

TOURISME EN SUISSE –

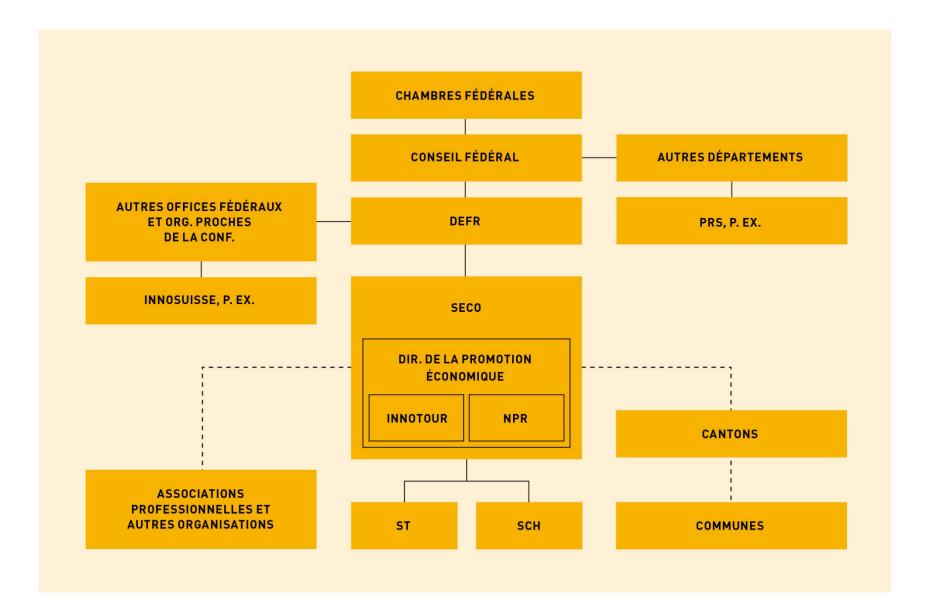
ORGANISATION ET PERSPECTIVES

Mathieu Gavillet, Vaud Promotion

26 mars 2021



Organisation politique du tourisme en Suisse





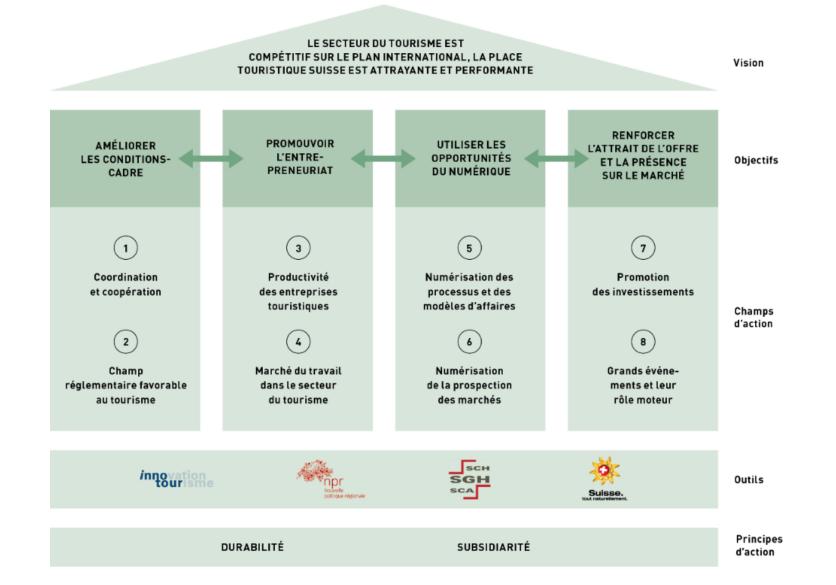
Politique du tourisme de la Confédération



Source: Secrétariat d'Etat à l'économie SECO



Politique du tourisme de la Confédération









L'association faitière nationale du tourisme suisse.

Les missions de la FST:

- coordonne les demandes des différents acteurs touristiques.
- représente leurs intérêts dans le domaine de la politique, face aux autorités et vis-à-vis du grand public.
- être un partenaire actif dans la création et le développement de la formation pour le tourisme.

Autour de 3 grandes familles d'acteurs du domaine touristique:

- les associations professionnelles du tourisme
- les représentants politiques
- l'industrie touristique
- les autorités ayant à faire avec le tourisme



Conférence des directeurs d'offices de tourisme régionaux de Suisse (CDR / RDK)

STV_FST

Schweizer Tourismus Verband Fédération suisse du tourisme Federazione svizzera del turismo Federaziun svizra dal turissem

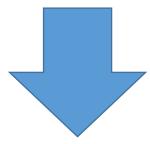
La Suisse est structurée en 13 régions touristiques principales.

La CDR, suprarégionale, discute de la politique touristique, du marketing, de la qualité et de la manière d'aménager l'offre pour qu'elle réponde aux besoins de l'avenir









Objectif de coordonner les activités régionales



Suisse Tourisme



L'organisation de marketing nationale est chargée par la Confédération de promouvoir la Suisse en tant que destination de vacances et de congrès dans le monde entier.

Vision

Le tourisme suisse prospère, et ce, dans tout le pays. Les attractions phares au rayonnement international, de même que les petits prestataires touristiques, génèrent des marges et disposent ainsi d'une force de renouvellement.

Mission

ST stimule une demande de voyage durable pour les vacances, les excursions et les congrès en Suisse en se focalisant sur la conquête de nouveaux hôtes.

2

4 Philosophie

ST encourage un esprit d'équipe dynamique, l'innovation et les initiatives non conventionnelles. La pensée et l'action entrepreneuriales sont axées sur les objectifs et visent la poursuite du succès touristique.

Principe directeur

ST est une entreprise de marketing dynamique, prospère au niveau international. ST établit avec confiance des objectifs ambitieux avec des partenaires professionnels.

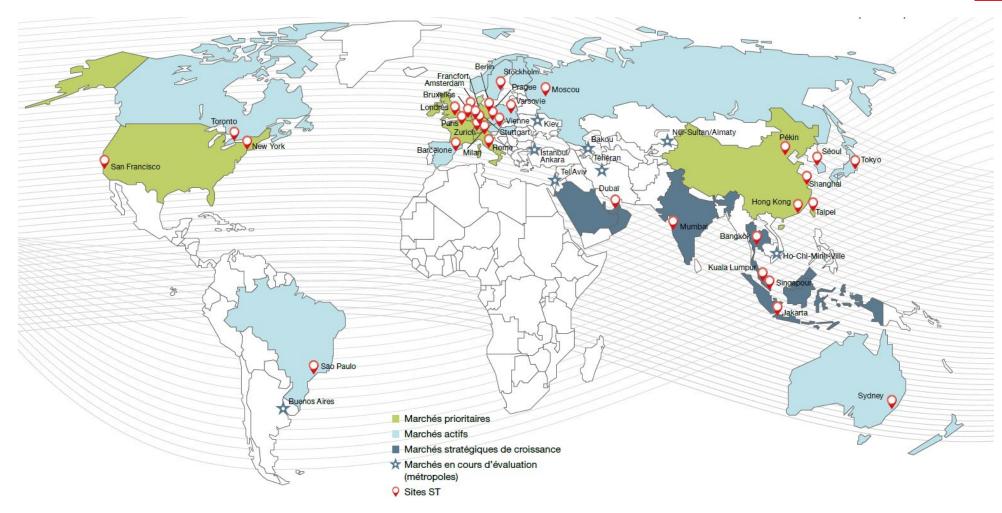




Suisse Tourisme

Suisse.

33 représentation dans 22 marchés





Suisse Tourisme

Le modèle de partenariat avec ST



Partenariats clés sur les marchés

Forfalts sur mesure pour un travall efficace sur les marchés.

Partenariat de campagne

Forfaits clairement structurés et cibiant des besoins spécifiques pour les campagnes principales, le domaine des événements professionnels et les coopérations de l'hébergement et de la gastronomie.

ST – agir ensemble

Programme Incluant des activités attractives complémentaires sur les marchés, qui peuvent être sélectionnées et achetées individuellement.

Affiliation

Prestations de base comme l'accès au réseau touristique, aux événements de la branche et à un aperçu des principales informations issues d'études de marché.

Mission de base

Promotion touristique avec des activités de marketing de base.



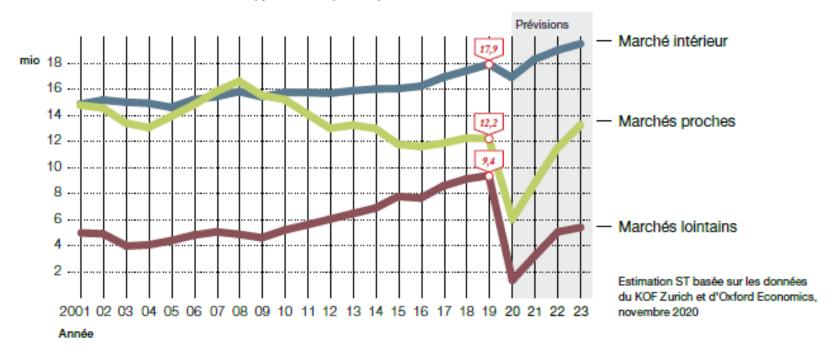






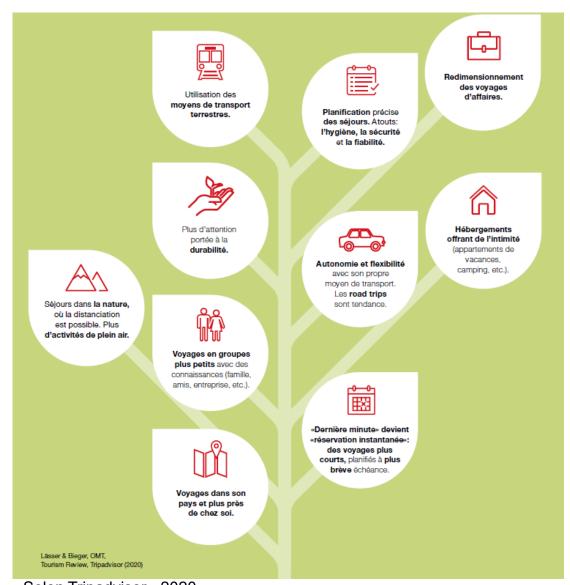
Évolution des marchés

Évolution des nuitées d'hôtel, prévisions (en mio)





10 tendances de voyages post-corona.



Selon Tripadvisor - 2020



L'avenir du tourisme suisse selon ST

Consolidation

Les faillites et fusions entraînent une consolidation des prestataires touristiques et des agences de voyage.

Marchés

D'après l'OCDE, l'économie mondiale devrait se redresser lentement en 2021, après la pire récession des 100 dernières années.

Climat de consommation

L'instabilité du marché du travail entraîne une consommation et une planification de voyages modérées. Économie

Société



Dans le contexte actuel de la pandémie, la transformation digitale s'accélère plus que jamais. Cette situation offre au tourisme de nombreuses opportunités.

Digitalisation

Travail mobile

Le travail à domicile et le travail mobile entrainent un recul des voyages d'affaires. La frontière entre le travail et les loisirs s'efface de plus en plus.

Santé

Technologie

La pandémie met la santé au cœur des préoccupations et entraîne une nouvelle prise de conscience.

Confiance

La confiance accordée à une destination est désormais un avantage concurrentiel. Dans ce contexte, l'hygiène, la sécurité et la fiabilité jouent un rôle clé.

Communautés

La distanciation sociale pousse les personnes à évoluer principalement dans des communautés familières (famille, amis, entreprise, clubs, etc.).

Concurrence

Renaissance des voyagistes

Les agences de voyages profitent d'un regain d'attractivité en tant que partenaires fiables face aux risques comme les changements de dernière minute ou les annulations.

Lutte pour attirer l'attention

Avec de gros budgets publicitaires, les prestataires touristiques du monde entier ont le même but: reconquêrir les hôtes en mettant l'accent sur le tourisme intérieur.

Solidarité

La crise du coronavirus a déclenché des élans de solidarité dans le monde entier. Les prestataires et produits locaux sont de plus en plus soutenus.

Durabilité

Des voyages responsables, une consommation modérée et une mobilité réfléchie sont plus importants que jamais. :nvironnemer



Plan de relance 2021:

Enveloppe fédérale additionnelle de 40 millions CHF: 50% promotion / 50% soutien partenaires touristiques

Investissements concentrés pour:

- le développement durable du tourisme,
- la commercialisation des offres.







<u>2021-2023</u>:

5 priorités stratégiques pour ST

1.

Campagnes

Des campagnes à fort impact attirent l'attention, donnent envie de voyager en Suisse et génèrent des réservations.





Mix de marchés

Un mix équilibré entre marché intérieur, marchés proches et marchés lointains constitue une base solide pour le tourisme suisse.



Plan de relance

Durabilité

En collaboration avec la branche du tourisme, ST lance le pro-

gramme Swisstainable pour

promouvoir en Suisse le développement d'un tourisme

et de produits durables.

Pour une reprise rapide du tourisme suisse, des mesures efficaces sont prises pour reconquérir les hôtes venant de près et de loin.



Leadership digital

La transformation numérique et le marketing orienté sur les données seront accélérés.



Informations et références

- Suisse Tourisme Stratégie et planification 2021-2023
- Fédération Suisse du Tourisme (STV FST)
- Stratégie touristique de la Confédération

