



Zurich, le 25 octobre 2016

## La Suisse, patrie des sports d'hiver.

**19 destinations de ski suisses offrent à leurs hôtes des expériences d'une journée avec de nombreux extras pour un prix forfaitaire. Et les nouvelles offres d'initiation qui facilitent l'accès au ski pour les débutants (et faux-débutants) sont incontournables. Ainsi, Suisse Tourisme commercialisera mondialement la Suisse comme patrie des sports d'hiver grâce à sa nouvelle vedette Bruno, qui doit sa gloire à un cascadeur.**

## Rétrospective de la saison d'été écoulée / Perspectives pour la saison d'hiver.

Le bilan de la saison touristique d'été écoulée\* montre un léger recul de 0,9% des nuitées hôtelières par rapport à la même période de 2015. L'évolution des nuitées des hôtes des marchés lointains montre des tendances divergentes: augmentation des nuitées des touristes en provenance des USA (2<sup>e</sup> plus important marché étranger pour l'hôtellerie suisse) de 4,6% et des nuitées des hôtes d'Asie du Sud-Est (+4,2%) et de Corée du Sud (+10,1%). Cependant, la diminution marquée de 19,7%\* des nuitées des hôtes chinois (4<sup>e</sup> marché étranger), due aux effets cumulés de la peur des attentats terroristes en Europe, du ralentissement économique en Chine et de l'introduction du visa biométrique fin 2015, a pesé sur le résultat global. Même si les effets du franc fort se font encore sentir, les nuitées des touristes en provenance de la zone Euro ont progressé (+0,4%), notamment pour les hôtes du BeNeLux (+4,9%) et en juin et en août, pour les hôtes allemands (1<sup>er</sup> marché étranger). Selon les évaluations de la branche et les premiers retours des tour-opérateurs concernant les réservations pour la saison d'hiver 16/17, cette stabilisation, après plusieurs années d'érosion des nuitées des hôtes européens sous la pression du franc fort, devrait perdurer, signe encourageant pour la saison d'hiver 2016/2017.

\* De mai à août 2016. Source: Statistique de l'hébergement touristique, Office fédéral de la statistique (OFS).  
Nuitées des hôtes chinois y c. Hong Kong.

## Nouvelles réalités pour le tourisme d'hiver.

L'avenir du tourisme d'hiver est confronté à de multiples défis: diminution de la durée des séjours, décisions de voyage prises à toujours plus court terme (où la météo joue un rôle déterminant), recul du nombre de pratiquants pour le ski alpin (diminution des journées-skieurs de 24% depuis la saison d'hiver 05/06 en Suisse). Au-delà des aspects monétaires (force du franc), la diminution de la pratique du ski alpin en Suisse s'explique par des raisons démographiques et culturelles (vieillissement de la population, immigration, notamment). En Asie, l'attrait pour les sports d'hiver connaît actuellement un fort développement, notamment en vue des Jeux Olympiques d'hiver de Séoul en 2018 et de Beijing en 2022. Même si la croissance exponentielle des nuitées des touristes chinois enregistrée ces dernières années ralentit, le nombre de touristes asiatiques prêts à pratiquer les sports d'hiver en Suisse va augmenter.



Motiver ces pratiquant(e)s potentiels à découvrir les sports d'hiver et, en particulier le ski, et faciliter l'accès au ski pour les débutants (et faux-débutants) adultes est une voie incontournable pour le futur du tourisme hivernal alpin<sup>1</sup>. De nouveaux modèles d'offres d'initiation au ski sont nécessaires pour répondre aux nouveaux modes de consommation des sports d'hiver; ils doivent permettre très rapidement aux adultes d'avoir du plaisir à skier. C'est dans cet esprit que 19 destinations proposent cet hiver une offre forfaitaire «One Day Ski Experience», incluant l'équipement intégral, l'abonnement de ski pour une demi-journée, une leçon de ski avec des moniteurs/monitrices multilingues à partir de CHF 150. One Day Ski Experience cible en priorité les hôtes asiatiques et les nombreux expatriés qui visitent la Suisse.

### **Le marketing pour la saison d'hiver.**

Il s'agit désormais de commercialiser de façon étendue les avantages de l'hiver en Suisse sur les marchés qui présentent une affinité avec l'hiver. Et ces avantages sont nombreux, dans le pays où l'histoire du tourisme hivernal a débuté en 1864. Dans le pays où se trouvent les plus hauts domaines skiables des Alpes (48 sommets de plus de 4'000 mètres). En bref: la Suisse est le «Home of Snowsports» (la patrie des sports d'hiver). Tant pour les *thrillers* – les skieurs chevronnés qui dévalent les pistes et adeptes du grand frisson – que pour les *chillers*, pour lesquels le panorama ou les possibilités de faire du shopping dans la station de ski sont aussi importants que la glisse.

### **Bruno, ambassadeur du *Home of Snowsports*.**

La vedette de notre campagne de marketing est Bruno de toute évidence un *chiller* et un bon vivant. Il maîtrise les pistes bleues, mais préfère profiter de vie dans les montagnes suisses. Quant à Albert, un *thriller* qui n'a peur de rien, il réussit si bien son rôle de doublure dans le nouveau spot hivernal que les médias du monde entier partent sur la piste du phénomène Bruno. ST (Suisse Tourisme) présentera ce spot sur divers canaux multimédias du monde entier, et apportera clairement la preuve que la Suisse est la patrie des sports de neige, parce que l'on peut tout y pratiquer sans que cela ne soit jamais une obligation.

### **Le magazine des vacances d'hiver.**

Un autre instrument essentiel de notre palette de marketing est notre magazine de vacances traduit en six langues (tiré à 360'000 exemplaires), qui déclenchera une envie de voyages chez les amis de l'hiver en Suisse dans le monde entier. Son pendant, également gratuit, pour iPad s'appelle «Swiss Mag», et est doté de fonctions supplémentaires adaptées à l'utilisateur mobile. Comme à l'accoutumée, MySwitzerland.com/hiver est une vaste source d'inspiration et d'information sur l'hiver en Suisse: pour la première fois, on y trouvera également en bonne place des «récits hivernaux» préparés pour le multimédia et renouvelés chaque mois. Outre les activités sur les réseaux sociaux, Suisse Tourisme commercialisera pendant tout l'hiver des thèmes et des manifestations d'actualité par le biais de listicles en ligne. Toute la promotion mettra l'accent sur les *thrillers* et les *chillers* et sera élaborée selon ces deux segments.

---

<sup>1</sup> International Report on Snow & Mountain Tourism, Laurent Vanat, avril 2016.



En plus de ST, les Championnats du monde de ski alpin de Saint-Moritz en février 2017 et de nombreuses autres manifestations (sportives) attireront l'attention d'un vaste public sur «*the Home of Snowsports*». L'hiver en Suisse est prêt – nous attendons la neige de pied ferme.

**Autres sources d'inspirations et d'informations pour cet hiver:**

- **Suggestions** pour toutes les activités, plaisirs de l'hiver pour les amateurs de *chill* ou de *thrill*, **offres hivernales** et nouveau **spot promotionnel d'hiver** (comment Bruno accède à une renommée mondiale inattendue) sur [MySwitzerland.com/hiver](http://MySwitzerland.com/hiver)
- Nouvelle édition d'hiver du **Magazine de vos vacances en Suisse**: [MySwitzerland.com/brochures](http://MySwitzerland.com/brochures)
- **Applications indispensables de l'hiver**: «Snow Report», «Swiss Winter Hike» et «Swiss Mag» incluant la brochure électronique «Hiver suisse»: [MySwitzerland.com/mobile](http://MySwitzerland.com/mobile)
- **Offres d'hiver à prix doux et forfaits journaliers de ski pour toute la famille** (sélection d'offres avantageuses pour deux adultes et deux enfants pour max. CHF 120): [MySwitzerland.com/apetitprix](http://MySwitzerland.com/apetitprix)

**Le marketing d'hiver international de ST en chiffres (objectifs).**

- Budget: CHF 20,1 millions
  - Marchés ciblés en priorité: Allemagne, Amérique du Nord, BeNeLux, Chine, France, Italie, Royaume-Uni, Russie, Suisse
  - Relations avec les médias: 35 conférences de presse, 500 journalistes invités en Suisse, Nombre estimé de contacts médias: 3 milliards de lecteurs/spectateurs/auditeurs
  - Promotion: 4 millions de brochures diffusées, 900 millions de contacts de marketing
  - E-marketing: 15,5 millions de visiteurs sur MySwitzerland.com
  - Collab. avec les tour-opérateurs: 1,2 million de nuitées hôtelières directement influencées<sup>1</sup>
- <sup>1</sup> Objectif prévu.

**Réseaux sociaux:**

Vous souhaitez commenter l'hiver en Suisse sur les réseaux sociaux?  
Merci d'utiliser les hashtags #AMOUREUXdelaSUISSE et/ou #HiverSuisse.

**Photos:**

- Photos illustrant l'hiver en Suisse à télécharger gratuitement sur: [swiss-image.ch/gowinter](http://swiss-image.ch/gowinter)
- Photos de la conférence de presse de ce jour disponibles dès 14h00 sur: [www.photopress.ch/image/suisse+tourisme](http://www.photopress.ch/image/suisse+tourisme)

**Pour de plus amples informations, contacter:**

Véronique Kanel, porte-parole

Tél. +41 (0)44 288 13 17, e-mail: [media@switzerland.com](mailto:media@switzerland.com)

Communiqués de presse et informations sur: [MySwitzerland.com/medias](http://MySwitzerland.com/medias)