

Les dzins cherchent leurs marques

LE PROJET DZIN, QUI PERMET AUX INDIGÈNES DE FAIRE DÉCOUVRIR LEUR CANTON AUX TOURISTES, ENTAME SA DEUXIÈME ANNÉE D'EXISTENCE. LANCÉE PAR FRIBOURG RÉGION, LE PRODUIT CHERCHE ENCORE SES MARQUES.

Nombreux sont sans doute les téléspectateurs, car l'émission est très suivie, qui ont vu Cyrille Cantin à l'œuvre. Dans l'une des émissions « Passe-moi les jumelles » diffusée l'automne dernier et produite par la RTS, ce Gruérien pure sucre emmène des touristes en randonnée pour leur expliquer, chemin faisant, plein de choses sur l'environnement qu'il leur fait visiter.

C'est dans cet esprit que Fribourg Région a mis sur pied le projet dzin ; dzin signifiant les gens en patois. Exemple de tourisme collaboratif, dzin met en relation les hôtes locaux avec des visiteurs en quête d'échanges et d'authenticité. C'est une tendance lourde : les touristes veulent mieux connaître les destinations qu'ils visitent au travers d'expériences avec leurs habitants. Dzin est donc, on ne peut plus, dans l'air du temps. Le jury du Milestone, le Prix suisse du tourisme,

l'a bien senti, puisqu'il lui a attribué en novembre dernier le premier prix de l'innovation.

Un bilan 2017 modeste

Cyrille Cantin, que l'on a vu sur le petit écran dans son activité d'accompagnateur de montagne, est l'un des quelque 80 dzins qui participent au projet de Fribourg Région. Plus d'une centaine d'offres de visites et d'activités touristiques et de loisirs étaient disponibles et réservables l'an passé sur une plate-forme dédiée. Elles étaient variées puisqu'elles comprenaient aussi bien des ateliers de fabrication de vitraux, des dégustations de vins et de produits du terroir que des excursions photographiques ou des activités sportives comme le canyoning.

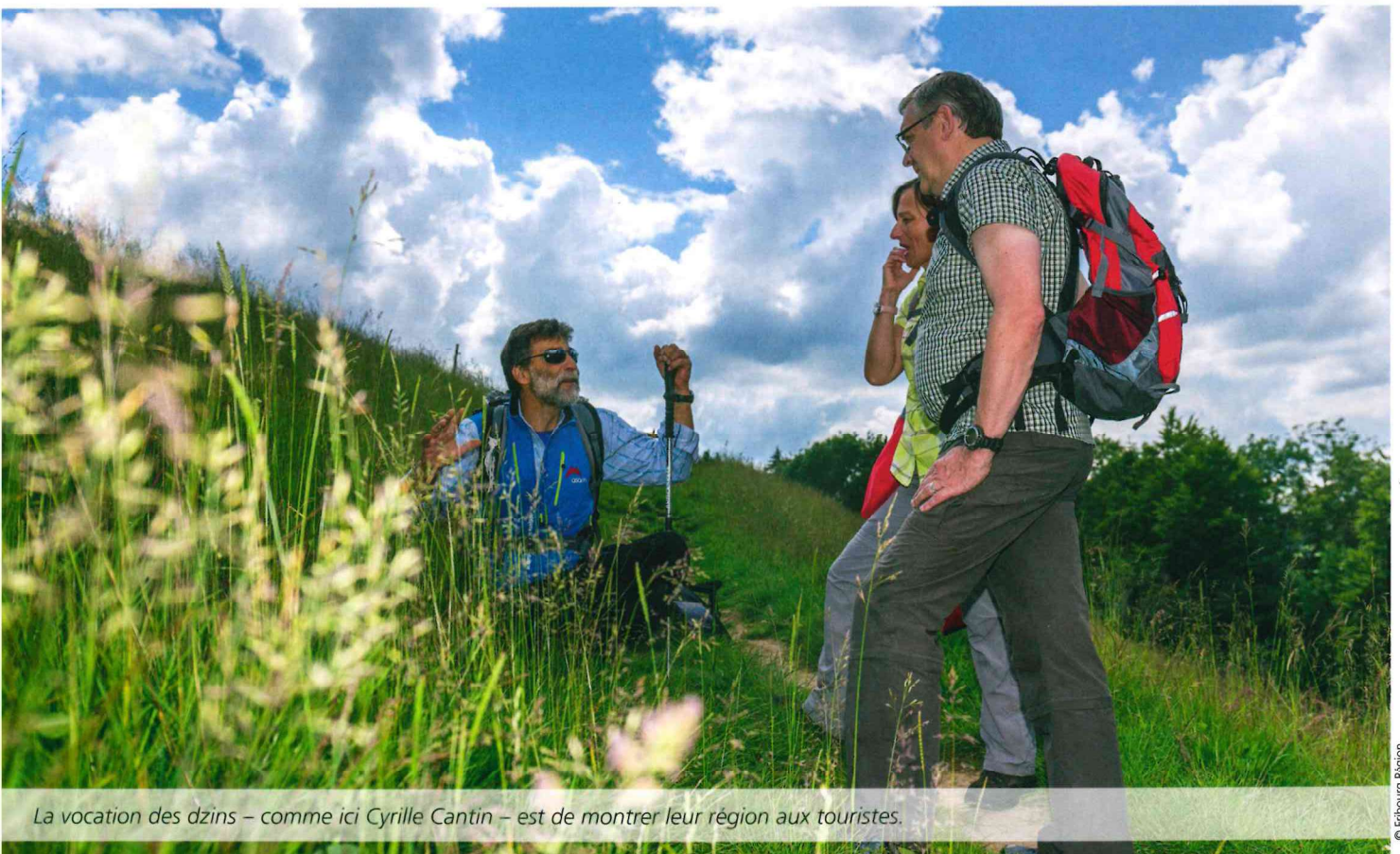
Le bilan 2017 tiré en février par Fribourg Région et les dzins est encore modeste. Quelque 250 intentions de réservation ont été recensées et 80 se sont concrétisées. Directeur de Fribourg Région, Pierre-Alain Morard souligne que le programme n'avait débuté qu'en mars. Ces premiers mois d'expérience ont toutefois montré assez clairement quelles améliorations seraient de nature à dynamiser ce nouveau produit. « Les activités doivent être plus visibles et les

possibilités de réservation plus flexibles », indique Pierre-Alain Morard.

Une « vraie campagne de promotion »

Pour ce faire, Fribourg Région lancera durant le printemps une « vraie campagne de promotion », selon les termes de son directeur. Celle-ci passera par les réseaux sociaux, les hébergeurs et les offices du tourisme. Il est question aussi de publier un dépliant, des annonces, des publi-reportages. Jusqu'ici, l'intérêt pour le produit s'est avant tout manifesté au niveau local et régional. Pour toucher les touristes de passage dans le canton, il conviendra notamment de leur donner les moyens de réserver les activités à court terme, pour le lendemain par exemple. Dzin est un produit de niche qui enrichit l'offre touristique fribourgeoise. « Il permet aussi de mettre en avant des activités qui n'ont pas, a priori, de vocation touristique et d'établir un lien direct entre le client et ces activités, indépendamment d'une structure commerciale ou touristique », explique Pierre-Alain Morard. L'aventure dzin continue donc. « Le premier bilan nous a donné plein d'énergie pour la suite », conclut le directeur de Fribourg Région.

Miroslaw Halaba



La vocation des dzins – comme ici Cyrille Cantin – est de montrer leur région aux touristes.