

N°16_2019

regioS

Das Magazin zur Regionalentwicklung
Le magazine du développement régional
La rivista dello sviluppo regionale

Bergbahn-
Erlebnisse

Les plaisirs
des remontées
mécaniques

Ferrovie di mon-
tagna, a tutta
avventura

La giusta ricetta per il Titlis

öV-Anschluss für den Ganzjahrestourismus

Panorama à 360 degrés au sud du Tessin

regio**suisse**

Im Auftrag von
Sur mandat de
Su incarico di
Per incarica da



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra



Neue Regionalpolitik **npr**
Nouvelle politique régionale **npr**
Nuova politica regionale **npr**
Nova politica regionala **npr**

Update/
Rückblende

«regioS 04» (Dezember 2010) berichtete über das Modellvorhaben Bad Zurzach und Umgebung, die «Vision Zurzibiet», ein Projekt zur wirtschaftlichen Entwicklung von 24 Gemeinden im Nordosten des Kantons Aargau.

Mise à jour/
flash-back

Le numéro 4 de «regioS» (décembre 2010) avait présenté le projet-modèle Bad Zurzach et environs, également appelé «Vision Zurzibiet». Il s'agit d'un projet de développement territorial et économique coordonné des 24 communes du nord-est du canton d'Argovie.

Aggiornamento/
retrospettiva

Il numero 4 di «regioS» (dicembre 2010) si era occupato del progetto modello «Bad Zurzach und Umgebung» e della «Vision Zurzibiet», un progetto di sviluppo economico che coinvolgeva 24 comuni situati nella parte nordorientale del Cantone di Argovia.

«Vision Zurzibiet»



Schritt für Schritt voran

«Die Gemeinden sind seit 2010 konstant damit beschäftigt, die Vision umzusetzen und zu verfeinern», erklärt Dunja Kovari-Binggeli von sa_partners in Zürich, die schon damals als Regionalplanerin tätig war und das Vorhaben leitete. Die Region hat sich in einem ersten Schritt neu organisiert: Im «Haus der Region» arbeiten die Akteure aus Politik und Planung, des Wirtschaftsforums und der Tourismuspromotion mit vereinten Kräften zusammen. Dort laufen auch die Fäden für eine zwischen den Gemeinden abgestimmte Entwicklung zusammen, unter anderem für eine aktive Planung und eine auf Qualität ausgerichtete Baulandmobilisierung.

Noch nicht verwirklicht ist das Fernziel einer Region mit drei Gemeinden. Erste Fusionen sind erfolgt, weitere werden geprüft. Wie in der Vision skizziert, hat sich aber mit Klingnau/Döttingen/Böttstein neben Bad Zurzach tatsächlich ein zweites Regionalzentrum etabliert.

En avant pas à pas

«Depuis 2010, les communes s'emploient constamment à mettre en œuvre et à affiner cette vision», explique Dunja Kovari-Binggeli, de sa_partners à Zurich, qui déjà à l'époque travaillait comme aménagiste régionale et dirigeait le projet. Dans un premier temps, la région s'est réorganisée : les acteurs de la politique, de l'aménagement, du Forum économique et de la promotion touristique réunissent leurs forces et coopèrent au sein de la «Maison de la région». C'est là également que les fils se tissent pour un déve-

loppement coordonné des communes, notamment pour une planification active du développement et une mobilisation des terrains à bâtir axée sur la qualité.

L'objectif à long terme d'une région composée de trois communes n'est pas encore réalisé. De premières fusions ont eu lieu, d'autres sont à l'étude. Comme l'esquissait la vision, un second centre régional s'est effectivement établi à côté de Bad Zurzach avec Klingnau-Döttingen-Böttstein.

Passo dopo passo

L'ex direttrice del progetto Dunja Kovari-Binggeli, pianificatrice regionale e partner dello studio sa_partners di Zurigo, spiega che dal 2010 i comuni si impegnano ad attuare e perfezionare la vision. In una prima fase, la regione si è dotata di una nuova organizzazione: nella «Casa della regione» collaborano unendo le proprie forze attori della politica, della pianificazione, del forum economico e della promozione del turismo allo scopo di garantire uno sviluppo coordinato tra i comuni, in particolare una pianificazione attiva dello sviluppo e una mobilitazione di terreni edificabili improntata alla qualità. Resta da realizzare l'obiettivo finale ambizioso di creare una regione formata da soli tre comuni. Le prime fusioni ci sono state, altre sono allo studio.

Una cosa, però, va detta: come auspicato nella vision, accanto a Bad Zurzach si è effettivamente creato un secondo centro regionale Klingnau/Döttingen/Böttstein.

Bergbahnen, diese gelben, roten oder blauen Gondeln und Wagen, sind ein charakteristisches Element unserer Bergwelt. Sie wecken Abenteuerlust und Entdeckerfreude gleichermassen. Seit den Anfängen des Tourismus unabdingbar, erschliessen einige von ihnen zudem auf anderem Weg schlecht erreichbare Siedlungen. Hunderttausende von Einheimischen und Gästen gelangen dank ihnen auf Les Diablerets, das Jungfraujoche, das Kleine Matterhorn, den Corvatsch oder den Säntis ... Und dennoch: Nur wenige dieser Bahnunternehmen sind auch wirtschaftlich erfolgreich. Sie kämpfen mit hohem Investitions- und Erneuerungsbedarf, verändertem Gästeverhalten, grossen saisonalen Schwankungen und immer mehr auch mit dem Klimawandel, seltener auch mit «Overtourism». Bergbahnen führen zudem in landschaftlich und ökologisch sensible Gebiete. Konzepte, die den Gästestrom am Laufen halten, müssen entsprechend ausgestaltet sein.

Aufgrund der grossen Bedeutung für die Tourismuswirtschaft und die regionale Wirtschaft generell kommt der Förderung von Bergbahnprojekten und damit verbundenen Strukturen auch in der Neuen Regionalpolitik (NRP) eine grosse Bedeutung zu. Verschiedene Bahnen, etwa in Saanen oder am Monte Generoso, können ihre regional bedeutende Position nur dank Unterstützung der Gemeinde oder von Mäzenen halten; und nur ganz wenige, wie beispielsweise die Titlis-Bahnen, sind in der Lage, die hohen Investitionen in die Zukunft aus eigener Kraft zu stemmen.

Die aktuelle Ausgabe von «regioS» leuchtet die Herausforderungen der Schweizer Bergbahnen aus, aber auch Lösungsansätze, die Bergbahnerlebnisse auch in Zukunft sichern sollen.

Michael Caflisch
Amt für Wirtschaft und Tourismus
Kanton Graubünden

Les remontées mécaniques sont un élément caractéristique de nos paysages de montagne. Elles éveillent à la fois le goût de l'aventure et le plaisir de la découverte. Indispensables au tourisme depuis leurs débuts, certaines d'entre elles desservent aussi des hameaux qui seraient sinon difficiles d'accès. Grâce à elles, des centaines de milliers de résidents et de touristes accèdent aux Diablerets, au Jungfraujoche, au Petit Cervin, au Corvatsch ou au Säntis... Pourtant, seules quelques-unes de ces entreprises connaissent aussi le succès économique. Elles sont aux prises avec divers problèmes : besoins importants d'investissement et de renouvellement, changements de comportement des visiteurs, fluctuations saisonnières, changement climatique et parfois tourisme de masse. Les remontées mécaniques mènent en outre à des zones sensibles sur les plans paysager et écologique. Il faut en tenir compte pour concevoir des projets qui maintiennent le flux des visiteurs.

En raison de leur grande importance pour l'économie touristique et l'économie régionale en général, la nécessité de réalisation de projets de remontées mécaniques et de structures associées occupe une place de choix dans la Nouvelle politique régionale (NPR). Certaines remontées mécaniques, par exemple à Saanen ou au Monte Generoso, ne peuvent conserver leur position importante pour la région que grâce au soutien de la commune ou de mécènes. Seul un petit nombre de remontées, par exemple celles du Titlis, sont en mesure de réaliser elles-mêmes les lourds investissements pour l'avenir.

Le présent numéro de regioS met en lumière les défis que doivent relever les remontées mécaniques suisses, mais aussi des solutions qui permettront de garantir l'expérience des remontées mécaniques.

Michael Caflisch
Office de l'économie et du tourisme
du canton des Grisons

Le funivie e le ferrovie di montagna sono un elemento caratteristico delle nostre regioni. Invogliano all'avventura e alla scoperta di nuovi panorami. Indispensabili fin dall'inizio per il turismo, permettono anche di raggiungere località altrimenti poco accessibili come pure zone agricole ed ecologiche sensibili. Grazie a loro, centinaia di migliaia di persone raggiungono Les Diablerets, la Jungfrau, il Piccolo Cervino, il Corvatsch o il Säntis. Eppure, solo alcune delle società che gestiscono gli impianti realizzano utili. Gli operatori del settore sono infatti confrontati con un elevato bisogno di investimenti e di rinnovo degli impianti e devono fare i conti con il cambiamento delle abitudini dei turisti, le forti fluttuazioni stagionali, gli effetti dei cambiamenti climatici e anche, ma più raramente, con un eccesso di turismo. Bisogna quindi puntare su strategie per promuovere il turismo lungo tutto l'arco dell'anno.

Vista la loro grande importanza per il turismo e per l'economia regionale in generale, anche la Nuova politica regionale (NPR) pone attenzione alla promozione di progetti per la costruzione di funivie e ferrovie di montagna e delle strutture ad esse collegate. Diversi impianti, come quelli di Saanen o del Monte Generoso, possono mantenere la loro importante posizione a livello regionale solo grazie al sostegno finanziario del Comune o di mecenati. Solo pochissimi, come la funivia del Titlis, possono realizzare importanti investimenti per il futuro attingendo a risorse proprie.

Questo numero di regioS presenta le sfide che le funivie e le ferrovie di montagna svizzere si trovano ad affrontare ma anche possibili soluzioni per garantire la continuità dell'offerta.

Michael Caflisch
Ufficio dell'economia e del turismo
Cantone dei Grigioni

Update/Rückblende Mise à jour/flash-back Aggiornamento/retrospettiva
«Vision Zurzibiet»

1

Editorial Éditorial Editoriale

3

Kurzmeldungen Brèves In breve

5

SCHWERPUNKT

Bergbahn-Erlebnisse mit Zukunft?

PRIORITÉ

Quel avenir pour les plaisirs des remontées mécaniques?

PRIMO PIANO

Le funivie, un'offerta che ha ancora un futuro?

14

Table ronde_ **Les remontées mécaniques font face au changement climatique**
Round-Table-Gespräch_ **Die Bergbahnen begegnen dem Klimawandel**
Tavola rotonda_ **Gli impianti di risalita e i cambiamenti climatici**

20

Erfahrungen in Regionen und Projekten
Expériences régionales et projets
Esperienze nelle regioni e progetti

20

La giusta ricetta per il Titlis Das richtige Rezept am richtigen Berg
La bonne recette pour la bonne montagne

23

Mit besserem öV-Anschluss zum Ganzjahrestourismus Transition vers un tourisme quatre saisons
grâce à une meilleure desserte par les transports publics
Migliori collegamenti pubblici per il turismo durante tutto l'anno

26

Hoch zum Rundumblick im Süden des Tessins Panorama à 360 degrés au sud du Tessin
Un fiore che fa rifiorire un monte

29

Impressum



14

Die Seilbahn Vitznau-Hinterbergen erschliesst mehrere Einzelhöfe im hinteren Teil der Rigi.

Le téléphérique Vitznau-Hinterbergen dessert plusieurs fermes isolées à l'arrière du Rigi.

La funivia Vitznau-Hinterbergen collega varie fattorie isolate sul versante sud del Rigi.

20

Auf dem Titlis bei Engelberg OW geniessen Gäste aus nah und fern ihr Bergerlebnis.

Au Titlis, au-dessus d'Engelberg (OW), les visiteurs d'ici et d'ailleurs profitent de la montagne.

In cima al Titlis sopra Engelberg (OW) gli escursionisti possono apprezzare il fascino della montagna.

Ausschreibung Modellvorhaben

Mit dem Programm «Modellvorhaben Nachhaltige Raumentwicklung» unterstützen acht Bundesämter lokale, regionale und kantonale Akteurinnen und Akteure dabei, innovative Lösungen zur nachhaltigen Raumentwicklung zu erproben. Noch bis zum 2. September 2019 können Anträge zur Unterstützung von Projekten im Rahmen der neuen Programmphase 2020–2024 eingereicht werden. Im Fokus stehen Projekte zu den Themen «Digitalisierung für die Grundversorgung nutzen», «integrale Entwicklungsstrategien fördern», «Landschaft ist mehr wert», «Siedlungen, die kurze Wege, Bewegung und Begegnung fördern» sowie «demografischer Wandel: Wohn- und Lebensraum für morgen gestalten».

www.modellvorhaben.ch

Appel d'offres pour les projets-modèles

Avec le programme «Projets-modèles pour un développement territorial durable», huit offices fédéraux aident des acteurs locaux, régionaux et cantonaux à tester des solutions innovantes pour un développement territorial durable. Les demandes de soutien dans le cadre de la nouvelle phase du programme 2020-2024 peuvent encore

être déposées d'ici au 2 septembre 2019. Les projets de cette phase se concentreront sur les thèmes suivants: utiliser la numérisation pour le service universel; encourager des stratégies de développement intégrales; le paysage, un atout; urbanisation qui favorise les courtes distances, l'activité physique et les rencontres; changement démographique: concevoir l'habitat de demain.

www.projets-modeles.ch

Bando di gara Progetti modello

Con il programma «Progetti modello Sviluppo sostenibile del territorio», otto Uffici federali sostengono gli attori locali, regionali e cantonali nella sperimentazione di soluzioni innovative per uno sviluppo territoriale sostenibile. Nell'ambito della nuova fase del programma 2020–2024, gli attori interessati possono presentare una domanda di sostegno alla Confederazione per progetti e approcci innovativi. Le domande vanno inoltrate entro il 2 settembre 2019. I progetti possono essere presentati per cinque temi prioritari: utilizzare la digitalizzazione per il servizio universale, promuovere strategie integrali di sviluppo, dare maggiore valenza al paesaggio, insediamenti che promuovono percorsi brevi, movimento e incontri, cambiamento demografico: progettare lo spazio abitativo e vitale di domani.

www.progetti-modello.ch

Stratégies régionales de développement

Depuis quelques années déjà, plusieurs régions organisent leurs activités en se référant à des stratégies régionales de développement. Cinq études de cas concises publiées dernièrement par le SECO montrent comment ces stratégies ont été élaborées, comment elles sont appliquées et les effets qu'elles ont déployés. Il apparaît clairement que les processus d'élaboration, mais aussi les degrés de contrainte des stratégies régionales peuvent différer suivant les conditions régionales. Ces stratégies ont cependant toutes en commun d'ouvrir de nouvelles perspectives et de contribuer à pour-

suivre et à réaliser des objectifs définis en commun. Cet instrument se révèle donc être une précieuse boussole pour le développement régional.

www.regiosuisse.ch/etudes-de-cas-srd

Strategie regionali di sviluppo

Da alcuni anni varie regioni orientano le loro attività in base a strategie regionali di sviluppo. Cinque studi di casi pubblicati di recente dalla SECO mostrano come queste strategie sono state sviluppate, come vengono applicate e quali risultati hanno permesso di raggiungere. Dagli studi di casi emerge chiaramente che, a seconda delle condizioni e delle caratteristiche regionali, i processi di elaborazione ma anche la forza

vincolante delle strategie possono variare. L'elemento comune a tutte le strategie è il fatto di offrire nuove prospettive e di contribuire a perseguire e realizzare obiettivi definiti congiuntamente. Questo strumento si rivela una valida bussola per lo sviluppo regionale.

www.regiosuisse.ch/studi-di-casi-srs

Regionale Entwicklungsstrategien (RES)

Verschiedene Regionen richten ihre Aktivitäten bereits seit einigen Jahren auf regionale Entwicklungsstrategien aus. Fünf jüngst vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) publizierte, kompakt aufbereitete Fallbeispiele zeigen, wie sie erarbeitet wurden, wie sie ein-

gesetzt werden und was sie bewirkt haben. Dabei wird deutlich: Je nach den regionalen Voraussetzungen können sich die Erarbeitungsprozesse und die Verbindlichkeit der regionalen Strategien voneinander unterscheiden. Gemeinsam ist jedoch allen, dass sie neue Perspektiven eröffnen und helfen, gemeinsam festgelegte Ziele anzustreben und zu realisieren. Damit erweist sich dieses Instrument als wertvoller Kompass bei der regionalen Entwicklung.

www.regiosuisse.ch/fallbeispiele-res

Megatrends und Raumentwicklung

Globalisierung, Digitalisierung, Individualisierung, Klimawandel sowie demografischer Wandel und Migration: Dies sind gemäss dem Rat für Raumordnung (ROR) die Megatrends, die die Raumentwicklung in der Schweiz in den nächsten zwei Jahrzehnten am stärksten beeinflussen werden. In seinem im Mai 2019 publizierten Bericht zeigt der Rat auf, wie sich diese Trends auf die räumliche Entwicklung auswirken könnten. Er empfiehlt unter anderem, dem Siedlungswachstum mit urbaner Qualität zu begegnen, die regionalen Zentren zu stärken und Experimentierräume für zukunftsweisende

Technologien zu fördern. Die Empfehlungen richten sich prioritär an den Bund, sind aber auch für Kantone und Gemeinden relevant.

www.are.admin.ch → Raumentwicklung & Raumplanung → Strategie und Planung → Publikationen

Macrotendenze e sviluppo territoriale

Globalizzazione, digitalizzazione, individualizzazione, cambiamenti climatici e demografici, migrazioni: sono queste le macrotendenze che secondo il Consiglio per l'assetto del territorio (COTER) influiranno maggiormente sullo sviluppo territoriale della Svizzera. Nel suo rapporto pubblicato il 17 maggio, il COTER mostra come queste macrotendenze potrebbero condizionare

lo sviluppo del territorio e raccomanda tra l'altro di conciliare crescita insediativa e qualità urbana, di potenziare i centri regionali e di favorire la creazione di luoghi in cui sperimentare tecnologie d'avanguardia. Le raccomandazioni sono indirizzate principalmente alla Confederazione ma sono importanti anche per i Cantoni e i Comuni.

www.are.admin.ch → Sviluppo e pianificazione del territorio → Strategia e pianificazione → Pubblicazioni

Grandes tendances et développement territorial

Mondialisation, numérisation, individualisation, changement climatique, évolution démographique et migrations: telles sont, selon le Conseil de l'organisa-

tion du territoire (COTER), les tendances qui auront le plus d'influence sur le développement territorial de la Suisse au cours des deux prochaines décennies. Dans son rapport publié en mai 2019, le COTER montre l'impact que ces tendances pourraient avoir sur le développement territorial de la Suisse. Il recommande notamment d'accompagner l'expansion du milieu bâti par une urbanisation de qualité, de renforcer les centres régionaux et de promouvoir des espaces d'expérimentation pour tester les technologies. Les recommandations s'adressent en priorité à la Confédération mais sont également importantes pour les cantons et les communes.

www.are.admin.ch → Développement et aménagement du territoire → Stratégie et planification → Publications

Imprenditoria nel turismo

Promuovere l'imprenditoria e sfruttare le opportunità offerte dalla digitalizzazione sono due obiettivi formulati anche nella strategia del turismo della Confederazione. Su incarico della Segreteria di Stato dell'economia (SECO), un team di esperti ha analizzato le sfide che ostacolano la creazione di imprese e di start-up tecnologiche nel settore del turismo e le modalità più adatte per sostenere specificatamente l'imprenditorialità. Gli esperti hanno identificato i seguenti campi d'azione: «sostegno finanziario», «informazione, coaching e qualificazione», «reti ed eventi di matching» e «sistema di promozione». I risultati sono pubblicati nel rapporto «Entrepreneurship im Tourismus. Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für die Initialphase von Unternehmen» (imprenditoria nel turismo; sfide e raccomandazioni per la fase iniziale).

www.seco.admin.ch/turismo

Entrepreneurship im Tourismus

Unternehmertum fördern und die Chancen der Digitalisierung nutzen: Diese Ziele formuliert auch die Tourismusstrategie des Bundes. Im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) hat ein Expertenteam analysiert, welche Herausforderungen die Gründung von Unternehmen und technologieorientierten Start-ups im Tourismusbereich hemmen und wie solche Grün-

dungen gezielt unterstützt werden können. Das Expertenteam identifizierte Handlungsansätze in den Bereichen «finanzielle Unterstützung», «Information, Coaching und Qualifizierung», «Netzwerke und Matching Events» und «Fördersystem». Die Ergebnisse sind im Bericht «Entrepreneurship im Tourismus. Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für die Initialphase von Unternehmen» publiziert.

www.seco.admin.ch/tourismus

Entrepreneuriat dans le tourisme

Promouvoir l'entrepreneuriat et utiliser les opportunités du numérique: ces objectifs sont aussi formulés par la Stratégie touristique de la Confédération. Pour le compte du Secrétariat d'État à l'économie (SECO), une équipe d'experts a analysé les obstacles qui entravent la création d'entreprises et de start-ups technologiques dans le domaine du tourisme ainsi que les possibilités ciblées de soutenir cette création. L'équipe d'experts a identifié des approches d'intervention dans les domaines suivants: soutien financier; information, coaching et qualification; réseaux et événements de prospection; système de promotion. Les résultats sont publiés dans le rapport «Entrepreneuriat dans le tourisme: Défis et recommandations pour la phase de lancement des entreprises».

www.seco.admin.ch/tourisme



Pirmin
Schilliger
&
Urs
Steiger
Luzern

Schwerpunkt
Priorité
Primo piano

Bergbahn- Erlebnisse mit Zukunft?

Die stark auf den Wintersport ausgerichtete Bergbahnbranche befindet sich seit Jahren in einem heftigen Strukturwandel. Angesichts des Klimawandels versucht sie, die Abhängigkeit vom Naturschnee zu reduzieren und die Sommersaison umso stärker zu fördern. Gleichzeitig optimieren viele Wintersportgebiete ihre Angebote und Transportanlagen. Bund und Kantone beteiligen sich im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) mit beträchtlichen Mitteln an den dafür notwendigen Vorarbeiten und Investitionen. Die Unterstützung der Bergbahnen – der eigentlichen Motoren der touristischen Wertschöpfungskette im Alpenraum – ist ein klarer Schwerpunkt der NRP-Förderung.

Jährlich strömen Millionen von Touristinnen und Touristen in die Schweizer Alpen und den Jura: zum Skifahren, Snowboarden, Wandern, Klettern, Biken oder um die atemberaubende Aussicht und die frische Luft zu geniessen. Die Berge bieten Abwechslung vom Alltag, sportliche Herausforderungen und Abenteuer, Vergnügen und Erholung. Der bequemste Weg in die Höhe führt oft über eine Bergbahn. Manche von ihnen sind an sich schon eine Attraktion und ein technisches Wunderwerk, das ein imposantes Naturspektakel erschliesst. Nüchterner betrachtet ist jede Bergbahn zunächst eine Verkehrs- und Transporteinrichtung – eine notwendige Infrastruktur, die hilft, die Ressource «Berg» einem breiten Publikum zu erschliessen und touristisch zu bewirtschaften.

Zentrale Bedeutung für Tourismusregionen

Das Tourismusland Schweiz wäre ohne seine Bergbahnen undenkbar. Ob die erste Zahnradbahn Europas auf die Rigi, die Standseilbahnen zwischen Lausanne und Ouchy und zum Hotel Giessbach am Brienersee oder die Erschliessung der Berner Hochalpen durch die Jungfraubahn – die Innovationen bei den Bergbahnen begleiten die gesamte touristische Entwicklung seit Beginn und haben sie wesentlich vorangetrieben. Die Berge waren bahntechnisch früher erschlossen als weite Teile der übrigen Schweiz. Die Bergbahnen sind über die Jahrzehnte zu einem identitätsstiftenden Merkmal geworden, zu einer Sehenswürdigkeit, einem Stück Heimat, einem historischen und kulturellen Gut. Was wären Gornergrat, Jungfrau, Pilatus, Rigi, Monte Brè oder Moléson ohne ihre Bahnen. Selbst in Schweizer Spielzimmern darf das «Seilbähnli» nicht fehlen.

Ein dichtes Netz von rund 2500 Anlagen erschliesst heute das Gebirgsland Schweiz. Laut Branchenverband Seilbahnen Schweiz (SBS) gliedert es sich in acht Kategorien: 54 Standseilbahnen, 121 Pendelbahnen, 254 Umlaufbahnen, 254 Kleinbahnen, 274 Förderbänder, 354 Sesselbahnen, 510 Kleinskilifte und 787 Schlepplifte. Naturgemäss besonders gut mit Bergbahnen bestückt sind das Wallis, das Berner Oberland, die Zentralschweiz und Graubünden. Doch spielen Bergbahnen in den Berggebieten generell eine wichtige Rolle.

Laut SBS erwirtschafteten die 366 Unternehmen, die diese Bahnen betreiben, im Jahr 2017 einen Umsatz von insgesamt 1,36 Milliarden Franken. Sie beschäftigten 16 000 Personen, viele davon in Teilzeit. Doch täuschen diese Zahlen über die wahre Bedeutung der Bergbahnbranche hinweg: Ihr vor- und nachgelagerter Beschäftigungseffekt ist um ein Mehrfaches grösser. Die Bergbahnen sind bis heute in vielen Regionen der eigentliche Motor der touristischen Wertschöpfungskette. In den Berggebieten arbeitet jede vierte Person direkt oder indirekt im Tourismus, der dort jeden fünften Franken erwirtschaftet. Jürg Schmid, Präsident von Graubünden Ferien, spricht in Bezug auf die Bergbahnen von einer «systemrelevanten Basisinfrastruktur» und dem «eigentlichen Rückgrat des Wintertourismus».

Investitionen mit Breitenwirkung

Neben ihrer Funktion als touristische Zu- und Leistungserbringer sind manche Bergbahnen auch ein wichtiges Puzzleteil im öffentlichen Verkehrsnetz. Kleinbahnen etwa erschliessen einzelne Weiler oder gar Einzelhöfe, beispielsweise im Kanton Nidwalden mit der weltweit grössten Bergbahndichte (40 Anlagen).

Kleinteiligkeit zeigt sich auch in der stark aufgefächerten Struktur der Seilbahnbranche: Der grösste Player, die Zermatt Bergbahn AG, generiert einen Ertrag von 66 Millionen Franken und arbeitet sehr profitabel. Im Gegensatz dazu ist die Ertragslage vielerorts unbefriedigend. Es fehlt der Cashflow für die periodisch notwendigen, beträchtlichen Investitionen. Allein die zwanzig grössten Seilbahngesellschaften investieren Jahr für Jahr jeweils dreistellige Millionenbeträge. Am Ende der touristischen Wertschöpfungskette schöpfen allerdings oftmals andere Beteiligte mehr ab als die Bergbahnen selbst. Oder wie Roland Zegg, Geschäftsführer von Grischconsulta, sagt: «Die Bergbahnen sind kostenintensiv, die generierten Erträge jedoch fallen auch bei vielen anderen an, die vom Bergbahnbetrieb profitieren.» Ein einziger Betriebstag beispielsweise verursacht in einem grossen Schneesportgebiet gemäss Berechnungen von Grischconsulta Fixkosten von 250 000 Franken.

Fast alle Bergbahnen kämpfen deshalb mit hohen Investitions- und Betriebskosten, kurzen Betriebsspitzen im Winter und einer übers ganze Jahr betrachtet unbefriedigenden Auslastung.

Dank sich drehender Kabinen stehen die Passagiere in der neuen Standseilbahn auf den Stoos (SZ), der steilsten der Welt, stets waagrecht.

Grâce à ses cabines pivotantes, les passagers du nouveau funiculaire de Stoos (SZ), le plus raide du monde, sont toujours sur un plancher horizontal.

Grazie al sistema di bilanciamento le cabine della nuova funicolare di Stoos (SZ), la più ripida del mondo, restano sempre in posizione orizzontale.





Gipfelrast auf La Berneuse bei Leysin VD

Pause au sommet de la Berneuse, en dessus de Leysin (VD)

Ristorante sulla cima della Berneuse presso Leysin (VD)

Le funivie, un'offerta che ha ancora un futuro?

Ogni anno milioni di turisti e persone in cerca di un maggiore contatto con la natura sciamano verso le Alpi svizzere e il Giura. Vanno a sciare o in rampichino, fanno escursioni o arrampicata o, più semplicemente, desiderano immergersi nei panorami mozzafiato e beneficiare dell'aria fine di queste regioni. E come fare senza le funivie che permettono al vasto pubblico di raggiungere la risorsa turistica «montagna» valorizzandola economicamente? Inoltre, molti impianti sono un mezzo di trasporto che la popolazione locale usa per gli spostamenti quotidiani. Con oltre 2500 impianti l'offerta in un Paese di montagna come la Svizzera è eccezionalmente densa. Secondo l'associazione di categoria Funivie Svizzere, le 366 imprese che li gestiscono hanno generato nel 2017 un fatturato complessivo di 1,36 miliardi di franchi dando lavoro a 16 000 persone.

In molte regioni le funivie sono il vero motore della catena del valore in ambito turistico. Tuttavia, molte di loro sono confrontate con elevati costi di investimento e d'esercizio, un afflusso di passeggeri insoddisfacente e una domanda in calo. Rimane da capire se la leggera ripresa segnata negli ultimi anni è effettivamente indicatore di un'inversione di tendenza. Un fattore di incertezza preoccupante è costituito dai cambiamenti climatici.

I gestori degli impianti hanno affrontato le difficoltà adottando misure tecniche, in particolare l'innevamento programmato, nel tentativo di diminuire la loro dipendenza dalla neve naturale. Hanno inoltre sviluppato nuove offerte per promuovere il turismo anche nella stagione estiva. La NPR partecipa agli investimenti con contributi importanti: dal 2008 al 2018 la Confederazione ha stanziato prestiti senza interessi o a interessi agevolati per oltre 200 milioni di franchi cui si aggiungono i contributi approvati dai Cantoni per lo stesso importo e gli aiuti dei singoli Comuni. Conformemente alle direttive emana-

te dalla SECO i fondi NPR devono essere impiegati in modo mirato, trasparente e sostenibile e servire per promuovere solo progetti atti a favorire il cambiamento strutturale del turismo in Svizzera. I progetti devono inoltre rafforzare gli impianti di risalita nel loro ruolo di motore della catena del valore nel turismo e, di riflesso, l'intera destinazione turistica. I piani turistici regionali devono infine includere il coordinamento con altre destinazioni d'uso e l'aspetto della protezione. ○

www.seilbahnen.org
www.regiosuisse.ch/npr-it



Ufficio federale dello sviluppo territoriale ARE (2016): Le concept touristique régional global – Recommandation aux services fédéraux, Berne



La versione integrale dell'articolo principale è pubblicata su www.regiosuisse.ch/regios-it

Zudem ist die Nachfrage im Wintergeschäft seit Jahren rückläufig. Die Zahl der Ersteintritte in Schneesportgebiete sank seit der Jahrtausendwende um rund ein Drittel, auf noch 21,2 Millionen im Winter 2016/2017. Mit 23,4 Millionen Ersteintritten setzte in der Folgesaison 2017/2018 zwar ein Aufwärtstrend ein, der sich im vergangenen Winter fortgesetzt hat. Angesichts des Klimawandels wird von verschiedener Seite bezweifelt, dass es sich dabei um eine nachhaltige Trendumkehr handelt. Die Experten des Thinktanks Avenir Suisse etwa zeichnen ein skeptisches Bild: Sollte der Klimawandel ungebremsst weitergehen, könnte der Schneesport in den nächsten dreissig bis fünfzig Jahren grösstenteils aus den Alpen verschwinden. Profitabel betreiben liessen sich allenfalls noch Destinationen mit Schneesportgebieten oberhalb von 2000 Metern.

Mit Gesamtkonzept den Herausforderungen trotzen

Der Klimawandel ist die grösste, aber nicht die einzige Herausforderung: Auch das erlahmende Interesse am Schneesport dämpft die Nachfrage. Für ausländische Gäste bleibt der Pistenspass trotz leicht entspannter Währungssituation ein teures Vergnügen. Zudem verschärft sich der globale Preis- und Konkurrenzdruck im Zuge der durch die Digitalisierung erhöhten Markttransparenz.

Die Bergbahnunternehmen begegnen den Herausforderungen mit technischen Massnahmen, vor allem mit Beschneiungsanlagen. Zudem optimieren sie die Schneesportgebiete durch schnellere, leistungsfähigere und komfortablere Bahnen, sodass der Betrieb effizienter und profitabler wird. Viele versuchen, ihr bislang schneeabhängiges Geschäft besser aufs ganze Jahr zu verteilen und das Sommer- und Herbstgeschäft zu forcieren. Dies scheint bereits Früchte zu tragen: Laut Zahlen der SBS haben die Bergbahnunternehmen in den letzten zehn Jahren die Erträge im Sommerhalbjahr verdoppelt, auf einen Anteil von nun 28 Prozent. Dies reicht aber nicht, um die Einbussen im Wintergeschäft wettzumachen. Wesentliches Optimierungspotenzial orten viele Unternehmen in einer Umstrukturierung der touristischen Wertschöpfungskette. So wird etwa im Rahmen touristischer Gesamtkonzepte (TGK) nicht bloss die Förderung einzelner Bahnen angestrebt, sondern umfassender die Umsetzung einer zukunftsgerichteten Tourismusstrategie. Eine solche erfordert, dass alle Akteure der Wertschöpfungskette, ob sie sich nun mit Infrastruktur, Transport, Logistik, Beherbergung, Verpflegung oder Vermarktung beschäftigen, ihre Interessen in einem stimmigen Gesamtkonzept bündeln und entsprechend kooperieren.

Schonung von Umwelt und Landschaft

Ein touristisches Gesamtkonzept kann eine Grundlage dafür sein, dass sich Bund, Kantone und Gemeinden an der Finanzierung der Infrastrukturen und Anlagen beteiligen. Ein 2016 von den Bundesämtern für Raumentwicklung (ARE), Umwelt (BAFU), Verkehr (BAV) und Zivilluftfahrt (BAZL) publiziertes Merkblatt¹⁾ skizziert, wie ein TGK aus raumplanerischer Optik zu gestalten ist: Es soll eine Gesamtsicht der anzustrebenden räumlichen Tourismusentwicklung in einer Region bieten. Zudem kann es Aspekte des Sommer- und Wintertourismus, der Erschliessung und des Verkehrs, der Beherbergung und der aktiven Erholung behandeln und sowohl den intensiven als auch den naturnahen Tourismus sowie die Nutzungs- und die Schutzinteressen der betroffenen Gebiete berücksichtigen. Letzteres ist ein besonders kritischer Faktor, liegen doch viele der potenziell touristisch nutzbaren Räume in ökologisch und landschaftlich sensiblen Gebieten. Zahlreiche unter ihnen sind Teil von Landschaften nationaler Bedeutung und erfordern einen entsprechend schonungsvollen Umgang. Das TGK kann wie ein anderes räumliches Konzept oder ein Richtplan helfen, Raum- und Zielkonflikte zu entschärfen und touristische Nutzungen, die grössere Eingriffe wie Terrainverschiebungen und Rodungen bedingen, auf klar definierte Räume zu begrenzen und so die Eingriffe in die Natur zu reduzieren.

Mittlerweile verfügen schon zahlreiche Regionen und Kantone über ein TGK. Der Kanton St. Gallen arbeitet bereits seit fünfzehn Jahren nach einem auf die Regionen abgestimmten Tourismusgesamtkonzept. Vorbildcharakter hat das 2014 von der Destination Interlaken-Jungfrau-Haslital erarbeitete regionale touristische Entwicklungskonzept (RTEK) Oberland Ost. Darin verankert ist beispielsweise das aktuelle Projekt der «V-Bahn Grindelwald-Männlichen/Eigergletscher». Dieses 470-Millionen-Franken-Vorhaben der Jungfrauabahn unterstützen Bund und Kanton im Rahmen der NRP mit einem Darlehen von 20 Millionen Franken. Es versteht sich, dass ein TGK auf die regionalen, kantonalen und nationalen Planungsinstrumente abzustimmen ist, also auch auf regionale und kantonale Richtpläne. «Für die Beurteilung eines grösseren touristischen Vorhabens ist eine räumliche Gesamtsicht der touristischen Entwick-

Quel avenir pour les plaisirs des remontées mécaniques?

Des millions de touristes et de promeneurs affluent chaque année dans les Alpes suisses et le Jura: pour faire du ski, du snowboard, de la randonnée, de l'escalade, du VTT ou simplement pour profiter de l'air frais et d'une vue à couper le souffle. Les remontées mécaniques y jouent un rôle important. Elles contribuent à ouvrir la montagne à un large public et à l'exploiter comme ressource touristique. En même temps, de nombreuses lignes servent de moyen de transport quotidien, et parfois indispensable, à la population locale. Avec quelque 2500 installations, l'offre de notre pays de montagne est extraordinairement dense. Selon l'association des Remontées Mécaniques Suisses (RMS), les 366 entreprises qui exploitent ces installations ont réalisé en 2017 un chiffre d'affaires total de 1,36 milliard de francs, avec un effectif global de 16 000 personnes.

Dans de nombreuses régions, les remontées mécaniques sont le véritable moteur de la chaîne de création de valeur touristique. Mais beaucoup d'entreprises font face à des coûts d'investissement et d'exploitation élevés, à une utilisation insatisfaisante et à une baisse de la demande. Reste à voir si le léger redressement de ces derniers temps est déjà le signe d'un renversement de tendance. Un facteur d'incertitude menaçant se présente avec le changement climatique.

Les entreprises de remontées mécaniques relèvent les défis à l'aide de mesures techniques, constituées surtout d'installations d'enneigement. Elles essaient de réduire leur dépendance de la neige naturelle. Elles pratiquent également une promotion de la saison d'été avec des attractions et des offres supplémentaires. La NPR participe aux investissements dans une mesure importante: entre 2008 et 2018, la Confédération a prêté aux remontées mécaniques 200 millions de francs au total, sans intérêt ou

à taux réduit. À ces prêts se sont ajoutées les contributions équivalentes des cantons et les aides de différentes communes. Le SECO a édicté des directives pour que les fonds NPR soient utilisés de manière ciblée, transparente et durable. Ces fonds ne soutiennent que des projets qui font clairement progresser les changements structurels du tourisme suisse. Ces projets doivent également renforcer les remontées mécaniques comme moteur de la chaîne de création de valeur touristique et donc l'ensemble de la station. Des concepts touristiques globaux doivent aussi démontrer la coordination avec d'autres utilisations et avec les exigences de protection. O

www.seilbahnen.org

www.regiosuisse.ch/npr



Office fédéral du développement territorial
ARE (2016): Le concept touristique régional
global – Recommandation aux services fédéraux, Berne



La version entièrement traduite de l'article principal se trouve sur www.regiosuisse.ch/regios-fr



lung sehr wichtig», betont Ueli Wittwer, beim ARE verantwortlich für Fragen der Raumplanung im Zusammenhang mit Seilbahnen.

Alles aus einer Hand und Fokussierung auf neue Märkte

Der touristische Strukturwandel ist ein komplexer Langzeitprozess, den die Beteiligten Schritt für Schritt gestalten müssen. Angesichts dieser Komplexität verweisen Tourismusexpertinnen und -experten gerne auf das amerikanische Resortmodell mit einem einzigen Unternehmen, das sämtliche Tourismusleistungen aus einer Hand anbietet. Die Schweizer Realität mit ihren über Jahrzehnte gewachsenen, vielfältigen Tourismusdestinationen präsentiert sich diesbezüglich fundamental anders, was aber nicht ausschliesst, dass sich verschiedene Unternehmen dem Resortmodell zumindest annähern. Es bedingt, dass sie etwa auch in Gastronomie und Beherbergung, also in Restaurants und Betten, investieren. Beispiele dafür gibt es in Engelberg, Disentis, Klosters, Laax, Savognin, Crans-Montana usw.

Auch die Fokussierung auf neue Quellmärkte, wie sie die Titlis- und Jungfraubahnen mit Gästen aus dem Fernen Osten praktizieren, ist unter Umständen ein erfolgreiches Rezept. Allerdings kann nicht jede Bergbahn mit einem Gletscher aufwarten. Aber es lassen sich auch andere Attraktionen in Szene setzen. So hegt die Destination Flims Laax Falera zum Beispiel schon länger Pläne, die «Tektonik-Arena Sardona», ein UNESCO-Welterbe, neu zu erschliessen. Laax und andere Schweizer Schneesportorte engagieren sich in China beim Aufbau von Partnerresorts. Alle hoffen sie, dass einige der für die kommenden Jahre prognostizierten 300 Millionen chinesischen Skifahrerinnen und Skifahrer früher oder später auch die Schweizer Pisten – das Original – entdecken möchten.

Ein weiterer zukunftsgerichteter Ansatz besteht darin, bei den Kindern in der Schweiz die Freude am Ski- und Snowboardfahren neu zu wecken. Beim Tellerlift Schwändli im Snow Park Eriz (BE) handelt es sich beispielsweise um einen Ersatzneubau, der mit einem NRP-Darlehen unterstützt worden ist. Der Grund dafür in diesem Fall: Der agglomerationsnahe Lift erfüllt eine «Brüterfunktion» für die grossen alpinen Destinationen.

Um ihre Anlagen auch im Sommer auszulasten, nehmen die Bergbahnunternehmen zusätzlich viel Geld in die Hand für den Bau von Action-, Erlebnis-, Hochseil- und Fun-Parks, Rodel- und Trotti-Bahnen, Klettersteigen und Hängebrücken. Laut Mountain Wilderness gibt es inzwischen schweizweit 193 solcher alpiner Bauten; über die Hälfte davon wurde in den letzten 15 Jahren aus dem Boden gestampft. Mountain Wilderness Schweiz beurteilt diese Inszenierung der Bergwelt kritisch: «Die eigentliche Bergerfahrung, die Ruhe, die Nähe zur und die Begegnung mit der Natur, das geht dabei alles verloren», meint Geschäftsleiterin Maren Kern. Besser in die Bergwelt einbetten liessen sich Wanderwege und Bike-Trails.

Bergparty oder zurück zur Ursprünglichkeit?

Die Bergbahnunternehmen übertrumpfen sich derweil mit Superlativen: die längste Seilrutsche Europas (auf Hoch-Ybrig, SZ), der höchstgelegene Seilgarten der Schweiz (Bettmeralp, VS), die höchstgelegene Rodelbahn der Welt (Alpine Coaster/Glacier 3000, VD) ... oder sie erheben wie einst die Transportanlage selbst zum Spektakel. Auf den Stoos fährt nun die steilste Standseilbahn der Welt, ein 90-Millionen-Franken-Projekt, das zu beinahe einem Drittel von Bund, Kanton und Gemeinden finanziert wurde. Ein Angebot, das wie die Cabrio-Kabine auf das Stanserhorn die Besucherinnen und Besucher in Scharen anzieht. Ob der Erfolg auch langfristig anhält, wird sich zeigen müssen. Auch gastronomische und kulturelle Erlebnisse wie Bergfeste, Konzerte, Theater, Ausstellungen und architektonische Wahrzeichen, wie sie immer mehr Bergbahnunternehmen anbieten, bringen zusätzliche und zum Teil auch neue Gäste auf den Berg. Der Grat, dabei in der sensiblen Umgebung nicht zur beliebigen Kilbi- und Partyzone zu verkommen, ist schmal. Pietro Beritelli, Professor für Tourismusökonomie an der Universität St. Gallen, ist überzeugt: «Die Schweizer Alpen waren, sind und werden auch in ihrer unverfälschten Ursprünglichkeit und ohne Schnee- und Wintersport weiterhin touristische Zielgebiete bleiben.» Er stützt sich dabei auf eigene Studien, wonach das Interesse am Wintersport zwar erlahmt, nicht aber die Begeisterung für die Berge. Die nachrückende Generation möchte in allen vier Jahreszeiten das Gebirge in seiner elementaren Natürlichkeit erleben können. Sie wird künftig vielleicht weniger Ski und Snowboard fahren, dafür mehr biken, wandern oder einfach die Aussicht geniessen. ○

www.seilbahnen.org
<https://winteranalyse.myswitzerland.com>
www.regiosuisse.ch/nrp

→ 
¹⁾ Bundesamt für Raumentwicklung (ARE, 2016): Das regionale touristische Gesamtkonzept – Empfehlung für die Bundesstellen. Bern.

Finanzierung und Förderung der Bergbahnen – die Rolle der NRP

Die Förderung der Bergbahnen durch die öffentliche Hand hat in der Schweiz Tradition. Die Neue Regionalpolitik (NRP) zählt zu den zentralen Förderinstrumenten von Bund und Kantonen, wobei Letztere über weitere Förderungsmöglichkeiten verfügen. Zudem spielen die Gemeinden oft das Zünglein an der Waage.

Rund ein Viertel aller À-fonds-perdu-Beiträge und drei Viertel der Darlehen der NRP fliessen in den Tourismus, in der Periode 2016–2019 seitens des Bundes jährlich rund 7 Millionen Franken à fonds perdu und 25 bis 30 Millionen Franken als zinsgünstige oder zinslose Darlehen. Hinzu kommen von 2016 bis 2019 im Rahmen des «Impulsprogramms Tourismus» jährlich 5 Millionen Franken à fonds perdu und 24 Millionen Franken Darlehen. Insbesondere die Darlehen strömen mehrheitlich in den Bau von Transportanlagen und in Infrastruktur wie Beschneiungsanlagen, die den touristischen Betrieb ergänzen. Bislang wurden von der NRP über hundert solcher Projekte gefördert. Im Zeitraum 2008 bis 2018 haben die Kantone über die NRP zinslose und zinsgünstige Bundesdarlehen in der Höhe von insgesamt 200 Millionen Franken gesprochen. Darin nicht eingerechnet sind die äquivalenten Beiträge der Kantone und die Hilfeleistungen einzelner Gemeinden.

Mit den À-fonds-perdu-Beiträgen werden vor allem vorwettbewerbliche Leistungen wie die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen, Kooperationsprojekte, Konzepte und Machbarkeitsstudien sowie Qualifizierungsmassnahmen unterstützt, die die Wettbewerbsfähigkeit der (alpinen) Tourismuswirtschaft stärken.

Förderung des touristischen Strukturwandels

Valérie Donzel, die beim Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) für die NRP zuständige Ressortleiterin, erklärt das Engagement: «Die NRP ist die einzige Bundespolitik, die die vorwiegend touristisch genutzten Transportanlagen überhaupt unterstützen kann.» Wenn also irgendwo Bergbahnen erneuert, optimiert, zusammengeschlossen oder gar erweitert werden, stehen sehr oft auch Finanzierungsbeiträge aus dem Fördertopf der NRP zur Diskussion.

Bevor aber ein Vorhaben in den Genuss eines zinsgünstigen Darlehens kommt, wird es gründlich unter die Lupe genommen. Das SECO hat Leitlinien erlassen, damit die NRP-Mittel gezielt, transparent und nachhaltig eingesetzt werden. Kantone mit mehr als sechs Bergbahnunternehmen sind verpflichtet, eine Bergbahn-Förderstrategie zu entwickeln, die unter anderem inhaltliche Schwerpunkte und Prioritäten des angestrebten Strukturwandels im Tourismus definiert. Bergbahnunternehmen, die ein Darlehen beantragen, müssen einen auf die nächsten fünf bis sieben Jahre ausgerichteten Businessplan vorlegen, der die betriebswirtschaftliche Tragbarkeit des Projekts aufzeigt. Für profitable Bergbahnen gelten zusätzliche Bedingungen, die den Förderrahmen einschränken oder sie von der Förderung ganz ausschliessen. Die Projekte müssen der kantonalen Bergbahnförderstrategie entsprechen und sind in eine regionale Standortentwicklungsstrategie oder ein touristisches Gesamtkonzept (TGK) einzubetten. «Gefördert werden nur Vorhaben, die den Strukturwandel im Schweizer Tourismus klar vorantreiben», so Valérie Donzel. Die Beteiligten müssen auch zur Kooperation bereit sein, was die Einbettung der Vorhaben in eine regionale Strategie und das regionale Marketing erleichtert. Als weitere Voraussetzung müssen die Projekte die Bergbahnen als Motor der touristischen Wertschöpfungskette und damit die gesamte Destination stärken. Um die Förderung gezielt auszurichten, empfiehlt das SECO den Kantonen, die Bergbahnen nach Kriterien wie Umsatz, Ertragskraft, Angebot, Funktion usw. zu kategorisieren.

Grösse als Argument

Den grössten Einzelbetrag in Form eines NRP-Bundesdarlehens sicherten die Standortkantone mit 40 Millionen Franken der Andermatt Sedrun Sport AG zu, um die beiden bisher separaten

Schneesportgebiete am Oberalppass miteinander zu verbinden. In diesen Zusammenschluss investierte die Andermatt Sedrun Sport AG insgesamt rund 130 Millionen Franken. Mit der Gondelbahn auf den Schneehüenerstock wurde im Dezember 2018 die letzte Lücke geschlossen. Ab der Sommersaison 2019 ist zudem das Ski- und Wandergebiet Disentis über die neue Pendelbahn Sedrun–Cuolm da Vi mit den Skigebieten am Oberalppass verbunden.

Die Skiarena Andermatt Sedrun ist das jüngste Beispiel einer Reihe von Schneesportgebieten, die mittels Kooperation und Grösse ihre Attraktivität zu steigern versuchen. Die Grösse ist ein wichtiger Faktor für die Wirtschaftlichkeit und Vermarktung eines Skigebietes; das war auch bei der Skigebietsverbindung Grimentz–Zinal der Fall, die der Kanton Wallis mit einem NRP-Darlehen von 4 Millionen Franken unterstützte. Ein NRP-Darlehen in gleicher Höhe erhielt die 2014 gebaute Pendelbahn Urdenfurggli, die Arosa und Lenzerheide zu einem Skigebiet vereinte. Diese 24 Millionen Franken teure und zu rund einem Drittel durch öffentliche Gelder finanzierte Bahn haben bisher allerdings nur ein Viertel der Gäste von Arosa und Lenzerheide genutzt. «Die Skigebietsverbindung ist noch keine «cash cow»», folgern die Autoren einer regiosuisse-Studie zur Wirkungsmessung von NRP-Projekten.

Optimistischer urteilt Peter Engler, CEO der Lenzerheide Bergbahnen AG. Er räumt zwar ein, dass die Erwartungen bis heute nicht vollumfänglich erfüllt worden sind. Die Gästezahlen stiegen zwar im ersten Jahr nach der Eröffnung, fielen aber danach infolge der Eurokrise und von Wetterkapriolen deutlich. «Wir waren vom Rückgang längst nicht so stark betroffen wie unsere Mitbewerber, und in den beiden letzten Wintern konnten wir uns wieder schneller erholen», so Engler. Ein Beweis dafür, dass der neue «Verbindungsmotor» touristisch einiges bewegt, sind für ihn mehrere neue Hotels, die seit der Eröffnung der neuen Bahn in beiden Destinationen gebaut worden sind. Engler ist überzeugt: «Mit der Zeit können auch die beiden Bergbahngesellschaften selber im erhofften Masse von der neuen Verbindung profitieren.»

Die Förderung der Bergbahnen verlangt den Verantwortlichen viel Fingerspitzengefühl ab. Denn der Strukturwandel verschärft unter Umständen den Konkurrenzkampf zwischen den einzelnen Destinationen. Eine Win-win-Situation versprechen Zusammenschlüsse dann, wenn sich tiefer gelegene Schneesportgebiete höher gelegenen, schneesichereren Stationen anschliessen: Die einen gewinnen punkto Schneesicherheit, die anderen profitieren von einer besseren Erschliessung ihres Schneesportgebiets, können so allenfalls Kapazitätsengpässe beseitigen und die Anlagen in der Höhe noch besser auslasten.

Nicht immer sind Riesensummen nötig, um Bergbahnen zu einem nächsten Lebenszyklus zu verhelfen. Dank eines Darlehens von 100 000 Franken konnte beispielsweise die Luftseilbahn Vitznau–Hinterbergen die technische Erneuerung finanzieren. 150 000 Franken aus dem NRP-Fonds halfen der Luftseilbahn Fellboden–Bannalpsee im Kanton Nidwalden beim gleichen, nicht weiter aufschieb- baren Vorhaben.



Gemeinden als Nothelfer

Die NRP-Darlehen machen bei den Bergbahnprojekten in der Regel lediglich einen kleinen Teil der notwendigen Gesamtinvestitionen aus. Bund und Kantone setzen zumutbare Eigenleistungen der Unternehmen sowie Drittleistungen voraus, die häufig rund zwei Drittel des Investitionsvolumens ausmachen. Je nach Destination engagieren sich auch die Gemeinden substanziell an der Finanzierung der Bergbahnen. Sie bürgen beispielsweise oft für die gewährten NRP-Darlehen und müssen bei allfälliger Rückzahlungsunfähigkeit der Bergbahnen für sie aufkommen. Sie beteiligen sich zusätzlich – ausserhalb der NRP – an den Betriebskosten oder leisten manchmal gar Finanznothilfe. Chur zum Beispiel deckt schon seit Jahren das strukturelle Defizit der Brambrüesch-Bahn und hat seit 1999 dafür rund 19 Millionen Franken aufgewendet. Jetzt soll die Anlage für rund 24 Millionen Franken erneuert werden. In Vals beteiligt sich die Gemeinde am 1,5 Millionen Franken teuren Bergbahnbetrieb mit jährlich 300 000 Franken. Den gleichen Betrag steuern im Bündner Thermalbadeort die Hotels und die Zweitwohnungsbesitzenden bei.

In Charmey FR reichte ein im Januar 2019 von der Gemeindeversammlung gesprochener «Notgroschen» von 250 000 Franken gerade dazu aus, die Transportanlagen bis zum 9. März laufen zu lassen. Am 15. März musste die überschuldete Seilbahngesellschaft ihre Bilanz deponieren. «Waren in den 1960er-Jahren die Pisten hundert Tage im Betrieb, hatten wir in den letzten Jahren im Saisonschnitt nur noch fünfzig schneesichere Tage», merkt Yves Page, der Gemeindepräsident von Val-de-Charmey, an und verweist auf den Klimawandel, der mit Charmey in den Voralpen nicht sein erstes und wohl auch nicht sein letztes Opfer gefordert hat. ○

www.regiosuisse.ch/nrp

Les remontées mécaniques font face au changement climatique

Interview
Urs
Steiger
Luzern
&
Pirmin
Schilliger

Le changement climatique place les remontées mécaniques devant des défis nouveaux et additionnels. Il rend indispensable une offensive d'investissements et remet en question la stratégie touristique suivie jusqu'à présent par de nombreuses destinations. Vu les changements climatiques qui s'annoncent, quelles sont les solutions possibles, à la fois supportables financièrement et en harmonie avec la nature et le paysage ? Franziska Grossenbacher, de la Fondation suisse pour la protection et l'aménagement du paysage (FP), Christoph Egger, directeur du Téléphérique du Schilthorn SA et Toni von Grünigen, président de la commune de Saanen, débattent de cette question.

regioS : Quelles sont les conséquences des prévisions climatiques pour le Téléphérique du Schilthorn SA, Monsieur Egger ?

Christoph Egger : Pour nous, le changement climatique est à la fois un risque et une opportunité. La station supérieure de notre but d'excursion se situe à près de 3000 mètres. L'altitude du domaine skiable nous garantit un enneigement relativement prolongé, d'autant plus que la plupart des scénarios climatiques prédisent des quantités de neige encore plus importantes au-dessus d'une certaine altitude. Le changement climatique est également une

opportunité parce que nous pourrions proposer à l'avenir de la fraîcheur en été. C'est quelque chose dont beaucoup de gens ne peuvent plus profiter quotidiennement. Plus il fait chaud dans les villes et les vallées, plus le besoin de villégiature d'été à la montagne augmente. Le changement climatique est une menace dans la mesure où la station supérieure, à 3000 mètres, est située en zone de permafrost. Nos dernières études montrent que toutes les fondations se trouvent déjà en zone de dégel, parce que le permafrost a beaucoup reculé. La fragilisation des pentes est donc un problème qui nous occupera à l'avenir beaucoup plus qu'aujourd'hui.

Dans la commune de Saanen, la majorité des domaines skiables de Gstaad, de Schönried et de Saanenmöser se situe entre 1000 et 2000 mètres. Aujourd'hui déjà, ils sont probablement davantage confrontés au changement climatique que le Téléphérique du Schilthorn. Comment y réagissent-ils ?

Toni von Grünigen : Nous sommes effectivement à plus basse altitude, mais nous avons aussi à proximité les Diablerets Glacier 3000, dont les altitudes de départ et d'arrivée sont analogues à celles du Schilthorn. Comme point positif, nous percevons déjà nettement que la fraîcheur est davantage



Franziska Grossenbacher

aussi été fermé parce que la pente était isolée et exposée au soleil. Il serait absurde d'enneiger ce domaine. La télécabine est actuellement à l'arrêt.

Les investissements, par exemple pour l'enneigement, ont-ils été financés entièrement par les remontées mécaniques ou la commune, aisée, y a-t-elle aussi participé ?

recherchée en été – dès l'altitude de 1000 mètres. De plus en plus de visiteurs viennent à la montagne pour le week-end afin de pouvoir dormir au moins une nuit d'été dans un environnement plus frais.

Et que font les remontées mécaniques de la commune de Saanen pour garantir l'enneigement ?

Toni von Grünigen : Elles ont développé l'enneigement artificiel au cours des dernières années. Grâce aux pentes douces, il est possible chez nous d'avoir de bonnes pistes déjà avec une faible couche de neige. Mais un domaine a

Toni von Grünigen : La commune de Saanen soutient les remontées mécaniques à raison d'environ 3,8 millions de francs par an. En vertu d'un nouveau contrat, nous contribuons depuis avril 2018 au financement de l'exploitation estivale des remontées afin de prolonger la saison et les heures d'ouverture conformément aux besoins des estivants. Nous le faisons surtout à la demande des hôteliers, qui souhaitent également prolonger leur saison et bénéficier d'une offre correspondante des remontées. En complément, nous versons des contributions annuelles aux amortissements et aux investissements.

Quelle part des 3,8 millions de francs est-elle affectée aux investissements et quelle part à l'exploitation des remontées mécaniques ?

Toni von Grünigen : Environ 2 millions de francs sont affectés à l'exploitation estivale afin qu'elle dure de début mai à fin octobre comme nous le souhaitons. Nous dépensons le solde de 1,8 million pour des amortissements et des investissements dans les installations.

Quel regard portez-vous, Franziska Grossenbacher, sur les stratégies esquissées par Christoph Egger et Toni von Grünigen ?

Franziska Grossenbacher : Il faut distinguer deux niveaux : il y a le changement climatique réel, dont Monsieur Egger a dit qu'il implique d'importants défis pour les régions de montagne à cause des dangers naturels qui augmentent et de la limite des neiges qui se déplace vers le haut ; mais le changement climatique a aussi pris une place dans la tête des gens. Le tourisme doit

Die

Neuerschliessung von Gebieten ist allerdings ein «No go». Sowohl das Markt- umfeld wie auch der Klimawandel sprechen ganz klar dagegen.

également réagir à cette prise de conscience. Les prestataires doivent faire comprendre à leur clientèle qu'ils sont confrontés à ce problème, assument une responsabilité dans la hausse des températures, s'adaptent, gèrent les ressources avec soin, réduisent les émissions de CO₂, etc. Si les destinations n'entreprenaient rien à ce propos, les visiteurs ne comprendraient pas. Ce serait faire comme si le changement climatique ne concernait pas les Alpes suisses.

Les prestataires touristiques sont-ils en mesure de répondre à ce type d'exigences ?

Christoph Egger : Sans infrastructures supplémentaires et sans un minimum d'atteintes au paysage, il est inconcevable de passer d'une activité hivernale à une large offre d'activités durant toute l'année. Toutefois, alors que la construction d'installations d'enneigement ne suscite plus de débats aujourd'hui, des discussions fleuves s'engagent tout de suite quand il est question de petites constructions d'été. Mais nous ne faisons que nous compliquer la vie nous-mêmes. Je rappelle les exemples d'Adelboden ou de la Lenk,

où un plan d'affectation a été exigé pour créer de nouveaux sentiers didactiques le long de chemins pédestres existants. Avec des obligations de ce genre, qui font finalement échouer de nombreux projets, je ne peux m'empêcher de penser que le droit de vivre et de survivre dans les régions rurales et de montagne est fondamentalement remis en question. Je soupçonne que la population des villes cherche ainsi à compenser ses erreurs dans nos régions, ce qui rend notre survie pratiquement impossible. C'est un conflit qu'il faut absolument résoudre.

Toni von Grünigen : Je reviens encore une fois sur la fermeture déjà évoquée de la télécabine : il est normal qu'elle soit critiquée. D'autre part, la commune soutient l'exploitation estivale pour la simple raison qu'elle cannibalise une partie du produit de l'activité hivernale.

Une stratégie très répandue est la mise en scène thématique de la montagne au moyen d'attractions artificielles afin d'attirer des clients supplémentaires. Quand cette stratégie sera-t-elle épuisée, Monsieur Egger ? Par exemple au Schilthorn, le Piz Gloria du film de James Bond « Au service secret de Sa Majesté » ?

Christoph Egger : Chez nous aussi, la principale attraction est clairement la nature – avec l'Eiger, le Mönch et la Jungfrau comme argument de vente numéro un. James Bond est secondaire. Mais il est intéressant de voir à ce propos comment l'être humain fonctionne. Notre magnifique terrasse ensoleillée, une sorte de balcon autour du rocher en aval de la station Birg, en fournit un exemple. Personne n'allait jamais sur cette belle terrasse pour profiter de la vue unique. Cela a changé d'un seul coup avec le Thrill Walk que nous avons inauguré en 2016. Depuis lors, trois quarts des visiteurs font un arrêt intermédiaire pour admirer le paysage. C'est incroyable.

Où sont les limites de cette mise en scène, parfois qualifiée de « disneylandisation » ?

Franziska Grossenbacher : Nous observons que les tendances sont actuellement très suivies. Dès que quelqu'un

construit un pont suspendu quelque part, tout le monde croit soudainement qu'il doit aussi en avoir un. A l'heure actuelle, un projet prévoit de construire deux ponts suspendus en dessus d'une gorge du canton des Grisons et, en plus, de dynamiter certaines parties du rocher pour créer une nouvelle attraction. Qu'il s'agisse de ponts suspendus, de télésièges débrayables, de tyroliennes, de pistes de luge, etc., toutes ces installations causent des atteintes relativement importantes au paysage, surtout quand on pense au caractère éphémère de nombreuses tendances. Nous souhaiterions que la conception soit plus multifonctionnelle et que les expériences à créer offrent non seulement des sensations fortes, mais aussi une expérience globale. Celle-ci inclut la prise en compte de la qualité de vie des résidents. Nous avons justement l'impression que ceux-ci en ont peu à peu assez de cette « disneylandisation ». Quand il ne s'agit plus que de créer des mises en scène avec des visiteurs qui hurlent en arrière-plan, on se dirige vers une impasse.

Monsieur von Grünigen, la commune fait partie des instances appelées à approuver ce genre d'infrastructures. Où sont les limites d'après vous ?

Toni von Grünigen : J'aimerais faire une remarque préliminaire : l'obstacle majeur pour l'approbation d'un projet n'est pas la commune, mais le canton – de Berne dans notre cas. En outre, nous ne sommes pas dans le même contexte que la région de la Jungfrau ou du Schilthorn, où le public recherche beaucoup plus les sensations fortes. Nous avons plutôt le charme des paysages, mis en scène dans le respect de l'authenticité et du naturel. Le Rinderberg (« montagne des bovins ») en fournit un bon exemple. Il y a aussi un peu de mise en scène avec ces animaux, mais sans sensations fortes. Je pense que nous voulons proposer au visiteur davantage le plaisir que les sensations fortes.

La Fondation pour la protection et l'aménagement du paysage est souvent confrontée au reproche selon lequel elle voudrait empêcher absolu-



Toni von Grünigen

Gli impianti di risalita e i cambiamenti climatici

Quali soluzioni a lungo termine hanno gli impianti di risalita per contrastare efficacemente i cambiamenti climatici? Secondo Christoph Egger, amministratore delegato della Schilthornbahn SA, nei comprensori sciistici serviti dai «suoi» impianti l'innevamento resterà garantito ancora a lungo, grazie alla posizione in alta quota e all'innevamento programmato. Si aspetta anche un aumento del turismo estivo, complice la crescente calura che colpisce le città. Tuttavia, i cambiamenti climatici comportano anche pericoli, visto che lo scioglimento del permafrost sta già minacciando la stabilità delle fondamenta e degli ancoraggi dei piloni e delle stazioni.

Anche il Comune di Saanen con le destinazioni di Gstaad, Schönried e Saanenmöser, vuole promuovere maggiormente il turismo estivo, tanto più che queste stazioni sciistiche a bassa quota non hanno altra scelta. «Abbiamo già chiuso e smantellato un impianto su un pendio esposto», spiega il sindaco Toni von Grünigen. Saanen finanzia gli impianti di risalita con vari milioni di franchi all'anno, soprattutto per garantire l'esercizio estivo, che è deficitario.

Cosa possono offrire le imprese che gestiscono impianti di risalita al turismo estivo? Franziska Grossenbacher della Fondazione svizzera per la conservazione del paesaggio (SL) teme che le nuove tendenze, come i ponti sospesi, le biciclette elettriche e le slittovie – che fanno soprattutto leva sulle emozioni forti e sulle quali si punta molto – potrebbero portare rapidamente

a un vicolo cieco poiché si basano su esigenze momentanee. Christoph Egger, che promuove lo Schilthorn come location di uno degli episodi della saga di James Bond e il ristorante panoramico sul Piz Gloria, la vede diversamente. Ritiene infatti che il contatto con la natura e le emozioni forti possono coesistere e auspica che soprattutto nei pressi di infrastrutture di montagna già esistenti possa essere concessa maggiore libertà per la realizzazione di nuovi progetti. Grossenbacher precisa che SL non è contraria all'ampliamento delle infrastrutture esistenti, purché questo permetta di ottenere miglioramenti in termini di efficienza energetica, estetica e protezione del paesaggio. La creazione di nuovi collegamenti è assolutamente fuori discussione. Lo confermano anche la situazione del mercato e i cambiamenti climatici. o



Christoph Egger

Die Bergbahnen begegnen dem Klimawandel

Wie können die Bergbahnen dem Klimawandel begegnen? Laut Christoph Egger, Geschäftsführer der Schilthornbahn AG, sind die dortigen Skigebiete dank der Höhenlage und der Beschneiungsanlagen noch lange schneesicher. Zudem rechnet er mit immer mehr Sommergästen, die der zunehmenden Hitze in den Städten entfliehen. Der Klimawandel bringt aber auch Gefahren mit sich, denn der auftauende Permafrost destabilisiert heute schon die Fundamente und Verankerungen der Anlagen am Schilthorn.

Auch die Gemeinde Saanen mit den tiefer gelegenen Skigebieten Gstaad, Schönried und Saanenmöser will die

Sommerfrische stärker promoten; es bleibt ihr eigentlich gar keine andere Wahl. «An einem Sonnenhang haben wir eine Bahn bereits stillgelegt und zurückgebaut», erklärt Gemeindepräsident Toni von Grünigen. Saanen unterstützt die Bergbahnen jährlich mit einem namhaften Millionenbetrag, vor allem, um den defizitären Sommerbetrieb zu sichern.

Was können denn die Bergbahnen ihren Sommergästen überhaupt bieten? Franziska Grossenbacher von der Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (SL) beobachtet, dass sehr stark auf Trends «aufgesprungen» wird, auf Attraktionen wie Hängebrücken, hippe Sesselbahnen und Rodelbahnen, die vor allem den Nervenkitzel bedienen. Das könnte, weil schnelllebig, rasch in eine Sackgasse führen. Christoph Egger, der das Schilthorn auch

als Piz Gloria und James-Bond-Drehort vermarktet, sieht das anders. Er glaubt, dass sich Naturerlebnis und Nervenkitzel gegenseitig befruchten, und wünscht sich besonders auch in der Nähe bereits bestehender Berginfrastrukturen mehr Freiheiten bei der Realisierung neuer Projekte. Grossenbacher macht deutlich, dass die SL nicht gegen einen Ausbau bestehender Infrastrukturen sei, wenn damit energetische, ästhetische und die Landschaft schonende Verbesserungen erzielt würden. «Die Neerschliessung von Gebieten ist allerdings ein «No go». Sowohl das Marktumfeld wie auch der Klimawandel sprechen ganz klar dagegen.» O

ment tout. Que répondez-vous à ces critiques, Madame Grossenbacher ?

Franziska Grossenbacher : Monsieur Egger et Monsieur von Grünigen y ont déjà fait allusion : les montagnes sont le capital le plus important. Elles ne devraient justement pas être uniquement un décor pour la poussée d'adrénaline, mais permettre des expériences en toute tranquillité. Je comprends tout à fait la frustration des promoteurs lorsqu'un projet particulier n'est pas approuvé. Toutefois, notre exigence de ne pas autoriser des installations isolées, mais d'obliger à les intégrer dans une conception d'ensemble est la bonne approche en termes d'aménagement. En outre, il est tout à fait judicieux en termes touristiques de réfléchir à l'échelle régionale. Je doute aussi que les gens recherchent effectivement ces sensations fortes. On observe justement maintenant que la randonnée connaît un boom incroyable. La Suisse est depuis toujours un pays de randonnée et cette expérience de la randonnée répond à un besoin très important.

Toni von Grünigen : Juste un point sur la planification générale que vous avez abordée, Madame Grossenbacher : dans une zone très touristique, certaines choses devraient être possibles, par exemple un petit refuge équipé de toilettes, comme celui qui est prévu à la Lenk, mais qui est confronté aux plus grandes difficultés. D'autre part, le fait que les randonneurs souhaitent profiter de la montagne en toute tranquillité ne signifie pas que les gens qui recherchent les sensations fortes ne sont pas nombreux. Les deux besoins existent, celui des sensations fortes et celui de la randonnée.

Christoph Egger : Mais quelle est la définition des sensations fortes ? L'alpinisme aussi entre dans cette catégorie. On peut en voir les conséquences sur les photos des camps de base du Mont Everest. Chez nous également, elles sont nettement visibles sur toutes les voies d'escalade. On perce des trous pour fixer des pitons et on tire des cordes sans que personne ne se donne jamais la peine de les enlever. Ce sont des sensations fortes acceptées. Mais personne ne prend en charge les conséquences.

Les chemins de randonnée sont même de véritables foyers d'érosion, ils doivent être entretenus et constituent des entailles optiques – mais ces inconvénients et leurs conséquences sont acceptés. J'estime néanmoins que ces conséquences sont beaucoup plus graves que celles d'une petite mise en scène à sensation, très locale et en général aussi à proximité immédiate d'infrastructures existantes de plus grande taille. C'est pour ces raisons que j'attache une très grande importance à la proportionnalité. Il ne s'agit pas de grandes mises en scène en pleine nature. En tant qu'exploitants de remontées mécaniques, nous serions déjà contents d'avoir davantage de libertés dans un rayon de 60 à 80 mètres autour de la station. Cela réduirait aussi considérablement la pression sur toutes les autres zones.

Il y a un point important que nous n'avons pas encore abordé : la collaboration entre les entreprises et la commune. Monsieur von Grünigen a déjà mentionné que la commune de Saanen contribue au maintien des remontées mécaniques. La population accepte-t-elle largement cette aide ?

Toni von Grünigen : Nous avons eu de grandes discussions au sein de la commune de Saanen sur le soutien aux remontées mécaniques. Certains citoyens souhaitent aussi influencer l'exploitation des remontées mécaniques lorsqu'ils approuvent des subventions. Ils se fâchent d'autant plus vite lorsque la remontée n'est pas ouverte au bon moment ou que les pistes ne sont pas encore préparées conformément à leurs désirs. En tant que commune, nous avons maintenant conclu avec les remontées un contrat clair qui inclut un mandat de prestations défini. Les remontées savent exactement ce qu'elles doivent faire et le citoyen sait ce qu'il a acheté.

Comment coopèrent le Téléphérique du Schilthorn et la commune de Lauterbrunnen ?

Christoph Egger : Les remontées de notre région sont toutes autonomes. Dès lors, la population se sent souvent impuissante et dépendante des remontées. Or, personne n'aime être dépen-

dant ! L'idéal serait probablement une situation à mi-chemin entre les modèles appliqués par les communes de Saanen et de Lauterbrunnen avec leurs remontées mécaniques respectives.

Comment fonctionne la collaboration entre le Téléphérique du Schilthorn et les remontées de la Jungfrau, des entreprises voisines qui concernent la même commune ?

Christoph Egger : Nous sommes dans une situation de concurrence très intense depuis 50 ans, même si le style ne cesse de changer. Tout le monde sait que nous nous disputons actuellement sur des questions de tarifs. Mais j'ai bon espoir que nous pourrions résoudre ce problème avant la prochaine saison d'hiver. À part cela, nous pouvons dire que la région bénéficie en fin de compte de la concurrence entre les deux entreprises. Les concurrents peuvent se stimuler mutuellement par leurs offres et ainsi faire augmenter l'attractivité de la région.

Comment fonctionne la collaboration avec les associations de protection de l'environnement ?

Franziska Grossenbacher : La Fondation suisse pour la protection et l'aménagement du paysage propose son soutien et nous sommes régulièrement en discussion avec les parties concernées lorsqu'il est question de projets d'extension. Mais nous avons une position claire et voulons contribuer à trouver des améliorations. Nous ne sommes pas catégoriquement contre toute extension. Les extensions d'infrastructures existantes qui permettent d'obtenir des améliorations esthétiques en termes d'intégration dans le paysage ou des améliorations énergétiques sont intéressantes. Toutefois, la mise en exploitation de nouvelles zones est véritablement hors de question pour nous, parce que tant le contexte du marché que le changement climatique militent clairement en sa défaveur. Nous proposons une collaboration, et celle-ci est presque toujours constructive. En fin de compte, il ne s'agit pas pour nous de collectionner les actions judiciaires et de gagner ensuite devant le Tribunal fédéral. O

La giusta ricetta per il Titlis

Pirmin
Schilliger
Lucerna

Perché scrivere un articolo su Titlis Bergbahnen? L'azienda gestisce gli impianti a fune che portano alla maestosa cima a quota 3000 metri, con il suo ghiacciaio e il panorama mozzafiato. Non riceve finanziamenti pubblici e può farne tranquillamente a meno visti gli ottimi risultati che ottiene anno dopo anno. Un successo favorito da fattori di localizzazione ma al quale hanno certamente contribuito anche l'atteggiamento prudente e l'abilità dei responsabili dell'azienda.

La Titlis Bergbahnen (BET) di Engelberg ha grandi progetti: vuole ricostruire la stazione d'arrivo in cima al Klein Titlis. Il progetto, che porta il nome di «Titlis 3020», è stato sviluppato dal prestigioso studio di architettura basilese Herzog & de Meuron ed è stato presentato al pubblico l'anno scorso lasciando presagire che la struttura in acciaio e vetro ha tutto il potenziale per diventare un'attrazione di grande richiamo. La nuova stazione d'arrivo avrà la forma di un cristallo squadrato incastonato nella roccia che si avvanza a picco sul ghiacciaio. Gli architetti progettano di valorizzare turisticamente anche la ex torre per le telecomunicazioni delle PTT, oggi dismessa, che da alcuni anni è di proprietà della BET, completandola con due strutture orizzontali sovrapposte che ospiteranno un bar, un lounge e un ristorante. Il progetto trasformerà la torre in una sorta di croce alpina, iconica e imponente.

A caccia di record

Il progetto richiederà un investimento di svariate decine di milioni di franchi che la BET finanzia con risorse proprie. «Con questo progetto creiamo una nuova attrazione sul Titlis e allo stesso tempo eliminiamo un ecomostro degli anni 1970» sottolinea Peter Reinle, responsabile marketing e vice direttore generale della società.

Anche se la procedura di approvazione – che si preannuncia complessa – deve ancora iniziare, il momento scelto per il lancio del progetto è ideale: con un flusso di 1,24 milioni di visitatori, l'esercizio 2017/2018 è stato il migliore in assoluto da quando esiste la BET. Rispetto all'esercizio precedente, i ricavi sono infatti aumentati di quasi l'8% raggiungendo 79 milioni di franchi, il cash flow è salito dell'8,7% attestandosi a 30,5 milioni di franchi e l'utile netto ha fatto segnare una progressione del 12,7% toccando 17,5 milioni di franchi. Inoltre, nonostante il livello elevato di investimenti realizzati anno dopo anno, la quota di capitale proprio della società sfiora il 90%.

L'ottima salute della BET non giova solo agli azionisti ma anche ai collaboratori, il cui numero – a seconda della stagione – varia da 350 a 420 per un totale di circa 330 posti a tempo pieno. La società è il principale datore di lavoro e il pilastro dell'economia di Engelberg, villaggio abbaziale del Canton Obvaldo che vive soprattutto di turismo. Accanto alla Jungfraubahn e alla BVZ Holding, nel cui portafoglio vi sono tra l'altro la Gornergrat-Bahn, la Matterhorn-Gotthard-Bahn e una partecipazione nel Glacier Express, la BET è inoltre uno dei tre attori di maggior peso del settore svizzero degli impianti a fune. Secondo Reinle, il successo della BET è da attribuire a quattro fattori:

Orientamento al mercato globale — Già negli anni 1970 si è capito che, nonostante la costruzione della funivia sul Titlis, la sola offerta invernale non permetteva di operare in modo redditizio e si è cominciato a pensare al mercato globale. «Di per sé abbiamo sondato tutti i mercati regionali, ma il maggiore successo lo abbiamo riscontrato nell'Asia sudorientale», spiega Reinle. «Oggi il segmento dei tour operator e dei viaggi in gruppo di turisti dalla Cina, dall'India, dalla Corea e dalla Thailandia è in forte espansione. È grazie a loro che l'occupazione estiva è aumentata costantemente nel corso degli anni e si attesta ora al 50%, un valore eccezionale per la Svizzera».

Politica di investimento coerente — La BET ha investito regolarmente nel suo prodotto. Nel 1992 ha messo in servizio la cabina rotante Rotair, un'innovazione tecnologica che ha suscitato grande interesse. Successivamente ha sostituito due vecchi impianti a fune con la cabinovia Engelberg-Trübsee-Stand: una mossa vincente sul piano logistico che ha assicurato importanti vantaggi anche a livello di efficienza e comfort. Nel 2013, per festeggiare il suo centenario, la BET ha inaugurato il ponte sospeso più alto d'Europa. Un nuovo tassello del «circuit», che comprende anche una galleria di 140 metri che collega la stazione d'arrivo alla piattaforma panoramica situata sulla parete sud del Titlis con una vista mozzafiato sulle Alpi centrali.

L'offerta è diversificata e comprende anche sentieri per escursioni a piedi e in bicicletta realizzati in collaborazione con il comune di Engelberg, la grotta nel ghiacciaio, la pista di snowtubing, il parco giochi al Trübsee e un'installazione per il bag-jump (salto da una piattaforma su un enorme airbag). Sebbene non ci fossero grossi progetti cui dar seguito, nell'ultimo esercizio la società ha investito 18,3 milioni di franchi, destinati in buona parte alla realizzazione dell'impianto di innevamento sul ghiacciaio (costato circa 4,5 milioni) e alla sostituzione dell'impianto Jochpass-Engstlenalp. Tutti gli inve-



stimenti sono stati finanziati esclusivamente con risorse proprie. Fondi NPR sono stati usati unicamente per la pista di mountain-bike Jochpass-Trübsee, inaugurata nel mese di luglio 2018, grazie alla partecipazione del comune e di Engelberg Tourismus come partner di progetto.

Diversificazione continua — La BET realizza crescenti ricavi con servizi che non rientrano nel suo core business. La società gestisce ad esempio i ristoranti lungo il tratto principale del Titlis, alcuni chioschi e shop, due alberghi e un resort con appartamenti. Oltre a generare un terzo delle entrate complessive, quest'attività «accessoria» aumenta l'attrattiva della destinazione e stimola il core business. L'offerta di eventi destinati ai turisti e visitatori è diversificata, ma la filosofia è una sola. «I visitatori devono venire da noi in primo luogo per l'offerta di base, ossia per sciare, fare escursioni, andare in bicicletta e vivere la natura e la montagna», sottolinea Reinle.

Vantaggio localizzativo — Non tutte le destinazioni invernali dispongono di un comprensorio a quota 3000 con innevamento naturale (ghiacciaio) che, grazie alla sua posizione centrale, è facilmente raggiungibile anche per il turismo di giornata. Reinle ammette che l'ubicazione ha rappresentato e rappresenta tuttora un grande vantaggio. Ricorda però anche la minaccia incombente: nei prossimi vent'anni il ghiacciaio arriverà forse a perdere la metà dell'attuale volume ... per non pensare all'eventualità di uno scioglimento completo entro la fine del secolo. Non c'è da stupirsi, quindi, se il consiglio d'amministrazione della BET considera il ritiro dei ghiacciai il fattore di rischio con il maggiore potenziale di danno per l'azienda.

Per restare attrattivo anche senza ghiacciaio, il Titlis deve puntare su alternative come il progetto di Herzog & de Meuron, che rappresenta un passo lungimirante alla luce dei cambiamenti che si profilano. L'opera architettonica si ergerà a simbolo della regione e potrà sostituire la meraviglia naturale andata persa a causa del riscaldamento climatico.

Potenziale inutilizzato

Un fattore di successo non ancora pienamente sfruttato è il collegamento tra comprensori sciistici, una strategia che, grazie agli sforzi congiunti, potrebbe rivelarsi vincente nella gestione delle sfide future. In questo senso, l'anno scorso la BET e la Brunni-Bahnen Engelberg AG hanno esaminato e negoziato le possibilità di una fusione. Il progetto è però stato congelato perché non è stata raggiunta una convergenza sulle aspettative economiche.

Da oltre 15 anni si parla del collegamento tra i comprensori sciistici Engelberg-Trübsee-Titlis, Melchsee-Frutt e Meiringen-Hasliberg. Il Canton Obvaldo, sulla base di uno studio di fattibilità finanziato con fondi NPR, sta attualmente cercando di rilanciare questo grande progetto – che, comunque, per il momento non ottiene l'unanimità dei consensi. Reinle segue gli sviluppi con relativa tranquillità ed invita ad avere pazienza: «Per un progetto di quest'importanza non si può forzare la mano. Bisogna trovare un consenso in tutte e tre le valli». O

www.titlis.ch



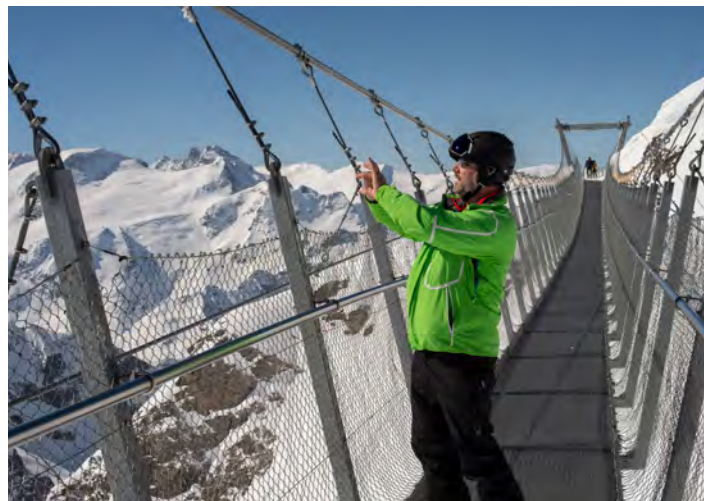
Das richtige Rezept am richtigen Berg

Die Titlis Bergbahnen (BET) in Engelberg gehören zu den Leuchttürmen der Schweizer Bergbahnbranche. Sie erzielten im Geschäftsjahr 2017/2018 bei einem Umsatz von 79 Millionen einen Reingewinn von 17,5 Millionen Franken. Das Unternehmen operiert derart profitabel, dass es keinen Anspruch auf öffentliche Fördermittel hat und auch darauf verzichten kann.

Den Erfolg begünstigen vorteilhafte Standortfaktoren,

wie Peter Reinle, Leiter Marketing und stellvertretender CEO, erklärt. Die Region verfügt mit dem Titlis über einen schneesicheren, vergletscherten Dreitausender, der sowohl für Tagesausflügler aus der Schweiz als auch für Gäste aus aller Welt gut erreichbar ist. Die Betreiber der BET haben ihre Marktstrategie schon früh global und auf das ganze Jahr ausgerichtet. So fährt heute mehr als die Hälfte der Passagiere im Sommerhalbjahr auf den Titlis.

Die BET haben ihre Anlagen im Laufe der Jahre gezielt ausgebaut und attraktiver gestaltet. 1992 sorgte die Rotair,



eine sich drehende Kabine, als technische Innovation für Aufsehen. Ein logistischer Schachzug war der Ersatz der einzelnen Bahnen Engelberg-Trübsee-Stand durch eine durchgehende Gondelbahn. Zum 100. Geburtstag des Unternehmens eröffneten die BET 2013 die höchstgelegene Hängeseilbrücke Europas. Das Nebengeschäft macht heute ein Drittel der Gesamteinnahmen aus. Nebst Gletschergrotte, Eisrutschbahn und Wander- und Bikewegen gehören Restaurants, Kioske und Shops, zwei Hotels und ein Resort mit Appartements zu diesem Angebot.

Der Klimawandel, der den Gletscher schmelzen lässt, bereitet auch in Engelberg Sorgen. Um die Attraktivität zu erhalten, soll die Bergstation neu gebaut werden. Das Projekt «Titlis 3020», ausgearbeitet von den Architekten Herzog & de Meuron, verheisst ein neues Wahrzeichen, das für sich schon eine Reise auf den Titlis wert sein soll. o

www.titlis.ch

La bonne recette pour la bonne montagne

Les Titlis Bergbahnen (BET), Engelberg, font partie des compagnies phares de la branche suisse des remontées mécaniques. Elles ont réalisé au cours de l'exercice 2017-2018 un chiffre d'affaires de 79 millions de francs et un bénéfice net de 17,5 millions. L'exploitation est si profitable que l'entreprise n'a pas droit à des soutiens publics et peut aussi y renoncer.

Des facteurs d'implantation avantageux favorisent le succès, explique Peter Reinle, respon-

sable marketing et CEO adjoint. Avec le Titlis, la région dispose d'un sommet de trois mille mètres toujours couvert de neige et d'un glacier, facile d'accès tant pour les excursionnistes de Suisse que pour les visiteurs du monde entier. Les exploitants des BET ont axé très tôt leur stratégie commerciale sur le monde entier et sur les quatre saisons. C'est ainsi que plus de la moitié des passagers monte aujourd'hui au Titlis durant la période estivale.

Au cours des années, les BET ont développé leurs installations de manière ciblée et les ont rendues plus attractives.

En 1992, le téléphérique tournant Rotair a fait sensation comme innovation technique. Le remplacement des lignes séparées Engelberg-Trübsee et Trübsee-Stand par une télécabine directe a été un coup de maître logistique. À l'occasion du 100^e anniversaire de l'entreprise, les BET ont inauguré en 2013 le pont suspendu le plus haut d'Europe. Cette activité secondaire représente aujourd'hui un tiers des recettes totales. L'offre comprend non seulement une grotte de glacier, un toboggan de glace, des chemins de randonnées et des pistes de VTT, mais aussi des restaurants, des kiosques

et des magasins, deux hôtels et des appartements de vacances.

Le changement climatique, qui fait fondre le glacier, cause aussi des soucis à Engelberg. Il est prévu de reconstruire la station supérieure pour maintenir l'attractivité. Le projet Titlis 3020, élaboré par les architectes Herzog & de Meuron, promet un nouveau symbole qui vaudra déjà par lui-même une montée au Titlis. o

www.titlis.ch

Mit besserem öV-Anschluss zum Ganzjahrestourismus

Raphaël
Chabloz
Lausanne

Die Vision «Alpes vaudoises 2020» will den Tourismus in den Waadtländer Alpen neu beleben und dazu nicht nur auf den Winter, sondern auf alle Jahreszeiten setzen. Ein Fokus liegt auf der Mobilität: Durch eine Verlängerung der öV-Linien mitten in die touristischen Zentren und eine Anpassung der Fahrpläne soll der öffentliche Verkehr den Feriengästen und der einheimischen Bevölkerung eine attraktive Alternative zum Auto bieten. Der politische Prozess braucht jedoch Geduld.

Am 26. März 2019 hat die Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Nationalrats (KVF-N) einstimmig dem Ausbauschritt 2035 der Bahninfrastruktur zugestimmt. Mit diesem Entscheid hat die Bahnlinie Aigle–Leysin eine weitere Hürde auf dem langen Weg hin zu einer Verlängerung der Strecke bis zur Station der Gondelbahn Leysin–Berneuse genommen.

Die Streckenverlängerung ist Teil der Vision «Alpes vaudoises 2020», deren Schlussbericht im Juli 2013 dem Grossen Rat des Kantons Waadt vorgelegt wurde. Sie ist in der Botschaft des Bundesrats zum «Ausbauschritt 2035 des strategischen



Transition vers un tourisme quatre saisons grâce à une meilleure desserte par les transports publics

Le concept Alpes vaudoises 2020 a pour objectif de redynamiser le tourisme dans cette région en misant non pas sur l'hiver uniquement, mais sur les quatre saisons. Une de ses priorités est la mobilité: un développement des infrastructures et des liaisons doit rendre les transports publics plus attractifs et les centres d'intérêt touristique plus faciles d'accès. Ce concept inclut le prolongement de la ligne ferroviaire Aigle-Leysin jusqu'à la station de la télécabine Leysin-Berneuse. «C'est un travail de longue haleine», résume Jean-Marc Udriot, syndic de Leysin et président de la Communauté d'intérêt touristique des Alpes

vaudoises (CITAV). L'objectif est de favoriser la transition vers un tourisme quatre saisons, moins dépendant de la neige. Maintenir les offres existantes ne suffit plus. Le prolongement de la ligne permettrait aux clients de monter facilement et rapidement au sommet de la Berneuse, avec leurs skis ou leurs chaussures de randonnée. Les mesures du concept Alpes vaudoises 2020 doivent toutefois non seulement améliorer les infrastructures et les lignes de transports publics, mais aussi bénéficier à la population résidente. D'ici à 2023, il est prévu d'optimiser certaines gares et interfaces train/bus et de construire des installations P+R. Il s'agit en outre de planifier l'acquisition de nouveau matériel roulant pour les Transports publics du Chablais (TPC), qui desservent les Alpes vaudoises au départ d'Aigle et de Bex. D'ici à la fin

de l'été, le Grand Conseil du canton de Vaud devra se prononcer sur le quatrième et dernier « exposé des motifs et projet de décret » (EMPD) du programme d'investissements Alpes vaudoises 2020. D'autre part le Conseil national se prononcera en juin sur le projet d'aménagement 2035 de l'infrastructure ferroviaire. ○

www.tpc.ch

www.vd.ch → Toutes les autorités → Département de l'économie, de l'innovation et du sport (DEIS) → Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI) → Unité économie régionale



Migliori collegamenti pubblici per il turismo durante tutto l'anno

La vision «Alpes vaudoises 2020» mira a rivitalizzare il turismo nelle Alpi vodesi puntando non solo sulla stagione invernale, ma anche sul resto dell'anno. Uno dei punti focali è la mobilità: potenziando le infrastrutture e i collegamenti di trasporto pubblico, questi ultimi risulteranno più interessanti e si faciliterà l'accesso alle attrazioni turistiche. L'estensione della linea ferroviaria Aigle-Leysin fino alla stazione della cabinovia Leysin-Berneuse è parte integrante della vision. «È un progetto di lungo respiro», riassume Jean-Marc Udriot, sindaco di Leysin e presidente della Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises (CITAV). L'obiettivo è promuovere il passaggio a un turismo destagionalizzato, che dipende

meno dalle condizioni di innevamento. Non basta mantenere le offerte esistenti. Grazie al prolungamento della linea, sia gli appassionati di sport invernali che gli escursionisti estivi potranno raggiungere facilmente e rapidamente la cima della Berneuse. Le misure previste nella vision «Alpes vaudoises 2020» da un lato miglioreranno le infrastrutture di trasporto pubblico e i collegamenti per le destinazioni turistiche, dall'altro andranno anche a vantaggio della popolazione locale. Entro il 2023, i nodi di interscambio ferrovia-autobus e le stazioni verranno ottimizzati e verranno costruiti impianti park-and-ride. Si dovrà inoltre pianificare l'acquisto di nuovo materiale rotabile per l'azienda Transports publics du Chablais (TPC), che assicura i collegamenti tra Aigle e Bex e le Alpi vodesi. Entro la fine dell'estate 2019, il Gran Consiglio del

Cantone di Vaud dovrà pronunciarsi sulla quarta e ultima richiesta di credito del programma di investimenti «Alpes vaudoises 2020». In giugno il Consiglio nazionale deciderà in merito alla fase di ampliamento 2035 dell'infrastruttura ferroviaria. ○

www.tpc.ch

www.vd.ch → Toutes les autorités → Département de l'économie, de l'innovation et du sport (DEIS) → Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI) → Unité économie régionale



oben: Postauto-haltestelle Berneuse, aktueller öV-Anschluss zur Gondelbahn

unten: Gondelbahn Leysin-Berneuse

Haut: arrêt CarPostal Berneuse, interface actuelle des transports publics avec la télécabine

Bas: télécabine Leysin-Berneuse

In alto: fermata Berneuse della linea Auto-Postale, collegamento con la cabinovia

In basso: cabinovia Leysin-Berneuse

Entwicklungsprogramms Eisenbahninfrastruktur» zwar nicht enthalten, wurde aber später von der Kommission für Verkehr und Fernmeldewesen des Ständerats (KVF-S) hinzugefügt. «Es ist ein langwieriges Unternehmen», resümiert Jean-Marc Udriot, Gemeindepräsident von Leysin und Präsident der CITAV (Communauté d'intérêt touristique des Alpes vaudoises). Das Ziel: den Übergang zu einem Ganzjahrestourismus fördern, der weniger vom Schnee abhängig ist. «Man will zwar weiterhin in den Wintertourismus investieren, um die bestehenden Angebote zu bewahren, doch reicht dies nicht», kommentiert er.

Mit Bahn statt Auto in die Ferien

Ein wichtiger Baustein der touristischen Entwicklung ist eine gute Erreichbarkeit und damit eine attraktive Mobilitätslösung, die den Verkehrsströmen auch in der Hochsaison und an Spitzentagen gewachsen ist. Ein Fokus der Vision «Alpes vaudoises 2020» liegt deshalb auf der Mobilität. Im Bericht wird empfohlen, das Mobilitätsangebot unter Berücksichtigung der Bedürfnisse der Bevölkerung weiterzuentwickeln und die öffentlichen Verkehrsverbindungen zu den touristischen Hauptattraktionen sicherzustellen. Anzustreben sei eine erleichterte Mobilität für Reisende zwischen Tal- und Bergorten, zwischen den touristischen Kerngebieten, die zu allen Jahreszeiten besucht werden, und den Schneesportzentren. Laut Bericht sind die öV-Verbindungen zu den touristischen Angeboten oft mangelhaft. Dies gelte insbesondere für die Bergbahnen und die wichtigsten Attraktionen (Glacier 3000 und Drehrestaurant Kuklos). Ausserdem seien die Tarifverbundsysteme zwischen den Ferienorten für auswärtige Gäste oft wenig attraktiv.

Möglichkeiten für eine bessere Vernetzung von Angeboten und Ferienorten gibt es aber durchaus: Dank einer Verlängerung der Linie Aigle–Leysin bis ins touristische Zentrum, das sich etwas ausserhalb des Ortes befindet, könnten Gäste mit Skiern oder Wanderschuhen sehr einfach und rasch auf den Gipfel der Berneuse gelangen. «Das wäre einer der seltenen Fälle, in denen die Bahn dank einer solchen Verbindung mit dem Auto konkurrieren kann», so Jean-Charles Lagniaz, Leiter der Verkehrsmanagement-Abteilung der Direktion für Mobilität und Strassen (DGMR) des Kantons Waadt. Die Fahrt von Lausanne nach Leysin würde mit dem Zug nicht viel länger dauern als mit dem Auto, vor allem im Winter nicht. Die Massnahmen der Vision «Alpes vaudoises 2020» möchten dazu beitragen, die Mobilität innerhalb der Region zu vereinfachen. Bis 2023 sollen verschiedene Bahn-Bus-Schnittstellen und Bahnhöfe optimiert, Park-and-Ride-Anlagen errichtet und die Mobilitätsangebote für ausgewählte Tourismusdestinationen verbessert werden. Zudem gilt es, die Beschaffung

L'
objectif est
de favoriser
la transition
vers un tou-
risme quatre
saisons, moins
dépendant
de la neige.

neuen Rollmaterials für die Transports publics du Chablais (TPC) zu planen, die von Aigle und Bex aus die Waadtländer Alpen mit der Bahn erschliessen.

Im Halbstundentakt in die Bahnzukunft

Die geplanten Verbesserungen der öV-Infrastruktur und -Verbindungen im Rahmen der Vision «Alpes vaudoises 2020» kommen nicht nur Touristinnen und Touristen, sondern auch der ansässigen Bevölkerung zugute. Die Vision plädiert für einen strikten Taktfahrplan und einen Halbstundentakt an Tagen und zu Uhrzeiten, an denen die Nachfrage dafür besteht. Für Jean-Charles Lagniaz sind es die Pendlerinnen und Pendler, die diese Linien am Leben halten. «Die Waadtländer Bahnen sind seit den 1960er-Jahren schon mehrmals gestorben und immer wieder auferstanden», gibt er zu bedenken, «heute ist der Kostendeckungsgrad aber gut.» Grund dafür ist vor allem «Mobilis»: der Tarifverbund der Waadt, dem das Waadtländer Chablais seit 2016 angehört.

Nun soll die sanfte Mobilität auch für Freizeitaktivitäten attraktiver werden, wobei «Freizeit» breit zu verstehen ist: Nicht nur der Schneesport zählt dazu, sondern auch, sich irgendwo ein Glas Wein zu genehmigen oder von Leysin nach Aigle zu fahren, um ins Kino zu gehen oder sich beim Shoppen zu vergnügen. Obwohl die Waadtländer Alpen laut Jean-Marc Udriot das Glück haben, über ganz besondere kleine Bahnlinien zu verfügen, liegt das prioritäre Ziel der Vision «Alpes vaudoises 2020» nicht darin, das Zufahren selbst zu einem touristischen Erlebnis zu machen, wie dies vergleichbare Konzepte anderer Regionen vorsehen.

Politische Debatten stehen noch bevor

Bis Ende Sommer 2019 muss sich der Grosse Rat des Kantons Waadt zur vierten und letzten Vorlage des Investitionsprogramms «Alpes vaudoises 2020» äussern. Der Nationalrat entscheidet im Juni 2019 über den Ausbauschnitt 2035 für die Bahninfrastruktur, und allenfalls kommt es zu weiteren politischen Diskussionen. Selbst ein nationales Referendum ist möglich. Bevor alle geplanten Massnahmen umgesetzt sind, werden also noch viele Züge unter den Brücken durchfahren. Jean-Marc Udriot meint dazu lakonisch: «Im Bereich des öffentlichen Verkehrs weihen kaum je diejenigen die Linien ein, die ursprünglich die Idee dazu hatten.» O

www.tpc.ch

www.vd.ch → Toutes les autorités → Département de l'économie, de l'innovation et du sport (DEIS) → Service de la promotion de l'économie et de l'innovation (SPEI) → Unité économie régionale



Panorama à 360 degrés au sud du Tessin

Peter
Jankovsky
Capolago

Avec ses 1700 mètres, le Monte Generoso est la dernière haute montagne du sud du Tessin. Il y a plus de 100 ans que son chemin de fer à crémaillère transporte les visiteurs presque jusqu'à son sommet. Mais le nom modeste de la Ferrovia Monte Generoso cache bien davantage qu'un petit chemin de fer de montagne rétro: son sigle FMG est synonyme de grande entreprise touristique qui propose un large éventail d'activités – jusqu'aux vols en parapente et aux fêtes de mariage. Sa plus grande particularité: c'est grâce au Pour-cent culturel Migros que le chemin de fer du Monte Generoso et ses entreprises affiliées ne travaillent pas forcément pour un but lucratif.

Le village de Capolago se situe à l'extrémité sud du lac de Lugano au pied du Monte Generoso. La station inférieure du chemin de fer du Monte Generoso, en italien Ferrovia Monte Generoso (FMG), se trouve juste à côté de la gare CFF du village. Des rails à crémaillère bien visibles sont encastrés dans le revêtement bitumineux à proximité de la gare. Si on les suit en direction du lac, on tombe bientôt sur le bâtiment historique de la FMG. Celui-ci accueille non seulement le hangar des trains, mais aussi la direction: «Le chemin de fer du Monte Generoso constitue un patrimoine culturel et son caractère rétro assure à lui seul une expérience unique», souligne le Bernois Lorenz Bruegger, directeur du chemin de fer depuis une année.

Pour l'expliquer, Lorenz Bruegger jette un regard sur le passé. C'est en 1890 que ce train à crémaillère et à vapeur est entré en service: sa mission consistait dès le début à amener les clients à l'Hôtel Bellavista, construit en 1867 déjà, en aval du sommet du Monte Generoso (1704 m). Jusqu'à l'inauguration du chemin de fer, cet hôtel n'était accessible qu'à pied ou à dos de mulet.

Du menu escalope-frites à la «Fiore di Pietra»

L'étape décisive a eu lieu en 1941, selon Lorenz Bruegger, lorsque la Fédération des coopératives Migros – sous l'impulsion de son fondateur Gottlieb Duttweiler – a acheté la FMG avec le terrain de l'hôtel afin de ranimer toutes les structures après deux ans de fermeture provisoire. Duttweiler était convaincu que les visiteurs afflueraient à nouveau en masse s'ils pouvaient manger une escalope et des frites à des prix avantageux sur le Monte Generoso. Le développement des structures de la FMG obéissait à la même conception que la création de l'École-club dont le but était d'offrir quelque chose à la société dans le domaine des loisirs ou de la formation. Le chemin de fer du Monte Generoso était exactement ce qu'il fallait pour valoriser le Pour-cent culturel Migros.

Lorenz Bruegger estime que ce chemin de fer exploite le point de vue le plus attractif du Tessin, car le Monte Generoso présente un panorama unique à 360 degrés. La FMG mise également beaucoup sur son caractère rétro: l'ancienne locomotive à vapeur existe encore. Elle est utilisée pour des occasions



spéciales. L'exploitation des quatre rames actuelles, qui comptent chacune 96 places assises, paraît elle aussi historique: le mécanicien pilote à vue et doit parfois descendre de la locomotive pour actionner les aiguillages à la main.

Mais le rétro se combine évidemment avec la modernité. L'année dernière s'est ouvert le restaurant futuriste «Fiore di Pietra» (fleur de pierre) conçu par le célèbre architecte tessinois Mario Botta. Il remplace l'ancienne auberge Vetta Monte Generoso. La démolition de celle-ci était devenue nécessaire parce que de dangereux mouvements de roches apparaissaient sur l'étroite arête menant au sommet.

Garantie de déficit non étatique

La FMG doit à la Migros la possibilité de développer généreusement sa stratégie rétro-moderne. «Le chemin de fer du Monte Generoso ne pourrait guère exister sans le Pour-cent

culturel puisqu'il n'est pas rentable d'un point de vue strictement économique», souligne le directeur. La FMG constitue donc un cas particulier dans le paysage des remontées mécaniques suisses: elle bénéficie pour ainsi dire d'une garantie de déficit permanente non étatique.

Lorenz Bruegger ne veut dévoiler aucun budget ni aucun chiffre d'affaires du chemin de fer. Il cite toutefois les principaux investissements: près de 27 millions de francs ont été consacrés à la construction de la structure d'hébergement futuriste du Monte Generoso. 22 autres millions de francs sont prévus pour la rénovation nécessaire des voies ferrées: celles-ci datent en majeure partie de 1890. Elles traversent une réserve naturelle sur la plus grande partie du parcours de neuf kilomètres et fonctionnent encore très bien aujourd'hui. Mais une rénovation totale préventive a été décidée pour des raisons de sécurité.

Hoch zum Rundumblick im Süden des Tessins

Der letzte grosse Berg im Südtessin vor der Grenze zu Italien ist der Monte Generoso. Seit 1890 fährt dort eine Zahnradbahn bis fast auf den 1700 Meter hohen Gipfel. Die Bergbahn trägt den Namen «Ferrovia Monte Generoso», kurz FMG, und verbindet Nostalgie mit Modernität. Die alte Dampflokomotive existiert noch und wird für spezielle Anlässe eingesetzt. Auch der Betrieb mit den heutigen vier Zugkompositionen mit je 96 Sitzplätzen

mutet historisch an: Es wird auf Sicht gefahren, und der Lokomotivführer muss gelegentlich aussteigen, um die Weichen von Hand umzustellen.

Etwas unterhalb des Monte-Generoso-Gipfels trifft man auf die Moderne. Letztes Jahr wurde das vom Tessiner Stararchitekten Mario Botta entworfene, futuristische Restaurantgebäude «Fiore di Pietra» («Steinblume») eröffnet, das die alte Gaststätte ersetzt.

Dank der Migros kann die FMG ihre Strategie, Nostalgisches mit Modernem zu verbinden, grosszügig weiterentwickeln.

Der Grossverteiler erwarb die Bergbahn 1941 auf Veranlassung des Migros-Gründers Gottlieb Duttweiler und finanziert die FMG seither über das Kulturprozent. «Die Monte-Generoso-Bahn würde ohne das Kulturprozent kaum existieren, weil sie streng wirtschaftlich gesehen nicht rentiert», sagt FMG-Direktor Lorenz Bruegger. «Ziel ist es nicht», so Bruegger, «mit der FMG Geldgewinne zu machen.» Vielmehr gehe es darum, «der Schweizer Bevölkerung etwas Einmaliges zu schenken». Davon profitiert auch die Region. Die «Fiore di Pietra» hat den Monte Generoso wieder zum Erblühen

gebracht. Waren es in der Saison vor dem Bau 48 000 Personen, nutzten von April 2018 bis Januar 2019 73 000 Personen die Zahnradbahn, in der ersten Saison nach der Eröffnung der «Fiore di Pietra» gar 115 000. Mit diesem Zustrom an Gästen sorgt die FMG für Wertschöpfung in der Region rund um den Monte Generoso. Dazu trägt auch die aktive Vernetzung mit örtlichen Lebensmittelproduzenten und Dienstleistern bei. o

www.montegeneroso.ch

Interconnexion avec la région

La FMG est donc davantage qu'un chemin de fer de montagne: c'est une véritable entreprise touristique qui propose un large éventail d'activités de loisirs. L'une des offres s'appelle: « Monter en train et descendre en volant », c'est-à-dire monter au sommet par le chemin de fer rétro et revenir dans la vallée en parapente. Les randonneurs, les cyclistes et les clients du self-service ou du restaurant gastronomique de la « Fiore di Pietra » y trouvent naturellement aussi leur compte. En outre, les personnes qui souhaitent baptiser leur enfant ou célébrer leur mariage pourront désormais le faire à la montagne dans la chapelle de la FMG.

Pour ces activités, la Ferrovia Monte Generoso conclut de nombreux partenariats, le plus souvent ponctuels. Ceux-ci impliquent notamment des fournisseurs de produits alimentaires, par exemple des producteurs de fromage ou de farine du val Muggio tout proche, et des producteurs de vin locaux. À ces fournisseurs s'ajoutent des associations locales, des services cantonaux et des entreprises de cars de Suisse alémanique. Lorenz Bruegger travaille à une interconnexion croissante de ces partenaires et veut ainsi accroître l'attractivité et la valeur ajoutée de toute la région.

Ticino Turismo fait aussi partie des partenaires de la FMG. L'agence touristique cantonale attache une grande importance régionale à ce chemin de fer: « Tout le complexe d'infrastructures qui entoure le Monte Generoso fait partie des principales attractions touristiques du Tessin », explique Cecilia Brenni, porte-parole de Ticino Turismo. Elle le motive par la longue histoire du Monte Generoso et de ses installations, mais aussi par son offre globale diversifiée et innovante.

Attractivité en plein essor

Mais le fait le plus important aux yeux de Cecilia Brenni est que les attractions de la FMG s'adressent à de nom-

breux groupes cibles et spécialement aux familles. Ce groupe-ci revêt en effet une importance décisive pour le tourisme tessinois. La FMG exerce en outre une influence positive sur la région qui entoure le Monte Generoso dans le sens que de nombreux projets locaux voient le jour grâce à l'affluence touristique.

« Fiore di Pietra » a permis d'accroître encore fortement l'attractivité du Monte Generoso pour les touristes de Suisse alémanique, du Tessin, du nord de l'Italie et du sud de l'Allemagne. Alors que quelque 48 000 personnes avaient pris le chemin de cette montagne lors de la dernière saison avant le début des travaux sur la Fiore di Pietra, leur nombre s'est élevé à 115 000 en 2017 après la réouverture, puis enfin à 73 000 l'année dernière. Il faut souligner que la saison d'exploitation de la FMG dure seulement d'avril à janvier.

Cadeau à la population

Le soutien du Pour-cent culturel permet à Lorenz Bruegger de proposer une offre particulière: l'objectif n'est pas un bénéfice financier, il s'agit au contraire « d'offrir quelque chose d'unique à la population suisse ».

Quelle est la vision du directeur de la FMG? « Nous voulons que le Monte Generoso devienne le but d'excursion le plus apprécié et le plus durable du Tessin, grâce à la combinaison d'éléments rétro et d'attractions modernes. » Puis il ajoute en souriant: « Mais en fait, cette vision deviendra réalité très bientôt. » O

www.montegeneroso.ch

Un fiore che fa rifiorire un monte

Dal 1890 il trenino a cremagliera del Monte Generoso porta i turisti in vetta, a quasi 1700 metri di quota. La piccola Ferrovia Monte Generoso (FMG) collega nostalgia e modernità. La vecchia locomotiva a vapore esiste ancora e viene usata in occasioni speciali. Anche l'esercizio garantito attualmente da quattro convogli con 96 posti a sedere ognuno richiama il buon tempo antico: si guida a vista e a volte il macchinista deve scendere per azionare manualmente gli scambi.

Poco sotto la vetta spira invece aria di modernità. Lo scorso anno è stato inaugurato il Fiore di Pietra, l'edificio disegnato dall'architetto ticinese di fama mondiale Mario Botta, che ospita il ristorante in sostituzione del vecchio edificio smantellato poiché pericolante.

Grazie al sostegno della Migros la FMG riesce a portare avanti la propria strategia di abbinare il buon tempo antico con le esigenze moderne. Il gigante della distribuzione ha acquisito la ferrovia nel 1941 su iniziativa del suo fondatore Gottlieb Duttweiler e la finanzia tramite il Percento culturale. « Senza

questo sostegno, la Ferrovia del Monte Generoso non potrebbe esistere dato che in un'ottica puramente economica non è redditizia », dichiara il suo direttore Lorenz Bruegger. « L'obiettivo non è conseguire utili ma piuttosto offrire alla popolazione svizzera un'esperienza unica ». A vantaggio di tutta la regione, visto che il Fiore di Pietra ha fatto letteralmente rifiorire il Monte Generoso quale meta turistica. Se nella stagione che ha preceduto la sua costruzione si sono contati 48 000 passaggi, da aprile 2018 a gennaio 2019 se ne sono registrati 73 000 e addirittura 115 000 nella prima

stagione dopo l'inaugurazione. Con questo afflusso, la FMG apporta un valore aggiunto a tutta la regione e promuove la collaborazione attiva con produttori e fornitori di servizi locali. O

www.montegeneroso.ch

Herausgeberin Éditeur Editore

regiosuisse
Netzwerkstelle Regionalentwicklung
Centre du réseau de développement régional
Centro della rete di sviluppo regionale
Hofjistrasse 5, CH-3900 Brig
info@regiosuisse.ch
www.regiosuisse.ch

Redaktion Rédaction Redazione

Verantwortlicher Redaktor
Rédacteur responsable
Redattore responsabile
Urs Steiger, regiosuisse, Luzern

Begleitende Redaktionskommission

Commission de rédaction

Commissione di redazione

Michael Cafilisch, Amt für Wirtschaft und Tourismus,
Kanton Graubünden, Chur
Benoît Charrière, équipe dirigeante regiosuisse, Genève
Laure Cousot, Coordination régionale Interreg
France-Suisse, La Chaux-de-Fonds
Olivia Grimm, Sektion Siedlung und Landschaft, ARE, Bern
Giuliano Guerra, Ufficio per lo sviluppo economico,
Repubblica e Cantone Ticino, Bellinzona
Sabine Kollbrunner, Ressort Regional- und Raum-
ordnungspolitik, SECO, Bern
Sébastien Rieben, secteur Affaires internationales, ARE,
Berne
Adrian Riser, Leiter Wissenssystem Neue Regionalpolitik,
SECO, Bern

Urs Steiger, Kommunikation regiosuisse, Luzern
(Leitung)
Kristin Bonderer, Leitungsteam regiosuisse,
Leiterin Kommunikation, Falera

Autorinnen und Autoren Auteurs Autori

Kristin Bonderer, regiosuisse, Falera
Raphaël Chabloz, Lausanne
Peter Jankovsky, Capolago
Pirmin Schilliger, Luzern
Urs Steiger, regiosuisse, Luzern

Die Meinung der Autorinnen und Autoren muss sich nicht zwingend mit jener des SECO, des ARE, der umsetzungsverantwortlichen Kantone oder von regiosuisse decken.

L'opinion des auteurs ne coïncide pas obligatoirement avec celle du SECO, de l'ARE, des cantons responsables de la mise en œuvre ou de regiosuisse.

L'opinione degli autori non corrisponde necessariamente a quella della SECO, dell'ARE, dei Cantoni responsabili dell'attuazione della NPR o di regiosuisse.

Übersetzung Traduction Traduzione

Michel Curchod, Lausanne
Irène Bisang, Zürich
si dice sàrl, Fribourg

Lektorat Lecture Revisione

Kristin Bonderer, regiosuisse, Falera
Maurizio Michael, regiosuisse, Castasegna
François Parvex, regiosuisse, Sion

Korrektorat Correction Rilettura

si dice sàrl, Fribourg
Andreas Vonmoos, terminus, Luzern

Fotos Photos Foto

Priska Ketterer, Luzern

Grafik Graphisme Grafica

Kurt Brunner, Palézieux

Druck Impression Stampa

Mengis Druck und Verlag AG, Visp

Vertrieb Diffusion Distribuzione

regiosuisse
Hofjistrasse 5, CH-3900 Brig
www.regiosuisse.ch

Auflage Tirage Tiratura

5500
Gedruckt auf Refutura GSM FSC,
100% Altpapier

Impression sur Refutura GSM FSC,
papier recyclé à 100%

Stampato su Refutura GSM FSC,
carta riciclata al 100%

ISSN 1664-3097

Juni 2019 Juin 2019 Giugno 2019

Magazin kostenlos bestellen

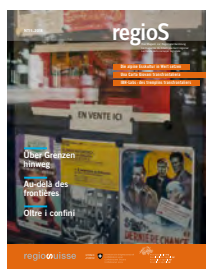
Commander gratuitement le magazine

Ordinare la rivista gratuitamente

regiosuisse.ch
regioS@regiosuisse.ch
+41 27 922 40 88

Bereits erschienen Déjà parus Già pubblicati

2018



regioS 15
Über Grenzen hinweg
Au-delà des frontières
Oltri i confini



regioS 14
Digitalisierung
Numérisation
Digitalizzazione

2017

regioS 13
Starker Franken –
eine Herausforderung
Franc fort – un défi
Franco forte – una sfida

regioS 12
Développement cohérent
du territoire
Kohärente Raumentwicklung
Sviluppo territoriale coerente

2016

regioS 11
Herausforderung Fach-
kräftemangel
La pénurie de personnel
qualifié
Penuria di manodopera
specializzata

2015

regioS 10
Neue Regionalpolitik (NRP):
eine Zwischenbilanz
Bilan intermédiaire de la Nou-
velle politique régionale (NPR)
Bilancio intermedio della
Nuova politica regionale (NPR)

2014

regioS 09
L'innovation : un élément
essentiel de la Nouvelle
politique régionale
Innovation – Kernelement der
Neuen Regionalpolitik
Innovazione, elemento chiave
della Nuova politica regionale
specializzata

regioS 08
Tourismusförderung –
unabdingbar für die regio-
nale Entwicklung?
La promozione del turismo:
indispensabile per lo sviluppo
regionale?
Promotion touristique –
indispensable pour le
développement régional?

2013

regioS 07
Aktive Arealentwicklung:
Platz schaffen für Unter-
nehmen
Développement actif de zones
d'activités : faire de la place
aux entreprises
Promozione attiva delle zone
di attività: creare spazio per
le imprese

2012

regioS 06
Formation et santé:
deux poids lourds de la NPR
Bildung und Gesundheit:
zwei NRP-Schwergewichte
Educazione e sanità:
due priorità della NPR

2011

regioS 05
Infrastrukturen mit
Wertschöpfung
Infrastructures à valeur ajoutée
Infrastrutture a valore
aggiunto

2010

regioS 04
Regionale Zentren als Motoren
der Entwicklung
Un développement porté par
des centres régionaux forts
Centri regionali forti,
motori dello sviluppo

regioS 03
Le potentiel des ressources
naturelles
Das Potenzial der natürlichen
Ressourcen
Il potenziale delle risorse
naturali

2009

regioS 02
Wenn wir von Wertschöpfung
sprechen
À propos de création
de valeur ajoutée
Parlando di creazione
di valore aggiunto

regioS 01
Die NRP nach der Startphase
La NPR après la phase
de lancement
La NPR dopo la fase di lancio

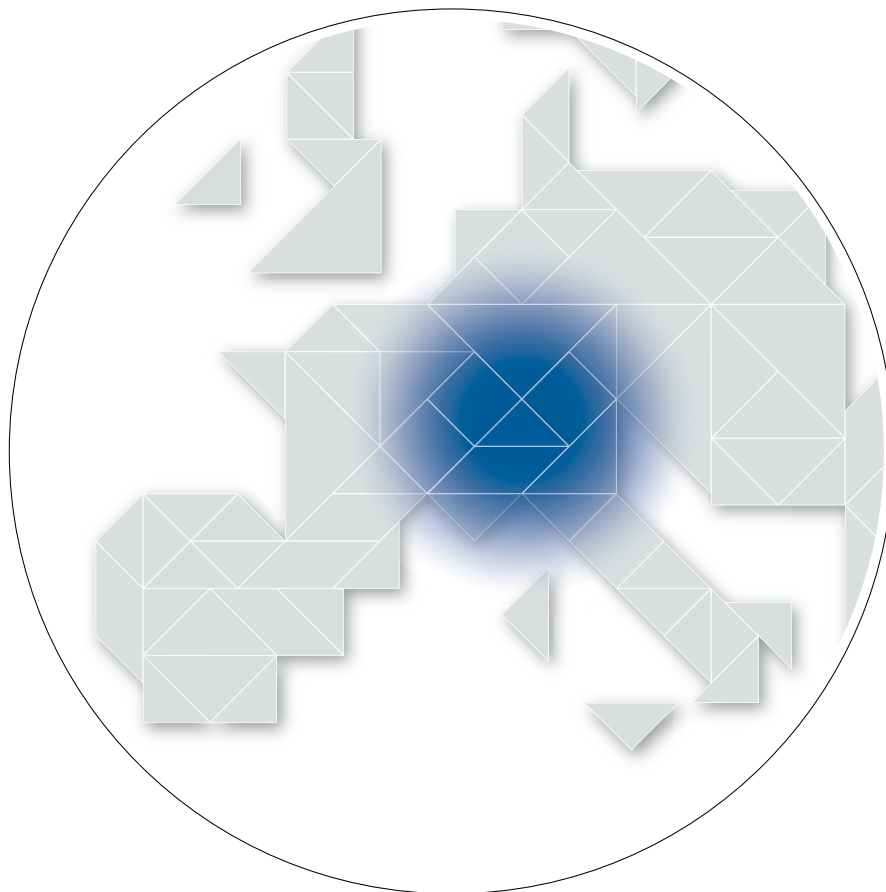
30.10.2019
Eventfabrik
Bern

GIORNATA INTERREG JOURNÉE TAG

Cooperazione transfrontaliera: le chiavi del successo

Wie grenzübergreifende Zusammenarbeit gelingt

Coopération transfrontalière: les clés du succès



www.regiosuisse.ch/interreg-tag

www.regiosuisse.ch/journee-interreg

www.regiosuisse.ch/giornata-interreg

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO
Segreteria di Stato dell'economia SECO

Bundesamt für Raumentwicklung ARE
Office fédéral du développement territorial ARE
Ufficio federale dello sviluppo territoriale ARE

Interreg



In Zusammenarbeit mit
En coopération avec
In cooperazione con

regiosuisse