

Soča Evergreen : une stratégie de tourisme 4 saisons dans la vallée de la Soča

La vallée de la Soča, en Slovénie, est une destination très prisée des amateurs de tourisme de plein air. Cependant, la forte saisonnalité des activités peut avoir des retombées négatives sur la concentration de l'afflux touristiques, sur les espaces naturels sensibles et sur la durabilité des emplois dans le secteur. La vallée s'est donc dotée d'une stratégie globale visant à faire de la région une destination durable et 4 saisons.

Dépendance à la saison estivale

La vallée de la Soča, Slovénie, est une destination très prisée des touristes en quête de paysages montagneux et d'expériences en plein air, notamment les sports aquatiques comme le rafting. Cependant, ce territoire est victime de son succès et fait face au surtourisme : ce sont chaque jour entre 25 000 et 30 000 touristes qui visitent le territoire chaque jour en saison, pour seulement 18 000 habitants dans la vallée de la Soča et les communes environnantes.

EN SAVOIR +

Bien que la région accueille des visiteurs toute l'année, la vallée de la Soča est aussi confrontée au problème de la saisonnalité. En effet, 87% des arrivées et des nuitées sont enregistrées dans la période allant de mai à septembre.

Le surtourisme met à mal les espaces naturels en montagne. De plus, la forte saisonnalité de l'activité rend le secteur dépendant de la saison estivale et du maintien des sports de plein air et donc également moins résilient en cas de bouleversement de l'activité, notamment en lien avec le changement climatique.



©Dolina Soče

Une stratégie globale pour amener le tourisme vers plus de durabilité

Texte Afin de limiter le surtourisme et ses impacts sur l'environnement montagnard, la vallée de la Soča s'est donné une ambition : devenir une destination 4 saisons leader dans les Alpes. En 2020, la vallée s'est dotée d'une [Stratégie pour le Développement et le Marketing du Tourisme de la Vallée de la Soča 2025+](#), appelée Soča Evergreen. Cette stratégie donne un cadre pour le développement plus durable du tourisme dans les années à venir et s'applique dans les 4 municipalités les plus visitées de la vallée de la Soča : Bovec, Kobarid, Tolmin et Kanal.

Pour transformer le tourisme dans la vallée, la stratégie adopte une approche globale du tourisme et couvre 4 grands objectifs :

- Développer une approche 4 saisons : en s'appuyant sur les secteurs phares, comme les sports aquatiques et les activités de plein air, tout en développant d'autres activités comme celles liées au patrimoine, en maintenant l'emploi toute l'année dans le secteur
- Améliorer la qualité de l'offre touristique : en visant la qualité et non la quantité des séjours, en essayant d'étendre la durée des séjours, en misant sur la qualité de l'offre touristique et la diversité des expériences proposées
- Rendre le tourisme plus durable : en limitant l'afflux touristique dans les zones naturelles sensibles, en diminuant l'emprunte carbone du tourisme par l'augmentation des transports publics et la réduction de l'utilisation de la voiture privée, en préservant le patrimoine naturel de la vallée
- Relancer le tourisme après la pandémie de COVID-19 : en renforçant le secteur et en soutenant la coopération entre les acteurs, en utilisant une nouvelle stratégie de marketing territorial pour relancer l'activité, en formant les acteurs du secteur aux nouvelles attentes des visiteurs

Résultats

La stratégie de la vallée de la Soča a conduit à la mise en place d'une stratégie de marketing cohérence sur le territoire et à une réorganisation de l'offre touristique. La communication sur la vallée a été complètement repensée afin d'accroître sa réputation comme territoire 4 saisons. Afin de développer une approche « 4 saisons », de nouvelles activités sont encouragées, comme le tourisme de bien-être, et offres ont été lancées comme des paquets touristiques pour le week-end ou le Nouvel An. L'offre culturelle a également été davantage développée pour attirer les touristes toute l'année et le patrimoine gastronomique est mieux mis en avant, notamment à travers l'organisation d'un festival culinaire.



Église du Saint-Esprit à Javorca
©Gorazd Kutin



Musée du fromage Mlekarna Planika
©Boris Pretnar

Cette stratégie permet également de renforcer la durabilité économique du secteur. Alors que l'activité touristique constituait plutôt une activité complémentaire, l'objectif est dorénavant de professionnaliser le secteur en formant le personnel et maintenant des emplois toute l'année. Un service de conseil aux prestataires touristiques a été mis en place ainsi qu'un programme permanent de formation à destination des employés du secteur.

Le plan d'action inclus un grand nombre d'autres mesures qui sont détaillées dans la stratégie.

Ressources et gouvernance

La mise en œuvre de la stratégie est assurée par le Comité du Tourisme de la vallée de la Soča. Le Comité assure la coordination et la cohérence de l'action. Les résidents de la vallée sont également fréquemment consultés afin d'assurer l'équilibre entre fréquentation touristique et respect du territoire et de ses habitants.

Les mesures mises en place sont financées par les budgets des municipalités impliquées, le budget annuel du Programme Tourisme de la vallée de la Soča, les fonds collectés à travers l'activité touristique ainsi que via des fonds régionaux ou européens qui financent des projets en lien avec les objectifs de la stratégie.



Aspect innovant

De nombreuses destinations de montagne sont confrontées au défi de la saisonnalité du tourisme de montagne. L'exemple de la vallée de la Soča démontre que la dépendance à la saison estivale peut également trouver des solutions adaptables à chaque territoire. La région a su développer une stratégie globale pour répondre aux enjeux à la fois environnementaux, sociaux et économiques posés par la fréquentation touristique. En pensant un modèle touristique 4 saisons et à l'échelle du territoire et en impliquant tous les acteurs du secteur, la vallée de la Soča semble avoir trouvé une formule pour que le tourisme profite à la population locale, aux touristes et à la nature sur le long terme.