

Hiver

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2010)**

PDF erstellt am: **30.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Hiver.



Faits et chiffres.

Hiver	2009/2010	2010/2011
Budget	CHF 20,8 mio.*	CHF 16,6 mio.
Part du budget total	24,9%	19,6%
Marchés ciblés	tous	tous
Nombre de brochures distribuées	10,2 mio.	8,7 mio.
Visites sur MySwitzerland.com	10,8 mio.	13 mio.
Participants aux voyages de presse de ST	720	690
Contacts médias (lecteurs/télespectateurs/auditeurs)	3,9 mia.	3,1 mia.
Nombre de nuitées générées (KAM)	1,2 mio.	1,2 mio.

* Y c. programme d'impulsion

Hiver.

Une longueur d'avance.

Les touristes d'hiver recherchent le romantisme des chalets et la détente, mais aussi une bonne dose de sport. Et là, la Suisse est imbattable: c'est bien chez nous, après tout, qu'a été inventé le tourisme d'hiver! La campagne d'hiver a permis de rappeler au monde entier que la Suisse possède les domaines skiables les plus élevés des Alpes. Et donc plus de neige, jusqu'à la porte de l'hôtel. Grâce à de forts dénivelés, les pistes sont plus longues et le plaisir, plus intense. Gastronomie, bien-être et offres pour les familles complètent ces joies hivernales.

Tout est prêt pour un séjour parfait

«Nous faisons tout pour que vos vacances de ski soient parfaites.»: c'est avec ce slogan que ST a lancé sa campagne d'hiver, en Suisse et sur les marchés de proximité. Principales cibles: les sportifs, les visiteurs en quête de détente et les familles. Une campagne orchestrée avec les partenaires touristiques et commerciaux qui doit permettre de gagner des parts de marché, notamment en basse saison. Pâques tombant fin avril en 2011, ST et les Remontées Mécaniques Suisses ont préparé une promotion spéciale de fin de saison avec des offres pour de courts séjours.



Le charme immuable des cabanes.

Pas de séjour d'hiver en Suisse sans «cabane». Les refuges de montagne incarnent le confort et la convivialité à l'état pur et réunissent sous le même toit ce que recherchent les vacanciers, quel que soit leur âge: authenticité, gastronomie, détente et traditions dans un cadre naturel préservé.

Principaux partenaires touristiques de la campagne d'hiver:





Les vacances s'annoncent parfaites.

International Pour qu'un séjour d'hiver soit parfait, il faut un enneigement abondant et durable. En Suisse, la neige est toujours au rendez-vous, comme l'a montré la «boule à neige» géante de ST lors d'une grande tournée en Belgique, en Allemagne, en France, en Italie, en Suisse et au Royaume-Uni. L'occasion de distribuer 2,3 millions d'exemplaires du dépliant «Magie hivernale.» et d'augmenter la visibilité de l'hiver suisse dans ces pays.

L'hiver suisse enchante Vérone.

Italie Première étape de la «boule à neige» géante et de son décor blanc et rouge: Vérone. L'hiver suisse y a pris ses quartiers au centre de la Piazza Svizzera et ce, en plein festival des «Tocati» (célèbres jeux traditionnels), au cours de trois jours durant lesquels la vieille ville est en fête. La tradition a été célébrée dans la bonne humeur sur la Piazza Svizzera: plus de 200 musiciens de rue et animateurs ont invité les passants à s'essayer aux sports et coutumes suisses. Difficile aussi de passer à côté du pays-hôte, avec douze restaurants du centre historique servant des spécialités suisses, plus de 100 drapeaux à croix blanche flottant sur les toits de la ville et les taxis souhaitant la bienvenue avec de grandes bannières aux couleurs suisses. Sur les 400 000 visiteurs du festival, un quart environ se sont rendus sur la Piazza Svizzera. Un millier d'entre eux ont posé pour la photo-souvenir devant le décor romantique à souhait de la «boule à neige», avec son tourbillon de flocons en polystyrène et ses ambassadeurs: Heidi et un séduisant moniteur de ski. Cette grande opération, signée ST et ses partenaires Ticino Turismo et Zurich Tourisme, STS/RailAway et Matterhorn Gotthard Bahn, a généré 31 millions de contacts médias en Vénétie, bassin économique majeur en Italie.

Tiziano Pelli (ST Italie) invite les visiteurs des «Tocati» à passer l'hiver en Suisse.

E-marketing

L'hiver en direct sur iPhone.

International Depuis son lancement fin 2009, «Swiss Snow» a été téléchargée 400 000 fois. Cette application donne accès aux bulletins d'enneigement de 250 stations, aux live-cams et à des infos sur les pistes de ski, de snowboard et de luge, mais aussi sur les fun-parks, les pistes de fond, et les sentiers de randonnée pour les marcheurs avec ou sans raquettes. En un seul clic, les sportifs peuvent poster un aperçu du domaine skiable où ils se trouvent sur leur profil Facebook, en y ajoutant un mot sur la qualité des pistes... ou sur les bars à proximité!

Enigmes suisses sur Facebook.

International De novembre 2010 à janvier 2011, ST a attiré les amateurs d'énigmes avec un «Swiss Quiz» sur facebook.com/MySwitzerland. Dix questions épineuses sur la Suisse et, pour les vainqueurs, des lots offerts par nos partenaires Mammüt, Stöckli, Rohner et Victorinox, ainsi qu'un prix spécial: un séjour d'une semaine avec forfait de ski (et vol sur SWISS pour les joueurs de l'étranger). Avec 11 000 nouveaux fans et 15 200 parties jouées, le «Swiss Quiz», disponible en anglais, français, allemand et italien (les quatre langues officielles de ST sur Facebook), a rencontré un excellent écho.



L'hiver s'invite en gare d'Anvers.

Belgique Prochain arrêt: «Ski-Station Zwitserland». Fin octobre 2010, ST Belgique a choisi la gare d'Anvers pour dérouler le tapis de l'hiver. Les animations de la conférence de presse ont fait parler d'elles: snow-golf, lancer de boules de neige, empilage de vaches, «Switzerball» et «boule à neige» avec son séduisant moniteur de ski et la jolie Heidi. Plus d'une vingtaine de journalistes et 20000 visiteurs se sont ainsi laissés tenter par un petit tour en Suisse. Cette opération, organisée par la Région du Léman, Valais Tourisme, Swiss Snowsports, STS/RailAway, les Chemins de fer rhétiques, Engadine Saint-Moritz, les chemins de fer et la Région de la Jungfrau, ainsi qu'Interlaken Tourisme, a généré plus de 4,5 millions de contacts, dont un reportage sur la chaîne «Een» (800 000 téléspectateurs ont regardé le sujet et un reportage de dix minutes en Suisse), ainsi que sur la chaîne locale «ATV» (200 000 téléspectateurs). «Het Laatste Nieuws», 1^{er} quotidien belge avec plus d'un million de lecteurs, avait également annoncé l'événement et la «Ski-Station Zwitserland» a été couverte par les cinq principaux quotidiens. ST avait par ailleurs organisé un jeu sur plusieurs stations de radio, avec quiz et interviews sur l'hiver en Suisse.

Saar Claeys et Ivan Breiter (ST Belgique) lancent l'opération séduction de l'hiver suisse en gare d'Anvers.

En «snow-train» sur les pistes.

Royaume-Uni C'est au musée des Transports de Londres que ST, Valais Tourisme et les CFF ont présenté le «snow-train», un train au concept novateur reliant directement l'aéroport de Genève aux stations de sports d'hiver du Valais. 37 journalistes sont venus découvrir ce train très spécial aux horaires calés sur les arrivées des vols en provenance du Royaume-Uni, qui fait du voyage vers les Alpes un moment fort. Le «snow-train» valorise le réseau intégré de transports publics en Suisse et prépare ses passagers à ce qui les attend sur les pistes: moniteurs à disposition pour une mise en condition et ambiance d'après-ski au wagon-bar. Petits et grands peuvent s'échauffer avec un jeu de ski sur Nintendo Wii, tandis que les fauteuils massants prennent soin des futurs athlètes. Tiré par la nouvelle locomotive des CFF aux couleurs de ST, qui circulera pendant un an sur le réseau ferroviaire suisse, le «snow-train» a transporté les skieurs britanniques dès fin janvier 2011, sur huit samedis pendant deux mois. Les billets du «snow-train» s'achetaient en ligne sur le site MySwitzerland.com/snowtrain.

Des quotidiens réputés comme l'«Evening Standard» et des sites web spécialisés ont couvert l'événement en détail. L'opération aura généré au total quelque dix millions de contacts médias.

Key Account Management

Mini-JO pour agences de voyages.

Canada C'est dans la «Maison de la Suisse» sise au cœur de Vancouver pendant les jeux Olympiques d'hiver, que ST avec Présence Suisse, Rail Europe et l'agence de voyage «Advantage Prime Travel» ont organisé des «mini-JO ST»: 108 voyageurs y ont participé et découvert la Suisse hivernale de façon très ludique. Succès total, car la manifestation a permis à «Advantage Prime Travel» d'enregistrer une hausse de 15% de ses réservations en 2010. Un événement bienvenu puisque la Suisse est accessible depuis le Canada avec de nouveaux vols directs de SWISS/ Edelweiss Air.

Le comité olympique officiel de ST: Mirko Capodanno et Ursula Beamish (ST Canada).