



Près de 80 000 personnes visitent chaque année le cadre féerique du lac souterrain de Saint-Léonard, en Valais central.

Photos Idd

Le lac rame avec succès

Le St-Léonard, le plus grand lac souterrain d'Europe, fête ses soixante ans d'exploitation. Ses gérants veulent diversifier l'offre.

GENEVÈVE ZUBER

Découvert en 1943, ouvert aux visites depuis 1949, le lac souterrain de Saint-Léonard est considéré comme un atout touristique majeur du Valais central. Si l'on en croit les derniers chiffres, le lac totalise plus de 80 000 entrées annuelles. Hormis la Fondation Gia-

nada, rares sont les sites permanents payants, naturels ou culturels à faire aussi bien dans le Vieux-Pays. «Les groupes sont une clientèle en hausse, mais nous voulons attirer davantage de monde», explique Claude-Alain Bétrisey, maire de Saint-Léonard et de la SA exploitante, en mains communales.

«Notre lac souterrain est en effet une attraction au rayonnement national. Soixante pour cent des visiteurs viennent d'ailleurs de Suisse alémanique.»

Pour Saint-Léonard, plus question, par exemple, de se contenter de vendre le lac «sec». Car même si l'ambiance est magique dans ce

monde bleuté de la pénombre, la visite, d'une durée d'environ une demi-heure, ne suffit plus à répondre aux attentes actuelles.

Pour développer l'attractivité du lac, il faut proposer des événements, des animations, des packages. Le directeur du lac, Jean-Marc Bürgi, a ainsi lancé des soirées privées, anniversaires, mariages ou sorties d'entreprise, où la traditionnelle balade en barque peut être couplée avec une dégustation de crus valaisans aux chandeliers sur la plage au fond de la grotte, au son du cor des Alpes. Il faut dire qu'en ces lieux, les effets acoustiques sont assez envoûtants. Ces

«Les groupes sont une clientèle en hausse, mais nous voulons attirer plus de monde.»

Claude-Alain Bétrisey
Maire de Saint-Léonard

visites sur mesure peuvent en outre se prolonger par une raclette ou une assiette valaisanne. Le succès de ces nouvelles offres incite la société d'exploitation à voir plus loin. Claude-Alain Bétrisey explique: «Nous aimerions, par exemple, avoir un light-show, mais un tel projet nécessite davantage de recettes, donc d'entrées. En attendant, nous devons intensifier notre promotion, encore trop discrète, ainsi que la collaboration avec les partenaires touristiques régionaux.»

Mettre sur pied des offres combinées

Concrètement, il s'agit de mettre sur pied des offres combinées avec visites de la vieille ville de Sion, balades sur le bisse de Clavaux menant à Saint-Léonard, découverte du lac et dégustations puis escapades agro-

touristiques chez les producteurs de vins et de fruits régionaux.

De son côté, Jean-Marc Jacquod, directeur de Sion Tourisme, souhaite également davantage de mise en réseau, notamment dans le cadre d'offres estampillées «Terre

urbaine», une ligne touristique en développement à Sion. Quant à Manu Broccard, responsable de Cœur du Valais, l'organisme de promotion touristique du Valais central, il considère le lac de Saint-Léonard comme un véritable USP (unique selling proposition), selon les termes du jargon touristique, et le vend comme tel: «Nous saluons les efforts déjà entrepris pour améliorer l'attractivité du produit. Cela dit, il est clair que des offres combinées seraient un atout supplémentaire.»



Une soirée de dégustation pour les 60 ans d'exploitation du St-Léonard.

De nouveaux atouts à l'Alpha-Palmiers



«L'Esprit Bistrot», le nouveau nom de la brasserie.

Etablissement de la famille Fassbind, l'Hôtel Alpha-Palmiers à Lausanne a enrichi son offre. Il compte notamment de nouvelles chambres.

MIROSLAW HALABA

Situé au Petit-Chêne à Lausanne, appartenant au groupe Fassbind, l'Hôtel Alpha-Palmiers vient de mettre un terme à un programme de rénovations et d'aménagements d'un montant de 4,2 millions de francs. «Un investissement entièrement financé par notre trésorerie», précise le directeur de cet établissement quatre étoiles, Eric Fassbind.

La liste des innovations est longue. Parmi celles-ci figurent en particulier l'aménagement de vingt-huit nouvelles chambres, ce qui portera la capacité totale de l'hôtel



Photos Idd

L'hôtel compte 28 nouvelles chambres.

à deux cent quinze chambres. Ces nouvelles pièces ont toutes – «en première suisse», précise Eric Fassbind – des prises permanentes multinationales qui permettent quasiment aux hôtes de tous les pays du monde de trouver une prise à leurs normes. Quatre nouvelles salles de réunion – «Smart Rooms» – et un fitness ont été créés. En février, la brasserie «La Palmeraie» a changé de look et pris le nom: «L'Esprit Bistrot». Changement réussi, puisque le chiffre d'affaires s'est accru de 18%, indique Eric Fassbind.

Le groupe a, par ailleurs, profité de ces travaux pour rafraîchir les chambres et les salles de séminaires existantes. Aménagé devant ces salles, le jardin a été agrandi et un espace «Jungle» attend désormais les congressistes qui désirent manger rapidement.

ANNONCE

Nouveau

Jet-Cut

Film fraîcheur
freshstar

30cm x 1800m
Moulin à papier 30cm

Film fraîcheur
lisse, sans plis et ultra rapide !

Jet-Cut et Jet-Cut avec réserve
le Film fraîcheur révolutionnaire
maintenant chez votre CC et fournisseur