

## Le tourisme médical en Suisse: un potentiel, mais aussi de chances réelles

Les analystes assurent que le tourisme médical, une tendance majeure, va fortement progresser au cours des prochaines décennies. Pour l'affirmer, ils se fondent sur quatre facteurs: la sensibilisation croissante aux questions de santé, le changement démographique au sein de la société, l'ouverture des structures actuelles du marché de la santé ainsi que les innovations liées à la médecine, aux technologies médicales et à celles de la communication. Le tourisme médical recèle des possibilités commerciales et un potentiel de développement prometteur pour la Suisse, une destination prisée depuis plusieurs siècles par les amateurs de cures thermales.



L'apparence et les capacités physiques revêtent une importance croissante dans la société. On est également toujours plus conscient aujourd'hui des problèmes d'épuisement professionnel et de stress.

Photo: Keystone

La sensibilisation croissante de la société aux questions de santé est *le premier moteur du tourisme médical*. Elle a conduit à donner une importance croissante à l'apparence et aux capacités physiques. De même, on est toujours plus conscient aujourd'hui des affections psychosomatiques, telles que l'épuisement professionnel ou le stress. La prévoyance individuelle, qui vise à maintenir des performances physiques et psychiques sur le plan professionnel et privé, est un thème en constant développement.

Le changement démographique est le *deuxième facteur favorable au tourisme médical*: à partir de 2017, la Suisse comptera pour la première fois plus de retraités que d'enfants et d'adolescents. Cela s'accompagnera d'une augmentation des maladies propres à la vieillesse, comme l'apoplexie (accident vasculaire cérébral), la démence sénile (par exemple la maladie d'Alzheimer), l'infarctus du myocarde ou la fracture de la hanche. Par conséquent, le besoin d'offres dans le domaine de la santé ira croissant et c'est ce groupe cible qui en sera le principal bénéficiaire, puisqu'il s'agira pour lui de «mieux vieillir».

L'ouverture des structures du marché est le *troisième facteur* qui exerce actuellement une influence positive sur l'évolution du tourisme médical. Selon un rapport de l'*Office fédéral de la santé publique* (2013), les dépenses de santé assumées par l'assurance obligatoire des soins sont passées de 13,4 à 26,2 milliards de francs entre 1996 et 2011. Étant donné les économies qui en résultent dans le domaine des assurances maladie



**Tanja Heublein**  
Institut pour la construction dans l'espace alpin, Haute école de technique et d'économie (HTW) de Coire



**Pr Franz Kronthaler**  
Centre de recherche en politique économique, Haute école de technique et d'économie (HTW) de Coire

et accident, les lieux de cure et les stations thermales devront à l'avenir se réorienter. En parallèle, le marché traditionnel du tourisme thermal s'est ouvert à de nouveaux prestataires. Il comprend, par exemple, des offres destinées aux patients payant eux-mêmes leur séjour ou à des entreprises soucieuses de la santé de leurs collaborateurs.

Le quatrième moteur du tourisme médical est lié à la médecine, aux technologies médicales et à celles de la communication. De nouvelles offres de formation et de conseil peuvent se développer dans les domaines de la gestion du stress, de l'alimentation et du sport, en particulier par le recours à des techniques médicales simples, adaptées au client final, et l'utilisation des technologies de la communication.

### Six segments d'offres différents

Qu'entend-on exactement par «tourisme médical»? Ce concept désigne toutes les formes de voyages dans lesquels «le voyageur prend lui-même la décision de quitter son environnement habituel, afin de consacrer une partie importante de son temps, pendant un ou plusieurs jours, à des soins corporels dans un contexte non clinique. (...) La découverte, la qualité des loisirs, le plaisir et la participation à des activités «branchées» en sont des composantes, au même titre que la réduction de la souffrance du patient<sup>1</sup>.» Au total, six segments d'offres coexistent dans le tourisme médical. Ils se répartissent en deux groupes principaux: celles qui sont *indépendantes des indications thérapeutiques et celles qui y sont liées* (voir tableau 1). Dans le premier groupe d'offres, les soins sont dispensés sans diagnostic médical. Ils ont pour but soit de réduire le risque de maladies (prévention primaire), soit d'augmenter les capacités de l'individu, soit d'améliorer son apparence. En revanche, les offres liées aux indications se basent sur un diagnostic médical. Elles sont censées empêcher l'aggravation ou la réapparition d'une maladie (prévention secondaire/tertiaire), restaurer la santé par des mesures de réadaptation ou encore soulager, voire guérir, une maladie existante.

### Les groupes cibles diffèrent selon le segment d'offres

Dans le cadre du tourisme médical, la demande de produits et de prestations provient de plusieurs groupes cibles qui correspondent aux divers segments d'offres. La théorie scientifique propose une multitude de formes possibles de segmentation et de différenciation. Dans la pratique, toutefois,

on ne peut que rarement établir une délimitation claire entre les groupes cibles. Néanmoins, il est important de connaître leurs besoins spécifiques pour lancer des prestations et des produits appropriés. Au niveau de la demande, une première distinction fondamentale se base sur l'état de santé général du client. Elle implique que des exigences différentes sont posées à chaque produit ou prestation dans le tourisme médical: les personnes en bonne santé s'intéressent en priorité à des thèmes tels que le bien-être («wellness»), l'esthétique (cosmétique, etc.), un mode de vie sain (alimentation, mouvement, détente) et la prévention (bilan de santé). Par contre, les malades chroniques et les personnes très âgées ont des besoins qui concernent l'accessibilité (se déplacer, voir, entendre), la sécurité physique (appels d'urgence, appartements protégés, etc.) ainsi que les diagnostics et les thérapies correspondant à leurs problèmes de santé.

En ce qui concerne la demande, le tourisme médical présente quatre niveaux d'exigence qui correspondent à des offres spécifiques. On distingue les hôtes exigeants, les utilisateurs indépendants, ceux qui nécessitent une prise en charge intensive et les personnes en quête de détente. Les *clients exigeants* ont recours à des prestations en rapport avec la promotion de la santé, les soins de beauté et la gestion du stress. Ils accordent une grande valeur à l'encadrement, à l'information, aux compétences techniques, à l'alimentation et à une offre complète d'éléments de «wellness». Pour les *utilisateurs indépendants des infrastructures*, ce sont les installations de «wellness», comme le sauna, le bain de vapeur et le bassin à remous, qui comptent le plus. Ce segment de clientèle attache également une grande importance à l'encadrement, à l'information et aux compétences techniques. Quant aux *clients qui nécessitent une prise en charge intensive*, ils placent au premier plan les aspects de la guérison, de la thérapie et de la réhabilitation. Cette catégorie a des exigences élevées concernant les compétences médicales, le conseil individualisé et l'encadrement. Pour les *personnes en quête de détente*, le but principal du séjour est de se reposer et de reprendre des forces. La nature et les conditions météorologiques jouent un rôle important, mais ce segment de clientèle est celui qui se montre le moins exigeant à l'égard des installations de «wellness» et des conditions-cadres. C'est pourquoi il faudrait prendre en compte aussi bien la motivation des clients que leur niveau d'exigence pour examiner l'évolution de la demande de produits et de prestations dans

1 Berg (2008).

Tableau 1

## Segments d'offres dans le tourisme médical

	Segments d'offres	Motivation/objectif du client
Offres indépendantes des indications (diagnostic non pertinent)	Prévention primaire	Prévention de la maladie, préservation de la santé, acquisitions de compétences pour un mode de vie sain
	Capacités	Atteinte d'un objectif relatif à la performance
	Apparence	Amélioration de l'apparence physique
Offres liées aux indications (diagnostic pertinent)	Prévention secondaire/tertiaire	Détection précoce, prévention de la détérioration de la santé ou de la réapparition d'une maladie
	Réhabilitation	Recouvrement de la santé
	Guérison et allègement des souffrances	Traitement d'une maladie

Source: ministère allemand de l'Économie et de la Technologie (2011) / La Vie économique

le domaine du tourisme médical. Le type de destination joue, par ailleurs, un rôle déterminant dans le positionnement sur ce marché.

### Les types de destinations et leurs perspectives

En Suisse, le thermalisme jouit d'une longue tradition qui remonte au XV<sup>e</sup> siècle. Au début, les patients suivaient principalement des cures de boisson. Avec l'essor du tourisme dans les années 1860–70, les bains ont connu un véritable «boom», durant lequel de nombreuses stations thermales se sont ouvertes. Aujourd'hui, le tourisme sanitaire compte plusieurs types de destinations qui diffèrent par leur offre: les lieux de cure et les stations thermales, les destinations à faible densité de population, les destinations urbaines ainsi que les régions sanitaires.

1. *Les lieux de cure et les stations thermales* disposent traditionnellement d'une large palette de prestataires très compétents dans le domaine du tourisme médical. Cependant, la tendance au recul du thermalisme classique exerce une forte pression sur ces destinations, les obligeant à se professionnaliser toujours davantage. C'est pourquoi de nombreux lieux de cure et stations thermales se dirigent actuellement vers une spécialisation sur certains indicateurs, groupes cibles ou entreprises. Ils mettent sur pied les réseaux nécessaires. Bad Ragaz est un exemple célèbre d'établissement thermal qui a réussi cette évolution.

2. *Les destinations à faible densité de population* sont surtout des régions et des territoires à vocation touristique, qui ont l'occasion d'entrer sur ce marché grâce à l'effacement progressif de la frontière entre tourisme de détente et de santé. Elles concentrent leur offre sur des formes de tourisme de détente qui ne sont pas liées à des indications thérapeutiques, mais comportent une valeur ajoutée sanitaire. Le Tessin, par exemple, a mis au point des solutions complètes et intégrées de tourisme médical. Sous le titre *Ticino Health*, cette région de villégiature propose des conseils compétents pour la planification de séjours sanitaires, des offres personnalisées comprenant un programme provisoire de traitement, une gamme étendue de prestations complémentaires et un encadrement individuel sur place.

3. *Les destinations urbaines* se caractérisent par les offres médicales hautement qualifiées des cliniques et des grands cabinets médicaux locaux. Leur potentiel en matière de tourisme de santé se situe dans la convergence d'atouts touristiques (culture, magasins, monuments, etc.) et de compétences médicales pointues. C'est pourquoi le tourisme médical se concentre, dans les destinations urbaines, sur l'accueil de patients étrangers et indigènes. En Suisse, la ville de Lucerne a par exemple élaboré, en collaboration avec la *Lucerne Health Association*, des programmes médicaux, culturels et touristiques taillés sur mesure pour des patients internationaux et leurs proches.



Dans les Grisons, le projet Région du parc national a conçu et mis en œuvre une stratégie de tourisme médical dans une région sanitaire. Photo: Keystone

4. Enfin, les *régions sanitaires* naissent généralement sous l'impulsion de la médecine, de la science et de l'industrie de la santé. Elles se constituent rarement pour des raisons liées au tourisme médical. Leurs activités se concentrent notamment sur la gestion de l'innovation dans le domaine de la santé, l'amélioration de la qualité de vie et les soins médicaux dispensés à la population locale. Dans les Grisons, le projet *Région du parc national – Région sanitaire* a conçu et mis en œuvre une stratégie de tourisme médical dans une région sanitaire. Ce projet de développement régional, lancé en 2011, a déjà mis en œuvre plusieurs projets partiels sur le thème de la santé en Engadine: des séjours de détente sans gluten et sans lactose, des offres spéciales d'excursions, des forfaits bien-être, etc. On voit donc que tous les types de destinations ont la possibilité de participer à cette tendance majeure que constitue le tourisme médical. Il faut pour cela que leur stratégie soit adaptée.

concernés, de prendre en considération ses compétences clés et de définir clairement les groupes cibles.

Précisons encore que quatre aspects devraient intervenir dans l'élaboration d'une stratégie de tourisme médical: premièrement, la création d'un profil et la spécialisation; deuxièmement, l'orientation explicite de l'offre sur les besoins de la clientèle; troisièmement, le lancement et la promotion de réseaux de prestataires, afin de créer et d'exploiter des synergies; quatrièmement, une gestion systématique de l'innovation par les acteurs, ce qui entraîne un apport permanent de nouveautés.

Lors de la mise en œuvre de la stratégie, il est important de veiller à ce qu'elle reste solidement orientée sur la qualité. Cela implique de respecter les normes établies dans les domaines du tourisme et des thérapies médicales, et d'alimenter les canaux de distribution adaptés aux différents groupes de clients. De telles mesures contribuent largement à assurer le succès à long terme des stratégies adoptées et permettent d'exploiter durablement le potentiel du tourisme médical dans la destination concernée. ■

Encadré 1

#### Notices bibliographiques

- Ministère allemand de l'Économie et de la Technologie, *Leitfaden Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland*, 2011.
- Lanz Kaufmann Eveline et Stettler Jürg, *Bedeutung und Entwicklungsperspektiven des Gesundheits- und Wellnesstourismus in der Schweiz*, Institut d'économie touristique (ITW), Lucerne, 2009.
- Berg Waldemar, *Gesundheitstourismus und Wellnesstourismus*, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, Munich, 2008.

#### Pistes pour une stratégie efficace dans le tourisme médical

Le tourisme médical recèle actuellement de multiples possibilités de développement. Toutefois, plusieurs facteurs doivent être réunis pour s'assurer un positionnement durable sur ce marché. Ainsi, il est absolument nécessaire d'élaborer une stratégie appropriée en y associant les acteurs