



PLUS VALUES DE LA NAVIGATION SUR LES LACS ET RIVIÈRES SUISSES



	Page
A. Partie générale	4
1. Entrée, questions formelles	4
2. Résumé / „Management Summary“	5
3. Remerciements	6
4. Exposé du problème et objectif	7
5. Le calcul de la création de plus-values en détail	8
5.1 Généralités	8
5.2 Effets tangibles	9
5.3 Effets intangibles	11
B. Partie compilation	13
6. Concept d'analyse utilisé / modèle de calcul	13
7. Effets tangibles	17
7.1 Incidence primaire des paiements	17
7.2 Incidence secondaire des paiements	18
7.2.1 Prestations préalables achetées par les entreprises de navigation	19
7.2.2 Coûts d'accès pour les passagers des bateaux	19
7.2.3 Chiffres d'affaires significatifs de l'hébergement	21
7.2.4 Gastronomie à bord	21
7.2.5 Gastronomie „à terre“	22
7.2.6 Moyens de transport en aval (remontées mécaniques, etc.)	23
7.2.7 „Petites dépenses“ des passagers des bateaux	24
7.2.8 „Attractions“ en aval, etc.	25
7.3 Récapitulation de l'incidence primaire et secondaire des paiements	26
7.4 Chiffres d'affaires globaux induits	26
7.5 Compilation finale des effets tangibles	28
8. Effets intangibles	29
8.1 Généralités	29
8.2 Effets de réseaux	29
8.3 Effets de compétence	30
8.4 Effets structurels	30

8.5	Effets sur l'image	31
8.6	Effets culturels	31
8.7	Effets émotionnels	32
8.8	Effets sur la politique des transports	32
C	Résumé et conclusions	33
9.	Addition de tous les éléments	33
10.	Cette valeur est-elle plausible?	34
11.	Sources	36
	Annexe A	38
	Annexe B	39

A. Partie générale

1. Entrée, questions formelles

Le mandat pour la présente étude a été donné verbalement par Messieurs Konrad Eberle et Martin Büttikofer, au nom de la VSSU, le 7 juillet, à Zurich, puis confirmé sur la base de l'offre du 8 juillet.

Le soussigné a réalisé ce rapport en son nom propre et pour le compte de sa propre entreprise. Il existe néanmoins un lien avec l'Université de St-Gall dans la mesure où l'auteur est chargé de cours à la dite institution et travaille accessoirement comme chef de projet à l'Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus (IDT-HSG).

Dans ce contexte, j'ai pu accéder au travail que Monsieur Philipp Boksberger, licencié en sciences économiques, a présenté à la Schweizerische Schifffahrtsgesellschaft Untersee & Rhein, en décembre 2003. Cette analyse intéressante et pertinente sert ainsi dans la partie méthodique comme structure centrale du rapport ci-dessous, d'autant que la systématique utilisée par Boksberger correspond en tous points à l'état actuel de la science, qu'elle est aussi lisible et facile à comprendre. Monsieur Boksberger est actuellement à l'Université de Brisbane (Australie) dans le cadre d'un échange. Il est informé de cette manière de procéder et d'accord sans la moindre réserve.

De plus, par sa collaboration à l'IDT et au sein de la ASST, l'auteur connaît aussi l'article scientifique de Messieurs Bieger / Boksberger / Eberle, dans les annales 2003/04 de la Société Suisse des sciences des transport, sur le sujet „Räumliche Inzidenz-Analyse – ein Messinstrument der volks- und regionalwirtschaftlichen Bedeutung zur Legitimation öffentlicher Beiträge an die Personenschifffahrt“ (Analyse des incidences spatiales – un instrument de mesure pour légitimer des contributions publiques au transport de personnes par la navigation). Des parties de cette contribution étayée se fondent d'une part sur une expertise que l'IDT a réalisée, avec la collaboration du soussigné, pour le canton de St-Gall, au sujet de la navigation sur le lac de Constance en 2002, mais elle traite prioritairement de questions de méthodologie scientifique. Seuls quelques exemples ont été chiffrés à titre illustratif. Avec l'accès à ces publications se boucle un autre cercle d'information dont les caractéristiques principales se reflètent dans le présent travail.

2. Résumé / „Management Summary“

L'analyse effectuée durant les mois d'août à novembre 2004 est basée sur les méthodes classiques du calcul de création de plus-values, c'est-à-dire que nous avons procédé selon le modèle de calcul suivant:

	Création nette de plus-values de l'entreprise	(recueillie par questionnaire)
+	Prestations préalables touchées	(idem)
=	Création brute de plus-values	
+	Incidences secondaires de paiements	(relevées, calculs, etc.)
+	Chiffres d'affaires globaux induits	(multiplicateur sur plus-values brutes)
=	Création de plus-values tangibles	
+	Enoncés qualitatifs sur les effets tangibles	
=	Création totale de plus-values	

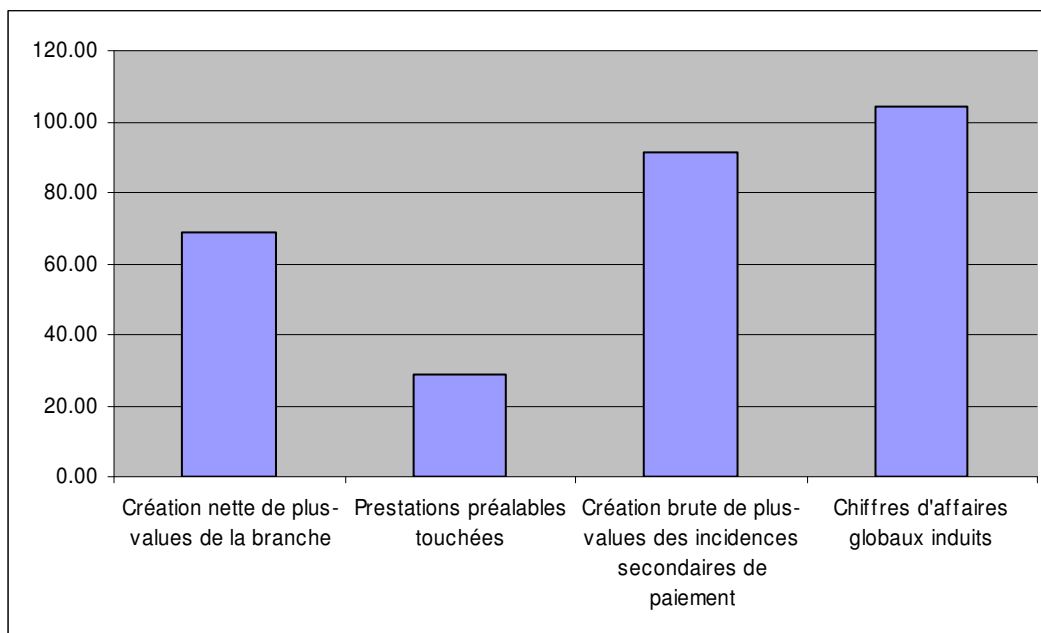
La base des données jusqu'à la création brute de plus-values des entreprises provient des comptabilités des sociétés membres. Les chiffres d'affaires globaux induits peuvent également être considérés comme irréprochables sur les plans méthodologique et statistique¹. Dans les incidences secondaires de paiements, des données consolidées ont été intégrées mais aussi, en partie, des hypothèses, des extrapolations et des évaluations. Dans l'intérêt de la fiabilité du rapport, celles-ci ont été utilisées de manière systématiquement conservatrice.

De cette approche découlent les résultats suivants:

Création de plus-values des entreprises de la branche	68,66 mio.
Prestations préalables touchées	28,74 mio.
Création brute de plus-values des incidences secondaires de paiements (p.ex. gastronomie à bord et à terre, accès et suivi du voyage)	91,35 mio.
Total des chiffres d'affaires induits ²	103,81 mio.
Total de la création de plus-values tangibles	292,56 mio.

¹ v. Frey/Hänsel, Regionalmultiplikator (1983) et chapitre 7.4

² idem



Pour y parvenir, il convient de calculer une série d'effets extrêmement importants mais qu'il est impossible ou que très difficile de chiffrer, par exemple dans le sens d'effets positifs de réseau, de composants d'image, d'effets de compétence et de benchmark, d'aspects ressortissant à l'histoire de l'art etc. Un effet de création de plus-values de la branche de la navigation de plus de CHF 300 millions peut donc être admis sans problème.

Cette valeur est aussi rendue très plausible par trois études actuelles de tiers (Rütter, Infras et BAK)³.

3. Remerciements

L'auteur profite de l'occasion pour remercier d'abord toutes les entreprises participantes et leurs collaborateurs responsables pour l'excellente collaboration. Des remerciements particuliers vont à Madame Susy Senn-Fleischmann de la VSSU qui, en matière administrative et de technique de secrétariat, m'a aidé de manière extraordinairement compétente. Divers responsables des entreprises de la VSSU m'ont soutenu dans le sens de „sounding-boards“; divers collaborateurs se sont retrouvés dans un panel ad hoc d'experts, ce dont je suis très reconnaissant. J'ai aussi bénéficié de l'aide amicale d'entreprises en aval de la navigation (p.ex. les chemins de fer de la Rigi et diverses entreprises gastronomiques). Last but not least,

³ V. chapitre Plausibilité p. 33 ss.

je remercie la VSSU, représentée par Messieurs Eberle et Bütikofer, pour son aide et son soutien efficaces.

4. Exposé du problème et objectif

A peu près depuis le début de la Première guerre mondiale, les entreprises de navigation de notre pays ont généralement pu compter sur certains apports des pouvoirs publics – avec beaucoup de nuances, sous les formes les plus diverses et avec une intensité variable. Pour cette raison, elles dépendent presque toutes de structures de co-financement de droit public.⁴

Lorsque la situation des ménages des pouvoirs publics est tendue, elle est aussi particulièrement délicate, car la navigation sur nos lacs n'appartient pas à priori aux «domaines tabous» auxquels on ne peut pas toucher, politiquement parlant.^{5 6} Les tendances actuelles, par exemple dans les domaines du temps de travail, des taxes douanières sur les carburants et des moyens de sauvetage, le prouvent à l'évidence et au-delà des mécanismes de couverture des déficits.

La présente étude doit renseigner, sous la forme d'une analyse des incidences, quelle importance il convient d'accorder à la création de plus-values pour l'économie nationale par la navigation du pays et quels éléments quantitatifs lui sont liés. Ces chiffres et les conséquences/toile de fonds devraient faciliter aux décideurs des corporations compétentes l'intégration de la navigation dans l'ensemble de la structure macro-économique.

⁴ Le plus souvent, les hypothèses suivantes sont utilisées (isolément ou cumulativement) comme instruments: aides aux investissements, indemnisations de trajets selon LF, indemnisations de trajets touristiques et garanties de déficit.

⁵ Au sujet de la fragilité face aux déficits de la navigation intérieure suisses et les aides au financement qui lui sont liées ainsi que sur les mécanismes de financement, voir en particulier: Bieger Th./Boksberger Ph. (2004), chapitre 1, pages 30 ss.

⁶ „L'exposé“ illustratif et actuel des deux départements concernés à l'ensemble du Conseil d'Etat du canton de Berne au sujet des aides transitoires aux sociétés de navigation bernoises (v. sources). Le vote négatif du Grand Conseil BS en matière de renouvellement du MS „Stadt Basel“, du 4 septembre 04 conforte la même tendance.

En ce qui concerne cet objectif, illustrons-le en citant la conclusion finale, inoffensive dans ce contexte, d'une étude sur les effets des remontées mécaniques en Bavière: „... obtiennent une „utilité pour la communauté“ qui dépasse leur entreprise. Elles contribuent de manière déterminante à la création de plus-values touristiques dans la région où elles sont installées et doivent être évaluées en fonction de leur *importance pour l'ensemble de l'économie*“.⁷

5. Le détail du calcul de la création de plus-values

5.1. Généralités

Le procédé méthodologique choisi pour cette étude se base sur la règle utilisée généralement à l'Université de St-Gall. Il a été développé de manière autonome pour ce cas spécifique et ne s'appuie pas sur les études de création de plus-values analogues, nées à peu près à la même époque ou peu avant⁸.

La création de plus-values comprend, dans un énoncé quantitatif, la valeur économique totale qui provient d'une unité économique à observer – ici la navigation – sur une unité géographique à déterminer – ici, l'ensemble de la Suisse et des régions définies dans des travaux partiels.

En d'autres termes, il s'agit de ne pas seulement calculer la création de plus-values provenant immédiatement et directement d'une entreprise (ou d'une branche économique), mais, dans la plupart des cas, également les autres effets économiques indirects. Du point de vue de l'économie politique, les effets dits «spillover» sont au centre et déterminent donc la méthode. Ils sont saisis le plus souvent par une analyse dite de l'incidence spatiale⁹.

Dans l'analyse de l'incidence spatiale (qui, en dernier ressort, dépasse largement le niveau d'observation purement monétaire), le calcul de la création de plus-values représente une analyse dite d'effets. La théorie de l'économie politique fournit toute une série d'hypothèses méthodiques, dont certaines exigent beaucoup de temps. Dans ce cadre, nous ne nous étendons pas sur leur praticabilité ni sur les preuves

⁷ Verband Deutscher Seilbahnen (www.seilbahnen.de) et dwif-Consulting GmbH, mai 2003; communication aux media

⁸ Etudes Rütter et Infras, v. sources et autres citations

⁹ Globalement, pour l'approche scientifique: Frey R.L. (1984)

qu'elles ont faites, car les entreprises participantes avaient souhaité une procédure aussi simple que possible et stable en soi, aux coûts administratifs les plus bas possibles, au profit de l'utilité pratique de cette étude.¹⁰

Dans ce sens, le calcul de la création de plus-values se répartit dans les étapes décrites ci-après¹¹.

5.2. Effets tangibles

„L'étape de base“ centrale est dite „de l'incidence primaire de paiement“ de l'unité économique étudiée. Ce niveau d'effets, appelé le plus souvent „création nette de plus-values par l'entreprise“, peut être déduit relativement simplement soit par les recettes soit par les dépenses d'une entreprise ou d'une branche économique. Dans notre cas, la VSSU a décidé, dans l'intérêt d'un calcul solide, d'emprunter les deux voies¹², ce qui a abouti à des valeurs plausible et étayées.

La deuxième étape, „l'incidence secondaire de paiement“, comprend tous les effets économiques directs (flux de paiements), qui sont générés *en supplément et immédiatement mais en troisième place* par la mise à disposition (dépenses) ou la consommation (recettes) du produit/prestation de service.

Il s'agit d'abord de calculer les *prestations préalables* acquises ou payées par les entreprises pour pouvoir produire (dans notre cas, par exemple, les carburants). Ces chiffres peuvent être établis sans autre à partir des bouclements comptables.

Au-delà – et dans une large mesure –, il s'agit aussi des dépenses directes auxquelles les passagers des bateaux consentent en plus du prix du voyage et en relation directe avec la navigation (par exemple voyage d'accès, gastronomie, entrées, attractions, etc.). Ces flux de paiements ne peuvent être établis qu'approximativement et en engageant de très gros moyens. Dans le cas présent, nous avons cependant dû calculer en recourant à des extrapolations très prudentes et après examen critique de valeurs tirées de l'expérience s'ajoutant à des composants clairement établis. Dans différents cas, nous avons aussi pu nous

¹⁰ Pour des détails méthodologiques v. Boksberger Ph. (2003) et les renvois qui y figurent

¹¹ En s'appuyant sur Bieger/Frey (2001)

¹² Modèle de calcul voir questionnaire à la page 14

appuyer sur des études compétentes des entreprises membres¹³. Des consultations d'experts¹⁴ ont également été entreprises sur certains thèmes.

E ce qui concerne les flux de paiements provenant des passagers des bateaux, on ne peut pas utiliser l'entier des chiffres d'affaires réalisés auprès de tiers comme création secondaire de plus-values mais seulement une quote-part de la création de plus-values. Celle-ci est prise en compte pour une part variant entre 50% et quelque 67%, tenant compte d'une part des coûts moyens de personnel de ces branches¹⁵, car il s'agit en règle générale de dépenses pour des prestations de service telles que la gastronomie ou le transport.

La *troisième étape de la création de valeur ajoutée* comprend les „chiffres d'affaires globaux dits induits“, qui, se fondant sur un multiplicateur dit régional¹⁶, représente tous les effets monétaires qui, au-delà des incidences primaire et secondaires, proviennent généralement des entreprises impliquées. Quoique, méthodologiquement, on pourrait admettre, avec la prudence nécessaire, de calculer également les chiffres d'affaires globaux induits fondés sur l'incidence secondaire totale (base: chiffres d'affaires), nous n'avons, dans l'intérêt de conclusions aussi étayées que possible, utilisé comme base de l'effet multiplicateur que la part de la création brute de plus-value de ces chiffres d'affaires.

Nous avons volontairement renoncé¹⁷ à chiffrer les „effets dits catalytiques“ qui se recoupent partiellement avec les effets intangibles décrits ci-dessous.

Les trois étapes décrites ci dessus sont désignés comme „effets tangibles (de la création de plus-values)“ parce chiffrables directement ou indirectement.

¹³ Les principales études de ce genre sont mentionnées dans le répertoire des sources.

¹⁴ Entretiens avec MM. Bütikofer, Brunner et Rüegger de SGV

¹⁵ V. annexe B

¹⁶ V. Frey/Häusel, Regionalmultiplikator (1983)

¹⁷ Le calcul des chiffres d'affaires totaux induits et – surtout – d'effets catalytiques, est aussi considéré comme problématique par certains auteurs. La discussion sur les multiplicateurs existe en réalité depuis Keynes. Une grande majorité des auteurs confirme cependant aujourd'hui l'existence de tels effets dans le sens de „state of the art“. V. NZZ no. 248 (23./24.10.04) „Konsum hängt nicht von Bahn und Bus ab“ (la consommation ne dépend pas du train et du bus).

5.3. Effets intangibles

D'autres effets qui ne peuvent pas être chiffrés ou alors que difficilement, sont aussi générés par une prestation économique. On les appelle les „*effets intangibles (de la création de plus-values)*“. En l'état actuel de nos connaissances et selon la terminologie en vigueur, il s'agit de:

- Effets de réseau
 - Effets de compétence
 - Effets structurels
 - Effets d'image
 - Effets culturels
 - Effets émotionnels
 - Effets de politique des transports
-
- *Les effets de réseau* sont des effets positifs catalytiques en ce qui concerne des contextes globaux. Ainsi, une entreprise de navigation peut unir toute une région en une „destination“ et créer de cette manière une valeur ajoutée considérable pour tout l'espace étudié. Cet effet varie fortement de région à région. Signalons dans ce contexte, pour illustration, un effet de réseau évident de la plus haute importance: le lac de Quatre-Cantons.
 - *Les effets de compétence* sont des effets qui signalent et agissent comme exemples, notamment dans le domaine de la qualité. Dans ce sens, une entreprise de navigation peut être benchmark de qualité touristique, conforme aux transports publics, mais aussi technique et artisanal¹⁸ pour toute une région et devient, à son tour, notamment par des effets dits effets cluster, une caractéristique pour le périmètre. Avec les effets d'image esquissés ci-dessous, il peut en découler des USPs¹⁹ pour l'entreprise. En fin de compte, ils peuvent et devraient aussi être matérialisés.
 - *Des effets structurels* résultent notamment des investissements dans les infrastructures. Ainsi, une station de navigation peut être un élément qui structure positivement une localité qui à son tour génère directement ou indirectement des plus-values.

¹⁸ Il suffit de penser aux sections techniques hautement compétentes et aux chantiers navals des entreprises de navigation

¹⁹ „Unique Selling Propositions“ = „Arguments de vente qu'on ne peut confondre et éventuellement uniques“

- *Les effets d'image* sont des effets sur la perception, dans le plus large sens du terme. Ainsi, des bateaux sur un lac ont un effet d'attraction vivifiant. Ils sont perçus comme un élément qui fait naturellement partie de la région. On ne peut s'imaginer la région sans navigation, car, en fin de compte, la navigation est un élément central de l'image d'une région de lacs.
- Dans le cas concret, *les effets culturels* deviennent surtout réels par la valeur idéale des flottes ou de parties de flottes. Ainsi, en plusieurs endroits, les bateaux à vapeur qui existent encore sont des monuments culturels officiellement enregistrés comme tels. Au-delà leur valeur matérielle, ils sont un élément de marketing et agissent comme une «attraction», générant finalement des chiffres d'affaires supplémentaires. Il va de soi qu'il y a une relation avec les effets d'image décrits ci-dessus.
- *Effets émotionnels*
Selon la recherche sur les motivations²⁰, il est évident qu'un grand nombre des voyages en bateau sont entrepris pour la détente, le plaisir, le repos, la réduction du stress, par simple hobby et par d'autres motivations semblables. Parallèlement, il est démontré²¹ que ces objectifs sont aussi atteints. Il en résulte – pour parler abstraitement et pour généraliser -, une contribution évidente à la santé publique.
- *Effets de politique des transports*
Alors même que cela ne ressort pas explicitement des documents de l'administration fédérale concernée²², la navigation apporte, par ses caractéristiques, une contribution à la promotion du trafic dit lent qui satisfait un vœu de la politique gouvernementale.

Tous ces effets intangibles ont en commun qu'on ne peut les chiffrer – mais dans la plupart des cas, ils sont véritablement significatifs²³.

²⁰ Voir, notamment, à ce sujet, l'étude Rütter, (Thuner-, Briener- und Bielersee) mais aussi l'étude Academia Engiadina (Untersee und Rhein).

²¹ do.

²² Projet du plan directeur pour le trafic lent de l'ETEC, décembre 2002, et le plan d'action Environnement et santé. Cité en, Freizeitverkehr, (trafic de loisirs) p.34

²³ Tant dans la littérature que dans la pratique, d'aucuns tentent parfois de chiffrer certains éléments intangibles avec des effets cumulatifs (existant réellement) de genres divers sous forme d'un multiplicateur supplémentaire. Dans cette étude, nous nous en distançons.

B. Partie compilation

6. Concept d'analyse utilisé / modèle de calcul

Nous avons procédé selon le schéma suivant:

- Création nette de plus-values par l'entreprise
- + prestations préalables touchées
- = Création brute de plus-values par l'entreprise
- + Incidence secondaire de paiement
(part de la création de plus-values générées causalement dans les chiffres d'affaires de tiers)
- + Chiffres d'affaires globaux induits
- = *création totale tangible de plus-values*
- + Enoncés qualitatifs sur les effets intangibles
- = Total de la création de plus-values

En accord avec la VSSU, un modèle simple mais admissible pour une étude empirique a été pris comme base pour relever les données de base. Il est brièvement représenté ci-dessous.

Dans ce sens, l'établissement des groupes de données se présente comme suit:

Verband Schweizerischer Schifffahrtsunternehmungen

Ebenastr. 20, 6048 Horw

Fax: 041 344 68 74 E-Mail: vvssu@tic.ch

Fragebogen

Name der Gesellschaft:

Erster Teil: Erhebung der Netto-Wertschöpfung nach zwei Methoden

1) Von der Inputseite her

Rubrik	2001	2002	2003
Betriebsertrag (netto)			
+ allf. Abgeltung oder sonstige Leistungen der öffentlichen Hand			
+ Nebenerträge			
+ Neutrale oder ausserordentliche Erträge			
= Gesamtertrag	0	0	0
abzüglich Sachaufwand*			
= Bruttowertschöpfung	0	0	0
abzüglich Abschreibungen			
= Nettowertschöpfung	0	0	0

* Sachaufwand = Vorleistungen anen Dritter, d.h. von aussen zugekaufte Leistungen/Produkte

2) Von der Outputseite her

Rubrik	2001	2002	2003
Personalkosten inkl. Sozialleistungen			
+ Zinszahlungen (auf Darlehen o.ä.)			
+ Dividendenzahlungen			
+ Steuern			
+/- Gewinn/Verlust			
= Nettowertschöpfung	0	0	0

Die Beträge können im Formular direkt auf dem PC eingegeben (graue Felder) und per Mail zurück gesandt werden, oder Sie können das Formular ausdrucken, handschriftlich ausfüllen und per Fax zurücksenden.

Bitte zurücksenden bis spätestens Dienstag, 10. August 2004!

Name der Gesellschaft:

Zweiter Teil: Erhebung der sekundären Wertschöpfungsebene

Bitte geben Sie uns an, über welche Angaben Sie verfügen, um jene Umsätze zu beziffern, welche Ihre Fahrgäste im direkten Zusammenhang mit der Schifffahrt auch noch generieren. Typisch sind beispielsweise Gastronomieausgaben an Bord (gilt aber nur dann, wenn Ihr Unternehmen nicht selbst Gastronomieunternehmer ist) oder solche an Land oder Ausgaben für anschliessende Bergbahnen, Attraktionen, etc.

Beispiele: Personenzahl, die beim Schloss Chillon aussteigt und einen Eintritt ins Schloss löst; Personenzahl, die in Vitznau aussteigt und weiter zur Rigi fährt; Personenzahl, die in Rapperswil aussteigt und den Kinderzoo besucht; Personenzahl, die bei der Petersinsel aussteigt und Essen geht.

Es ist uns bewusst, dass hier längst nicht für alle Fälle genügend erhärtete Zahlen zur Verfügung stehen - bitte melden Sie uns aber bitte alles, was Sie kennen oder wovon Sie direkt oder indirekt Kenntnis haben.

Vielleicht sind irgendwelche Relationen und Hinweise auch in Marketingstudien oder ähnlichen Untersuchungen touristischer Organisationen oder anderer touristischer Anbieter enthalten oder als Erfahrungswerte bekannt. Manches mag einfach auch "aus dem Gespür heraus" einigermassen bekannt sein. Wir sind Ihnen dankbar, wenn Sie uns solche Unterlagen zur Verfügung stellen können.

Wir werden versuchen, aus der Menge der eingegangenen Daten und Fakten eine globale Bezifferung herzuleiten, je breiter die Basis, umso zuverlässiger das Resultat.

Adressen, die uns weiter helfen:

Unternehmung, Verband, Restaurant, Attraktion, etc.	Adresse, ev. Tel. Nr.	Jahresfrequenz	Umsatz

Comme on le voit, les chiffres ont été relevés pour les années 2001, 2002 et 2003. Ce procédé s'imposait parce que la navigation dépend très fortement de divers facteurs intervenant à brève échéance (notamment l'évolution de la météo). Au plan météorologique, l'année 2001 était relativement „banale“, l'année 2002 mauvaise durant la saison d'été alors que l'année 2003 était très nettement favorable.

Les questionnaires, formulés selon cet exemple, ont été envoyés le 29 juillet 2004 à tous les membres de la VSSU: les réponses, renvoyées les unes après les autres, ont été examinées en permanence sur leur plausibilité et intégrées dans le rapport. Au début septembre, un autre questionnaire spécifique a été conçu et envoyé, notamment pour relever des données plus consistantes sur le domaine gastronomique. Pour approfondir et rendre plausibles les résultats, des entretiens personnels ont été menés avec divers responsables de sociétés de navigation et d'autres experts en tourisme.

7. Effets tangibles

Comme nous l'avons mentionné, on entend par effets tangibles tous les éléments de la création de plus-values qui peuvent être quantifiés, en d'autres termes, exprimés en chiffres.

7.1. Incidence primaire des paiements

Le relevé de la création nette de plus-values génère les résultats cumulés suivants:

2001 Calcul de l'input	CHF	68,42 mio.
2001 Calcul de l'output	CHF	70,04 mio.
2002 Calcul de l'input	CHF	65,23 mio.
2002 Calcul de l'output	CHF	67,75 mio.
2003 Calcul de l'input	CHF	68,55 mio.
2003 Calcul de l'output	CHF	71,99 mio.

Les légères différences entre le calcul input et le calcul output se fondent sur une série de réductions individuelles de portée comptables cumulées ou alors de particularités spécifiques aux entreprises.

La moyenne de tous ces chiffres donne, au niveau de l'incidence primaire des paiements, une création nette moyenne de plus-values des entreprises suisses de navigation de

CHF 68,66 mio.

Pour la suite de cette étude, nous utiliserons ce chiffre de base.

7.2 Incidence secondaire des paiements

Comme nous l'avons décrit plus haut, nous tentons, sous ce titre, d'établir les créations de plus-values d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises qui sont générées en un autre lieu (chez un tiers) parce que l'objet de l'analyse induit de manière causale des prestations préalables et postérieures. Ainsi, seules des incidences sont représentées qui ont un rapport immédiat et direct avec la navigation.

Pour notre cas concret, les prestations préalables et postérieures peuvent être réparties comme suit:

- Des prestations que les sociétés de navigation achètent: celles-ci sont clairement chiffrées par l'action des questionnaires dans la rubrique „coûts de choses, c'est-à-dire prestations acquises de tiers“.
- Des prestations que les clients de la navigation fournissent pour simplement parvenir à la navigation, en d'autres termes, en particulier les coûts d'accès (titres de transport, coût MIV). Ces flux de paiement ne peuvent être qu'estimés et ils entrent pour une incidence de création de plus-values de 66%²⁴ dans le calcul total.
- L'incidence secondaire de paiement la plus significative se fonde sur les dépenses que les passagers des bateaux effectuent en relation directe avec leur voyage en bateau, soit, par exemple, les dépenses en gastronomie (à bord et à terre), les tickets pour les remontées mécaniques, les entrées pour des attractions, etc. Le fait qu'il n'est possible de procéder qu'à des estimations soigneuses et conservatrices est commun à tous ces paiements. Ils ne peuvent être pris en compte que pour une quote-part de création de plus-values d'environ 67%²⁵.

²⁴ V. annexe B

²⁵ V. annexe B

7.2.1 Prestations préalables achetées par les entreprises de navigation

Selon nos relevés, les prestations achetées à des tiers par les membres de la VSSU au cours des trois années analysées, qui constituent donc une création externe directe de plus-values, atteignent les sommes suivantes:

2001:	CHF	27,88 mio.
2002:	CHF	29,28 mio.
2003:	CHF	29,07 mio.
Moyenne:	CHF	28,74 mio²⁶.

7.2.2 Coûts de l'acheminement des passagers aux bateaux

Chiffrer exactement ces flux de paiements exige des questionnements et des calculs exigeant beaucoup de temps. Or on sait que les données ne pourraient être évaluées qu'approximativement. Dans le sens d'un calcul d'approximation simplifié et volontairement conservateur, nous sommes partis, pour ce cas concret, des hypothèses suivantes²⁷, sachant pertinemment que des décisions fort différentes d'une entreprise à l'autre ont été prises; en ce qui concerne les «fréquences significatives» et le taux de création de plus-values, nous renvoyons, notamment, aux annexes A et B:

- 20% des passagers sont (en moyenne de toutes les entreprises de la VSSU) des *touristes étrangers*. Une partie d'entre eux génère finalement de la création de plus-values en voyageant en Suisse par le paiement de forfaits mais échappe à une estimation raisonnable, une autre partie loge (sans rapport évident avec la navigation) à proximité d'un lac et ne génère pas de coûts d'acheminement qui pourraient être imputés spécifiquement à la navigation. **0,0 mio.**

²⁶ Sous l'impulsion de prix de carburants en forte hausse, cette valeur devrait, en principe, être corrigée vers le haut. Dans le sens d'une approche conservatrice, nous y renonçons explicitement.

²⁷ Corroboré par des entretiens avec des experts, des consultations à l'IDT-HSG et complété par des études isolées de marketing de sociétés de la VSSU.

- 20% sont *voisins* qui parviennent à la navigation sans coûts préalables importants qu'on ne peut isoler causalement. **0,0 mio.**
- 10% des passagers sont des *hôtes suisses en vacances* dans les régions significatives. Dans cette catégorie, il n'est pas possible de chiffrer des dépenses pour l'accès qui dépendraient directement de la navigation. **0,0 mio.**
- 30 % des passagers sont des *hôtes journaliers* (ou provenant des régions immédiatement voisines de l'étranger) qui *n'habitent pas à proximité immédiate du lac* et se déplacent par les TP. Les dépenses moyennes pour un voyage retour en Suisse se montent à CHF 17.00²⁸. Nombreux étant les passagers de bateaux effectuant un voyage aller retour, il n'est pas possible d'utiliser tout le volume comme base mais seulement les deux tiers²⁹, dont environ les deux tiers sont significatifs pour la création de plus-values³⁰.

66,6% de 30% = 20% du volume global ou 2,4 mio de passagers à CHF 17.-, dont deux tiers **CHF 27,2 mio.**

- 15 % des passagers sont des hôtes journaliers qui se rendent par MIV à la navigation. Puisqu'ils doivent retourner à la voiture etc. (voyage retour), on ne peut, dans ce cas spécial, que prendre en compte la moitié du volume. Cela se réduit à au moins la moitié, car pour la circulation d'excursion, il convient de compter avec au moins 2 occupants par véhicule. Le chiffre à retenir est donc de 0,45 mio. Distance moyenne d'accès 40 km, consommation de carburant 0,8 x 10 l x 1,5 (prix de l'essence), dont 50% créant des plus-values = **2,7 mio.**

Total	CHF 29,9 mio.
--------------	----------------------

(Il ressort également des données ci-dessus que le splitting modal des hôtes journaliers est clairement imputable, soit dans une proportion de 2:1, aux TP. Ce

²⁸ Source: marketing du transport de personnes des CFF. Il s'agit des coûts d'un voyage retour moyen ½ tarif, 2e classe, soit d'une valeur conservatrice.

²⁹ Annexe A

³⁰ Annexe B

rapport peut se présenter de manière tout à fait différente selon le lieu, mais il est étayé par des constatations faites tant en des lieux cruciaux, parce que fortement fréquentés tels que Lucerne, Thoun ou Interlaken, que par l'interview des hôtes par la ZSG en l'an 2000.)

7.2.3 Chiffres d'affaires significatifs de l'hébergement

Les documents disponibles et les résultats des interviews ne permettent que des énoncés peu sûrs sur ce thème partiel. Nous partons donc volontairement d'hypothèses très conservatrices. Sur la base d'entretiens avec des experts, nous partons de l'hypothèse qu'en Suisse, on ne peut établir un lien de causalité avec la navigation pour quelque 25'000 nuitées. En regard des groupes cibles, le taux ayant été fixé plutôt bas à CHF 90.- par nuit/petit déjeuner, il en résulte un taux de création de plus-values de 66%³¹

CHF 1,50 mio.

Dépenses immédiatement consécutives au voyage en bateau:

7.2.4 Gastronomie à bord

La gastronomie à bord représente le composant le plus sûr et le plus plausible du deuxième niveau d'incidence. Les flux de paiements qui sont générés dans ce contexte sont relativement simples à relever. Comme base, le même modèle a été appliqué à tous les lacs/sociétés, à savoir:

Chiffres d'affaires de la gastronomie à bord
./.
= versements (par exemple loyers) aux sociétés
= chiffres d'affaires nets
dont 56 % (valeur d'expérience en gastronomie) créant des plus-values³².

Le chiffre calculé à partir de l'action spécifique du questionnaire se présente, en moyenne des années 2001 / 02 / 03, comme suit:

Chiffre d'affaires moyen des trois années: CHF 37,38 mio.

³¹ V. Tourisme Suisse en 2004, et annexe B

³² V. Annexe B

Création brute de plus-values avec un coefficient de 57%: CHF 21,30 mio.
--

Ce chiffre étaie de manière assez impressionnante le spillover considérable de la navigation sur la branche de la gastronomie à bord qui le suit directement. Comme la relation immédiate de ces flux de paiements avec la navigation est évidente, aucun facteur de correction n'a été appliqué.

7.2.5 Gastronomie „à terre“

Aucune étude empirique approfondie et aucune hypothèse méthodique n'existent pour cette incidence. Nous avons donc, sur la base des indications, des matériaux et des entretiens avec des experts disponibles, créé une propre approche pour chiffrer ces flux de paiements:

- On ne peut se servir, comme fréquence significative, des quelque 12 mio de passagers annuels, car de nombreux voyages en bateau comprennent l'aller et le retour. Au vue des néanmoins nombreux passages simple course, une part significative de 66,6% de l'ensemble de la fréquentation est prise comme base, soit un chiffre de quelque 8 mio de passagers «à prendre en compte»³³.
- 17,5 % de tous les passagers de bateau³⁴ ne consomment rien (en plus) à terre parce qu'ils ont utilisé (ou qu'ils utiliseront) la gastronomie à bord.
- 20% des passagers ne consomment rien dans un périmètre proche, parce qu'ils poursuivent le voyage (en TP, MIV ou à vélo) immédiatement à la suite de la navigation et qu'on ne peut, méthodologiquement parlant, intégrer une éventuelle consommation ultérieure dans une relation claire de causalité avec la navigation.
- 15% de tous les passagers de bateaux ne consomment rien sur la rive car ils ont entrepris un pur circuit sans «sortie à terre».
- 5% des passagers ne consomment rien à terre, car la navigation est liée à un but (pendulaires, écoliers achats etc.).
- *32,5 % des passagers qu'il est possible de prendre en compte consomment une boisson et/ou un snack dans un périmètre qu'il est plausible de relier à la*

³³ V. aussi annexe A

³⁴ Valeur d'expérience (taux des consommateurs de la gastronomie à bord)

navigation. Hypothèse conservatrice pour cette dépense
 = CHF 5.00. 2,6 mio. x CHF 5.- **CHF 13,0 mio.**

- *10% des passagers entrant en ligne de compte consomment dans un périmètre significatif un repas plus ou moins important plus des boissons. Hypothèse conservatrice, en moyenne CHF 32.00.*
 0,8 mio. x CHF 32.- **CHF 25,6 mio.**

Chiffre d'affaires total de la gastronomie à terre que l'on prendra en compte
CHF 38,6 mio.

Dont 57% créent des plus-values	CHF 22,00 mio.
--	-----------------------

7.2.6 Moyens de transport en aval (remontées mécaniques etc.)

La situation se présente de manière très différenciée en fonction de chaque lac. Comme particulièrement «suivi», il faut considérer le Lac des Quatre-Cantons (Pilate, Rigi, Bürgenstock, Klewenalp, Seelisberg et d'autres). Mais les passages en chemin de fer du Briener Rothorn ou sur le Monte Generoso depuis le Lac de Lugano ou – dans une mesure plus modeste - aux Rochers-de-Naye à partir du Lac Léman ont aussi une certaine importance. Diverses entreprises touristiques dans toute la Suisse, peut-être moins connues, profitent également des bateaux qui leur amènent des touristes.

La vente de billets directs (uniquement ceux qui suivent immédiatement la navigation) de la SGV se monte annuellement à quelque 2,8 mio. Dans ce chiffre ne sont pas compris des billets de transport pour la poursuite du voyage en bateau qui, suite (ou avant la navigation) ont été acquis en dehors de la SGV³⁵. Parmi les autres lacs, les chiffres d'affaires des billets du transport direct de la CGN ont été relevés par la comptabilité; pour toutes les autres sociétés, les indications ont été puisées dans le questionnaire 1 et, dans certains rares cas, nous avons formulé des hypothèses prudentes. Dans le sens d'une projection conservatrice, les transports directs de toutes les entreprises en dehors de la SGV se montent à quelque 1,2 mio. Il en résulte un DV directement généré par les sociétés de navigation de quelque 4,0 mio de CHF.

³⁵ Ainsi, un billet acquis à Vitznau pour Rigi-Kulm ou un ticket d'Olten via Lucerne/bateau à la Rigi.

Pour des tickets qui conduisent plus loin, que les passagers de bateau ont acquis directement auprès de tiers en relation immédiate avec la navigation (par exemple auprès d'une société de chemin de fer de montagne, mais surtout auprès des stations de départ du voyage), les sommes ci-dessus ont été complétées/augmentées d'un facteur de 1,75 après des consultations spécifiques des contrôles de transport de quelques sociétés de la VSSU³⁶, de manière forfaitaire mais conservatrice³⁷. Il en résulte un

total de CHF 11,0 mio.

Avec un taux de création de plus-values de deux tiers, il en résulte une

Création brute de plus-values de	CHF 7,33 mio.
---	----------------------

7.2.7 „Petites dépenses“ des passagers de bateaux

Dans cette rubrique, on trouve toutes les dépenses diverses que les passagers de bateaux effectuent en relation avec la navigation et qui, dans le cas contraire, ne se feraient pas. Cela va d'une crème glacée acquise dans un kiosque en passant par la carte postale jusqu'à la crème solaire, de matériel de film à des publications et des souvenirs de toutes sortes. Dans ce vaste domaine de la consommation, il n'y a que des estimations et des suppositions, raisons pour lesquelles ces valeurs sont intégrées avec beaucoup de retenue.

En raison du taux de voyages retour, quelque deux tiers des passagers sont significatifs. On tiers d'entre eux³⁸ devrait effectuer une „petite dépense“. En moyenne, on admet à ce titre CHF 6.-³⁹. Il en résulte des chiffres d'affaires de tiers de 16,0 mio. Le taux de création de plus-values dans ce domaine est plus bas, il est estimé, dans ce cas, à 50%. Dans ce domaine, il en résulte une création brute de plus-values de

³⁶ Et du marketing des chemins de fer de la Rigi qui a pu fournir, à ce sujet, des documents précis.

³⁷ Les chiffres examinés permettent de penser qu'un facteur de 1,75 ou encore plus élevé (respectivement Vitznau-Rigi, avec un fort taux de 2) est réaliste.

³⁸ Valeur moyenne des opinions d'experts.

³⁹ do.

CHF 8,0 Mio.

7.2.8 „Attractions“ en aval etc.

Dans le domaine (notamment les entrées à diverses institutions et manifestations), nous ne disposons que de peu d'indications. Sur la base des informations⁴⁰ reçues on peut, en calculant prudemment, partir pour l'ensemble du pays d'un chiffre d'affaires généré de manière significative par la navigation de quelque 2,0 mio. CHF. Dans le sens de cette hypothèse, on admet quelque 66% comme création brute de plus-values⁴¹.

CHF 1,32 mio.

⁴⁰ Tiré du questionnaire 1 et après dépouillement des demandes de renseignements complémentaires.

⁴¹ Prenons, parmi diverses idées à creuser, les suivantes: Château de Chillon, Aquapark et Parc Vapeur Bouveret, châteaux d'Oberhofen et de Spiez, Grottes de Beatus, Musée suisse des transports, Bâle, plaque tournante des transports, Jardin zoologique de Goldau, Zoo pour enfants de Rapperswil, Alpamare Pfäffikon SZ, (mais pas l'île de Mainau ou le Festival de Bregenz qui crée des valeurs à l'étranger) ainsi que les manifestations les plus diverses tels que des festivals d'été ou de l'eau ainsi que des événements semblables dans toute la Suisse.

7.3 Récapitulation de l'incidence primaire et secondaire de paiement des deux niveaux

Création moyenne de plus-values des entreprises de la VSSU	68,66 mio.
Moyenne des prestations préalables achetées	<u>28,74 mio.</u>
Création moyenne de plus-values des entreprises	97,40 mio.
Création de plus-values par les passagers des bateaux	
Dépenses d'accès significatives pour la création de plus-values	29,90 mio.
Dépenses d'hébergement significatives pour la création de plus-values	1,50 mio.
Création brute de plus-values par la gastronomie à bord	21,30 mio.
Création brute de plus-values par la gastronomie à terre	22,00 mio.
Moyens de transports en aval (DV)	7,33 mio.
Part de la création de plus-values des petites dépenses des passagers	8,00 mio.
Part de la création de plus-values des attractions en aval etc.	<u>1,32 mio.</u>
Total	91,35 mio.
Création brute de plus-values par les entreprises	97,40 mio.
Calcul de la création brute de plus-values chez des tiers	<u>91,35 mio.</u>

Somme de l'incidence primaire et secondaire	188,75 mio.
--	--------------------

7.4 Chiffres d'affaires globaux induits

Partant de la somme des flux de paiement primaires et secondaires en relation directe avec la branche de la navigation, il convient de tenir compte du fait que d'autres chiffres d'affaires seront générés en aval qui, de leur côté, créent également des valeurs. Ces effets multiplicateurs sont étayés sur la base de phénomènes économiques de base, mais ne peuvent être chiffrés qu'indirectement sur la base de valeurs d'expérience. Ils ont été développés scientifiquement et chiffrés

concrètement par Frey/Häusel⁴² sous le titre de „multiplicateurs régionaux“ et se montent en Suisse et en fonction de la région entre 1,30 et 1,59⁴³.

Méthodologiquement, on pourrait en soi admettre de prendre en compte, comme situation de départ, tous les *chiffres d'affaires* primaires et secondaires induits par la navigation. Pour éviter les recoupements et les additions à double, nous avons choisi la voie nettement plus conservatrice par la création brute de plus-values étayée en choisissant cependant le multiplicateur pour l'ensemble de la Suisse qui est positionné au niveau supérieur de l'échelle des multiplicateurs cités, soit à 1,55.

Partant de la création totale brute de plus-values significatives de 188,75 mio., il en résulte

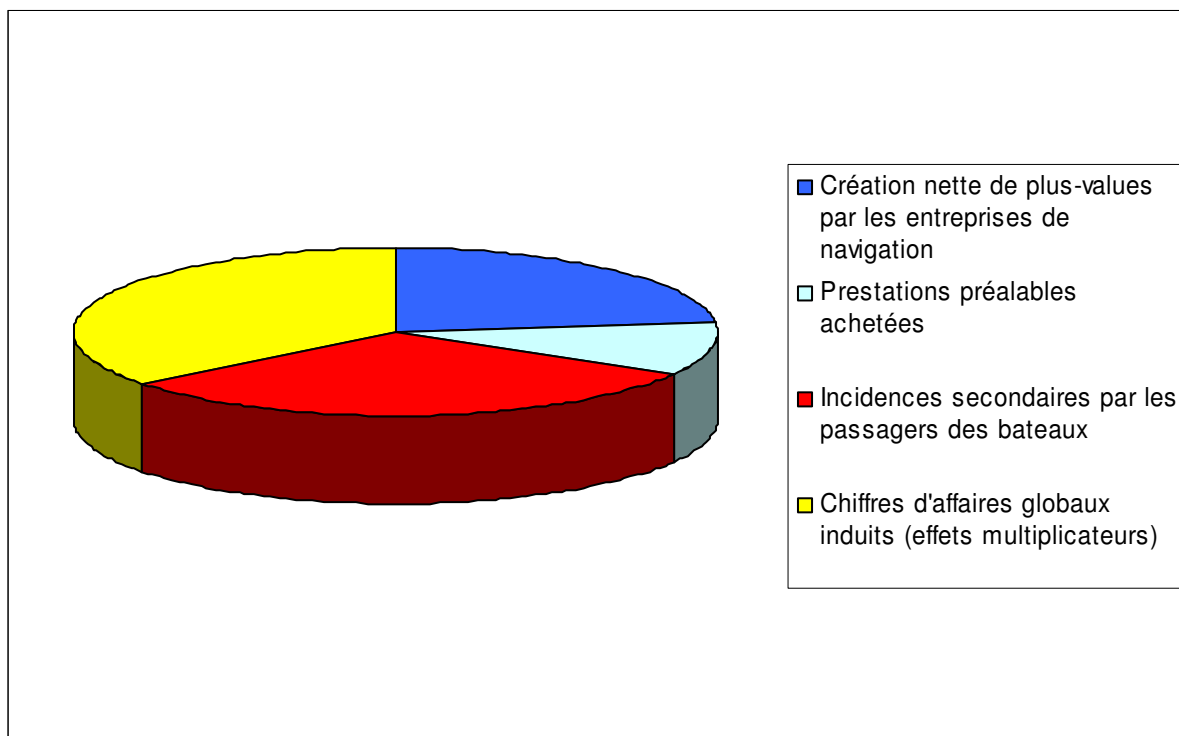
un **effet multiplicateur de CHF 103,81 de mio.**

⁴² Frey/Häusel (1983)

⁴³ En comparaison avec les anciens länder occidentaux de la RFA, le multiplicateur régional en dehors des grandes agglomérations se chiffre, selon des sources fiables, en moyenne à 1,66, avec cependant une forte dispersion. Les chiffres suisses plus bas se trouvent donc «en sécurité».

7.5 Compilation finale des effets tangibles

Création nette de plus-values des entreprises de navigation	CHF 68,66 mio.
Prestations préalables achetées	CHF 28,74 mio.
Incidences secondaires par les passagers des bateaux	CHF 91,35 mio.
Chiffres d'affaires globaux induits (effets multiplicateurs)	<u>CHF 103,81 mio.</u>
Total	<u>CHF 292,56 mio.</u>



8. Effets intangibles

8.1 Généralités

Depuis quelque temps, le centre d'intérêt scientifique s'est nettement élargi lors de l'observation d'effets économiques dus à la création de plus-values. En plus d'effets monétaires qui résultent directement et indirectement des entreprises de navigation et de leur utilisation, il est prouvé qu'une série d'effets „non saisissables“, c'est-à-dire d'effets intangibles sont également générés⁴⁴. Pour le positionnement de la navigation dans la comptabilité nationale, ils recèlent un potentiel élevé et, par conséquent, aussi pour «l'estime» qu'on lui porte. Les effets de création de plus-values décrits ci-dessous selon la systématique aujourd'hui dominante sont d'une part absolument réels mais de l'autre, ils échappent à toute quantification raisonnable. Ci-dessous, l'appréciation de ces effets.

8.2 Effets de réseau

Par le fait que des lacs et des rivières, des régions et des moyens de transport sont liés entre eux de manière naturelle, les plans et cours d'eau représentent un réseau sui generis. S'il y a une offre de navigation sur ces eaux, les conditions naturelles deviennent un réseau institutionnel⁴⁵. Dans presque tous les cas, la valeur d'un tel réseau ne peut être suffisamment appréciée – et ne peut, néanmoins, être exprimée en chiffres⁴⁶. Le renvoi à une fonction de réseau évidente, par exemple du Lac des Quatre-Cantons doit suffire comme indication.

Dans une autre interprétation de la notion de réseau, il convient de renvoyer à la forte intégration de respectivement la navigation et des entreprises de navigation dans un réseau très complet d'association nationales et internationales, de sociétés et d'organisations de nature prioritairement technico-professionnelles et touristiques: par un échange régulier au sein de ce réseau et par la collaboration intense avec des partenaires choisis, la navigation peut être comprise comme un acteur important de la fourniture de prestations touristiques suprarégionales.

⁴⁴ V. Boksberger, p. 16

⁴⁵ Des réseaux sur un lac qui ont toute l'année une fonction d'accessibilité sans alternative valable deviennent des effets tangibles par l'indemnité compensatoire selon EBG.

⁴⁶ Davantage sur les effets de réseau: Schräder A., Netzwerke in Transport und Tourismus (2000)

8.3 Effets de compétence

Dans de nombreux cas, les entreprises de navigation peuvent être considérées comme benchmark de compétence pour l'ensemble de l'offre touristique et de transports d'une région. En même temps, des entreprises de navigation disposent, en de nombreux endroits, d'un fort rayonnement dans le domaine technico-artisanal. La présence d'un niveau de qualité élevé tant dans l'aspect intérieur (back-office, technique) qu'au front des prestations de service (stations et bateaux) sert de référence. La théorie des clusters⁴⁷ souligne que des effets (d'exemple) issus d'un élément benchmark conduisent, en fin de compte, à une adaptation appropriée (mise à jour) dans un contexte plus vaste et continu. Ce rayonnement de compétence et de qualité ne peut pas être chiffré, comme les autres effets intangibles, mais dans tous les cas, il devrait être pris en compte comme arrière-plan. Avec les effets culturels et d'image que nous décrivons plus loin, il résulte en fin de compte des USP pour les entreprises de la VSSU qui, de leur côté, peuvent ou devraient parfaitement être matérialisées.

8.4 Effets structurels

La navigation a besoin de certaines infrastructures, quoique comparativement moins que d'autres institutions qui génèrent de leur côté des effets saisissables et intangibles. En fonction des conditions du lieu, la station de navigation peut être considérée comme un classique capable de devenir réellement une sorte de centre local subsidiaire qui, à son tour, génère ou pour le moins autorise les utilisations les plus diverses et, par conséquent, des créations de plus-values. Jusqu'à un certain degré, on peut aussi appliquer cette hypothèse aux chantiers navals (par exemple représentations théâtrales et autres événements „sur place»). Toutefois, les valeurs matérielles sont généralement produites sous forme de taxes sur l'utilisation qui sont comprises dans la création primaire de plus-values (recettes accessoires).

⁴⁷ Au sujet de la théorie des clusters, v. notamment Scherer/Bieger (2003) et diverses publications du prof. Alain Thierstein EPFZ

8.5 Effets sur l'image

Les effets sur l'image et la marque résultant d'une installation touristique agissent sur les niveaux émotionnel, de la motivation et cognitive⁴⁸. Il convient d'accorder le plus grand poids à ces facteurs „mous“. De tous les facteurs intangibles, l'effet sur l'image est sans doute le plus difficile à exprimer en de quelconques valeurs monétaires – néanmoins, il s'agit probablement du plus efficace de tous les effets non saisissables en chiffres:

On ne peut plus guère imagier visuellement le paysage de nos lacs sans la navigation publique vivifiante. De leur côté, les bateaux⁴⁹ ont un rayonnement positif, de joie de vivre, d'insouciance. A raison, la perception du transport suisse de personnes par bateaux dans la population indigène mais aussi par les touristes du pays et de l'étranger peut être décrite comme „positive dans tous les milieux“. D'une part, elle représente un potentiel émotionnel précieux pour les efforts de marketing des entreprises et de l'autre, un effet spillover inestimable dans le sens d'un goodwill touristique général.

8.6 Effets culturels

Par la valeur spirituelle de la culture de certaines flottes ou parties de flottes (par exemple les vapeurs), naissent des éléments de création de plus-values qui, en fin de compte, trouvent leurs répercussions dans le chiffre d'affaires des entreprises concernées. Mais bien au-delà, il y a les nombreux éléments culturels typiques de la navigation qui créent une identité et un goodwill qui, à leur tour, bénéficient aux effets sur l'image.

Les révisions et les renouvellements de monuments de la culture de la navigation exigent par ailleurs un savoir-faire spécifique représenté par les emplois hautement qualifiés. On parvient ainsi une nouvelle fois à l'effet de compétence (et finalement à l'effet de clusters).

⁴⁸ V. Boksberger, p. 17, fondé sur Wellhoener, 1992

⁴⁹ Avec des énoncés parfois positivement teintés et connotés comme „d'un blanc brillant immaculé“, „avec des drapeaux colorés“, „avec des gens joyeux à bord“.

8.7 Effets émotionnels

Des recherches concrètes de la branche sur la motivation⁵⁰ démontrent sans conteste qu'une grande majorité des voyages en bateau servent à la détente, au plaisir, à la récupération, à réduire le stress ou de violon d'Ingres et sont inspirés de motivations de cet ordre. Parallèlement, il ressort des études citées, qu'en général, ces objectifs sont aussi réellement atteints.

En poursuivant la réflexion jusqu'au bout, on peut en dire qu'il s'agit d'une contribution évidente à la santé publique.

8.8 Effets sur la politique des transports

A raison, la mobilité par bateau peut être attribuée, mutatis mutandis, au „trafic dit lent“⁵¹ même si elle n'est pas formellement désignée comme telle. La promotion/soutien de cette forme de mobilité fait partie des objectifs déclarés à tous les niveaux politiques. Alors même que dans la navigation dont nous discutons ici, la progression n'est pas obtenue par la force musculaire, le très haut degré de réalisation de la motivation fondée surtout sur «l'enrichissement spirituel“ par des voyages en bateau, peut aussi être considéré comme une certaine contribution à la santé publique.

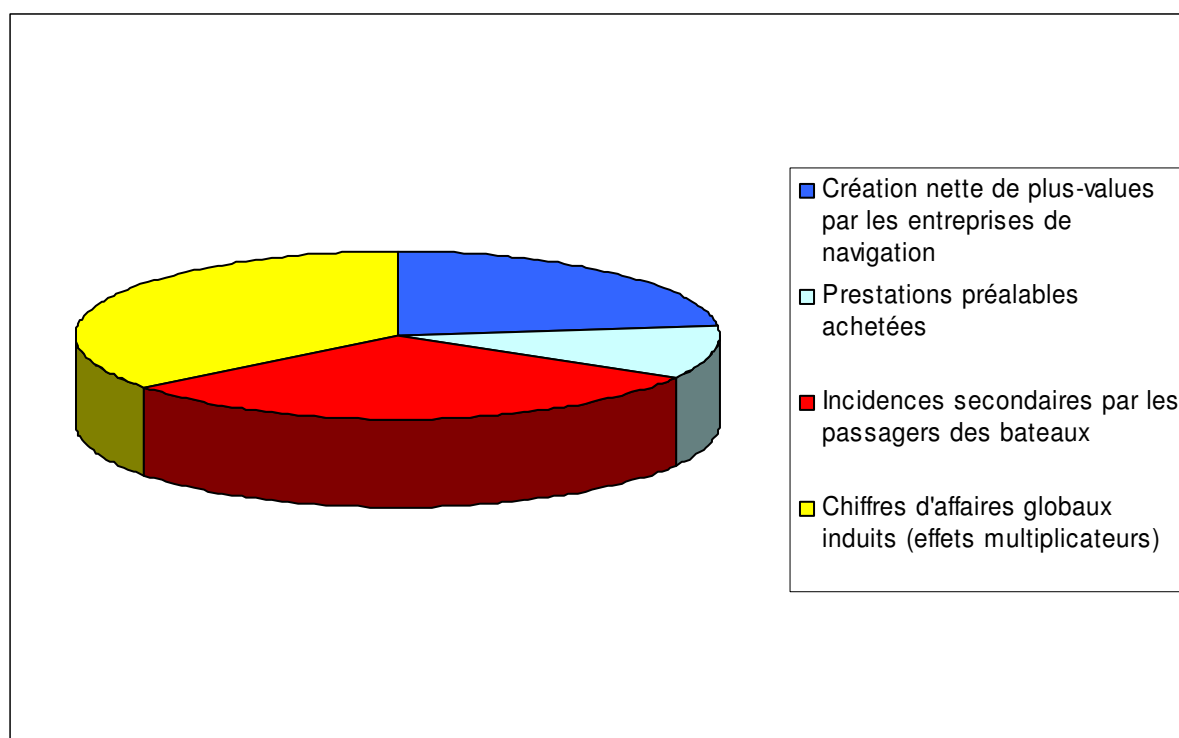
⁵⁰ Par exemple Rütter (Thuner-, Brienzer- und Bielersee, 2004), ZSG (2000), URh (2002).

⁵¹ Par exemple le Plan d'action environnement et santé, cité en ARE, Freizeitverkehr, p.34 et le projet „Modèle trafic lent“ de l'ETEC, décembre 2002

C. Résumé et conclusions

9. D'un point de vue purement matériel, l'addition de tous les éléments donne:

Création nette de plus-values des entreprises de navigation	CHF 68,66 mio.
Prestations préalables achetées	CHF 28,74 mio.
Indicences secondaires par les passagers des bateaux	CHF 91,35 mio.
Chiffres d'affaires globaux induits (effets multiplicateurs)	<u>CHF 103,81 mio.</u>
Total	<u>CHF 292,56 mio.</u>



A cela, il convient d'intégrer, en toile de fond, les effets intangibles décrits: à raison, toutes les observations décrites permettent de chiffrer, par une approche conservatrice, le montant calculé des plus-values des entreprises groupées au sein de la VSSU à «quelque CHF 300 mio».

10. Cette valeur est-elle plausible?

Le montant des effets chiffrables, calculé à quelque CHF 300 mio., est solidement étayé par divers composants intangibles. Il peut être soumis à trois tests de plausibilité valables et actuels qui ont été rendus possible, indépendamment l'un de l'autre et indépendamment des analyses suscitées par le présent travail:

- Premièrement, en été 2004, le *Bureau Infrac* a rendu une étude d'un certain poids sur l'importance de l'ensemble des transports publics en Suisse pour l'économie nationale. Ce travail aborde également les „chemins de fer spéciaux et la navigation“⁵². Les plus-values totales du dit secteur y sont chiffrées par rapport aux 7'680 employés (équivalents plein temps) à quelque 3'400 mio. de CHF.

Les sociétés affiliées à la VSSU occupent un peu plus de 10% de ce chiffre. Si on rapporte cette valeur, mentionnée de manière linéaire, au nombre des employés dans la navigation, on parvient à une valeur de quelque 363 mio. CHF –, soit un chiffre dont l'ordre de grandeur se situe dans la fourchette de nos évaluations mais néanmoins nettement au-dessus de nos propres calculs. Ce fait s'explique cependant sans autre par les plus-values spécifiques élevées et démontrées des remontées mécaniques⁵³ (notamment par les effets d'hébergement et les dépenses journalières élevées, en particulier en hiver).

- Deuxièmement, l'étude *Rütter*⁵⁴ pour le canton de Berne a révélé une création brute de plus-values de la navigation sur les lacs du canton de l'ordre de 32,5 mio. Si, une nouvelle fois, ce chiffre est mis linéairement en rapport avec la totalité des emplois dans la navigation CH, il en résulte une valeur de quelque 249 mio. de CHF.

⁵² Chapitre 6.2., pages 76 et 77

⁵³ V. diverses études de IDT-HSG

⁵⁴ V. liste des sources

- Troisièmement, on peut partir, dans le sens d'un rapprochement et pour compléter notre exposé, de *l'étude BAK sur le tourisme d'un jour en Suisse*⁵⁵. En moyenne suisse, les dépenses d'un touriste d'un jour y sont chiffrées (fondées sur deux sources indépendantes l'une de l'autre) à CHF 66.50. Si on en déduit CHF 11.50 comme dépense moyenne pour la seule navigation, il subsiste une valeur de CHF 55.00 pour les autres dépenses de la journée qui peuvent être ajoutées comme flux secondaires de paiements en rapport avec un voyage en bateau. Dans l'hypothèse supplémentaire d'une prise en compte d'un taux de création de plus-values par 8 mio. passagers, il en résulte ainsi, dans l'hypothèse d'un taux de création de plus-values de 58 % en moyenne, un montant de CHF 255,2 mio. Avec l'incidence primaire des entreprises de 97,4 mio., il résulte de ce mode de calcul une somme de CHF 352,6 mio. Puisque le tourisme hivernal d'un jour, en particulier, pousse la valeur moyenne de manière significative vers le haut, la valeur calculée par nos soins, se situant environ un cinquième en dessous, devient aussi plausible.

Notre valeur tangible de près de 300 mio. se situe donc respectivement dans l'ordre de grandeur de la moyenne des trois analyses que nous avons utilisées pour la comparaison (CHF 321,53 mio.), et légèrement en dessous, ce qui s'explique facilement par des hypothèses énoncées volontairement avec de la retenue et en recourant à des extrapolations conservatrices ainsi que par la création de plus-values spécifiques, notamment du tourisme hivernal.

⁵⁵ BAK (2003), page 58

11. Sources (principales)

BAK / Basel Economics (2003), Der Tagestourismus in der Schweiz.

Bernet B./Bieger Th. (1999): Finanzierung im Tourismus, Editions Paul Haupt, Bern/Stuttgart/Wien.

Bieger Th./Boksberger Ph./Eberle K. (2004): Räumliche Inzidenz-Analyse – Ein Messinstrument der volks- und regionalwirtschaftlichen Bedeutung zur Legitimation öffentlicher Beiträge an die Personenschiffahrt, in: Jahrbuch 2003/2004 der Schweiz. Verkehrswirtschaft, édité par IDT-HSG et par la Schweiz. Verkehrswissenschaftliche Gesellschaft.

Boksberger Philipp (2003): Volks- und regionalwirtschaftliche Bedeutung der Schweizerischen Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein (URh).

Bieger Th./Laesser Ch./Scherer R./Bischof L. (2002): Die wirtschaftliche Bedeutung des World Economic Forum (Davos), IDT-HSG.

Fischer G./Nef M. (1990): Die Auswirkungen der Hochschule auf Stadt und Kanton St. Gallen – eine regionale Inzidenzanalyse, Rüegger Grünsch.

Frey R.L./Häusel U. (1983): Regionalmultiplikator. Zur Transformation der formellen primären in die effektive sekundäre Kaufkraftinzidenz (NFP „Regionale Disparitäten und Spillovers“), Bâle.

Infras (2004): Volkswirtschaftliche Bedeutung des öffentlichen Verkehrs in der Schweiz (Martin Peter, Markus Maibach, Daniel Sutter).

Mennel-Hartung E. (1986): Die Inzidenzanalyse als Instrument der Regionalpolitik. Dargestellt am Beispiel der Hochschule St. Gallen. Thèse HSG.

Morel O./ZSG (2000): Charakterisierung der Passagiere, Repräsentative Befragung.

NFP 41, Bericht D 1= (2000): création de plus-values.

NZZ (Föllmi/Meister), Nr. 248 (10/04): „Konsum hängt nicht von Bahn und Bus ab“. Kritische Bemerkungen des Institutes für empirische Wirtschaftsforschung der Universität Zürich concernant l'étude Infras/FTP.

Rütter und Partner – „concertgroup“ (2004): Schifffahrt Thuner- und Brienersee (BLS) und Bielersee (BSG), Abklärung der volkswirtschaftlichen Bedeutung und der Wichtigkeit für die Tourismuswirtschaft, Rüschiikon.

Rütter und Partner (2004): Der Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg, Wertschöpfungsstudie.

o. V.: Divers rapports annuel, diverses années.

o. V.: Le Tourisme suisse en chiffres (2004), Office fédéral de la statistique.

Scherer R./Strauf S./Bieger Th. (2002): Die wirtschaftlichen Effekte des Kultur- und Kongresszentrums Luzern (KKL), IDT-HSG, St-Gall.

Scherer R. / Bieger Th. (2003): Clustering. In: Schriftenreihe des IDT Nr. 5, Haupt-Verlag, Bern.

Schräder A. (2000): Netzeffekte in Transport und Tourismus. In: Beiträge zum Tourismus und Verkehr, Nr. 4, St-Gall.

ETEC (décembre 2002): Projet modèle trafic lent.

Verband Deutscher Seilbahnen, Communiqué de presse sur l'étude „Bayerns Bergbahnen als Motoren des Tourismus“, mai 2003 (www.seilbahnen.de).

Wellhoener B. (1992): Das Image von Reisezielen – Eine Studie zum Schwerpunktthema der Reiseanalyse 1990 des Studienkreises für Tourismus, Starnberg.

„*Wertschöpfung 2003 Berner Bergbahnen*“, étude de Grischconsulta (www.grischconsulta.ch) sur mandat des remontées mécaniques bernoises.

ANNEXE A

Les „fréquences significatives“

Par année, les entreprises membres de la VSSU transportent quelque 12 mio. de passagers. Lors des calculs des différents flux et des effets de création de plus-values que les passagers génèrent, en relation directe avec la navigation auprès de tiers (niveau secondaire de création de plus-values), on ne peut partir de ce chiffre, car

- Les personnes qui effectuent un voyage aller-retour, peuvent aussi être comptées deux fois et
- Les personnes qui interrompent leur voyage peuvent très bien être saisies plusieurs fois.

Ainsi, par ces passages comptés plusieurs fois, l'effet de création de plus-values des dépenses pour la gastronomie et pour des remontées mécaniques ne peut être pris en compte qu'une seule fois.

Après consultation de divers responsables des entreprises participantes, nous partons, pour *l'ensemble de la Suisse* (dans le cas particulier, il peut en résulter des écarts sensibles), des hypothèses suivantes:

- 60% des passagers effectuent un voyage retour ou circulaire. Seule la moitié de ces fréquences est donc significative.
- 35% effectuent un trajet simple. Ce segment peut être compté en plein.
- 5% des passagers sont comptés plusieurs fois (>2) par jour. Cette catégorie n'entre que par un tiers.

Il en résulte, pour la création secondaire de plus-values, un taux significatif de 66,6%, in concreto de 8 mio. de passagers.

Annexe B

La taux de création de plus-values de plusieurs branches économiques impliquées

La part de la création de plus-values dans les chiffres d'affaires de tiers générés par les passagers de bateaux est diverse et dépend de la structure de la branche économique concernée.

Sur la base d'informations des branches qui ont été vérifiées à IDT-HSG, cette étude part, par une approche prudente, des taux suivants:

Institutions de transport (voyage amont, voyage aval):	67 %
Hébergement:	67 %
Gastronomie (à bord et à terre)	57 %
Marchandises de kiosque et divers	50 %

Bâle, le 10 décembre 2004