Zurich, le 3 avril 2020

**Hiver 2019/20: un début prometteur à l’issue dramatique.**

**Après deux saisons d’hiver successives réussies, la troisième était sur une bonne lancée jusqu’en février. Toutefois, le bilan intermédiaire très satisfaisant, en particulier dans les stations de haute altitude, n’a en aucun cas permis de compenser la fin prématurée et imposée de cette saison. Selon diverses enquêtes effectuées par Suisse Tourisme (ST), l’ensemble de la branche est affecté par des pertes massives. Outre leurs répercutions à court terme, celles-ci auront également des effets à long terme, en réduisant drastiquement les ressources destinées aux investissements futurs et aux mesures promotionnelles.**

**Recul important des nuitées des touristes chinois\***

Alors que le coronavirus sévissait en Chine début février, Suisse Tourisme (ST) avait prévu une perte de la moitié des nuitées hôtelières des hôtes chinois pour ce mois-là. Les chiffres définitifs maintenant disponibles sont encore pires : en février, l’hôtellerie suisse a enregistré une baisse de plus de 62’000 nuitées des hôtes chinois (Chine continentale, Hong Kong et Taiwan), soit un recul de 61,5%. À ce moment-là, personne ne pouvait imaginer que cette baisse spectaculaire ne serait que la pointe de l'iceberg. Malgré les importantes diminutions des nuitées enregistrées pour les hôtes asiatiques venant de Chine, de Singapour (-21,0%), du Japon (-14,6%) et de Corée (-11,5 %), le mois de février s’est terminé sur une hausse globale des nuitées de 6,4%. Avec une augmentation de 15,9% des nuitées, les hôtes en provenance des pays de la zone Euro n’avaient plus été aussi nombreux à passer leurs vacances en Suisse depuis longtemps. Dans son ensemble, la saison hivernale 19/20 écoulée (novembre à février), était également en passe d'établir un nouveau record avec une augmentation globale de 5,3% des nuitées (Suisse : +6,8%, pays de la zone Euro :+ 3,8%) - avant que la pandémie de Covid-19 ne touche l’Europe et ne conduise à une fin de saison dramatique, ainsi qu’à une situation dont les conséquences sont encore imprévisibles à ce jour.

*\*Source : Statistique de l’hébergement, Office fédéral de la statistique.*

**Coup de frein pour les remontées mécaniques**

Fin février, les journées-skieurs dans les domaines skiables dépassaient de 10,6% la moyenne enregistrée au cours des cinq dernières années. L’arrêt total des entreprises de remontées mécaniques qui a suivi a radicalement stoppé cette tendance et les confronte, ainsi que leurs quelque 13’000 collaborateurs/trices, à des difficultés majeures, qui incluent, notamment, le chômage partiel. D’après un sondage représentatif mené par ST et HotellerieSuisse réalisé par la Haute école de gestion de l’HES-SO Valais (état au 24 mars 2020), les remontées mécaniques et entreprises de transport tablent, à l’échelle de la Suisse, sur une baisse du chiffre d’affaires de l’ordre de 53% pour le mois de mars et de 80% pour avril. Selon leurs propres données, les régions du Valais et des Grisons prévoient, à elles seules, un manque à gagner de près de CHF 100 millions. Quelques entreprises ont déjà annoncé un gel de leurs investissements.

**Impact majeur pour les Écoles Suisses de Ski**

La fermeture des domaines skiables a également entraîné, le 14 mars 2020, l’arrêt des activités de l’ensemble des Écoles Suisses de Ski. Selon les estimations de leur association faîtière, Swiss Snowsports, la perte de revenus entre mars et la fin de la saison s’élèverait à environ 80%, soit à près de CHF 15 millions.

Il en résulte, notamment, un manque de ressources financières pour les activités de marketing.

À ces pertes de chiffre d’affaires vient s’ajouter un préjudice majeur: l’impossibilité de poursuivre la formation et le perfectionnement. En raison de la fin abrupte et précoce de la saison d’hiver, 58 cours de formation destinés aux moniteurs/-trices ont dû être annulés.

**Vif intérêt pour l’hiver suisse**

Avec le slogan «Come and see for yourself» («Viens en prendre plein la vue»), la campagne promotionnelle hivernale de ST a généré 4,7 milliards de contacts dans le monde entier en 2019/20 (état au 29 février 2020). Il s’agit d’une des campagnes digitales les plus réussies de son histoire. Ce succès peut être attribué à la stratégie de diffusion de 46 spots publicitaires différents, ciblés sur les intérêts et les pays d’origine des hôtes potentiels. «Ce résultat montre l’intérêt fondamental des hôtes de vivre l’expérience de l’hiver suisse. Il est d’autant plus regrettable que cette saison ait dû connaître une fin aussi brusque. Pour l’hiver prochain, il est donc essentiel de maintenir le dialogue et de faire en sorte que tous/toutes ces fans de la Suisse viennent sur place en tant qu’hôtes», a déclaré Martin Nydegger, directeur de ST.

Une forte demande a également été constatée dans le domaine des camps de sports de neige, comme l’attestent les chiffres de l’Initiative sports de neige Suisse via sa plateforme «GoSnow.ch». 11’500 participant(e)s ont pu profiter de camps de sports durant la saison d’hiver 19/20, soit une augmentation de plus de 50% par rapport à la saison précédente.

**Lien**

Sondage (en allemand): [«Influence du coronavirus sur le tourisme suisse»](https://www.hevs.ch/de/hes-so-valais-wallis/news/covid-19-milliardenverluste-im-schweizer-tourismus-23401)

**Photos**

<https://bit.ly/34xh5qD>

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

Véronique Kanel, porte-parole, Suisse Tourisme

Tél. +41 (0)44 288 13 63, veronique.kanel@switzerland.com

Bruno Galliker, porte-parole, Remontées Mécaniques Suisses

Tél. +41 (0)31 359 23 38, bruno.galliker@remontees-mecaniques.ch

Davide Codoni, directeur, Swiss Snowsports

Tél. +41 (0)79 774 43 45, davide.codoni@snowsports.ch

Communiqué de presse et informations sur: [MySwitzerland.com/medias](http://www.myswitzerland.com/medien)

####