

La promotion économique est efficace

Exemples de bonnes pratiques dans la branche



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

GASTRO SUISSE

Parahotellerie
Schweiz

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

RDK
KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)
CONFÉRENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME RÉGIONAUX DE SUISSE (CDR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)

**Seilbahnen Schweiz**
Remontées Mécaniques Suisses
Funivie Svizzere
Penticularas Svizras

VÖV UTP
Verband öffentlicher Verkehr
Union des transports publics
Unione dei trasporti pubblici

Innotour



innovation
tourisme

«Slogan»	Formation attrayante pour la relève dans la branche
Nom du projet	Spécialiste en communication hôtelière CFC (SPECO)
Instrument de promotion	Innotour
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Innotour a soutenu le projet «Nouveau métier: spécialiste en communication hôtelière CFC» au moyen d'objectifs ciblés, d'une aide financière ainsi que d'un conseil personnalisé. Les conditions fixées dans la loi fédérale 935.22, telles que «Renforcer la compétitivité touristique de la Suisse» et «Créer ou préserver des emplois attrayants», ont pu être remplies de manière optimale dans ce projet.
De quoi s'agit-il?	Avec cette nouvelle formation, la branche accorde une grande importance à un encadrement chaleureux et professionnel des hôtes ainsi qu'à une communication en réseau, à l'interne et en externe. La nouvelle profession est une réussite totale: la demande dépasse les attentes et ce métier suscite un énorme intérêt auprès des jeunes collaborateurs qualifiés. Les spécialistes en communication hôtelière sont particulièrement bienvenus dans les établissements deux à cinq étoiles qui recherchent un personnel qualifié bien formé. Ils contribuent donc aussi à pallier la pénurie de main-d'œuvre qualifiée.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Le soutien d'Innotour a permis d'élaborer une profession moderne, axée sur les besoins futurs de l'hôtellerie et de la Suisse en tant que destination touristique. L'internationalisation, la numérisation, la communication et le développement durable constituent les bases de cette formation. Sans le soutien d'Innotour, il n'aurait pas été possible de créer un métier moderne avec des contenus tournés vers l'avenir.
Lien	Description complète du projet

«Slogan»	Protection du climat et développement durable dans le tourisme suisse
Nom du projet	Cause We Care – une initiative pour la protection du climat et le développement durable dans le tourisme suisse
Instrument de promotion	Innotour
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Le projet Cause We Care a pu être lancé et développé grâce au soutien financier d'Innotour. Il permet d'ancrer le développement durable dans l'organisation de l'entreprise avec des moyens d'action concrets et encourage le tourisme suisse à prendre ses responsabilités au regard des émissions de gaz à effet de serre. La sensibilisation à la question du climat déclenchée par l'initiative a favorisé en outre une prise de conscience des conséquences du changement climatique.
De quoi s'agit-il?	Le programme offre aux acteurs du tourisme et aux hôtes l'opportunité de s'engager sur une base volontaire pour lutter contre le changement climatique et d'avoir ainsi un impact ensemble. L'établissement propose à l'hôte d'acquiescer ses prestations sans porter atteinte au climat. En même temps, l'établissement s'engage à doubler ce montant et à l'investir dans des projets de protection climatique et de développement durable dans l'établissement.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Innotour a permis de réaliser un projet qui contribue à enrayer le changement climatique et à préserver nos ressources naturelles, et il a favorisé une sensibilisation ciblée. Avec l'approche Cause We Care, les établissements peuvent, avec leurs clients et leurs hôtes, mobiliser des fonds en faveur de la protection du climat et du développement durable. Cause We Care a été lancé au printemps 2017. Le projet Innotour s'étend sur une durée de deux ans et demi. A ce jour, 3,6 millions de réservations climatiquement neutres ont été enregistrées, 893 314 francs ont été affectés à des projets de développement durable locaux et 25062 tonnes de CO ₂ ont pu être évitées.
Lien	Description complète du projet

«Slogan»	Enthousiasmer les enfants et les jeunes pour les sports de neige
Nom du projet	Initiative pour les sports de neige: création de la plateforme d'offres GoSnow.ch
Instrument de promotion	Innotour
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Le financement initial est assuré en deux phases (phase de lancement/phase de développement) par l'Association initiative sports de neige Suisse. Il s'étend sur une durée de six ans au total en complément au financement des associations de branche (RMS, FST, Swiss Ski, Swiss Snowsports, SPAF, ASMAS) ainsi qu'à l'aide de l'Office fédéral du sport OFSPO. Soutien et conseil sont apportés pour développer un réseau de contacts dans les milieux touristiques et politiques.
De quoi s'agit-il?	L'Association initiative sports de neige Suisse a pour but d'accroître la part de la population pratiquant des sports de neige. Les efforts de promotion se concentrent sur les écoles. Chaque élève doit suivre au moins un camp de sport d'hiver durant sa scolarité obligatoire. Aussi la plateforme www.GoSnow.ch a été créée pour aider les enseignants à organiser avec facilité et à moindres frais des journées ou des camps de sport d'hiver pour leurs classes.
Pourquoi l'instrument est-il important?	La collaboration de la Confédération et des associations privées a été décisive pour la création de l'association et le succès de son développement. Chacun a pris conscience de l'importance de ce projet et tous étaient prêts dès le départ à apporter leur contribution financière au projet. Seule, aucune association n'aurait pu mettre sur pied ce programme dans un délai raisonnable et avec suffisamment d'efficacité. La coopération entre secteur privé et secteur public demandée par Innotour a été un facteur générateur de succès pour l'initiative sports de neige Suisse.
Lien	Description complète du projet

«Slogan»	Rendre la numérisation possible dans chaque hôtel
Nom du projet	La numérisation dans l'hôtellerie suisse
Instrument de promotion	Innotour
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Innotour met les ressources financières à disposition, mais demande aux responsables du projet une participation aux coûts de 50% au minimum. Il s'agit d'un financement initial unique. La poursuite à long terme de hotel.digital doit être organisée et prise en charge financièrement par les promoteurs du projet.
De quoi s'agit-il?	Pour l'hôtellerie suisse, la numérisation recèle un grand potentiel, mais elle pose en même temps de grands défis. Il appartient à chaque hôtelier de déterminer les mesures qui sont judicieuses pour son établissement. Le site www.hotel.digital est une plateforme conçue de manière flexible qui propose divers outils visant à faciliter le processus de transformation numérique.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Les outils d'évaluation et les analyses détaillées sont des instruments pertinents pour déterminer les mesures individuelles que doit prendre un hôtel. Les instruments transposent les tout derniers résultats de la recherche dans la pratique et créent ainsi une plus-value pour l'ensemble de la branche.
Lien	Description complète du projet

Suisse Tourisme



Suisse. 

Suisse Tourisme

«Slogan»	Entrepôt de données (data warehouse DWH) pour le tourisme suisse
Nom du projet	Développement d'un système de gestion de l'information pour la branche
Instrument de promotion	Suisse Tourisme (ST)
De quoi s'agit-il?	Le monitoring du tourisme, les statistiques des nuitées, les web analytics, etc. livrent quantité de données précieuses sur le tourisme. Rassembler ces données dans un entrepôt de données (data warehouse DWH), les relier entre elles et les rendre accessibles aux acteurs de l'économie du tourisme, telle est l'approche de la DWH de Suisse Tourisme en cours de développement. Sur cette base, ST développera en 2019 un système de gestion de l'information. La nouvelle statistique des nuitées en ligne constitue le premier produit mis à la disposition des membres ST dès mars 2019. En comparaison avec l'ancien traitement statistique, la nouvelle solution offre des possibilités de filtrage interactives (p. ex. choix de l'année de comparaison, des mois, des marchés et des régions touristiques). De plus, les chiffres sont présentés de manière claire et attrayante sous forme de graphiques. D'autres produits suivront.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Seule une base de données complète, accessible à l'ensemble de l'économie du tourisme, permet de réaliser un marketing touristique numérique, segmenté. Et seule une organisation nationale peut mettre une telle plateforme à disposition de manière centralisée.
Lien	www.stnet.ch/fr/wissensplattform/marktforschung/overnights-de/overnights-fr.html

«Slogan»	Produits nationaux pour le tourisme suisse – ensemble avec la branche et au profit de toutes les régions
Nom du projet	Développement de produits: Grand Tour of Switzerland
Instrument de promotion	Suisse Tourisme (ST)
De quoi s'agit-il?	Le Grand Tour of Switzerland est le premier Tour de Suisse en voiture. C'est un circuit touristique de 1600 km à travers tout le pays, qui dévoile une multitude de curiosités, avec des possibilités d'excursions intéressantes dans les alentours immédiats. Le tour sillonne toutes les régions touristiques et les quatre régions linguistiques. L'itinéraire longe aussi 22 lacs, franchit cinq cols alpins et passe par douze sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO. Le Grand Tour of Switzerland est un exemple d'une orientation décentralisée des hôtes en faveur de toutes les régions touristiques de notre pays. Le tour incarne aussi l'esprit pionnier de Suisse Tourisme dans le développement de produits, conçus en étroite concertation et collaboration avec la branche.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Suisse Tourisme tient compte des tendances, répond aux besoins des hôtes et donne naissance à des produits innovants. ST travaille en étroite collaboration avec la branche du tourisme et au profit de tous les prestataires, d'où l'accent mis sur une orientation décentralisée des hôtes.
Lien	Site web Grand Tour of Switzerland

Suisse Tourisme

«Slogan»	Pour chaque marché, le canal idéal de promotion du tourisme en Suisse
Nom du projet	Tournage de films et de spots TV pour les marchés importants
Instrument de promotion	Suisse Tourisme (ST)
De quoi s'agit-il?	ST est présent avec des spécialistes sur 26 marchés et connaît ainsi parfaitement la situation locale. Pour chacun de ces pays, ST choisit le meilleur mix de marketing et le plus optimal. Cela vaut aussi pour la réalisation de films et de spots TV pour promouvoir la Suisse. ST se concentre sur les formats les plus efficaces et les plus prometteurs pour présenter la Suisse: de l'invitation à la réalisation de soaps télévisés dans les pays du Golfe jusqu'à l'engagement d'une vedette de cinéma et de méga-influenceurs en Inde, en passant par un travail avec des pop stars en Corée. Les fonds alloués à la promotion de l'image et la publicité touristique sont ainsi utilisés de manière efficace et ciblée.
Pourquoi l'instrument est-il important?	La présence sur les marchés mondiaux avec des spécialistes sur place permet d'accéder à une connaissance détaillée des conditions locales et nationales. Ce ne sont pas des instruments généraux qui sont utilisés mais des plateformes idéales, parfaitement adaptées au marché en question. Cela permet d'utiliser les ressources de manière efficiente, efficace et durablement performante.
Lien	Rapport annuel ST 2017: compte rendu sur le K-pop-Girlgroup en Corée

«Slogan»	Campagnes ciblées pour la Suisse, destination de voyages et lieu de vacances
Nom du projet	1 ^{re} campagne nationale d'automne 2018 «Eveille tes sens»
Instrument de promotion	Suisse Tourisme (ST)
De quoi s'agit-il?	En 2018, la première campagne automnale coordonnée à l'échelle nationale a permis de lancer l'automne comme une saison touristique sous le slogan «Eveille tes sens». Cette saison recèle un potentiel énorme avec une abondance d'offres portant sur la gastronomie, l'œnologie, les fêtes des récoltes et les coutumes. Le changement climatique constitue un défi pour la branche, mais il permet aussi de mettre davantage l'accent sur les mois entre l'été et l'hiver. Le marché intérieur suisse et le marché européen figurent au centre de la campagne. Les groupes d'hôtes provenant de ces marchés optent pour des vacances de courte durée, décidées spontanément. Après avoir cerné ce besoin, des offres attrayantes dans toute la Suisse ont été développées et regroupées. La campagne a eu un succès retentissant. Plus de la moitié des 200 000 nuitées supplémentaires fixées initialement comme objectif à cinq ans a pu être atteinte durant le premier automne (2018) avec 114 000 nuitées supplémentaires enregistrées.
Pourquoi l'instrument est-il important?	ST suscite un large intérêt avec ses campagnes et l'organisation fixe des priorités thématiques s'inscrivant dans un agenda durable. La promotion de l'offre touristique attrayante profite à toute la Suisse (orientation des hôtes décentralisée). Cela amène ST à développer de nouvelles plateformes prometteuses pour les offres de l'ensemble de la branche.
Lien	MySwitzerland.com/automne



**Société Suisse
de Crédit Hôtelier**



Société Suisse
de Crédit Hôtelier

Société Suisse de Crédit Hôtelier

«Slogan»	Renaissance d'un hôtel Art nouveau
Nom du projet	Reprise et rénovation de l'Hôtel Regina, Mürren (BE)
Instrument de promotion	Société Suisse de Crédit Hôtelier (SCH)
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Conseil et financement
De quoi s'agit-il?	L'Hôtel Regina, 52 chambres, était mis en vente et aurait été fermé en tant qu'hôtel. Le bâtiment présentait un grand besoin d'investissements. En 2014, poussés par des motivations idéologiques, comme la protection des monuments et des sites, des habitants des lieux ont décidé de racheter le vénérable hôtel.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Depuis le début, la SCH est restée aux côtés des nouveaux propriétaires en apportant ses conseils. Grâce à l'expertise de la SCH et à une sécurité financière sous forme de prêts, d'autres instruments de promotion, comme l'Aide suisse aux montagnards, et partenaires de financement ont soutenu le projet.
Lien	Site web Hôtel Regina Mürren

«Slogan»	Agrandir un établissement pour accroître sa compétitivité
Nom du projet	Modernisation de l'Hôtel Barbatè (TI)
Instrument de promotion	Société Suisse de Crédit Hôtelier (SCH)
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Conseil et financement
De quoi s'agit-il?	Les propriétaires de l'Hôtel Barbatè ont décidé en 2010 d'augmenter la capacité des chambres, afin de pouvoir réduire les frais d'exploitation et d'atteindre une meilleure rentabilité. Enfin, l'élargissement de l'offre globale vise aussi à améliorer l'offre individuelle.
Pourquoi l'instrument est-il important?	La SCH a aidé à financer le projet en accordant un prêt subordonné, qui comble les lacunes entre le financement bancaire et le financement par fonds propres et la contribution non remboursable du Canton du Tessin. De plus, la SCH a joué un rôle important avec ses conseils financiers et son soutien, depuis le développement de l'idée jusqu'à sa réalisation. Les partenaires financiers ont pu compter dès le début sur les compétences et le savoir-faire de la SCH.
Lien	Description complète du projet



Nouvelle politique régionale



Nouvelle politique régionale

«Slogan»	Un centre de l'innovation pour l'Engadine
Nom du projet	Mia Engiadina (GR)
Instrument de promotion	Nouvelle politique régionale (NPR)
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Contributions à fonds perdus versées par la Confédération et les cantons dans le cadre de la NPR.
De quoi s'agit-il?	La société Energia Engiadina SA travaille à la réalisation d'un centre de l'innovation en Basse-Engadine. Le cœur du projet réside dans une infrastructure qui offre un environnement de travail moderne, notamment en ce qui concerne les technologies de l'information et de la communication. L'objectif est de développer de nouveaux modèles de travail en collaboration avec de grandes entreprises spécialisées dans l'informatique, qui donnent à la région des impulsions supplémentaires avec un caractère d'exportation dans les domaines du tourisme, des services et de l'artisanat.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Les contributions de la NPR peuvent inciter également les régions périphériques en Suisse à développer des infrastructures et des modèles de travail orientés vers l'avenir. Dans le cas présent, l'Engadine devient attrayante pour les entreprises et exploite le potentiel numérique.
Lien	Site web Mia Engiadina

«Slogan»	Promouvoir les quatre saisons touristiques
Nom du projet	Construction de la télécabine Diablerets-Jorasse-Mazots (VD)
Instrument de promotion	Nouvelle politique régionale (NPR)
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Compte tenu de l'adéquation du projet de construction de la télécabine avec la stratégie «Alpes vaudoises 2020», il bénéficie d'un prêt de la Confédération via la loi fédérale sur la nouvelle politique régionale et d'une subvention non remboursable des cantons.
De quoi s'agit-il?	La stratégie touristique des Alpes vaudoises est basée sur quatre objectifs: promouvoir le passage à un tourisme moins dépendant de l'enneigement, améliorer la compétitivité des remontées mécaniques indépendamment de la saison, optimiser l'offre de mobilité et renforcer l'attrait et la rentabilité des hébergements. Cela a donné naissance au projet «Construction de la télécabine Diablerets-Jorasse-Mazots» à dix places. Le but est de créer une installation fonctionnant toute l'année (tourisme quatre saisons), qui permet de s'adonner aussi bien à des sports d'hiver (ski, luge) qu'à des activités estivales (randonnées, mountain bike, «fat bike», etc. au cœur du domaine skiable Villars-Gryon-Diablerets.
Pourquoi l'instrument est-il important?	Grâce au soutien de la NPR, il est possible de réduire la dépendance au tourisme hivernal et de créer une offre accessible toute l'année. Avec le projet, la région répond aussi aux nouvelles attentes des hôtes et crée de nouveaux produits et services.
Lien	Description complète du projet

Nouvelle politique régionale

«Slogan»	Cyclotourisme pour toute la Suisse
Nom du projet	Extension du parcours à vélo n° 99 «Route du cœur» Suisse centrale/Suisse orientale
Instrument de promotion	Nouvelle politique régionale (NPR)
Comment la promotion est-elle assurée concrètement?	Les contributions à fonds perdus de la NPR ont permis de réaliser les six dernières étapes de la «Route du cœur».
De quoi s'agit-il?	L'itinéraire régional n° 99 ou «Route du cœur» est un tronçon du réseau de Suisse-Mobile, qui s'adresse tout particulièrement aux adeptes du vélo électrique qui recherchent avant tout le plaisir. Le soutien de la NPR a permis l'ouverture, à la saison 2015, des six dernières étapes reliant la Suisse centrale au lac de Constance, qui représentent quelque 300 km cyclables. L'offre existante a ainsi été complétée et enrichie de multiples attractions. La «Route du cœur» dispose désormais, avec ses 13 étapes d'une journée et son tracé de 700 km, d'un réseau de routes reliant le lac de Constance au lac Léman.
Pourquoi l'instrument est-il important?	L'infrastructure bike existante a pu être économiquement exploitable grâce au soutien de la NPR des cantons AI, AR, SG, SZ, ZH et de la Confédération ainsi qu'avec l'aide du Canton de Zoug. En considération d'offres coordonnées entre elles de manière optimale, le projet complexe a nécessité une collaboration très étroite entre tous les cantons. Cela a été rendu possible grâce à la volonté déterminée de coopérer de tous les participants. Le positionnement global, clairement défini a permis une promotion couronnée de succès. La combinaison des offres routes et e-bike a été un élément central de la réussite. De plus, les prestataires privés tirent profit de la commercialisation de la route tout au long du parcours.
Lien	Description complète du projet

Impressum

Langues

Allemand, français

Conception

xamt franziska liechti

Publication

Est uniquement disponible en format PDF

Contacts

hotelleriesuisse
Monbijoustrasse 130
Case postale
CH-3001 Berne
Tél. +41 31 370 42 08
politik@hotelleriesuisse.ch

Fédération Suisse du Tourisme
Finkenhubelweg 11
Case postale
3001 Berne
Tél. +41 31 307 47 47
info@stv-fst.ch

GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zurich
Tél. +41 848 377 111
info@gastrosuisse.ch

Remontées Mécaniques Suisses
Dählhölzliweg 12
3000 Berne 6
Tél. +41 31 359 23 33
info@seilbahnen.org

Union des transports publics
Dählhölzliweg 12
3000 Berne 6
Tél. +41 31 359 23 23
info@voev.ch

Parahotellerie Schweiz
Schaffhauserstrasse 14
Case postale
8042 Zurich
Tél. +41 44 360 14 31
parahotellerie@youthhostel.ch

Conférence des directeurs d'offices de tourisme régionaux de Suisse (CDR)
Tél. +41 41 227 17 17
marcel.perren@luzern.com