples sortes de trails avec pour chacun des distances, des dénivelés ainsi que des revêtements différents :

**Tableau 1:** Les différentes sortes de trail : de la course en montagne au trail urbain

Discipline	Caractéristiques
Ultra trail	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plus de 100km</li> <li>▪ UTMB, Grand Raid de la Réunion</li> </ul>
Trail moyenne distance	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entre 30 et 65km</li> <li>▪ Entre 1000m à 3000m de dénivelé</li> <li>▪ Trail des Templiers</li> </ul>
Trail court	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Moins de 30km</li> <li>▪ Sierre-Zinal</li> </ul>
Course en montagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 10 à 30km</li> <li>▪ Reconnue par la fédération d'athlétisme</li> <li>▪ A son propre championnat</li> <li>▪ Usage interdit des bâtons</li> <li>▪ Dépasse rarement 1500m de dénivelé</li> <li>▪ Tour des Alpagnes</li> </ul>
Skyrunning	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se déroule en haute altitude</li> <li>▪ Doit passer la barre des 2000m d'altitude</li> <li>▪ Usage des bâtons autorisé</li> <li>▪ A sa propre fédération et ses propres championnats</li> </ul>
Trail de campagne ou littoral	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trail ne se déroulant pas sur terrain montagneux</li> </ul>
Kilomètre vertical	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 1000m de dénivelé sur la distance la plus courte possible</li> <li>▪ Kilomètre vertical de Fully</li> </ul>
Tower running	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consiste à monter les étages d'un gratte-ciel le plus vite possible</li> </ul>

Snow trail	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Se pratique en hiver</li></ul>
Trail urbain	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ A pour but de faire découvrir le patrimoine historique des villes</li><li>▪ Ecotrail de Paris</li></ul>

**Source :** U-trail (2020)

L'ITRA compte sept catégories de courses de trail running auxquelles elle accorde des points permettant ensuite aux coureurs d'accéder à d'autres courses. Ces catégories sont classées en fonction de leur niveau de difficulté, lequel tient compte de la distance et du dénivelé à parcourir définissant ainsi le degré de km-effort d'une course :

**Tableau 2:** Catégories de trail

Catégorie	Points ITRA	KM-Effort	Temps approximatif du vainqueur
XXS	0	0-24	1h30
XS	1	25-44	1h30-2h30
S	2	45-74	2h30-5h
M	3	75-114	5h-8h
L	4	114-154	8h-12h
XL	5	155-209	12h-17h
XXL	6	>=210	17h

**Source:** International Trail Running Association (2020)

L'entraînement du coureur de trail se démarque lui aussi de celui de la course à pied classique. En effet, le traileur subit beaucoup plus de changements de rythme, d'allure et de foulée que le coureur de marathon. Dans les montées, on alterne course et marche. De plus, le coureur de trail doit adapter son entraînement à un environnement exigeant : montées et descentes, terrain boueux et rocailloux, météo montagnaise changeante, et gestion de la longueur de la course.

En ce qui concerne l'équipement de trail running, on constate là aussi quelques différences avec la course à pied. En effet, en raison de la longueur des parcours et d'une météo changeante, le traileur se munit en général d'habits de compression, de sac(s) à eau ainsi que de bandeau(x). Les chaussures sont elles aussi différentes, plus lourdes, plus solide et munies de crampons. Certains traileurs utilisent également des bâtons pour s'aider sur les longues distances. Le matériel de trail running est donc un peu plus onéreux que celui de la course à pied : les chaussures valent environ 200 CHF la paire, un short de compression va de 100 à 200 CHF, un t-shirt coûte entre 50 et 100 CHF, un sac à eau entre 100 et 200 CHF. Le budget équipementier d'un traileur peut ainsi vite atteindre entre 500 et 700 CHF, et ce sans compter

lunettes, bâtons ou encore montre GPS qui peuvent représenter un montant de plus de 400 CHF. Il n'y a d'ailleurs pas que le matériel qui soit plus onéreux qu'en course à pied classique: le prix des courses de trail running est également plus élevé (U-trail, 2020).

### 1.3.2 Évolution de la pratique

L'engouement pour la pratique du trail running est né avec les changements intervenus dans la dynamique de la pratique du sport en général. En effet, les notions d'aventure, de dépassement de soi et d'extrême, voire même de risque, sont aujourd'hui au centre du champ sportif, depuis l'émergence d'activités comme le VTT, l'escalade ou encore le trail running dans les années 90. C'est d'ailleurs à ce moment-là que le trail running a été reconnu en tant que discipline de l'athlétisme par l'International Association of Athletics Federations (IAAF).

Le trail running a cependant beaucoup de peine à s'organiser. En effet, il y a plusieurs instances différentes qui fédèrent la discipline. Les principales sont :

- L'International Trail Running Association (ITRA)
- La Fédération Internationale de Skyrunning (ISF)
- La Fédération Internationale Ultra (IAU) rattachée à l'IAAF

Même si la discipline du trail running est récente, cela n'empêche pas que certains coureurs soient déjà des légendes dans le monde du sport en général. C'est par exemple le cas de Kilian Jornet, le coureur et alpiniste d'origine catalane surnommé « l'ultra-terrestre ». Il est l'un des seuls traileurs professionnels qui puisse vivre de son sport, et il n'est autre que le détenteur du record de Sierre-Zinal, ce qui a permis à la course d'augmenter encore sa notoriété.

Les équipementiers ont eux aussi permis au trail running d'évoluer. La marque Salomon crée en 1998 les premières chaussures adaptées au trail avec des paramètres de stabilité, d'adhérence et de protection spécifiques. Aujourd'hui, le trail représente d'ailleurs 15% du marché des chaussures de course (Peca, 2015).

Si la course à pied connaît un franc succès chez les sportifs suisses, il est difficile de vraiment chiffrer la pratique du trail running. En effet, les statistiques sur la discipline sont mal estimées, voire même totalement absentes. On estime cependant que la France compte plus de 800'000 traileurs et l'Europe plus de huit millions (FIFAS, 2016), et il semblerait que leur nombre progresse de 10% par année. Même si on a tendance à confondre course à pied classique et trail running, l'engouement pour ce dernier se constate dans l'augmentation des nombreux événements de trail organisés en Suisse. On observe un lien entre l'augmentation du nombre de traileurs et le nombre d'événements au calendrier.

### 1.3.3 Événements trail running

Plus de 90 courses de trail sont organisées en Suisse entre mai et octobre, dont plus de 20 dans le canton du Valais (Pec, 2015). Ces événements ont montré le fort impact touristique produit sur une destination autour et pendant la période d'un trail. C'est notamment le cas pour la course Sierre-Zinal qui amène plus de 12'000 nuitées touristiques pour 4'300 participants (Langenbach & Jaccard, 2019). C'est également vrai pour l'Ultra Trail du Mont-Blanc (UTMB) qui engendrerait plus de 60'504 nuitées, avec un temps de séjour moyen de 4,88 nuits par coureur et environ quatre employés à plein temps (The North Face Ultra-Trail du Mont-Blanc, 2013, p.3).

Le nombre d'événements de trail running connaît un véritable essor depuis 1995. A partir de 2002, l'offre est déjà bien étoffée, mais la diversification continue avec entre autres la création des trails blancs qui permettent de rallonger la saison. C'est ensuite au tour des marques de sport de comprendre les atouts de la discipline et d'investir dans de nombreux événements, comme the North Face pour l'UTMB, Salomon pour Sierre-Zinal, ou encore Raidlight pour les Stations de trail.

La Suisse accueille quelques-uns des plus grands trails du monde, parmi lesquels :

- L'UTMB (l'itinéraire passe en partie en Suisse)
- Sierre-Zinal
- Le Trail de Verbier – St-Bernard
- Le Tor des Géants
- Le Matterhorn Ultraks
- Thyon-Dixence
- Le trail de Montreux – Rochers-de-Naye
- Swiss Peak Trail

### 1.3.4 Stations de trail

Si la Suisse développe de plus en plus d'infrastructures dédiées à la pratique du trail running, la France a depuis longtemps compris les atouts que ce sport apporte à la diversification touristique. En 2011 déjà, l'équipementier Raidlight crée le concept de Station de Trail à Saint-Pierre de Chartreuse. Il s'agit d'une sorte de label pour les destinations dédiées à la pratique de ce sport. Les stations réunies sous ce label proposent des parcours balisés, des ateliers et stages consacrés au trail, des bases d'accueil avec vestiaires, douches ou encore bornes informatiques, un site Internet regroupant toutes les informations utiles, y compris des cartes topo-guides téléchargeables ainsi qu'une application pour smartphone permettant de télécharger les parcours géo-référencés et de partager son expérience avec la

communauté. Le réseau comprend actuellement près de 30 stations en France, mais également en Espagne ou encore en Belgique.

Les destinations faisant partie du réseau Station de trail conservent cependant leur autonomie. Le but du concept est d'uniformiser au maximum la pratique du trail dans chaque station grâce à un cahier des charges commun. Les destinations de trail doivent ainsi toutes mettre à disposition un espace d'accueil, utiliser le site Internet et l'application mobile, offrir un balisage homogène, proposer des ateliers trails et disposer d'une dizaine de parcours de tous niveaux (Stations de Trail, 2020).

Si le concept français est attractif en termes économiques, puisqu'il s'agit d'un concept unique appliqué à de nombreuses destinations, des questions demeurent en ce qui concerne la diversification. En effet, si l'on veut proposer des innovations et réussir à se démarquer, il n'est peut-être pas judicieux de proposer un concept générique. De plus, un tel modèle est envisageable en France, où le développement procède en partie des politiques publiques, alors que la Suisse connaît un tout autre mode de gouvernance touristique (Langenbach & Jaccard, 2019).

### **1.3.5 Le trail en Suisse**

Les Français ont donc été des pionniers avec leur concept de Station de Trail, mais de plus en plus de stations en Suisse proposent une offre similaire, avec des destinations telles que le Val d'Anniviers, le Val d'Hérens ou encore le réseau de trail des Préalpes (Langenbach & Jaccard, 2019). Cependant, à la différence de la France, la Suisse ne dispose pas encore de réseau aussi vaste regroupant les destinations de trail running sous un label uniforme.

**Figure 1:** Évolution du nombre de coureurs sur les Ultras en Suisse



**Source:** Deutsche Ultra marathon-Vereinigung (2020)

Comme le montre ce schéma du site Internet Swiss Ultra Trail, le trail running est en pleine expansion depuis plus de 10 ans. Ce site est l'unique plateforme en Suisse qui réunit des informations sur le trail running dans le pays. Contrairement à ce que connaît la France, la plateforme est très peu développée chez nous, et le site n'est disponible qu'en allemand. Il y a donc une véritable lacune en termes d'uniformisation des informations relatives à la discipline.

## 2 QUESTION DE RECHERCHE ET HYPOTHÈSES

### 2.1 Description du contexte et définition du problème

Depuis le début des années 2000, la discipline sportive du trail a connu un véritable essor tant auprès des coureurs professionnels que chez les amateurs (ITRA, 2019). Signifiant « sentier » en anglais, le trail tire ses origines de la course à pied, mais s'effectue essentiellement dans un environnement naturel, sur des terrains plus exigeants que les courses classiques. Comme il ne nécessite pas de compétences techniques poussées ni de matériel trop coûteux, la discipline attire de plus en plus de sportifs qui en ont assez de courir sur les routes, dans un air de plus en plus pollué, et qui souhaitent se rapprocher de la nature.

Les stations de montagne constituent ainsi le terrain de jeu idéal pour la pratique de ce sport, grâce à leur riche environnement naturel et leurs nombreux sentiers balisés. De plus, le trail pourrait bien être une solution de repli pour les stations de basse altitude qui doivent aujourd'hui faire face à bien des obstacles (Peca, 2015). En effet, de nombreuses destinations de montagne connaissent de sérieux problèmes d'endettement dus notamment aux coûts élevés associés à l'exploitation des remontées mécaniques, au maintien de la sécurité, à l'entretien des pistes, et surtout elles souffrent du manque de rentabilité lié à la diminution du nombre de touristes. De plus, les stations doivent lutter contre un nouveau défi qu'elles ne peuvent maîtriser : le manque de neige dû au réchauffement climatique. Pour que les touristes continuent à effectuer des séjours dans les stations de ski suisses, il faut donc pouvoir leur offrir des alternatives au ski, et pour assurer la rentabilité des stations, il faut chercher à diminuer la période des mois creux et ainsi créer un tourisme "quatre saisons".

En Valais, bien des stations se sont d'ores et déjà positionnées en tant que destinations de trail, avec plusieurs compétitions internationales reconnues comme Sierre-Zinal ou encore l'UTMB. On dénombre aujourd'hui plus de 23 compétitions dans le seul canton du Valais durant la saison estivale, et nombreuses sont les stations qui ont développé un réseau d'itinéraires pour attirer les coureurs de trail souhaitant s'entraîner ou simplement courir pour le plaisir (Valais Wallis Promotion, 2019).

Dans ce climat de forte concurrence, il y a un réel besoin pour les stations de montagne suisses de développer une offre attrayante et diversifiée en dehors du ski. C'est là précisément l'un des objectifs principaux d'Anzère. En effet, la station a mis en place un plan stratégique sur 10 ans, appelé « Anzère 2025 », dont le but est de pallier la baisse des nuitées et de développer un tourisme "quatre saisons" dans l'espoir de pouvoir ainsi assurer sa rentabilité tout au long de l'année

Avec le Tour des Alpagnes, la deuxième plus grande course de montagne valaisanne en termes d'affluence, la destination d'Anzère a le potentiel pour développer un produit de trail capable d'attirer de nombreux coureurs en dehors de l'événement lui-même (Tour des Alpagnes, 2019). C'est d'ailleurs une des ambitions d'Anzère Tourisme et de l'office du tourisme de Sion qui travaille sur un projet d'itinéraire de trail dans la région. Le but du présent travail consistera donc à chercher à identifier les éléments à mettre en place pour l'ensemble des acteurs concernés afin de bien positionner la station en capitalisant sur tout le potentiel qu'offre le trail.

## 2.2 Description de l'importance du problème

De nos jours, les destinations doivent allier leurs forces pour proposer des activités, des packages ou encore des infrastructures plus développées les unes que les autres. La concurrence est forte et tous cherchent à être les leaders sur le marché du tourisme alpin.

Grâce au développement d'une offre basée sur le trail running, la destination d'Anzère pourrait faire de cette activité une force et venir se positionner parmi les meilleurs, ce qui leur permettrait d'agrandir leur clientèle et de répondre aux besoins des consommateurs. De plus, avec la présence d'un événement trail running déjà existant, Anzère part avec un véritable avantage et peut s'appuyer sur son succès en créant une offre autour de celui-ci.

## 2.3 Objectifs de la recherche

### 1. Comprendre les besoins et les comportements des touristes amateurs de trail

Pour identifier les éléments à mettre en place afin de positionner Anzère comme une destination de trail, il est dans un premier temps nécessaire de bien cerner le profil des touristes se rendant dans la station dans le but de pratiquer ce sport, car ceci servira ensuite de base à l'élaboration d'une offre adéquate. Il faudra également analyser le public cible actuel de la station afin de pouvoir adapter cette offre aux touristes qui séjournent déjà à Anzère durant la saison estivale.

### 2. Effectuer un état des lieux des activités touristiques estivales actuelles de la destination

L'objectif de ce travail est de proposer des recommandations à l'intention de différents groupes cibles de la station d'Anzère, comme l'office du tourisme, la commune ou encore les hôteliers. Il s'agit de savoir ce qu'il convient de mettre en place pour l'ensemble des acteurs de la station afin de positionner celle-ci le mieux possible. Il est donc nécessaire de faire un état des lieux de ce qu'Anzère a à offrir et de comprendre comment allier les différents prestataires pour créer un produit novateur.

### **3. Proposer des améliorations et des pistes de développement pour permettre à la station d'Anzère de se positionner comme destination de trail**

Finalement, après avoir analysé le profil des touristes amateurs de trail et dressé un état des lieux des activités estivales de la station, le moment sera venu d'en déduire des stratégies afin de passer à l'action. Pour ce faire, il sera nécessaire d'étudier les bonnes pratiques (best practices) d'autres destinations de trail et d'éventuellement en adapter certaines à la station d'Anzère.

### 3 MÉTHODOLOGIE

Afin de pouvoir comprendre les besoins et comportements des amateurs de trail, il a fallu se pencher sur les habitudes des pratiquants de ce sport en Suisse romande. C'est la raison pour laquelle un sondage a été effectué auprès des traileurs afin de cerner leurs habitudes et identifier les tendances du milieu du trail running dans cette partie du pays. Ce sondage a été diffusé via une newsletter du Tour des Alpagnes afin de cibler les répondants (Annexe I). Cela a permis de faire un premier tri entre les pratiquants et les non-pratiquants. De ce fait, la grande majorité des réponses ont pu être traitées puisque le questionnaire a été envoyé aux anciens participants de l'événement, qui ont donc déjà tous pratiqué le trail running. Le questionnaire comprenait également des questions de satisfaction sur la destination d'Anzère et sur le Tour des Alpagnes. Des avis et des suggestions ont également été recueillis afin de pouvoir dans un deuxième temps les intégrer aux propositions d'amélioration. Ce sondage a enregistré la participation de 195 personnes.

Pour pouvoir effectuer un état des lieux des activités touristiques estivales actuelles de la station d'Anzère, il a été également nécessaire de mettre sur pied des entretiens qualitatifs avec les prestataires des activités de loisirs estivales, comme l'office du tourisme, le comité du Tour des Alpagnes ou encore les remontées mécaniques.

Finalement, afin de pouvoir proposer des améliorations et des pistes de développement pour permettre à Anzère de se positionner comme destination de trail running, un benchmarking a été effectué afin de recenser les meilleures pratiques du marché actuel (Annexe II). Pour ce faire, des destinations comme Saint-Pierre de Chartreuse, les Portes du Soleil, Chamonix, le Val d'Anniviers et le Val d'Hérens ont été étudiées, car ces stations proposent d'ores et déjà une offre bien développée en la matière. En outre, un travail de recherche sur les tendances du tourisme du trail running a été entrepris afin de pouvoir mettre au point et proposer un produit qui trouve son public.

## 4 PRATIQUE DU TRAIL RUNNING

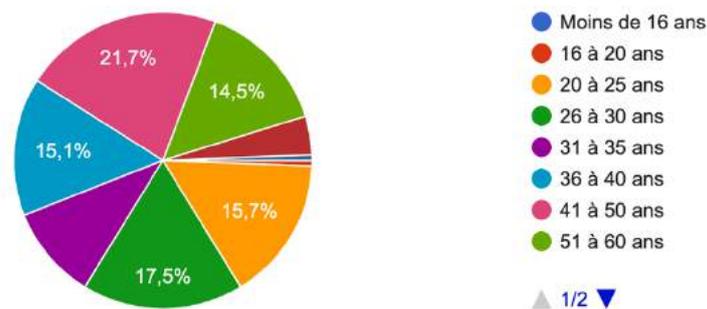
### 4.1 Profil des traileurs sondés

Le profil type du traileur a pu être établi grâce à un questionnaire (Annexe I) ayant pour objectif de comprendre les motivations des coureurs à se déplacer dans une destination donnée pour y pratiquer le trail running. Il convient de préciser que le questionnaire ne s'adressait qu'à des pratiquants de la course à pied. Dans un premier temps, les réponses ont ainsi permis de dégager les caractéristiques des coureurs en Suisse romande, et plus particulièrement en Valais.

#### 4.1.1 Profil sociodémographique

60,8% des répondants au questionnaire sont des hommes. S'il y a une différence toute relative entre les sexes, l'âge des répondants est quant à lui très varié. En effet, comme l'indique le graphique ci-dessous, toutes les tranches d'âge à partir de 20 ans jusqu'à 60 ans sont représentées, avec tout de même une majorité située entre 41 et 50 ans. Aux deux extrémités de l'échelle des âges, on trouve les moins de 16 ans et les 16 à 20 ans, ainsi que les personnes de plus de 60 ans. On peut donc constater que les plus jeunes sont moins adeptes du trail running que les autres groupes d'âge.

**Figure 2:** Tranche d'âge des répondants



**Source :** Données récoltées par l'auteur (sondage 2020a)

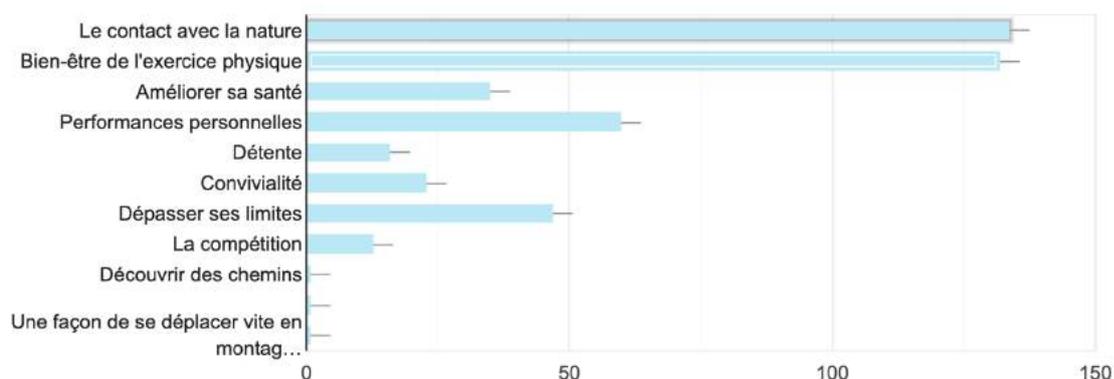
La majorité des répondants ont une formation de niveau universitaire, 22,9% d'entre eux ayant au moins un bachelor et 25,3% au moins un master.

57,2% des répondants sont des Valaisans. Les personnes visées par le questionnaire étant d'anciens participants au Tour des Alpagnes, ce chiffre n'est pas étonnant puisque la majorité des coureurs de cet événement sont originaires du Valais. Les Vaudois viennent en 2<sup>ème</sup> position, représentant 20% des répondants, et sont suivis par les Neuchâtelois et les Genevois. Ces chiffres sont en corrélation avec la provenance des touristes en général dans la station d'Anzère.

### 4.1.2 Motivations

Les motivations des répondants à pratiquer le trail running sont relativement variées, mais c'est le contact avec la nature qui est indiqué comme motivation principale, suivie de très près par le bien-être qu'apporte l'exercice physique. Ceci confirme les tendances actuelles constatées dans le domaine du sport ainsi que les valeurs liées à cette pratique. Si ces deux motivations ressortent de manière évidente du questionnaire, les autres motifs proposés sont beaucoup moins souvent mentionnés. En effet, performances personnelles et dépassement des limites viennent loin derrière les deux premières motivations.

Figure 3: Motivations à pratiquer le trail running



Source : Données récoltées par l'auteur (sondage 2020b)

### 4.2 Lieux de pratique

La majorité des répondants pratiquent le trail running à proximité de leur résidence principale. Leurs réponses montrent que c'est en basse montagne (jusqu'à 1500m d'altitude) que se concentrent la plupart des sorties, puis en forêt, et finalement en haute montagne.

### 4.3 Fréquence de l'entraînement

Plus de 55% des répondants pratiquent le trail running depuis plus de trois ans et moins de 5% depuis moins d'une année. En ce qui concerne la fréquence de l'entraînement, la majorité dit s'entraîner entre deux à trois fois par semaine, 26,5% s'entraîne même trois à quatre fois et 24,7% une à deux fois. Une plus petite proportion s'entraîne moins d'une fois ou plus de cinq fois par semaine. Il s'agit donc d'une activité pratiquée régulièrement et de manière plutôt soutenue.

## 4.4 Budget consacré au trail running

La majorité des répondants annoncent avoir un budget annuel moyen de 100 à 300 CHF pour participer à des courses de trail. Comprenant les frais d'inscriptions, l'hébergement, la restauration ainsi que le déplacement, un tel budget peut sembler peu élevé, mais cela correspond tout à fait aux réponses concernant la fréquence de la participation aux courses de trail running. En effet, la moitié des répondants disent participer à un à trois trails par année, 24% répondent entre trois et six événements, et seulement 6% s'inscrivent à plus de six trails, alors que 19% ne participent à aucune course. Plus de trois quarts des répondants participent ainsi chaque année à des événements de trail running. On constate que près de 28% disent dépenser entre 300 et 600 CHF pour leurs courses, et au-delà de 600 CHF on trouve encore quelque 17% des répondants.

En ce qui concerne l'équipement de trail, qui comprend notamment vêtements, chaussures et sacs, la majorité des répondants estiment que leur budget annuel moyen se situe entre 100 et 300 CHF, 32,5% l'évaluent entre 300 et 600 CHF, et 17,5% le chiffrent à plus de 600 CHF.

La marque de trail préférée des répondants est sans aucun doute Salomon, avec plus de 30,6%, suivie beaucoup plus loin de la marque autrichienne Dynafit, puis de la marque suisse Scott. Les traileurs associent donc vraiment la marque Salomon à la pratique du trail running.

## 4.5 Événement trail

Les répondants estiment que ce sont les paysages qui sont le principal point fort des événements de trails ayant rencontré du succès. C'est ensuite l'ambiance durant l'événement, suivi du parcours (technicité et balisage) qui semble être importants aux yeux des participants. La bonne organisation de l'événement est aussi mentionnée, même si elle ne constitue pas l'une des raisons principales de participation.

## 4.6 Tour des Alpapes

Comme le Tour des Alpapes est la seule course de montagne à Anzère et pourrait constituer une réelle plus-value pour le positionnement trail de la station, l'avis des participants des années précédentes au sujet de cet événement semblait particulièrement important.

C'est l'ambiance de la course qui ressort comme point le plus apprécié de l'événement, suivie de très près par les paysages traversés. Le parcours (technicité et balisage) lui-même rencontre également un certain succès.

Par contre, il apparaît clairement que le prix souvenir du Tour des Alpapes ne remporte pas vraiment l'adhésion des participants. Le site Internet ainsi que les réseaux sociaux sont

également considérés comme des points faibles de l'événement. La qualité des photos prises durant la course pourrait elle aussi être améliorée. Quant à la date du Tour, elle récolte autant d'avis favorables que défavorables.

Les réponses au questionnaire font ressortir un bon niveau de satisfaction de la part des participants. Cependant, plusieurs suggestions d'amélioration ou de changement se recoupent pour une prochaine édition :

- Parcours plus long et plus technique
- Optimisation des blocs de départs
- Modification de l'heure du départ
- Amélioration de l'espace après-course
- Changement du prix souvenir
- Partage des photos

## 4.7 Tourisme

En dehors de courses, plus de 80% des répondants disent se déplacer hors de leur zone de résidence afin de pratiquer le trail running. La majorité se déplace entre trois et six fois par année. En ce qui concerne la durée, la grande majorité reste moins d'une journée complète. Seulement 16% passent au moins une nuitée dans la destination.

La raison principale qui pousse les répondants à se déplacer dans une destination sont les points de vue sur les parcours, un élément qui devance nettement tous les autres motifs. Plus au moins à égalité viennent ensuite le nombre de parcours proposés, le nombre de kilomètres ainsi que la technicité des parcours. 30% des répondants disent également apprécier avoir un but à la clé durant leur course de trail.

## 4.8 Anzère

En ce qui concerne l'offre d'Anzère pour la pratique du trail running, les répondants sont assez mitigés : 33% disent que la destination est plutôt bonne avec quelques améliorations à apporter, 27,4% la jugent idéale, 21% lui donnent une note moyenne, avec une grosse marge de progression et un certain potentiel, alors que plus de 18% n'ont pas d'avis du tout. Il n'y a aucun répondant estimant que la destination soit mauvaise.

Selon les voyageurs venus à Anzère pour y pratiquer le trail, ce sont les points de vue sur les parcours qui constituent la motivation principale de leur déplacement, suivis de très près par le Tour des Alpes. L'accessibilité en véhicule privé semble aussi être relativement

important aux yeux des répondants, de même que le nombre de kilomètres et la technicité des parcours.

Les répondants estiment cependant que la destination devrait s'améliorer, principalement en proposant un plus grand nombre de parcours et en améliorant la qualité du balisage. Le site Internet de l'office du tourisme pourrait lui aussi être amélioré avec une présentation plus claire des informations. Enfin, Anzère pourrait également offrir la possibilité d'effectuer des stages ou ateliers de trail.

## 4.9 Innovations

Toute une partie du questionnaire portait sur les innovations que la station d'Anzère pourrait apporter à son offre de trail. Les répondants ont dû indiquer leurs motivations pour les innovations suggérées afin de mieux pouvoir comprendre ce qu'il serait judicieux de mettre en place ou non.

Certaines destinations offrent la possibilité de se comparer à d'autres sportifs à l'aide d'un système de chronométrage. Ce système fonctionne avec une puce à obtenir auprès de l'office du tourisme et qui se déclenche via des bornes placées au départ et à l'arrivée d'un parcours. Certaines destinations offrent même un prix à ceux qui passent sous la barre d'un temps défini (une entrée au SPA, une offre dans un restaurant de la région, etc.). Pour la majorité des répondants, soit 30,5%, cette innovation n'a pas d'intérêt, et seuls 13,2% la trouvent très intéressante.

De plus en plus de destinations de trail proposent aussi des applications consacrées au trail, lesquelles fournissent entre autres des cartes à télécharger, un système de géolocalisation, voire même un espace "communauté" avec des défis à relever. Sur une échelle de un à cinq, près de 40% la placent à quatre et 33% la situent à cinq, ce qui signifie que cette innovation-là semble très intéressante aux yeux des répondants.

Dans un certain nombre de destinations, on a aujourd'hui mis en place des infrastructures spécialement dédiées aux coureurs. Il s'agit de bases d'accueil où on trouve par exemple des douches, des vestiaires, des bornes d'informations et parfois même des espaces de détente et de fitness. Les avis fluctuent au sujet de cette innovation : 28,1% semblent la trouver assez intéressante, 26,3% la jugent intéressante et enfin 16,8% l'estiment très intéressante. Dans l'ensemble, on peut dire que la majorité serait donc plutôt favorable à l'idée de pouvoir disposer d'une base d'accueil.

Certaines destinations de trail ont innové en proposant des stages/ateliers sur un ou plusieurs jours afin d'améliorer la technique de course ou des capacités spécifiques

(endurance, puissance, régularité, etc.). On trouve par exemple des stages consacrés aux parcours de côtes, parcours de fractionné, kilomètre vertical (1'000m de dénivelé sur la plus courte distance). Encore une fois, les avis au sujet de cette innovation sont partagés, allant de peu intéressant, à assez intéressant et intéressant. Cependant, il y a au total davantage de réponses défavorables (18,6%) que favorables (9,6%) au sujet de cette idée.

Parmi les destinations associées à des marques de sport, certaines offrent la possibilité de tester du matériel gratuitement. Les espaces prévus pour ces tests sont installés soit dans les bases d'accueil, soit dans les magasins partenaires. La majorité des répondants semble trouver cette innovation intéressante (32,3%).

Pour beaucoup de coureurs, courir ne suffit plus, et il faut que la destination puisse leur proposer un but à atteindre durant leur course : un sommet à gravir, un lac où se baigner, une buvette où se restaurer ou encore une belle vue à admirer. L'intérêt pour cet aspect-là ne fait aucun doute : moins de 10% trouve cela pas ou peu intéressant, alors que près de 66% juge que c'est intéressant voire très intéressant.

La dernière innovation proposée dans le questionnaire concernait l'«After-trail», qui correspond à l'«Après-ski» si apprécié des touristes en hiver. Après une journée passée à parcourir une région en courant, quoi de mieux que de pouvoir se détendre autour d'un verre (alcoolisé ou non !) dans un établissement avec une bonne ambiance. Plus de 50% des répondants jugent cette idée intéressante voire très intéressante.

Enfin, les répondants ont pu suggérer leurs propres idées d'innovations dont la station d'Anzère pourrait s'inspirer pour optimiser son offre trail. Parmi les suggestions les plus fréquentes, on retiendra les éléments suivants :

- Optimiser l'offre d'hébergement
- Accueillir une Spartan Race
- Proposer un événement plus long que le Tour des Alpagnes
- Offrir des possibilités pour le cani-cross
- Motiver les non-sportifs : par exemple, en offrant une entrée aux bains si un certain lieu est atteint
- Inviter des célébrités à s'identifier à la destination pour la promouvoir
- Exploiter les atouts existants de la station : SPA, cabane des Audannes, restaurants et bars, événements divers
- Indiquer les points d'eau sur les parcours
- Collaborer avec de vrais professionnels et des passionnés pour la réalisation des parcours

Dans la plupart des réponses, on constate un attrait fort voire même une attache particulière pour la destination d'Anzère. Les répondants souhaitent voir la station développer son offre de trail, et surtout, mieux exploiter les atouts dont elle dispose. Les coureurs aimeraient cependant que la destination conserve une certaine simplicité, et n'ont pas forcément envie de se voir proposer une multitude de stages et ateliers de trail, ni même une base d'accueil. Les réponses montrent tout de même un intérêt pour certaines innovations, comme une application dédiée au trail ou un équipementier spécialisé présent dans la station. Enfin, les coureurs souhaitent vraiment pouvoir profiter de la destination, avec des paysages offrant un but à la clé pendant la course et des possibilités d'« After-trail » pour la détente après l'effort.

## 5 BENCHMARK DES STATIONS DE TRAIL

Compte tenu de la concurrence qui se manifeste aujourd'hui dans les destinations alpines, il est essentiel d'être à jour avec les tendances actuelles. Afin de pouvoir se confronter aux stations les plus prisées et se différencier, il est indispensable de comprendre ce qui attire les touristes. Pour ce faire, il convient d'analyser le fonctionnement et les offres des stations concurrentes, et surtout de celles qui connaissent le plus grand succès. C'est pour cette raison qu'une analyse benchmark a été effectuée afin de pouvoir mettre en avant les meilleures pratiques observées chez la concurrence.

Le choix des destinations à analyser s'est porté sur cinq stations qui semblent chacune se démarquer en proposant un produit unique et un positionnement fort basé sur le trail running.

### 5.1 Chamonix

Pour effectuer ce benchmark, il a paru essentiel de s'intéresser d'abord à la destination qui fait référence en matière de trail running dans le monde : Chamonix, une destination alpine phare pour les touristes du monde entier. Le Mont-Blanc, toit de l'Europe, en fait l'icône des Alpes. Si ses hauts sommets attirent les alpinistes de toute la planète, les randonneurs aiment eux aussi effectuer des expéditions autour de ce massif. A partir des années 70, de nombreux touristes prennent d'assaut les sentiers du Tour du Mont-Blanc, qu'on appellera le TMB. Cette célèbre randonnée aurait contribué à construire l'image pédestre et sportive de Chamonix. Ce n'est d'ailleurs pas par hasard que l'UTMB a d'abord été appelée Ultra-Trail International du Tour du Mont-Blanc (Bessy, 2012).

Un peu plus tard, dans les années 80, la randonnée est délaissée pour la course à pied avec l'apparition des chronos, records et autres défis, l'idée étant d'aller toujours plus vite. A partir de là, de nombreux événements s'organisent autour du Mont-Blanc, mais ce n'est qu'en 2003 que naît « le mythe » de l'UTMB. Tout comme son nom l'indique, il s'agit d'une version « ultra » du trail dans la région du Mont-Blanc, un événement comprenant en fait cinq courses distinctes autour du Mont-Blanc et traversant la France, l'Italie et la Suisse. A l'époque, l'épreuve est individuelle et doit s'effectuer d'une seule traite. Le parcours s'adapte ensuite aux désirs de chacun : le coureur peut effectuer le tour complet du Mont-Blanc avec départ et arrivée à Chamonix, ou alors s'arrêter en chemin à Courmayeur ou encore à Champex.

Avec les années, de nouvelles courses apparaissent, et l'événement en compte aujourd'hui cinq: le mythique UTMB avec ses 171 km pour environ 10'000m de dénivelé positif, suivi de la CCC (Courmayeur-Champex-Chamonix) avec 98 km pour quelque 5'600m de dénivelé positif, la TDS (sur les Traces des Ducs de Savoie) avec 110 km pour 7'200m de dénivelé

positif, la PTL (la Petite Trotte à Léon) qui se court en équipe, et, finalement, l'OCC (Orsières-Champex-Chamonix) avec 53km et 3'300m de dénivelé positif (Bessy & Suchet, 2015).

A partir de 2007, l'UTMB devient victime de son succès : les inscriptions sont complètes en moins de 10h, et ce malgré l'obligation de justifier sa participation à des courses de référence ! En 2008, les inscriptions sont complètes en l'espace de 10 minutes seulement, et un système de pré-inscription suivi d'un tirage au sort est alors instauré. Aujourd'hui on assiste à une augmentation de 20% par rapport à l'année précédente, ce qui représente plus de 4'000 demandes de participation, et les organisateurs ont encore dû adapter les conditions d'inscription.

L'UTMB s'impose aujourd'hui comme la référence européenne, voire mondiale, des courses de trail ; elle s'appuie sur un partenaire fort, la marque mondialement connue « The North Face ». L'Ultra Trail est à l'origine de nouveaux services susceptibles de favoriser le développement territorial. Il participe notamment à la diversification de l'économie et à l'allongement de la saison touristique. L'événement permet également de générer d'importants revenus directs et indirects grâce à la considérable augmentation de la fréquentation de l'Espace Mont-Blanc. La destination a ainsi tout pour plaire aux coureurs, mais c'est véritablement son événement phare, l'UTMB, qui fait sa renommée. Une enquête de satisfaction aurait même révélé que 80% des participants à l'UTMB reviendraient dans la région (Tachon, 2019).

En ce qui concerne l'offre de trail running de l'Espace Mont-Blanc, la destination s'appuie sur un site web à part dédié entièrement à la discipline. Les parcours sont répertoriés sur Trace de Trail, un site Internet consacré aux parcours de trail. Trace de trail permet aussi bien aux destinations qu'aux coureurs de créer et partager des trails dont les parcours sont ensuite disponibles sur le site Internet ainsi que sur une application. On y trouve notamment le nombre de km, le dénivelé, la région, un petit descriptif du parcours, quelques photos, la durée de la course, les points d'eaux, les endroits où se restaurer ainsi que la date d'ouverture du parcours. Les parcours sont également téléchargeables en format GPS eXchange Format (GPX) afin de pouvoir s'orienter même sans connexion à l'Internet (Vallée du trail, 2020).

L'application Smartphone offre quant à elle de nombreuses fonctionnalités au touriste :

- Utilisation des cartes et des parcours hors connexion
- Localisation GPS
- Alerte de sortie d'itinéraire
- Météo à Chamonix
- Ajout de réalisations, signalements

- Participation aux DéfiTrail
- Rubrique transports et services : horaires des transports, parkings, offices du tourisme, points d'eau, sanitaires, magasins de sport

Le DéfiTrail permet aux coureurs de se mesurer les uns aux autres à l'aide de balises ibeacon qui interagissent directement avec le smartphone. Les balises détectent leurs passages et déclenchent les chronos permettant ainsi de comparer son temps à celui des autres. L'application crée ensuite un classement avec un système de points sur les différents segments des parcours.

La destination de Chamonix propose aujourd'hui un total de 18 itinéraires répartis sur plusieurs niveaux de difficultés, ainsi que deux kilomètres verticaux et deux DéfiTrails. La destination se démarque réellement des autres grâce à son événement phare, l'UTMB, qui la positionne comme la Mecque du trail running, mais sa renommée est aussi due à ses paysages mondialement connus et à la présence du plus haut sommet des Alpes.

## 5.2 Saint-Pierre de Chartreuse

La destination de Saint-Pierre de Chartreuse (Isère) a été une véritable pionnière en matière de trail. De par sa volonté de diversification afin de créer un tourisme quatre saisons mais également grâce à l'implantation de l'équipementier Raidlight dans la région, la station a pu bénéficier d'un regain de popularité auprès des touristes. Elle a été la première à faire partie du concept de Station de Trail en 2011, et la station iséroise est également la première à avoir créé des itinéraires dédiés au ski de randonnée en 2012. Les deux activités sont d'ailleurs liées et complémentaires (été/hiver) entre elles (Station de Trail, 2020).

Avec un total de 35 itinéraires à la disposition des coureurs, l'offre de trail running y est l'une des plus importantes en France. Elle a de quoi satisfaire tous les niveaux puisqu'elle propose des itinéraires faciles, intermédiaires, difficiles, très difficiles et même des kilomètres verticaux. De plus, la station a aménagé trois trails « blancs », qui sont en fait des parcours de trail sur la neige pour la saison d'hiver. La destination accueille chaque année environ six courses et organise même un festival de trail, le Chartreuse Trail Festival.

L'offre de trail running de Saint-Pierre de Chartreuse est reliée au réseau des Stations de Trail, lequel permet aux stations de fournir un balisage spécifique, mais aussi une page web dédiée à la pratique ainsi qu'une base d'accueil. La station propose donc à ses coureurs un espace pour se changer, se doucher et même s'entraîner puisqu'elle met à disposition un fitness. Saint-Pierre de Chartreuse se démarque des autres stations par ses ateliers et stages de trail. Les coureurs ont ainsi la possibilité de venir s'entraîner avec des professionnels sur

une ou plusieurs demi-journées, voire même un week-end entier. Ces ateliers ont pour but de préparer au mieux un objectif de course et incluent souvent le principe du package puisque le prix d'un week-end comprend généralement les repas, un apéro ainsi que l'entrée au sauna. En ce qui concerne l'information, toute l'offre de trail running de la station se trouve sur le site Internet du réseau des Stations de Trails. Les renseignements fournis sont donc clairs, précis et complets. De plus, le réseau propose également une application sur laquelle il est possible de télécharger des itinéraires ainsi que de partager ses courses avec la communauté.

### 5.3 Portes du Soleil

Avec plus de 400km de chemins balisés pour la pratique du trail running et un total de 54 itinéraires, la station des Portes du Soleil peut se vanter d'avoir l'une des plus grandes offres de trail running. Le domaine s'étend en fait sur 12 stations, ce qui en fait le plus grand territoire relié d'Europe. De plus, il compte 23 remontées mécaniques qui sont ouvertes l'été pour permettre aux coureurs d'accéder aux parcours, avec des itinéraires pour tous les niveaux ainsi que quatre kilomètres verticaux. Il existe même huit parcours de type compétition pour permettre aux coureurs de parfaire leur entraînement pour les courses. Comme à Chamonix, les parcours sont répertoriés sur Trace de Trail, si bien qu'ils sont disponibles sur le site Internet ainsi que sur une application. On y trouve notamment le nombre de km, le dénivelé, la région, un petit descriptif du parcours, quelques photos, la durée de la course, les points d'eaux, les endroits où se restaurer ainsi que la date d'ouverture du parcours. Les parcours sont téléchargeables également en format GPX afin de pouvoir s'orienter même sans Internet (Portes du Soleil, 2020).

L'application Trail Running Portes du Soleil offre de nombreuses fonctionnalités au touriste :

- Localisation GPS
- Descriptif et points d'intérêts du parcours
- Alerte de suivi d'itinéraire indiquant notamment si l'on s'éloigne du parcours
- Envoi de messages d'urgence en cas de problème
- Météo à cinq jours
- Achat intégré des cartes IGN pour la France et Swisstopo pour la Suisse
- Horaires des remontées mécaniques
- Offres du Multi'pass
- Webcams
- Informations en français et en anglais

Le coureur qui se rend dans la destination est ainsi accompagné tout au long de son expérience, et ce même durant sa course.

La station des Portes du Soleil est associée à la marque Compressport, équipementier spécialisé dans les habits de compression, notamment pour la course à pied et le trail running. Le domaine propose ainsi des vêtements de sport aux couleurs de la marque, et ce partenariat lui permet d'offrir aux touristes toute une gamme d'équipements spécialisés pour le trail avec conseils et recommandations de spécialistes.

La destination franco-suisse accueille chaque année une douzaine d'événements dédiés à la pratique du trail running, parmi lesquels l'une des plus longues courses de la discipline : la Swiss Peaks Trail. Elle organise des courses de tous niveaux et tous genres : kilomètres verticaux, trail courts à ultras, spartans, courses relais, etc.

Ce qui fait sa particularité, c'est la variété des paysages que l'on peut parcourir sur les 54 itinéraires aménagés entre la France et la Suisse à travers 12 destinations différentes. De plus, sa grande force réside dans son excellente collaboration avec les remontées mécaniques, ce qui permet de générer une consommation chez le touriste sportif.

## 5.4 Val d'Hérens

En 2019, le Val d'Hérens inaugure son nouveau domaine de trail baptisé « Alpes Trail Val d'Hérens » (Fournier, 2019). Cet espace comprend 490km de sentiers balisés, 19 itinéraires pour tous niveaux confondus et même un kilomètre vertical. Il inclut également deux parcours permettant de sillonner la vallée en entier sur plusieurs étapes. Il s'agit aujourd'hui de l'une des plus grandes destinations de trail running du Valais, avec des parcours imaginés par des spécialistes et anciens champions de la discipline. Ce nouvel espace de trail aura favorisé l'union des différentes communes de la région et permis à toute la vallée de collaborer autour d'un projet commun.

Alpes Trail Val d'Hérens répertorie également ses parcours sur Trace de Trail, ce qui lui permet de disposer d'une application mobile permettant aux coureurs d'avoir accès aux mêmes fonctionnalités qu'à Chamonix. L'application permet ainsi aux utilisateurs de se mesurer les uns aux autres au travers des DéfiTrails. En ce qui concerne l'événementiel, la destination du Val d'Hérens accueille chaque année la course Thyon-Dixence ainsi que le CollonTrek, ce qui lui valait déjà précédemment sa réputation de destination pour le trail running (Promosports 2019).

## 5.5 Val d'Anniviers

Tout comme le Val d'Hérens, le Val d'Anniviers propose un nouvel espace de trail appelé « Trail Hotspot Val d'Anniviers ». Le domaine recouvre trois stations différentes : Vercorin, St-

Luc – Chandolin et Zinal, et il comprend 220km de parcours trail, dont 15 parcours balisés et le fameux double kilomètre vertical de Chandolin (Trail Hotspot, 2020).

Le Val d’Anniviers doit sa réputation de destination de trail running à ses différents événements de course, dont la mythique Sierre-Zinal. Cette dernière affiche elle-aussi complet en l’espace de quelques minutes, tout comme l’UTMB. Elle est souvent considérée comme l’une des plus belles mais aussi l’une des plus exigeantes courses de montagne, et c’est la doyenne des grandes épreuves de montagne d’Europe.

Tout comme pour la course Sierre-Zinal, c’est l’équipementier Salomon qui est le partenaire principal de la destination, ce qui représente une réelle plus-value puisque la marque effectue une bonne partie de la promotion. Le Val d’Anniviers est ainsi connu de tous les adeptes de Salomon, qui est la marque de référence pour le trail running.

## 5.6 Résultats du benchmark

Ce travail de benchmark permet de constater l’avance de la France en matière de trail running. Les destinations françaises ont développé une véritable identité de trail running depuis plus longtemps que leurs homologues suisses, ce qui leur permet aujourd’hui de proposer une offre plus étendue et plus uniforme. En effet, le concept de Stations de Trail a permis à de nombreuses destinations françaises de développer des infrastructures spécialement dédiées à la pratique du trail running tout en uniformisant quelque peu cette offre à travers le pays. Avec ses magnifiques paysages alpins, la Suisse n’en est pas moins une destination idéale pour la pratique de cette activité. Il y manque cependant encore un certain degré d’unité, surtout en matière d’information. Il n’existe toujours pas de site Internet dédié à la pratique du trail running en Suisse, si bien que la communication autour des événements est péjorée.

Ce benchmark a également montré que le positionnement trail des destinations permettait de réunir les différents villages d’une région autour d’un projet commun. C’est le cas pour chacune des destinations passées en revue.

Enfin, l’analyse de ces destinations a montré que les événements ont énormément contribué à leur positionnement trail. Certaines destinations sont même nées de leurs événements, comme c’est le cas pour Chamonix, le Val d’Anniviers ou encore le Val d’Hérens. D’autres ont choisi de développer des événements de trail running afin de compléter leur offre.

Toutes les destinations analysées présentent plusieurs éléments communs qui semblent indispensables pour une destination de trail running :

- Une application smartphone offrant la possibilité de télécharger des cartes en format GPX, ainsi qu'une fonction de géolocalisation
- Un site Internet dédié à la pratique du trail avec le référencement complet des parcours
- Une grande variété de parcours et une distinction entre les niveaux de difficulté
- Au moins un kilomètre vertical
- Au moins un événement de trail running

Les autres éléments récurrents qui semblent garantir le succès et permettre aux destinations analysées de se distinguer sont :

- Infrastructures dédiées à la pratique du trail running : vestiaires, casiers, douches, fitness, spa, bornes informatiques, etc.
- Trail d'hiver
- Ateliers et stages de trail running
- Partenariat avec un équipementier

A l'heure actuelle, la destination d'Anzère a du retard par rapport aux destinations phares du trail running. En effet, à l'exception d'un événement, le Tour des Alpagnes, la station ne propose aucune autre offre dédiée à la pratique : pas de site Internet ni d'application mobile, aucun parcours de trail, aucun magasin spécialisé dans la vente de matériel de trail, ni aucune activité de promotion de la discipline. En s'inspirant des meilleures pratiques des destinations analysées, Anzère serait cependant bien placée pour créer une réelle offre en la matière et se positionner en tant que destination de trail running. La station dispose de tous les éléments nécessaires pour réussir : des paysages d'exception, des terrains variés, un événement existant et bien connu, des transports en commun et des parkings, des remontées mécaniques fonctionnant en été, et même un spa. Il ne manque donc qu'une initiative de la part de l'office du tourisme ainsi que des magasins de sport pour mettre sur pied une offre de trail running qui soit à la hauteur de la concurrence et permette de générer des revenus supplémentaires pour tous les acteurs d'Anzère.

## 6 OFFRE TOURISTIQUE ESTIVALE DE LA DESTINATION D'ANZÈRE

### 6.1 Présentation de la destination d'Anzère

La station d'Anzère se situe sur un plateau ensoleillé à environ 1'500m d'altitude, surplombant la vallée du Rhône. Le village fait partie de la commune d'Ayent, dans le Valais Central. Ses paysages sont mélangés, avec des forêts de mélèzes et de sapins, des pâturages, mais aussi de hautes montagnes jouissant d'un microclimat quasi méditerranéen.

En tant que station touristique, Anzère voit le jour dans les années 60. Auparavant, ce n'était qu'un hameau comprenant quelques petits chalets, des mayens et des alpages. C'est à sa situation privilégiée qu'elle doit sa croissance très rapide. En effet, la région bénéficie d'une exposition plein sud et d'un volume de précipitations parmi les plus faibles de Suisse. De plus, Anzère présente l'avantage de se trouver à seulement 20 minutes en voiture de Sion, ce qui rend la destination particulièrement accessible (Suisse Tourisme, 2020).

### 6.2 Stratégie de positionnement

Anzère se positionne comme une station très familiale, avec comme premier public cible les sportifs et les amateurs d'activités en plein air. Les touristes viennent à Anzère pour profiter de la nature environnante. C'est d'ailleurs précisément ce que véhicule le slogan « Anzère 365° nature » : 365° pour un tourisme qui se veut de quatre saisons et pour une nature présente à perte de vue, voilà ce qui fait l'identité de la destination.

Il faut dire aussi que la station se positionne de plus en plus comme une station verte. Elle a mis en œuvre bon nombre de mesures pour rendre la destination plus écologique : un bus navette gratuit assure le transport des touristes, qui peuvent ainsi délaissier leur voiture durant tout leur séjour, et des bornes de recharge pour voitures et vélos électriques ont également été installées. Le SPA et Wellness de la station se démarque par son chauffage à bois, un système considéré comme étant très écologique. Anzère dispose d'ailleurs de la plus grande centrale de chauffage à bois d'Europe, et Ayent s'est vu décerner le label « Cité de l'énergie », preuve que la commune mène une politique active dans le domaine des énergies renouvelables (Anzère Tourisme SA, 2020a). Il s'agit là d'un positionnement très fort en faveur du développement durable.

### 6.3 Activités estivales

Si la station est vraiment née avec les sports d'hiver, on y trouve aussi une offre estivale bien développée aujourd'hui. En effet, Anzère a misé gros sur le développement d'un tourisme estival basé entre autres sur la randonnée de haute et moyenne montagne ainsi que le long

des bisses. La destination aurait ainsi enregistré une hausse de 44% du nombre de nuitées entre 2016 et 2018, notamment grâce à « Anzère Liberté », un pass proposant des activités gratuites dans le but de motiver le touriste à passer une ou plusieurs nuits dans la station. La destination tente également d’animer le village grâce à une série de manifestations, telles que le rallye gourmand du « Goût des Alpes », la dégustation de vins locaux de la « Vinifète » ou encore la « Fête du bœuf » au cours de laquelle un bœuf entier est rôti sur la place du village. Anzère compte aussi énormément sur la course du Tour des Alpes, événement générant la plus grande fréquentation dans la destination durant l’été (Plancade, 2019).

Comme la station d’Anzère attire particulièrement les familles sportives, l’office du tourisme a développé un programme hebdomadaire très complet pour l’été. Ainsi, Anzère Tourisme propose chaque jour de la semaine des activités pour tous les âges et tous les goûts : apéro de bienvenue, pétanque, initiation au tir à l’arc, stand-up paddle, mountain training, dégustation de vin, initiation à l’escalade et à l’alpinisme, découverte des bisses, atelier de fabrication de nichoirs à oiseaux, cours de danse ou encore visite de la Distillerie Morand.

En plus de ce programme hebdomadaire, la station propose un large choix d’activités sportives durant l’été :

- Mountain kart et trottinherbe
- Escalade
- Pumptrack
- Tubing d’été
- 166 km de chemins pédestres
- Parapente
- 80 km de pistes VTT
- Parc de marmottes
- Brunch à l’alpage
- Astronomie
- Tennis
- Pêche
- SPA & Wellness
- Remontées mécaniques
- Anzère fun park
- Musée valaisan des Bisses
- Musée des instruments de musique mécanique d’Ayent
- Cabane des Audannes, gîte de Lourantze, Grenier de Zalan
- Place du village réservée aux piétons

On constate donc une réelle volonté de proposer une large gamme d'activités destinées aux familles afin de les encourager à effectuer plusieurs nuitées dans la station. Cependant, le directeur d'Anzère Tourisme, Damian Indermitte, est bien conscient du fait que durant l'été les touristes sont très mobiles. Les Suisses ne passeraient que très peu de temps dans une seule et même destination et auraient tendance à faire de l'excursionnisme. Pour cette raison, la station a entrepris de cibler davantage les touristes locaux : cela génère peut-être moins de nuitées, mais Anzère Tourisme espère ainsi générer une hausse de la consommation des visiteurs dans les commerces locaux.

### 6.3.1 Anzère Liberté

En 2015, la station d'Anzère a mis en place une stratégie touristique baptisée « Anzère 2025 » afin de redynamiser la station. Dans le cadre de cette stratégie, elle souhaite notamment professionnaliser les structures touristiques et augmenter les moyens financiers de la station. Ainsi, depuis le 1<sup>er</sup> mai 2017, une taxe de séjour forfaitaire a été instaurée pour remplacer la taxe de séjour conventionnelle : les propriétaires de résidences secondaires paient chaque année un montant forfaitaire qui va de CHF 350.- à 1'400.- en fonction de la taille de leur logement. En contrepartie, ils obtiennent des cartes, ou pass, qui leur permettent de profiter de nombreux avantages. Ces cartes sont attribuées selon la taille de l'appartement, soit deux cartes pour un studio et jusqu'à cinq cartes pour un cinq pièces ou plus (Pacte3F et Blanc&Schmid, 2016).

Les bénéficiaires du pass « Anzère Liberté » ont accès à de nombreuses offres gratuites :

- Entrée à la piscine du SPA & Wellness d'Anzère
- Remontées mécaniques Anzère – Pas de Maimbré
- Transports publics dans la région
- Entrée au Musée valaisan des Bisses
- Entrée au Musée des instruments de musique mécanique d'Ayent
- Accès à l'observatoire d'Arbaz
- Accès aux courts de tennis d'Anzère et d'Arbaz
- Une session d'airbag
- Initiation au tir à l'arc
- Location de cannes à pêche
- Dégustation de vin
- Tour d'initiation au VTT

Une part de 20% de cette taxe est ensuite investie dans des projets touristiques et sert à couvrir des charges telles que le bus navette, le tapis et le télésiège du village ou encore

l'entretien des chemins pédestres. Mais elle a pour but principal de redynamiser la station, et ce faisant de pouvoir financer de nouveaux projets.

La carte « Anzère Liberté » attribuée aux propriétaires de résidences secondaires est également disponible pour les vacanciers en court séjour à partir d'une nuitée passée dans un des hébergements de la station. Le pass peut aussi s'obtenir à la journée pour la somme de CHF 25.- ou pour toute la saison estivale pour la somme de CHF 175.-. Cette carte a permis à la station d'être redécouverte par ses propres habitants mais aussi par les nombreux détenteurs de logements secondaires. Baptisée « Anzère Liberté Pass», c'est un outil de marketing puissant, garantissant l'attractivité de la station. En effet, depuis la mise en place du pass, Anzère a vu le nombre de ses nuitées augmenter de 28% en l'espace de quelque deux ans. Mais l'impact de la carte s'est aussi fait ressentir sur les autres grands partenaires de la station, comme le bus reliant Anzère au Barrage de Tseuzier, qui ont également vu leurs chiffres exploser pendant la saison d'été (Anzère Tourisme SA, 2018).

### 6.3.2 Magic Pass

En 2017, le lancement du Magic Pass, abonnement à prix cassé donnant accès à plus de 30 stations de ski en Suisse, a conduit à une augmentation de 25% du chiffre d'affaires des remontées mécaniques de la station d'Anzère. Le succès de l'abonnement est tel qu'il a été reconduit en 2018-2019 avec la participation de cinq nouvelles stations (J. Placade, 2018). Depuis 2019, ce pass offre également l'accès gratuit aux 30 stations partenaires durant la saison d'été. Les détenteurs de l'abonnement qui avaient été encouragés à aller découvrir de nouvelles stations pendant l'hiver pourraient bien reproduire le même schéma en été.

Il s'agit d'un réel atout marketing pour la station, car sur sa page « A découvrir », le site de l'abonnement affiche les activités ainsi que les événements des stations partenaires. Les détenteurs du Magic Pass peuvent ainsi prendre connaissance de toutes les activités de la destination, et aussi profiter des remontées mécaniques gratuites pour accéder au lieu de l'activité qui les intéresse.

## 6.4 Infrastructures

Anzère ne dispose que de quatre hôtels, pour un total de 289 lits. Les quatre hôtels sont tous de la catégorie trois étoiles. Pour ce qui est des chambres d'hôtes, on compte huit hébergements de ce type pour un total de 210 lits. Les nuitées des touristes sont principalement effectuées dans des appartements de location. On ne dénombre d'ailleurs pas moins de sept agences de location à Anzère. La problématique de la location en saison estivale est que ces agences exigent souvent un minimum de trois nuitées pour pouvoir louer

un bien, alors que les excursionnistes de l'été n'effectuent généralement que de très courts séjours dans la station (Anzère Tourisme SA, 2020b).

En plus de cela, la destination d'Anzère ne dispose pour l'instant pas vraiment d'une offre d'hébergement tout à fait adaptée aux besoins des touristes. La situation devrait cependant changer sous peu avec la construction d'un tout nouveau type de logement qui pourrait bien révolutionner l'offre d'hébergement de la station et encourager les touristes à y effectuer plus de nuitées. Il s'agit d'un complexe appelé « Swisspeak Resorts », dont il existe déjà un exemple à Vercorin, qui comporte des appartements à louer pour les touristes, mais aussi des restaurants, des commerces et autres activités. C'est une offre intégrée qui permettrait à la destination d'Anzère d'accueillir un établissement au design novateur dans une catégorie un peu plus élevée (Swisspeak Resorts, 2020).

Le SPA et Wellness d'Anzère, ouvert en 2012, a permis à la station de rejoindre le nombre des destinations proposant une offre de bien-être. En effet, en plus de son espace piscine plutôt familial, le SPA dispose également d'un espace dédié uniquement au bien-être, réservé aux plus de 16 ans, avec jacuzzi, hammam, ainsi que deux saunas. L'établissement propose également de nombreuses animations, comme l'aquabike, l'aquagym, l'aquatampoline, l'aquafit ainsi que des cérémonies de hammam et de sauna, sans oublier sa vaste palette de soins : massages en tous genres, drainage, et divers soins et traitements pour le visage et le corps (Anzère Tourisme SA, 2020c).

La station de ski d'Anzère compte 12 remontées mécaniques en hiver, mais en été la seule qui fonctionne est la télécabine montant du village au Pas de Maimbré. Il pourrait être intéressant de faire fonctionner le télésiège des Rousses, car il se situe à proximité du barrage de Tzeusier, et de nombreux itinéraires de randonnées passent par cette région ou y commencent. Cela permettrait de développer des itinéraires de trail running de différentes longueurs selon que les coureurs utilisent la remontée mécanique ou non.

## 6.5 Analyse SWOT de la destination

Tableau 3: Analyse SWOT de la destination d'Anzère

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximité avec Sion</li> <li>- Pass Anzère Liberté</li> <li>- Magic Pass</li> <li>- Situation géographique</li> <li>- Conditions météorologiques</li> <li>- Panorama</li> <li>- Village à taille humaine</li> <li>- Place du village piétonne</li> <li>- Nombreuses activités</li> <li>- Offre sportive</li> <li>- Offre bien-être</li> <li>- Accès au Wildhorn</li> <li>- Présence de nombreux bisces</li> <li>- Bisse d'Ayent apparaissant sur le billet de CHF 100.-</li> <li>- Desserte routière et transports publics</li> <li>- Actions pour le développement durable</li> <li>- Diversité dans l'offre de restauration</li> <li>- Balisage de nouveaux parcours VTT et trail running</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offre d'hébergement faible</li> <li>- Positionnement peu clair</li> <li>- Lits hôteliers peu nombreux</li> <li>- Manque de dynamisme de l'économie locale</li> <li>- Contraste haute saison/basse saison</li> <li>- Trop peu de places de stationnement à disposition</li> <li>- Signalétique</li> <li>- Prédominance du tourisme hivernal</li> <li>- Grand nombre de lits froids</li> <li>- Manque d'activités en cas de mauvais temps</li> <li>- Peu de collaboration entre les partenaires de la station</li> <li>- Horaire limité du car postal</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investissements réalisés dans le domaine de l'énergie</li> <li>- Retour vers la nature</li> <li>- Essor de la pratique du sport</li> <li>- Étés plus chauds, ce qui rend les destinations de montagne attrayantes</li> <li>- Alliance avec d'autres communes pour proposer une plus grande gamme d'activités</li> <li>- Fréquentation en augmentation de la part des propriétaires de résidences secondaires</li> <li>- Développement de l'offre autour du barrage de Tzeuzier, ainsi qu'aux Rousses</li> <li>- Swisspeak Resorts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concurrence des autres destinations alpines</li> <li>- Concurrence des autres destinations internationales</li> <li>- Franc fort</li> <li>- Saturation dans la destination</li> <li>- Saturation sur les chemins de randonnées</li> <li>- Conflits entre les différentes activités : VTT et randonnée, par exemple</li> <li>- Fermeture de certains commerces durant l'été</li> </ul>

Source : Données de l'auteur

## 6.6 Le trail running à Anzère

La destination d'Anzère se prête tout à fait à la pratique du trail running. Elle compte en effet de nombreux sentiers qui pourraient aisément devenir de futurs itinéraires de trail running ; elle offre aussi des paysages très variés, un panorama unique sur les 4'000m du versant opposé de la vallée, sans oublier le succès que rencontre le Tour des Alpagnes, un événement phare de la course de montagne. De plus, avec son positionnement en tant que « station verte », le développement d'une offre autour de cette discipline à Anzère fait sens puisque le trail running est un sport qui se veut en accord avec le développement durable.

Le trail running aurait donc un gros potentiel de développement dans la station grâce à la création de nouveaux itinéraires, l'exploitation des ressources touristiques existantes, la possibilité de créer une offre combinée avec le SPA et enfin le développement du Tour des Alpagnes.

Cependant, ce développement pourrait être freiné par le manque de nuitées passées dans la station pendant l'été, notamment en raison d'une offre d'hébergement peu adaptée ainsi que d'un tourisme plus mobile. C'est un aspect important à prendre en considération si la station devait entreprendre d'étoffer son offre de trail running : il faut trouver le moyen de générer des revenus pour la destination afin de motiver les acteurs d'Anzère à développer une telle offre.

## 7 PROJET D'ITINÉRAIRES TRAIL DANS LA RÉGION D'ANZÈRE

### 7.1 Alliance des communes de Sion, Grimisuat, Savièse, Ayent et Arbaz

Le 18 juillet 2019, les offices du tourisme de Sion et d'Anzère conviennent de se lancer dans un tout nouveau projet pour la région : la création d'une multitude d'itinéraires dédiés tout particulièrement à la pratique du trail running dans les régions de Sion, Savièse, Grimisuat, Ayent et Arbaz. Dans un second temps, les offices du tourisme décident de s'allier aux courses de trail running des différentes régions : la Course Titzé, la Foulée Bleck et le Tour des Alpages.

Dans le cadre de ce projet, chacune des communes définit ses propres parcours, le but étant de les regrouper ensuite sur un même réseau afin de proposer une offre beaucoup plus large aux touristes en visite dans la région. Chaque parcours sera répertorié sur une carte commune et sur un site Internet commun. La promotion sera également fusionnée entre les différentes communes. Derrière ce projet, il y a une réelle volonté de mettre en commun les forces de chaque région afin de pouvoir proposer un produit novateur.

La commune de Savièse propose la mise en place de six itinéraires de trail :

**Tableau 4:** Projet d'itinéraires de trails dans la commune de Savièse

Parcours	Distance	Dénivelé	Départ	Arrivée	Difficulté
Binii – La Loué	11 km	+695 m	Parking Binii	Parking Binii	Difficile
Chandolin – Le Prabé	6 km	+1250 m	Chandolin	Le Prabé	Difficile
Mayens-de-la-Zour – Le Prabé	4 km	+720m	Mayens-de-la-Zour	Le Prabé	Moyen à difficile
Sanetsch – Cabane Prarochet/Tour St-Martin	12 km ou 16 km	+539m ou +981m	Hôtel du Sanetch	Hôtel du Sanetsch	Moyen ou difficile
Tour du Sublage	21 km	+1423m	Grand-Zour	Grand-Zour	Moyen et long

Trail des Châteaux	30 km	+1550m	Sion	Sion	Moyen et long
--------------------	-------	--------	------	------	---------------

La commune de Sion propose quant à elle deux parcours, dont l'un est situé à cheval sur les communes de Sion, Savièse et Grimisuat :

**Tableau 5:** *Projet d'itinéraires de trails dans la commune de Sion*

Parcours	Distance	Dénivelé	Départ	Arrivée	Difficulté
Trail des Châteaux	30 km	+1550m	Sion	Sion	Moyen et long
Tours de Montorge	8 km	+296m	Montorge	Montorge	Facile

La commune de Grimisuat n'a pas encore tout à fait fini d'élaborer ses parcours, mais au moins un itinéraire sur le parcours de la Foulée Bleck devrait voir le jour :

**Tableau 6:** *Projet d'itinéraires de trails dans la commune de Grimisuat*

Parcours	Distance	Dénivelé	Départ	Arrivée	Difficulté
Foulée Bleck	12 km	+320m	Vieux village de Grimisuat	Vieux village de Grimisuat	Moyen

Au total, en incluant également les communes d'Ayent et d'Arbaz, le projet propose un total de 12 parcours de trails. Les parcours sont diversifiés : du petit parcours de 5 km au véritable trail de plus de 30 km et 1'500m de dénivelé. Il y en a donc pour tous les niveaux. Chacun des parcours dispose d'un lieu de stationnement pour les véhicules ainsi que d'un lieu de restauration. Des points d'eaux sont également disponibles sur les chemins.

Pour ce qui est du balisage de ces trails, les trois communes de Savièse, Sion et Grimisuat réfléchissent encore aux options qui s'offrent à elles :

- Balisage fantaisie monté sur les poteaux existants, selon le modèle de Crans-Montana
- Balisage normé monté sur les poteaux existants

Suite à la décision des communes d'Arbaz et d'Ayent de mettre en place le balisage normé, les trois communes penchent plutôt pour cette dernière option. Cependant, la mise en place des parcours a pris un peu de retard dans ces communes, et le projet n'est pas encore tout à fait prêt à voir le jour, contrairement à Anzère, où la pose de panneaux de signalétique a déjà démarré.

## 7.2 Itinéraires de Trail région Anzère

Avec l'appui du président du comité du Tour des Alpagnes, Anzère Tourisme a donc imaginé des itinéraires destinés à la pratique du trail running pour les régions d'Arbaz et d'Ayent. Comme ces parcours sont spécifiques à la pratique de ce sport, un balisage différent de celui pour la randonnée leur est réservé.

Ce balisage normé n'est néanmoins pas officiel car il n'existe pas encore de normes obligatoires pour les chemins de course à pied. L'office du tourisme a pris la décision de renoncer à un balisage fantaisie plus ludique, comme celui de Crans Montana, car l'avantage d'opter pour le balisage comme normé est qu'il n'y aura pas besoin de changer tous les panneaux si un jour il devait y avoir une demande de mise aux normes.

**Figure 4:** Balisage des parcours de trail running



**Source :** Anzère Tourisme SA (2020)

Les couleurs au bas du panneau représentent le niveau de difficulté :

- Bleu : facile, <4kmE (kilomètre effort)
- Rouge : moyen, 4-8kmE
- Noir : difficile, >8kmE

Cette nouvelle offre de parcours de trail running vient donc s'ajouter à l'offre de randonnée déjà existante. Ainsi, coureurs et randonneurs pourront emprunter des chemins différents, convenant au mieux à la pratique de leur sport. En effet, les itinéraires de trail running sont en général plus longs en termes de distance, car ils sont parcourus plus rapidement. De plus, cela permet à la destination de diversifier son offre estivale.

La région d'Anzère a imaginé quatre itinéraires, deux noirs et deux rouges, qui sont situés sur les communes d'Arbaz et d'Ayent :

### 1. Trail du Scex Rouge

**Tableau 7:** Données techniques du Trail du Scex Rouge

<b>Longueur</b>	27km
<b>Dénivelé +/-</b>	1840m/1840m
<b>Altitude maximum/minimum</b>	2884m.alt/1318m.alt
<b>Point de départ/arrivée</b>	Arbaz Etang Long
<b>Difficulté</b>	Difficile
<b>Couleur du balisage</b>	Noir
<b>Parking</b>	Oui
<b>Restauration</b>	Oui
<b>Spécificité</b>	Boucle

*Source :* Anzère Tourisme SA (2020)

Le point de départ de ce parcours se trouve à Etang-Long dans la commune d'Arbaz. Il monte ensuite en direction de la combe d'Arbaz pour rejoindre le sommet du Scex Rouge à presque 2'900m d'altitude. Il redescend du sommet par le même chemin et continue ensuite en direction de la cabane des Audannes, qui est gardiennée durant la saison estivale, pour rejoindre ensuite les Rousses. Le retour sur Arbaz se fait via le bisse de Sion.

Cet itinéraire est le plus long de tous et s'adresse donc aux traileurs confirmés. Le parcours s'effectue en environ 10h au rythme de la marche, et il faut compter environ 6h pour le parcourir en courant. Ce trail est non seulement long et exigeant en termes de dénivelé, mais il suit également un chemin de haute montagne avec des passages relativement techniques (pentes raides, lapiaz, passages étroits).

Le fait que le parcours passe par un sommet est vraiment un point fort, car il n'est pas toujours évident de pouvoir proposer cela lors d'une course. Il s'agit là d'un itinéraire avec un réel but à la clé, et il présente donc un intérêt et un challenge tout particuliers pour les coureurs.

## 2. Trail des Audannes

**Tableau 8:** Données techniques du Trail des Audannes

<b>Longueur</b>	25km
<b>Dénivelé +/-</b>	1535m/1545m
<b>Altitude maximum/minimum</b>	2727m.alt/1489m.alt
<b>Point de départ/arrivée</b>	Anzère, Place du village
<b>Difficulté</b>	Difficile
<b>Couleur du balisage</b>	Noir
<b>Parking</b>	Oui
<b>Restauration</b>	Oui
<b>Spécificité</b>	Boucle

*Source : Anzère Tourisme SA (2020)*

Ce parcours est relativement similaire au précédent, mais le point de départ et d'arrivée se situe dans le village d'Anzère et on ne passe pas par le sommet du Scex Rouge, on se limite au passage de « La Selle » comme point culminant à plus de 2'700m d'altitude.

Ce concept a été imaginé pour venir s'ajouter au Tour des Alpes comme nouvel itinéraire trail. Il fallait pour cela qu'il commence et prenne fin au même endroit que la course classique. Le parcours est un peu moins exigeant que celui du Scex Rouge, mais beaucoup plus que celui du Tour des Alpes traditionnel, et s'adresse donc à des coureurs plus expérimentés. De plus, de par son terrain et son dénivelé, il s'agit là d'un véritable « trail » et non pas d'une simple course de montagne.

La présence de la cabane des Audannes sur ce parcours représente une réelle plus-value, car il permet aux coureurs d'avoir accès à un lieu de ravitaillement, que ce soit pendant les entraînements ou durant la course. L'endroit est superbe avec son petit lac et son magnifique panorama sur les montagnes avoisinantes. Le parcours est presque entièrement situé en haute montagne, mais le paysage varie tout au long de la course, alternant entre pâturages, terrains rocheux et forêts, torrents, bisses et lacs.

## 3. Trail des Alpagnes

**Tableau 9:** Données techniques du Trail des Alpagnes

<b>Longueur</b>	17km
<b>Dénivelé +/-</b>	620m/650m
<b>Altitude maximum/minimum</b>	2078m.alt/1505m.alt
<b>Point de départ/arrivée</b>	Anzère, place du village
<b>Difficulté</b>	Moyen
<b>Couleur du balisage</b>	Rouge
<b>Parking</b>	Oui
<b>Restauration</b>	Oui
<b>Spécificité</b>	Boucle

*Source* : Anzère Tourisme SA (2020)

C'est le parcours classique de la course du même nom qui a lieu chaque année mi-juillet. Le parcours est donc bien connu par une bonne partie des touristes d'Anzère. Le départ et l'arrivée se font sur la place du village d'Anzère. La course commence par une exigeante montée d'environ trois kilomètres sur « La Brune ». Les coureurs avalent ainsi tout de suite plus de 400m de dénivelé. Le parcours continue ensuite sur l'alpage de Tsalan, puis remonte sur l'alpage de Dué à plus de 2'000m d'altitude. Il s'agit là de la dernière montée avant de redescendre sur l'alpage de Serin, puis sur les Rousses, pour enfin revenir sur Anzère via le bisse de Sion.

Ce parcours est de longueur moyenne mais accessible à tous, et il présente le moins de dénivelé. La première montée est certes assez raide, mais le reste du parcours est très roulant. Il s'adresse donc aux coureurs souhaitant réaliser des performances, mais également aux coureurs intermédiaires désirant simplement faire une grande sortie de course à pied. Le revêtement du parcours n'est pas très technique, à l'exception de quelques grosses racines et petits obstacles sur le bisse de Sion. Situé en grande partie dans la forêt et dans les alpages, ce parcours ne comprend pas de lieu de ravitaillement, mais étant donné sa relativement faible longueur ce n'est pas vraiment indispensable. Les coureurs ont d'ailleurs la possibilité de se restaurer à l'arrivée sur la place du village.

L'intérêt de ce parcours est qu'il permet d'apporter un peu d'animation au centre du village avec ses commerces et restaurants, et aussi qu'il s'adresse autant aux marcheurs du dimanche qu'aux coureurs confirmés. Le paysage et le relief offrent une certaine variété, avec des montées raides, des descentes roulantes ainsi qu'un long plat sur le bisse.

#### 4. Trail des Bisses

**Tableau 10:** Données techniques du Trail des Bisses

<b>Longueur</b>	21km
<b>Dénivelé +/-</b>	855m/860m
<b>Altitude maximum/minimum</b>	1570m.alt/884m.alt
<b>Point de départ/arrivée</b>	Botyre, Musée des Bisses
<b>Difficulté</b>	Moyen
<b>Couleur du balisage</b>	Rouge
<b>Parking</b>	Oui
<b>Restauration</b>	Oui
<b>Spécificité</b>	Boucle

**Source :** Anzère Tourisme SA (2020)

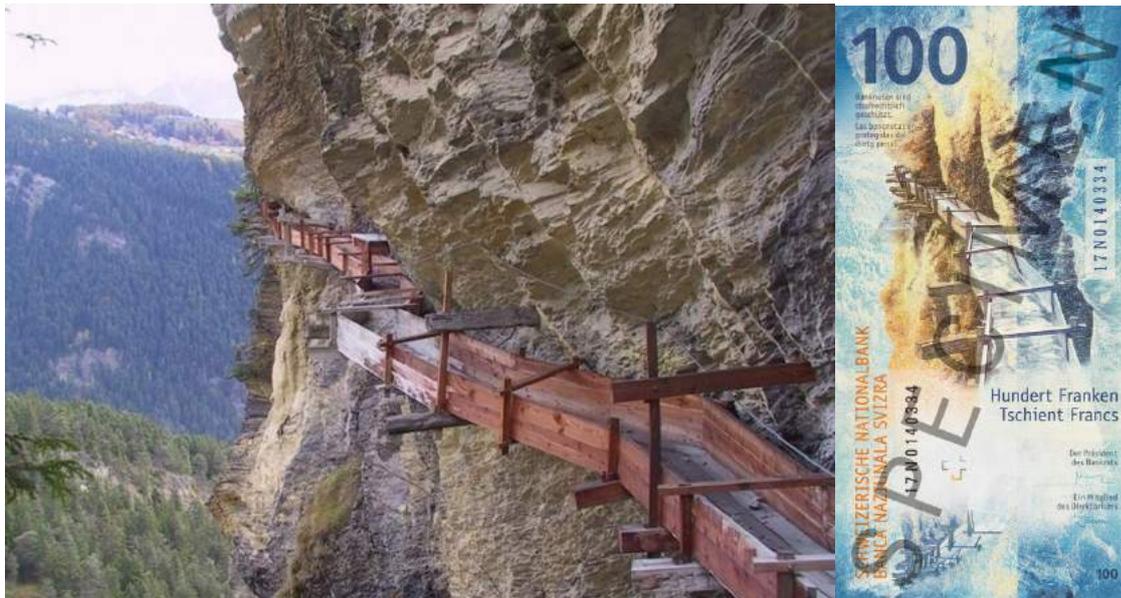
Le parcours passe par tous les bisses de la région : le bisse d'Ayent, le bisse de Sion, le bisse de Grimisuat et le bisse Bitaila. Les bisses sont un véritable atout touristique pour la région, de par leur histoire mais aussi de par leurs caractéristiques physiques : suivant en général un chemin presque plat, il n'y a que peu de dénivelé sur les bisses, ce qui en fait des parcours très roulants. De plus, la fraîcheur de l'eau ainsi que l'ombre de la forêt en font des endroits idéaux pour courir pendant les grandes chaleurs de l'été. Relativement techniques, avec un bon nombre de racines, rochers et ponts à traverser, les bisses ne sont de loin pas un terrain monotone.

Ce parcours est assez exigeant en termes de distance et de dénivelé, mais on peut aussi se contenter de parcourir un plus petit nombre de bisses pour faire des boucles plus courtes.

Par rapport aux autres parcours d'Anzère, et même aux autres parcours des stations concurrentes, son point fort est le passage par un site touristique symbolique. En effet, nombreux sont les touristes qui se rendent sur les vestiges du Grand Bisse d'Ayent pour y

contempler l'image apparaissant sur le nouveau billet de CHF 100, et c'est donc un itinéraire qui présente un réel attrait tant par ses données techniques que par ses paysages uniques. De plus, il comprend une dimension culturelle puisqu'il démarre au Musée des Bisses de Botyre, ce qui permet au coureur de combiner le parcours avec une visite instructive sur ces bisses historiques.

**Figure 5:** Grand Bisse d'Ayent sur le billet de CHF 100.-



**Sources multiples :**

- a. 24 heures (2016)
- b. BNS (2020)

### 7.3 Analyse SWOT du projet

Tableau 11: Analyse SWOT du projet d'itinéraires de Trail dans la région d'Anzère

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Itinéraires de type « trail »</li> <li>▪ Atteinte d'un sommet</li> <li>▪ Cabane des Audannes</li> <li>▪ Grand Bisse d'Ayent</li> <li>▪ Lac des Audannes</li> <li>▪ Panorama à 360° sur des sommets de plus de 4'000m d'altitude</li> <li>▪ Variété des paysages</li> <li>▪ Variété du niveau de difficulté</li> <li>▪ Dimension culturelle (musée)</li> <li>▪ Dimension traditionnelle (bisses et alpages)</li> <li>▪ Accessibilité en voiture et transports publics</li> <li>▪ Présence de lieux de restauration</li> <li>▪ Parcours en boucle</li> <li>▪ Balisage uniforme et officiel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offre d'hébergement restreinte</li> <li>▪ Positionnement mal défini</li> <li>▪ Peu de lits hôteliers</li> <li>▪ Nombre réduit de places de stationnement à disposition</li> <li>▪ Peu de parcours proposés</li> <li>▪ Pas de parcours bleu « facile »</li> <li>▪ Difficulté des parcours (surtout en termes de dénivelé)</li> <li>▪ Pas d'application ni de site Internet spécifique</li> <li>▪ Pas d'équipementier trail avec qui collaborer</li> <li>▪ Pas d'utilisation des remontées mécaniques</li> <li>▪ Basé sur un tourisme deux saisons</li> <li>▪ Pas de kilomètre vertical</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nouveaux publics cibles</li> <li>▪ Ajout d'un itinéraire trail au Tour des Alpes</li> <li>▪ Possibilité de raccourcir, rallonger et combiner des parcours</li> <li>▪ Possibilité de créer d'autres itinéraires</li> <li>▪ Possibilité de créer un parcours sur plusieurs jours avec nuitées (gîtes, cabanes, etc.)</li> <li>▪ Alliance avec d'autres régions pour proposer une offre plus importante</li> <li>▪ Création d'une marque</li> <li>▪ Création de défis et parcours chronométrés</li> <li>▪ Possibilité de combiner l'offre au SPA et Wellness</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Concurrence</li> <li>▪ Météo (haute montagne)</li> <li>▪ Trend éphémère pour le trail running</li> <li>▪ Développement d'autres sports comme le E-bike</li> <li>▪ Positionnement trop sportif pour une destination familiale</li> <li>▪ Anzère ne figure pas parmi les destinations trail du Valais</li> </ul>

Source : Données de l'auteur

Il est important pour la destination d'Anzère de proposer des éléments de diversification pour pouvoir attirer les coureurs. La concurrence est grande en Valais et de plus en plus de stations misent sur ce sport pour la saison d'été. Il ne suffit donc pas de proposer une offre similaire mais d'offrir aux coureurs quelque chose d'unique.

Par rapport aux stations concurrentes, le nombre de parcours est bas si l'on tient compte uniquement d'Anzère. Cependant, grâce à l'alliance avec les communes de Savièse, Grimisuat et Sion, le nombre de parcours pour toute la région s'élève à 12 pour environ 200km de trail. Ces chiffres se rapprochent de ceux du Val d'Anniviers qui compte 15 parcours pour 220km de trail. Cette alliance permet également à la région de se différencier des autres destinations puisque les parcours ne sont pas situés exclusivement dans une station touristique de montagne, mais traversent aussi la plaine, les vignes et les alpages, ainsi que les sommets sur des chemins moins fréquentés.

De plus, ce sont des itinéraires de qualité proposant plusieurs niveaux et présentant chacun des attraits touristiques uniques. Loin d'être de simples parcours de trail running accumulant kilomètres et dénivelés positifs, ce sont des tours uniques avec à chaque fois un but à la clé. Chaque parcours dispose d'un parking, d'un lieu de restauration, de points d'eau et d'un balisage précis et uniforme. Tous les chemins forment des boucles afin de ne pas imposer d'aller-retour. Ce qui manque cependant à la région d'Anzère, c'est un parcours facile et plus accessible. En effet, aucun des quatre itinéraires ne s'adresse aux coureurs moins expérimentés, et chaque parcours présente un dénivelé positif relativement important. Il n'existe pas non plus de kilomètre vertical, alors que celui-ci pourrait tout à fait être réalisable en passant par la piste de ski des Masques.

Ces itinéraires de trail running pourraient par ailleurs être combinés à d'autres offres de la station, comme celles du SPA et Wellness d'Anzère, afin de générer des nuitées dans la station. Ce dernier point constitue cependant l'une des faiblesses de la destination : une offre d'hébergement restreinte et surtout très peu de lits hôteliers. De plus, aucun des itinéraires n'emprunte les remontées mécaniques de la station, alors que cela pourrait engendrer une augmentation de la fréquentation estivale de TéléAnzère. Néanmoins, Anzère pourrait tout à fait imaginer des parcours sur plusieurs jours en proposant des nuitées dans des hébergements alternatifs, comme la Cabane des Audannes ou le gîte de Laurantze. Ce serait là une possibilité supplémentaire de se démarquer.

Si la volonté de créer de tels itinéraires serait un bon début pour élargir l'offre de trail running de la station, il ne faut pas négliger tous les services associés à cette pratique. En effet, baliser les parcours est essentiel, mais il faut également penser à l'information à donner aux visiteurs. Pour cela il serait essentiel de créer une brochure ou un dépliant, comme il en existe pour le vélo et la randonnée, et aussi réunir toute l'information pertinente sur un site web avec une application contenant les itinéraires pour orienter les coureurs durant leur trail.

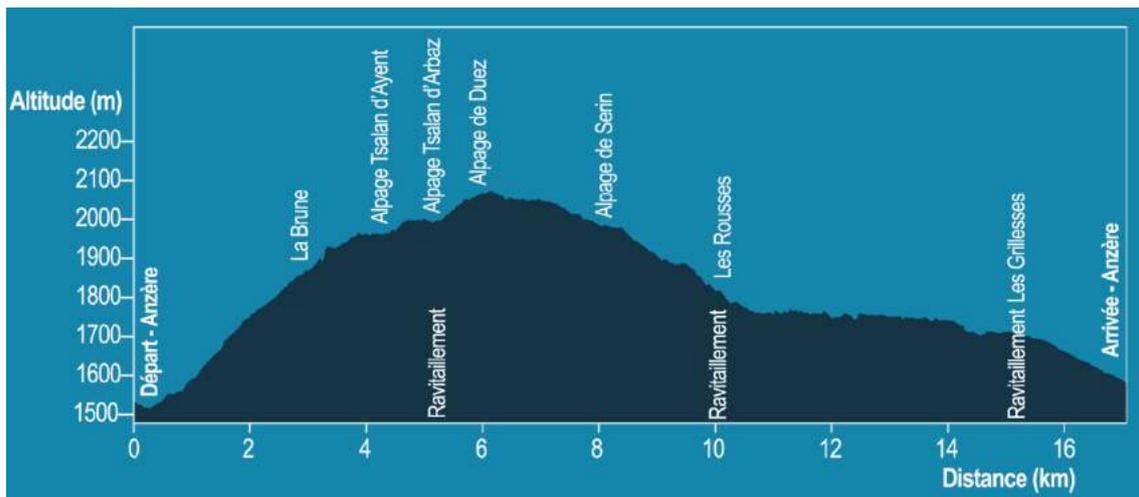
Pour réellement se positionner dans le domaine du trail, Anzère devrait compter au moins un magasin qui soit plus ou moins spécialisé dans la vente d'articles de trail running. En effet, il n'en existe actuellement aucun dans la station où trouver ne serait-ce qu'un sac à dos de trail running. Il serait difficile de prétendre être une destination de trail si aucun magasin de sport n'est associé au projet.

Il y aurait donc encore de nombreuses opportunités de développement à explorer pour la destination d'Anzère. Il faut cependant rester vigilant par rapport aux tendances du tourisme sportif. En effet, si le trail running s'est énormément développé ces quelques dernières années, il ne faudrait pas que ce sport ne soit qu'une tendance passagère qui pourrait être dépassée ou remplacée par de nouveaux sports tels que le E-bike.

## 8 TOUR DES ALPAGES

En plus d'être le plus important événement de la destination d'Anzère, le Tour des Alpagnes est la deuxième plus grande course de montagne valaisanne en termes d'affluence. Il s'agit d'un parcours de 17 km avec environ 570 m de dénivelé positif. La course est aussi ouverte aux marcheurs, avec chronométrage mais sans classement.

**Figure 6:** Plan du parcours du Tour des Alpagnes



**Source :** Tour des Alpagnes (2020)

40% du parcours se situe en forêt, et le reste traverse les alpages de la région. C'est dans les alpages que sont placés les points de ravitaillement pour les coureurs, et les marcheurs peuvent aussi y déguster du sérac, de la tomme et du vin.

Cette course attire les participants de par son parcours relativement long mais un dénivelé faible en comparaison avec d'autres courses de la région. Il ne s'agit pas vraiment d'un événement de trail running à proprement parler, mais plutôt d'une course de montagne. Elle attire ainsi tous les types de coureurs, autant les traileurs que les coureurs sur route. Les participants apprécient également le panorama qu'offre la région et surtout l'excellente ambiance créée par les organisateurs et les spectateurs.

De plus, la course est vraiment accessible à tous en raison de son faible dénivelé pour une course de montagne, et surtout grâce à la possibilité d'effectuer le parcours en tant que marcheur. C'est aussi bien plus qu'une simple course, car elle inclut des références aux traditions locales : dégustation de produits du terroir, passage dans les alpages de la région et traversée du bisse de Sion.

Si l'événement remporte toujours beaucoup de succès et attire chaque année de nouveaux participants tout en maintenant le nombre de ses fervents fidèles, le Tour des Alpagnes n'a que peu évolué au cours de ces dernières années alors que le trail running a vu l'émergence de

nombreux nouveaux événements. Face cette importante concurrence, il est indispensable d'ajuster certains éléments de la course et surtout d'innover.

## 8.1 Propositions d'amélioration du Tour des Alpagnes

### 8.1.1 Analyse SWOT de l'événement

Tableau 12: Analyse SWOT du Tour des Alpagnes

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aspect historique de l'événement</li> <li>▪ Inclusion de la tradition : produits du terroirs, alpages, bisses</li> <li>▪ Desserte routière et accessibilité de l'événement</li> <li>▪ Paysages et panorama</li> <li>▪ Course accessible</li> <li>▪ Date (avant Sierre-Zinal)</li> <li>▪ Invités de marque</li> <li>▪ Parcours vraiment unique</li> <li>▪ Ambiance d'arrivée</li> <li>▪ Le plus grand événement de la destination d'Anzère</li> <li>▪ 2<sup>e</sup> trail du Valais en termes d'affluence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Communication et marketing</li> <li>▪ Positionnement peu clair</li> <li>▪ Site Internet</li> <li>▪ Stationnement</li> <li>▪ Réseaux sociaux</li> <li>▪ Manque de visibilité en dehors de l'événement</li> <li>▪ Peu d'innovations</li> <li>▪ Activités « After-race » ne retenant pas beaucoup de coureurs dans la station</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Itinéraires trails en développement dans la destination</li> <li>▪ Intégration de nouveaux parcours</li> <li>▪ Fort engouement pour le trail</li> <li>▪ Partenariat avec Datasport</li> <li>▪ Participation à un « label »</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Forte concurrence des trails d'envergure internationale</li> <li>▪ Déjà plus de 23 événements trails en Valais aujourd'hui</li> <li>▪ Météo (surtout pour « l'After-race »)</li> <li>▪ Manque de places de stationnement</li> <li>▪ Problématique du développement durable</li> </ul>

Source : Données de l'auteur

### 8.1.2 Communication autour du Tour des Alpagnes

La communication et le marketing au sujet du Tour des Alpagnes constituent aujourd'hui l'une des grandes faiblesses de l'événement, surtout à l'ère de l'informatique. En effet, le design global du site Internet manque de professionnalisme, la navigation y est peu aisée et les informations fournies sont nettement insuffisantes. Le site n'est pas non plus mis à jour assez régulièrement en y téléchargeant des nouvelles ainsi que des photos des événements. De plus, le contenu média ne permet pas vraiment d'attirer les visiteurs, et il est impossible de

changer la langue du site, ce qui pourrait constituer un obstacle pour les coureurs suisse-allemands ou tessinois.

En plus de la faiblesse du site Internet, les réseaux sociaux ne sont pas assez utilisés alors qu'ils sont l'un des principaux outils de communication à l'heure actuelle. Un compte Instagram a récemment été créé, mais avant cela il n'existait aucune page, aucun contenu, aucun hashtag dédiés à ce réseau. Sur Facebook, on ne trouve du contenu que durant la période de l'événement. Pourtant, il est évident que tous ces médias ont du potentiel, car lorsqu'une information y est publiée, elle peut toucher jusqu'à 13'000 personnes.

Toujours dans le domaine de la communication, le Tour des Alpagnes pourrait renforcer son positionnement en aidant le public à comprendre ce qu'est le Tour des Alpagnes, ce que l'événement a de spécial et pourquoi il est intéressant d'y participer. Il faudrait donc réfléchir à la manière dont l'événement devrait être perçu par son public cible afin de mieux définir son positionnement et ensuite pouvoir vendre ce concept. C'est ce que fait par exemple la course de Sierre Zinal avec son slogan « Course des cinq 4'000 », qui définit l'identité de cette course.

Un autre outil de communication qu'il ne faudrait pas négliger est le prix souvenir : si le prix souvenir est utile ou intéressant, il sera alors emporté un peu partout par le coureur, ce qui donnera de la visibilité à l'événement. Le prix souvenir du Tour des Alpagnes est un autre de ses points faibles, selon les participants des années précédentes. Il serait donc judicieux de réfléchir à un souvenir qui soit de qualité et qui puisse plaire au plus grand nombre.

Enfin, vu la prise de conscience de la population au sujet de l'écologie et les efforts entrepris par Anzère Tourisme pour rendre la station plus verte, le Tour des Alpagnes devrait lui aussi tenir compte des aspects liés au développement durable dans l'organisation de l'événement. En effet, peu de mesures sont mises en place pour rendre la course plus respectueuse de l'environnement, ou eco-friendly. Les participants pourraient par exemple être encouragés à venir à Anzère en transports publics grâce à un rabais sur le trajet, des sacs en toile pourraient être distribués pour la récupération des déchets, ou encore les coureurs pourraient être informés de l'obligation d'amener leurs propres gourdes ou bouteilles. Des photos des gobelets jetés par les coureurs et jonchant le parcours pourraient les sensibiliser à cette problématique.

### **8.1.3 Optimisation de la zone d'arrivée sur la place du village**

Un autre élément à reconsidérer pour le Tour des Alpagnes est le problème du stationnement des véhicules privés durant l'événement. En effet, les premiers coureurs à arriver doivent parquer leur véhicule tout en bas de la station, alors qu'il existe un parking beaucoup plus près

du départ, mais il est réservé aux VIPs. Non seulement cela oblige les coureurs à effectuer près de 10 minutes à pied à la montée avant le départ, mais cela pourrait également avoir pour conséquence de les décourager à rester après la course. Il faudrait donc repenser la gestion du stationnement, par exemple en ouvrant le parking de la télécabine à tous les participants et/ou en leur permettant de parquer gratuitement dans les rues de la station.

Ce qui est également ressorti du questionnaire axé sur la pratique du trail running à Anzère (Annexe I), c'est que les heures de départ pourraient être optimisées afin de ne pas faire partir la catégorie des coureurs si tard. Des blocs de départ pourraient par ailleurs être mis en place afin d'alléger quelque peu la foule sur la ligne de départ.

L'espace d'après-course pourrait lui aussi être amélioré. En effet, peu de gens restent après la course, car la place est saturée, et il n'y a pas de réel « After-race », si bien que les participants quittent très rapidement les lieux. Il faudrait donc leur proposer un espace mieux aménagé pour se restaurer et se détendre autour d'un verre, et pourquoi pas passer la soirée à Anzère. Il serait aussi intéressant de pouvoir encourager les coureurs à rester plus d'une journée dans la station. Ainsi, dans la communication au sujet de l'événement, cette option pourrait être proposée avec une offre de nuitée à un prix spécial au camping, dans un dortoir ou à l'hôtel, en partenariat avec les acteurs de la station.

Encore une fois, l'heure de départ des coureurs, soit 15h, pourrait également décourager les participants de s'attarder à Anzère. En effet, la majorité d'entre eux terminent leur course vers 17h, ce qui est assez tard pour ceux qui ne sont venus que pour la journée. Une heure de départ fixée dans la matinée permettrait aux coureurs de profiter de l'après-midi à Anzère et générerait des revenus pour les commerces de la station.

Enfin, le Tour des Alpes propose des stands de massage pour les coureurs, mais il n'y a pas de réel espace de détente ni de vestiaires avec douches. Depuis quelques années des douches portables sont certes mises à disposition, mais ce système pourrait être optimisé. Comme la station a récemment récupéré les locaux de l'ancienne piscine couverte, ceux-ci pourraient servir de vestiaires et de douches afin de proposer un peu plus de confort aux coureurs et ainsi les encourager à rester plus longtemps sur place.

#### **8.1.4 Un nouveau parcours plus long**

La plupart des courses de montagne proposent plusieurs parcours, ce qui permet à tous les niveaux et types de coureurs de participer. En plus du parcours classique, il y a généralement aussi un ou plusieurs parcours plus courts ou moins difficiles, et de plus en plus d'événements créent des parcours dits extrêmes, conformément à la demande actuelle. Même

si le parcours du Tour des Alpes plaît à de nombreux coureurs, et c'est d'ailleurs l'une des raisons principales de participation à cette course, un second parcours pourrait attirer un autre public cible et faire augmenter le taux de fréquentation. Sur la base des suggestions faites par les anciens participants, on constate qu'il y a une demande pour un parcours supplémentaire qui serait plus long et plus technique.

Le concours des circonstances fait que c'est précisément ce que le Tour des Alpes a prévu pour sa prochaine édition en 2021. En effet, grâce aux nouveaux parcours de trail running balisés dans la région d'Anzère, il sera possible d'utiliser l'un d'entre eux pour rajouter un parcours de type trail à l'événement.

**Tableau 13:** Comparaison du Trail des Audannes avec le Tour des Alpes

	<b>Trail des Audannes</b>	<b>Tour des Alpes</b>
<b>Longueur</b>	25km	17km
<b>Dénivelé +/-</b>	1535m/1545m	620m/650m
<b>Altitude max/min.</b>	2727m.alt/1489m.alt	2078m.alt/1505m.alt
<b>Point de départ/arrivée</b>	Anzère, Place du village	Anzère, Place du village
<b>Difficulté</b>	Difficile	Moyen

*Source : Anzère Tourisme SA (2020)*

Le nouveau Trail des Audannes est un parcours de 25km avec plus de 1'500m de dénivelé positif. Il s'agit donc d'un parcours beaucoup plus long et plus difficile que le parcours traditionnel, non seulement en termes de longueur et de dénivelé, mais aussi en termes de technicité : l'altitude de ce parcours étant beaucoup plus élevée, le terrain est plus accidenté et les conditions météorologiques plus rudes. Il existe une réelle volonté d'en faire un parcours de trail running pur et dur, c'est-à-dire en autonomie presque totale, avec un seul ravitaillement, et surtout une immersion totale dans la haute montagne.

Ce parcours pourrait s'adresser à un public différent de la course classique. En effet, il attirerait plutôt des coureurs de montagne, des traileurs, que des coureurs sur route, et on pourrait donc voir apparaître de nouveaux coureurs chez les professionnels. Il pourrait également intéresser les personnes s'entraînant pour d'autres trails, comme Sierre Zinal qui se tient un peu plus tard dans la saison et dont les données techniques sont assez similaires. Les coureurs ayant déjà participé à l'événement (une ou plusieurs fois) pourraient ainsi être intéressés à revenir pour découvrir le nouveau parcours

La mise en place de ce nouveau parcours devrait constituer une réelle plus-value pour l'événement, mais aussi pour le positionnement trail de la station d'Anzère. De plus, les montants à investir seraient peu importants puisque le balisage existe déjà et qu'il suffira d'ajouter un point de ravitaillement supplémentaire au niveau de la cabane des Audannes. En revanche, cet ajout permettrait d'accueillir plus de coureurs et surtout d'innover.

## 9 RECOMMANDATIONS POUR UN POSITIONNEMENT TRAIL

Avec les quatre nouveaux itinéraires de trail running balisés dans la station d'Anzère, ainsi que le vaste projet de collaboration avec les communes de Sion, Savièse et Grimisuat, la destination est sur la bonne voie pour se positionner comme une station de trail running. S'il est important d'avoir un certain nombre d'itinéraires à proposer dans le cadre d'une offre de trail running, il faut encore qu'Anzère développe tous les services généralement associés à une telle offre. Ce chapitre a pour but de présenter des recommandations à la station afin qu'elle puisse se positionner en tant que destination trail. Grâce aux outils utilisés dans le cadre de ce travail, il a en effet été possible de dégager quelques pistes de réflexion ainsi que des idées d'innovation.

Le questionnaire a permis de déterminer les habitudes de consommation des potentiels touristes de trail running, leurs motivations, leur vision de la destination ainsi que leurs attentes. Le benchmark a permis de dresser une liste des éléments minimums à mettre en place pour pouvoir prétendre être une destination de trail running. De plus, cela a permis de dégager les meilleures pratiques existant dans ce domaine dont Anzère pour s'inspirer pour développer sa propre offre. Enfin, une analyse des ressources de la destination ainsi que de son projet d'itinéraires de trail running a conduit à un diagnostic de ses forces et faiblesses, qu'il conviendra de mettre en avant ou de corriger, et également à une estimation des risques et opportunités, qu'il s'agira d'atténuer ou au contraire de développer.

### 9.1 Développement de l'offre

#### 9.1.1 Augmentation du nombre de parcours

Comme le benchmark l'a révélé, le nombre de parcours de trail à Anzère est trop bas pour que la station puisse se positionner comme une véritable destination de trail running. Même en tenant compte du projet de collaboration avec Sion, Grimisuat et Savièse, le nombre d'itinéraires proposés ne serait que de 12, ce qui est peu en comparaison avec les autres stations qui en comptent au minimum 15. Cependant, Anzère aurait tout à fait la possibilité de baliser des itinéraires supplémentaires, par exemple en les combinant avec des parcours de randonnée, mais ce qui serait vraiment intéressant selon les coureurs, ce serait d'aménager les parcours avec l'aide de professionnels ou de passionnés du trail running des environs ; ainsi Billy Burns, ancien vainqueur de Sierre-Zinal, qui vit dans la région depuis longtemps et qui en connaît tous les recoins, pourrait peut-être créer des parcours tout à fait uniques, spécialement dédiés au trail running. De tels itinéraires aménagés avec soin et réflexion offriraient certainement une plus-value et présenteraient plus d'intérêt puisqu'ils seraient imaginés par un coureur et non pas par une personne étrangère à ce sport.

### 9.1.2 Kilomètre vertical

La station pourrait également proposer un kilomètre vertical, comme le font toutes les autres stations analysées. Un kilomètre vertical est un parcours présentant 1'000m de dénivelé positif sur la distance la plus courte possible. Il s'agit donc d'une course avec une pente extrêmement raide qui est très exigeante physiquement et où la plupart des coureurs doivent marcher au moins sur une partie. En raison de sa difficulté, ce genre de parcours attire les coureurs souhaitant se tester ou repousser leurs limites.

### 9.1.3 Trail d'hiver

De plus en plus de stations proposent aujourd'hui des itinéraires pour le trail d'hiver, et certaines organisent même des courses de trail running durant la saison hivernale. Les coureurs peuvent ainsi pratiquer leur sport même sur la neige, et cela permettrait à Anzère d'attirer les traileurs durant toute l'année et de diversifier ainsi son offre hivernale. Il suffirait pour cela de damer un chemin de randonnée hivernale, comme celui du Gô, des Grillesses ou de la Brune qui sont empruntés par les skieurs de fond ou les randonneurs.

### 9.1.4 Partenariat avec un équipementier

À l'heure actuelle, aucun magasin de sport d'Anzère ne propose d'articles spécialement destinés à la pratique du trail running. Il n'est pas forcément nécessaire que le magasin soit entièrement consacré à la discipline, mais il faudrait tout de même qu'un magasin de la station puisse compter un équipementier spécialisé pour fournir matériel, conseils et renseignements aux amateurs de trail. Une association avec une marque de trail running pourrait donc être la solution envisagée, afin de proposer entre autres des journées tests aux coureurs, comme cela se fait pour le matériel de ski.

### 9.1.5 Base d'accueil

Le questionnaire a démontré qu'une base d'accueil pour les coureurs de trail pourrait constituer une offre intéressante. Un commerce ou autre local situé sur la place du village pourrait faire office de base d'accueil, simplement en installant un panneau d'information sur lequel figurerait une carte de la station avec les itinéraires de trail, les points d'eaux et les lieux d'intérêt. Mais il serait possible d'aller encore plus loin dans l'accueil offert aux amateurs de trail. En effet, les locaux de l'ancienne piscine d'Anzère sont depuis peu à la disposition de l'office du tourisme ; ils pourraient être aménagés afin de servir de vestiaire pour les coureurs venant dans la station juste pour la journée.

## 9.2 Opportunités économiques

Tout comme la randonnée, le trail running est un sport qui se pratique librement, sans forcément avoir besoin de remontées mécaniques ou de matériel à louer, si bien qu'il n'est pas toujours évident d'en tirer des revenus. Si Anzère souhaite développer son offre de trail et donc investir dans ce domaine, il va falloir s'intéresser à tous les éléments qui sont axés sur ce sport, à savoir l'hébergement, la restauration ainsi que les offres combinées avec d'autres activités.

### 9.2.1 Package

Pour inciter les coureurs à consommer dans la station, il pourrait être intéressant de proposer des packages. En effet, comme ce sport à lui seul ne permet pas de générer des revenus, il s'agit de le combiner avec une offre qui, elle, engendre une dépense. Toutes sortes de combinaisons sont envisageables. Comme Anzère dispose d'un SPA, la station pourrait proposer un package « Trail running et SPA » afin de combiner sport et wellness. Un package associant le trail running avec une nuitée sur place pourrait également être intéressant, par exemple en proposant une nuit dans un hébergement original comme la cabane des Audannes ou le gîte de Lourantze.

En plus des packages, des cartes de fidélité ou des bons de rabais pourraient encourager les amateurs de trail à rester quelque temps dans la station après leur course. Les commerces intéressés pourraient collaborer avec l'office du tourisme pour proposer ce type de geste commercial. Le mieux encore serait de distribuer ces cartes ou ces bons aux participants au Tour des Alpes ou à tout autre événement de trail running.

### 9.2.2 After-trail

Les réponses au questionnaire ont montré que les coureurs seraient très intéressés par une offre « After-trail », en particulier après le Tour des Alpes. En effet, de nombreux participants souhaiteraient pouvoir se détendre autour d'un verre après la course, mais l'espace aménagé sur la place du village n'y est pas vraiment propice. Il serait donc intéressant d'avoir un bar suffisamment grand pour accueillir les sportifs et leur servir des boissons, alcoolisées ou non, ainsi que des snacks.

En dehors de l'événement, il serait intéressant que la station puisse disposer d'un bar s'adressant à tous les sportifs et proposant une offre en conséquence : une atmosphère sportive pourrait être créée avec des photos de grands sportifs affichées sur les murs, des maillots de coureurs, ou encore la diffusion de grands événements sportifs. La carte des mets devrait elle aussi cibler un mode de vie sportif, en proposant des plats équilibrés et des mets

végétariens et végétariens, par exemple. Comme les coureurs et les cyclistes pratiquent souvent leur sport tôt le matin, il serait également intéressant d'offrir un grand choix de café et de thé, éventuellement aussi des jus de fruits et des smoothies. L'établissement pourrait vendre quelques articles de sport, tels les boissons isotoniques, les barres de céréales et les gels, ainsi que des accessoires comme des gourdes, des chaussettes ou encore des casquettes. Les sportifs pourraient aussi y obtenir des cartes des parcours ainsi que des renseignements pratiques.

Le bar et la station pourraient même sponsoriser des maillots ou des T-shirts, comme le fait par exemple l'établissement La Grange à Anzère, qui apparaît comme sponsor sur les maillots du Team Mountain Tschopp, une équipe qui compte parmi les meilleurs cyclistes valaisans et même internationaux. Une offre similaire pour le trail running pourrait être envisagée. En effet, en utilisant l'image de coureurs connus, l'on crée de la visibilité pour la station et cela lui permettrait de mieux se positionner comme destination de trail running.

Avec une offre de ce type, la station pourrait réellement se distinguer des autres destinations en proposant un produit vraiment unique pour les sportifs en général, et pas seulement pour les coureurs.

### **9.2.3 Remontées mécaniques**

Les traileurs sont évidemment peu enclins à emprunter les remontées mécaniques puisque leur but est de courir, mais il serait économiquement intéressant de trouver le moyen de les y encourager. La station pourrait par exemple proposer des parcours avec une boucle démarrant et finissant au Pas de Maimbré, ce qui pousserait les coureurs à effectuer la montée et/ou la descente en télécabine. Une telle offre pourrait être intéressante pour les coureurs moins expérimentés ou moins endurants, qui souhaiteraient néanmoins faire l'expérience d'une course en haute montagne.

### **9.2.4 Challenge avec gain à la clé**

La création d'un kilomètre vertical permettrait non seulement d'augmenter le nombre d'itinéraires, mais également de diversifier l'offre avec un parcours très exigeant. De plus, il pourrait faire office de challenge et ainsi attirer les coureurs à relever le défi. Anzère pourrait également offrir un gain à la clé, comme le fait par exemple la station de Loèche-les-bains : tous les coureurs mettant moins d'un certain temps (une heure pour les hommes et une heure et cinq minutes pour les femmes) pour monter à la Gemmi, un parcours très exigeant, reçoivent le retour gratuit en téléphérique ainsi qu'une entrée gratuite aux bains Leukerbad Therme le jour même (Leukerbad, 2020). Anzère pourrait ainsi proposer une offre similaire, avec une entrée au SPA et Wellness et une descente en télécabine. Ce challenge avec gain à la clé

permettrait non seulement de motiver les coureurs à venir à Anzère, mais aussi de les inciter à rester dans la station et à consommer dans les commerces locaux.

### 9.3 Collaboration avec le Tour des Alpagnes

Une des raisons principales attirant les coureurs à Anzère est le Tour des Alpagnes. Il semblerait en effet que cette course fasse réellement la réputation de la station dans les milieux de la course à pied. Une collaboration entre Anzère Tourisme et le Comité du Tour des Alpagnes pourrait être une solution idéale pour ce qui est de la communication. En effet, le registre des participants au Tour des Alpagnes contient les adresses électroniques de coureurs qui pourraient potentiellement revenir à Anzère en dehors de la course. Ainsi, par le biais de ses canaux de communication, le Tour des Alpagnes pourrait promouvoir la destination d'Anzère en tant que destination de trail running.

Cette année, en raison de la situation exceptionnelle liée à la pandémie de COVID-19, le Tour des Alpagnes n'a pas pu être programmé le 18 juillet comme prévu. En lieu et place de la course, Anzère Tourisme et le Comité du Tour des Alpagnes ont décidé de baliser virtuellement l'itinéraire de la course au moyen de quatre QR codes à scanner le long du parcours afin d'être chronométré. Grâce à ce système, les coureurs peuvent venir à n'importe quel moment entre le 13 juin et le 23 août 2020 pour se mesurer sur le parcours ; ils ont ainsi l'impression de participer à un défi, et le fait d'être encadré leur donne une motivation supplémentaire.

### 9.4 Application mobile et site Internet

Cette course virtuelle va permettre non seulement de rappeler l'existence du Tour des Alpagnes, mais aussi de promouvoir la station d'Anzère en tant que destination de trail running durant tout l'été. Il sera possible de vérifier la fréquentation du parcours grâce à l'enregistrement des coureurs sur le site, et si le projet remporte du succès, alors les autres éditions du Tour pourraient eux aussi suivre ce schéma. L'idée est actuellement en cours d'élaboration, mais il apparaît déjà qu'il serait peut-être judicieux d'y consacrer une application afin que l'utilisation du système soit plus facile. Le site web qui a été créé pour ce projet pourrait quant à lui être développé plus avant afin de répertorier les autres parcours et ainsi être entièrement consacré au trail running dans la région, comme c'est le cas pour toutes les destinations analysées dans le benchmark.

Une application sur le téléphone pourrait permettre aux coureurs de se géolocaliser sur les parcours, mais aussi de repérer les lieux d'intérêt, les possibilités de restauration ou encore les points d'eau. Cependant, certains n'aiment pas courir avec leur téléphone sur eux. Pour cette raison, on pourrait songer à développer l'utilisation d'applications comme Strava. Cette

dernière est une application mobile utilisée pour enregistrer les activités sportives via GPS, et les coureurs peuvent ainsi enregistrer leurs activités de course par le biais d'une montre de sport sans avoir besoin d'emporter leur téléphone avec eux. Une fois la course terminée, l'activité est synchronisée sur l'application et le coureur accède ainsi aux données de son parcours.

## 9.5 Communication

### 9.5.1 Promotion

La station d'Anzère n'est aujourd'hui pas considérée comme une destination de trail running. Les réponses des coureurs au questionnaire ont cependant montré que la destination en avait le potentiel, notamment grâce à son point fort, à savoir les magnifiques points de vue sur les parcours proposés. Il faudrait s'appuyer sur cet aspect-là pour mieux vendre la destination aux amateurs de trail running. Au-delà du nombre de kilomètres et de la technicité de ses itinéraires, Anzère doit donc miser sur ses paysages d'exception. Dans ce but, il serait judicieux de mettre en place des campagnes de promotion avec des images des bisses, du barrage du Tzeuzier, du panorama alpin ou encore de la cabane des Audannes, qui font partie des lieux phares de la destination.

### 9.5.2 Description des itinéraires

Une fois que les itinéraires de trail running auront été balisés, il est essentiel que l'office du tourisme les répertorie sur son site Internet et les publie dans une brochure, ou booklet, comme il en existe pour le vélo et la randonnée. Dans ce contexte, il serait intéressant de rédiger une description détaillée de chaque itinéraire, en indiquant par exemple la présence d'un parking, d'un lieu de restauration, de points d'eau, de points de vue, etc., avec une carte munie de symboles représentant chacun de ces éléments afin de fournir des repères visuels. Il faudrait également décrire les parties du parcours présentant d'éventuelles difficultés : croisement avec d'autres chemins ou encore difficultés techniques, et des illustrations pourraient ensuite venir compléter ces descriptions afin d'attirer l'attention des coureurs vers ces itinéraires. Un topoguide avec une carte des itinéraires, incluant descriptions et illustrations, pourrait ainsi être un élément à développer pour servir de support.

## 9.6 Tableau récapitulatif

Tableau 14: Tableau récapitulatif des recommandations

Recommandation	Plus-value	Principales difficultés	Coûts
<b>Augmentation du nombre de parcours</b>	Vision à long terme : encourager les coureurs à revenir ou à effectuer un plus long séjour dans la destination	Travail de balisage et d'entretien	\$\$
<b>Kilomètre vertical</b>	Diversifier l'offre et attirer les adeptes de cette discipline	Trouver un parcours adéquat	\$
<b>Trail d'hiver</b>	Offre trail running sur toute l'année	Damer les parcours et disposer d'un terrain avec une neige suffisamment dure pour courir	\$\$\$
<b>Partenariat avec un équipementier</b>	Revenus pour les commerces de la région. Offre de conseils et journées test.	Trouver une marque avec qui collaborer et trouver un magasin ouvert toute l'année	\$
<b>Base d'accueil</b>	Attire les coureurs à la journée	Aménager des locaux adéquats	\$\$\$
<b>Package</b>	Incite les coureurs à consommer dans la station	Nouer des accords avec des partenaires	\$
<b>After-trail</b>	Pousse les coureurs à consommer sur place et projette une	Trouver un espace adéquat pour	\$

	bonne image de la station	rassembler les coureurs	
<b>Remontées mécaniques</b>	Revenus pour TéléAnzère et rentabilisation du Magic Pass en été	Motiver les coureurs à prendre la cabine	\$
<b>Challenge avec gain à la clé</b>	Motive les coureurs à venir à Anzère pour relever le défi et promotion des autres activités de la station	Accords avec les partenaires	\$\$
<b>Collaboration avec le TDA</b>	Meilleure visibilité, union des forces, même public cible, utilisation de l'image d'un événement reconnu	-	\$
<b>Application mobile</b>	Utilisation des médias modernes, accès aux parcours en tout temps	Coût du développement et conception d'une application simple à utiliser	\$\$\$
<b>Site Internet</b>	Uniformisation et disponibilité de l'information	Coûts engendrés, générer des visites sur le site	\$\$
<b>Promotion</b>	Permet à la station de se différencier de ses concurrents	Trouver les points forts de la destination	\$\$

<b>Communication sur les itinéraires</b>	Uniformisation et clarté de l'information	Coûts du développement et de l'impression	\$\$
----------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------------------------	------

**Source :** Données de l'auteur

**Légende :**

\$\$\$ = requiert un investissement important ;

\$\$ = requiert un investissement peu important ;

\$ = requiert peu ou pas d'investissement

## CONCLUSION

Ce travail a permis de saisir les enjeux de la situation que connaissent actuellement les destinations alpines, et surtout l'importance pour celles-ci de développer de nouvelles offres afin d'assurer leur survie face à une concurrence de plus en plus vive, des touristes très exigeants et un contexte climatique changeant et imprévisible. Afin de se diversifier, en particulier pendant la saison estivale, les stations misent de plus en plus sur les sports de plein air, ou sports outdoor, qui constituent aujourd'hui une importante tendance touristique. Parmi ces sports, on retrouve le trail running, une discipline en pleine expansion depuis une dizaine d'années. Avec un public cible large et la possibilité de pratiquer durant toute l'année, mais aussi des coûts d'investissement relativement bas pour un potentiel de bénéfices élevé pour l'économie locale, sans oublier des valeurs en accord avec le développement durable, le trail running présente tous les atouts pour permettre à une station de se diversifier de manière harmonieuse.

Pour pouvoir répondre au premier objectif de ce travail qui était de *comprendre les besoins et les comportements des touristes amateurs de trail* et ainsi développer une offre ciblée, répondant vraiment aux attentes des coureurs de trail, un questionnaire a été adressé aux anciens participants de la course du Tour des Alpagnes. Les réponses ont révélé que les coureurs appréciaient la destination d'Anzère et souhaiteraient la voir améliorer son offre de trail running, notamment en développant encore le Tour des Alpagnes et en créant de nouveaux parcours, mais aussi en proposant d'autres activités en relation avec le sport, comme des « After-trail ».

Pour répondre au second objectif, *effectuer un état des lieux des activités touristiques estivales actuelles de la destination et dégager une offre innovante*, un travail de benchmark portant sur des destinations connues pour leur offre de trail running a également été effectué. Cette analyse comparative a permis de mettre en avant les éléments indispensables à développer pour qu'Anzère puisse prétendre devenir une réelle destination de trail running ; il s'agit par exemple de concevoir une plateforme d'information, de nouer un partenariat avec un équipementier ou encore de prévoir des infrastructures spécifiquement dédiées à la pratique de ce sport.

L'analyse de la pratique du trail running ainsi que le benchmark ont ainsi permis de dégager les éléments essentiels d'une bonne offre de trail running. Il a ensuite fallu adapter ces résultats à la destination spécifique d'Anzère. Pour ce faire, une analyse des ressources et des activités existantes de la station a été effectuée. Cette analyse a révélé l'excellent potentiel de la station, à savoir ses paysages très variés, son succès avec le Tour des Alpagnes et son

positionnement en tant que « station verte ». Ce potentiel pourrait encore être développé en créant de nouveaux itinéraires ou en combinant les ressources touristiques existantes avec la pratique du trail running dans le cadre d'offres combinées, ou packages, tant appréciées des touristes.

Grâce à son projet visant à baliser des itinéraires de trail running en collaboration avec les communes de Sion, Grimisuat et Savièse, la région d'Anzère a fait un premier pas dans la direction d'une bonne offre de trail running. Cependant, une analyse du projet a montré que des éléments importants manquaient encore à l'appel, comme l'élaboration de parcours de trail running pour débutants, une réelle stratégie de communication et un nombre suffisant d'itinéraires. Il serait intéressant de pouvoir s'appuyer sur l'expertise de coureurs chevronnés pour travailler sur certains de ces éléments.

Ce travail a finalement abouti au dernier et principal objectif qui était de *proposer des améliorations et des pistes de développement pour permettre à la station d'Anzère de se positionner comme destination de trail*. Cet ensemble de recommandations s'adresse à la destination d'Anzère dans sa globalité, et pas uniquement à l'office du tourisme ou au Tour des Alpes. En effet, pour pouvoir proposer une offre cohérente et de qualité, il est nécessaire que des efforts soient déployés par toutes les parties prenantes : l'office du tourisme, le Tour des Alpes, mais aussi les hôteliers, les restaurateurs, le SPA et Wellness, les remontées mécaniques, les magasins de sports ainsi que les communes d'Ayent et d'Arbaz. Tous ces acteurs sont indispensables à l'élaboration d'une offre de trail running à la hauteur de ce qui est actuellement proposé dans les stations des Alpes suisses et françaises. Comme les investissements nécessaires ne sont pas très élevés, les risques pour la destination ne devraient pas constituer un obstacle. Tout ceci devrait donc plutôt encourager la station d'Anzère à mettre en place une telle offre. Et même si le trail running ne devait être qu'une tendance éphémère, la plupart des recommandations présentées ici pourraient s'adresser à d'autres sports, comme le cyclisme ou la randonnée.

## RÉFÉRENCES

- Anzère Tourisme SA. (2018). *Anzère – dynamisme retrouvé*. Bulletin d'information d'Anzère Tourisme SA et des communes d'Ayent et d'Arbaz, numéro 6.
- Anzère Tourisme SA. (2019). *Projet d'itinéraire de Trail Région d'Anzère*.
- Anzère Tourisme SA. (2020a). *Ayent - cité de l'énergie*. Récupéré sur : <https://www.anzere.ch/tourisme-ski-spa/ayent-cite-energie-1439.html>
- Anzère Tourisme SA. (2020b). Brochures été 2020. Récupéré sur : <https://www.anzere.ch/tourisme-ski-spa/brochures-2020-593.html>
- Anzère tourisme SA. (2020c). Spa & Wellness Anzère. Récupéré sur : <https://www.anzere.ch/tourisme-ski-spa/wellness-anzere-1102.html>
- Bessy, O. (2012). *The North Face Ultra-Trail du Mont-Blanc : un mythe, un territoire, des hommes*. Saint-Genis Laval : Imprimerie Brailly.
- Bessy, O. (2016). *Innovations événementielles et structuration des destinations touristiques. Pour une hybridation des approches : l'exemple de l'Ultra-Trail du Mont-Blanc*. Mondes du Tourisme. DOI : 10.4000/tourisme.1277
- Bessy, O., & Suchet, A. (2015). *Une approche théorique de l'événementiel sportif*. Mondes du Tourisme. Récupéré sur : <http://journals.openedition.org/tourisme/1023>
- Booking.com. (2019). *Booking.com reveals key findings from its 2019 sustainable travel report*. Récupéré sur : <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report/>
- Bourdeau, P. (2009). *De l'après-ski à l'après-tourisme, une figure de transition pour les Alpes ?* Revue de Géographie Alpine. DOI : 10.4000/rga.1049
- Briot, M., Mounet, J.-P. & Rech, Y. (2009). *L'innovation dans les sports de nature : L'irruption de nouvelles activités dans une station de sports d'hiver*. Espaces et Société 2009/1 (136-137), p. 155-171. DOI : 10.3917/esp.136.0155
- Dissart, J-C. (2012). *Co-construction des capacités et des ressources territoriales dans les territoires touristiques de montagne*. Revue de Géographie. DOI : 10.4000/rga.1781
- Duglio, S., & Beltramo, R. (2017). *Estimating the Economic Impacts of a Small-Scale Sport Tourism Event: The Case of the Italo-Swiss Mountain Trail Collon Trek*. Récupéré sur : [https://www.researchgate.net/publication/314111647\\_Estimating\\_the\\_Economic\\_Imp](https://www.researchgate.net/publication/314111647_Estimating_the_Economic_Imp)

[acts of a Small-Scale Sport Tourism Event The Case of the Italo-Swiss Mountain Trail CollonTrek](#)

- Evans, B. (2018). Why we run: an exploration of what and who motivates us to run. Récupéré sur: <https://blog.strava.com/fr/press/2018-year-in-sport/>
- Fournier, N. (2019). *Le Val d'Hérens se fédère autour du trail*. Le Nouvelliste
- François, H., & Billet, S. (2015). *De la station au territoire : quels contours pour les destinations touristiques ?* Mondes du Tourisme. DOI : 10.4000/tourisme.280
- ITRA. (2019). *Découvrir le trail*. Récupéré sur : [https://itra.run/page/259/Decouvrir\\_le\\_trail.html](https://itra.run/page/259/Decouvrir_le_trail.html)
- Joseph Pine II, B., Gilmore, J.H. (1998). Welcome to the Experience Economy. Récupéré sur : <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- La Vallée du Trail. (2020). *Parcours*. Récupéré sur : <http://www.valleedutrail.com>
- Lamprecht, M., Fischer, A. & Stamm, H. P. (2014): *Sport Suisse 2014: Activité et consommation sportives de la population suisse*. Macolin: Office fédéral du sport OFSPO.
- Langenbach, M., & Jaccard, E. (2019). *L'innovation au cœur de la diversification touristique des stations de montagne*. Mondes du Tourisme. DOI : 10.4000/tourisme.1936
- Leukarbad. (2020). Col de la Gemmi. Récupéré sur : <https://www.leukerbad.ch/activites/ete/randonnees/col-de-la-gemmi/>
- Macchiavelli, A. (2009). *Le tourisme alpin*. Revue de Géographie Alpine. DOI : 10.4000/rga.818
- Observatoire Valaisan du Tourisme. (2019). *Dashboard. Nuitées touristiques 2016/2017*. Récupéré sur : [https://data.tourobs.ch/Dashboard\\_TouristicNights/DashboardTouristicNights](https://data.tourobs.ch/Dashboard_TouristicNights/DashboardTouristicNights)
- Organisation Mondiale du Tourisme. (2019). *Walking tourism – promoting regional development*, UNWTO, Madrid.
- Parkin, S. (2019). *Inside the ski industry's battle with climate change*. The Guardian
- Peca, S. (18.09.2015). *La folle ascension du trail running*. Le Temps. Rubrique sport. Récupéré sur : <http://www.letemps.ch/sport/2015/09/18/folle-ascension-trail-running>
- Perrin-Malterre, C. (2015). *Processus de diversification touristique autour des sports de nature dans une station de moyenne montagne*. Mondes du Tourisme. DOI : 10.4000/tourisme.1012

- Pittet, L. (2017). *Le boom du running, le problème de riches des courses populaires*. Le Temps. Rubrique sport. Récupéré sur : <https://www.letemps.ch/sport/boom-running-probleme-riches-courses-populaires>
- Plancade, J. (2019). *Ces stations Suisses qui ont choisi l'été*. Bilan. Récupéré sur : <https://www.bilan.ch/economie/ces-stations-suisses-qui-ont-choisi-lete>
- Portes du soleil. (2020). *Trail running Portes du Soleil*. Récupéré sur : <https://www.portesdusoleil.com/activites/ete/trail/trail-running-portes-du-soleil.html>
- Promosports. (2019). *Nouvel espace trail du Val d'Hérens*. Récupéré sur : <https://www.promosports.ch/trail-nouvel-espace-trail-du-val-dherens/>
- Rochedy, R. (2015). *Analyse d'un espace de décélération : l'exemple de l'Ultra-trail*. Staps 2015/1 (n° 107), pages 97 à 109. Récupéré sur : <https://doi.org/10.3917/sta.107.0099>
- Station de Trail de Chartreuse. (2015). *Coaching à la station Trail de Chartreuse*. Récupéré sur <http://www.stationdetrail.com/Coaching-a-la-station-TRAIL-de.html>
- Station de trail. (2020). *Le concept*. Récupéré sur : <https://stationdetrail.com/fr/le-concept>
- Suisse Tourisme. (2020). *Anzère*. Récupéré sur : <https://www.myswitzerland.com/fr-ch/destinations/anzere/>
- Swiss Peak Resorts. (2020). *Découvrez-nous*. Récupéré sur : <https://swisspeakresorts.com/fr/concept>
- Swiss Ultra Trail. (s.d.). *Wer ist Swiss Ultra Trail ?*. Récupéré sur <http://ultra-trail.ch/about/>
- Tachon, L. (2019). *Trail. Catherine Poletti : « L'Ultra-trail du Mont-Blanc, c'est un voyage, une aventure »*. Ouest-France. Récupéré sur : <https://www.ouest-france.fr/sport/running/running-catherine-poletti-l-ultra-trail-du-mont-blanc-une-experience-un-voyage-une-aventure-6497362>
- Tour des Alpes. (2020). *Informations*. Récupéré sur : <https://www.tourdesalpages.ch/informations>
- Trail Hotspot Val d'Anniviers. (2020). *Plan des parcours avec outdoor active*. Récupéré sur : <https://www.trailhotspot.ch>
- Ultra trail du Mont-Blanc. (2013). *Communiqué de presse : sport/aventure*. Récupéré sur : [http://www.ultratrailmb.com/documents/presse/Communiques\\_de\\_presse/2013/CP8\\_UTMB2013\\_FR.pdf](http://www.ultratrailmb.com/documents/presse/Communiques_de_presse/2013/CP8_UTMB2013_FR.pdf)

Urbański, R. (2018). *Trail running- management, organization, safety, evaluation. The activity of ITRA Association*. Journal of Education, Health and Sport. DOI <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo>

Valais Wallis Promotion. (2019). *Trail running*. Récupéré sur : <https://www.valais.ch/fr/activites/randonnee/trail-running>

Veillon, E. (2017). *En Suisse, la folie de la course à pied*. Le Temps. Récupéré sur: <https://www.letemps.ch/lifestyle/suisse-folie-course-pied>

## DÉCLARATION DE L'AUTEUR

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le Travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du Travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Henry Hess du comité du Tour des Alpages et Damian Indermitte de Anzère Tourisme.

Alexandra Fadeev

