

LE RÔLE D'UNE ENTREPRISE FORTE
DANS UNE DESTINATION TOURSITIQUE.

FORUM TOURISME SUISSE 2013

15 novembre 2013



MATTERHORN
ZERMATT BERGBAHNEN



SITUATION AVANT LE 15.2.2002.

Chemin de fer Gornergrat-Mont-Rose

Matterhornbahnen AG

Funiculaire du Sunnegga SA

Zermatter Rothorn Bahn AG



FUSION LE 15. 2. 2002



Zermatt Bergbahnen AG

Actionnaires :

Bourgeoisie de
Zermatt 23%

Gornergratbahn
(MGB) 22%

Commune de
Zermatt 18%

Actionnaires privés
37%

INVESTISSEMENTS MASSIFS

Investissements de 360
mio.

entre 2002 et 2013

Voies ferrées : 185 mio.

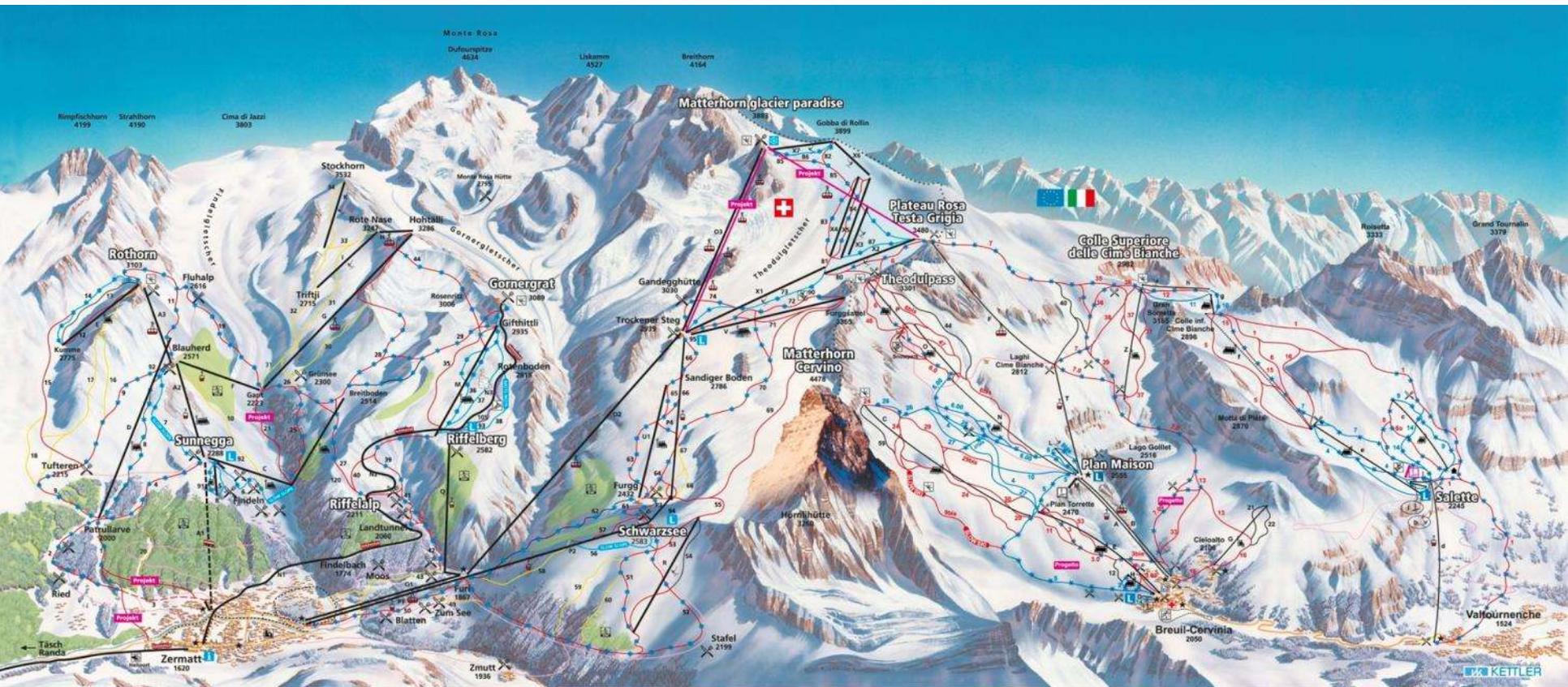
Equipements d'enneigement :
88 mio.

Véhicules de pistes : 29 mio.

Bâtiments / installations :
58 mio.

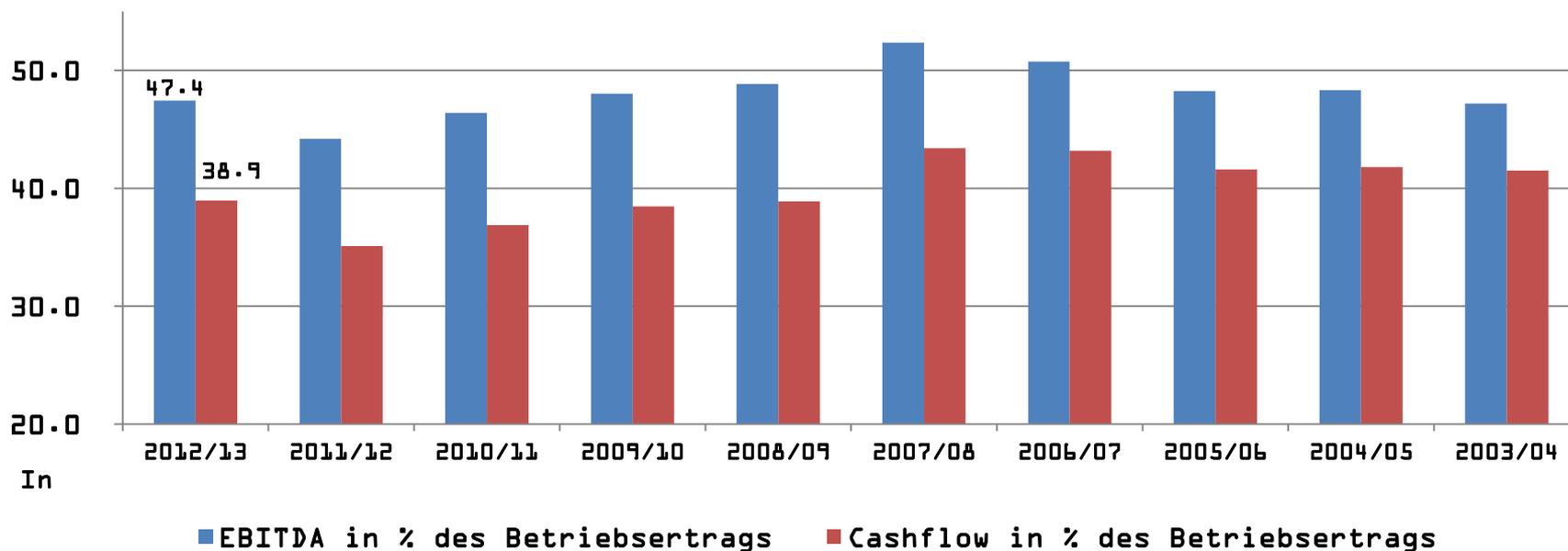


Cervin Paradis du ski 2013



- Bahnen
Transports
Trenino
- leichte Piste
Easy pistes
Piste facile
Pista facile
- mittelschwere Piste
Medium pistes
Piste moyen
Pista media
- schwierige Piste
Difficult pistes
Piste difficile
Pista difficile
- Piste beschneit oder Gletscher
Piste with snowmaking
Piste enneigement artificiel ou glacier
Pista ad innevamento programmato
- Abfahrtsrouten
Itinéraires de runs
Itineraires à ski
Piste di discesa
- Winterwanderweg
Walking paths
Sentiers de randonnée
Sentiero da trekking invernale
- Schittelweg
Sledge track
Piste pour luges
Pista da slitta
- Ski bus
Ski bus
Ski-Bus
Skibus
- Landesgrenze
National boundary
Frontière nationale
Confine nazionale
- Sommer ski
Summer skiing
Ski d'été
Sci estivo
- Wild- und Waldschutzgebiet – bei Missachtung Skipassentzug
Forest and wildlife protected areas – revocation of the skippass in case of disregarding
Zone de protection de la forêt et de la faune – non-respect, retrait le skippass sans compensation
Riserva boschiva e faunistica – comporta l'immediato ritiro del skippass
- Anflinger-Park
Park for beginners
Domaine pour les débutants
Spazio per principianti
- Gletscher-Palast
Glacier palace
Palais de glace
Palazzo di ghiaccio

CHIFFRES CLÉS 2004-2013.



STRATÉGIE D'EXTENSION

Développer la liaison
ferroviaire vers l'Italie
(internationalité)

Moderniser systématiquement les
infrastructures existantes

Compléter les infrastructures
d'enneigement

Améliorer la qualité de
l'expérience *(expérience active
de la montagne)*

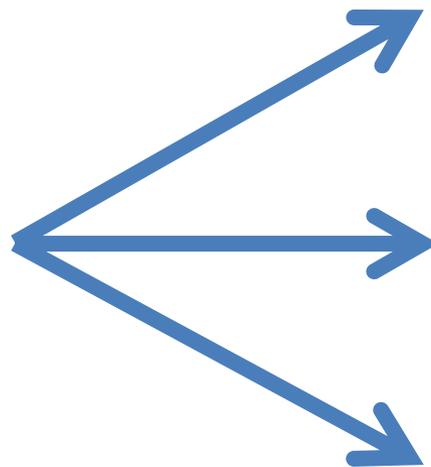
Développer les activités
estivales *(prospection de
nouveaux marchés)*

Meilleur prix - meilleure
qualité



IMPLICATION DE ZERMATT BERGBAHNEN SA

Zermatt
Bergbahnen SA



Stratégie de
développement de la
destination

Stratégie de marketing
de la destination

Stratégie de la
commune en matière
d'infrastructures et
de transports (y c.
dans la localité)

Management de la destination



ZBAG



MGB/GGB



Matterhorn Group
(Bourgeoisie)

Commune de
Zermatt

Communes de
Täsch/Randa

Zermatt
Tourisme

Association
des
commerçants

Association
des hôteliers

Coopération de marketing



Zermatt
Tourisme
(table ronde)

Campagnes So.-Wi
Prospection
conjointe du marché
Marketing produits ?

EXEMPLES DE TIRAILLEMENTS ENTRE LES PRESTATAIRES

MGB/GGB

Tourisme d'excursions Eté

Navette TP Zermatt

Partenaire de transport Hiver

Pas de participation au
marketing hivernal

ZBAG

Développement du tourisme
d'excursions estival vers les
sommets

365 jours de sports d'hiver

Sports de neige comme cœur de
métier

Expérience montagnarde active



EXEMPLE DE MARKETING EN LIGNE (JUSQU'EN 2013)

ZT



Intégration de Zermatt Bergbahnen SA

- Pas de visibilité
- Pas de placement de produits
- Pas de vente active
- à la merci des partenaires

GGB



➔ Mesures à prendre par ZBAG:

Discussion structurelle

Discussion d'une image commune

EXEMPLE DE MARKETING EN LIGNE (DÈS DEC. 2013)

Zermatt Tourisme



Gornergratbahn



Matterhorn Group



Zermatt Bergbahnen AG

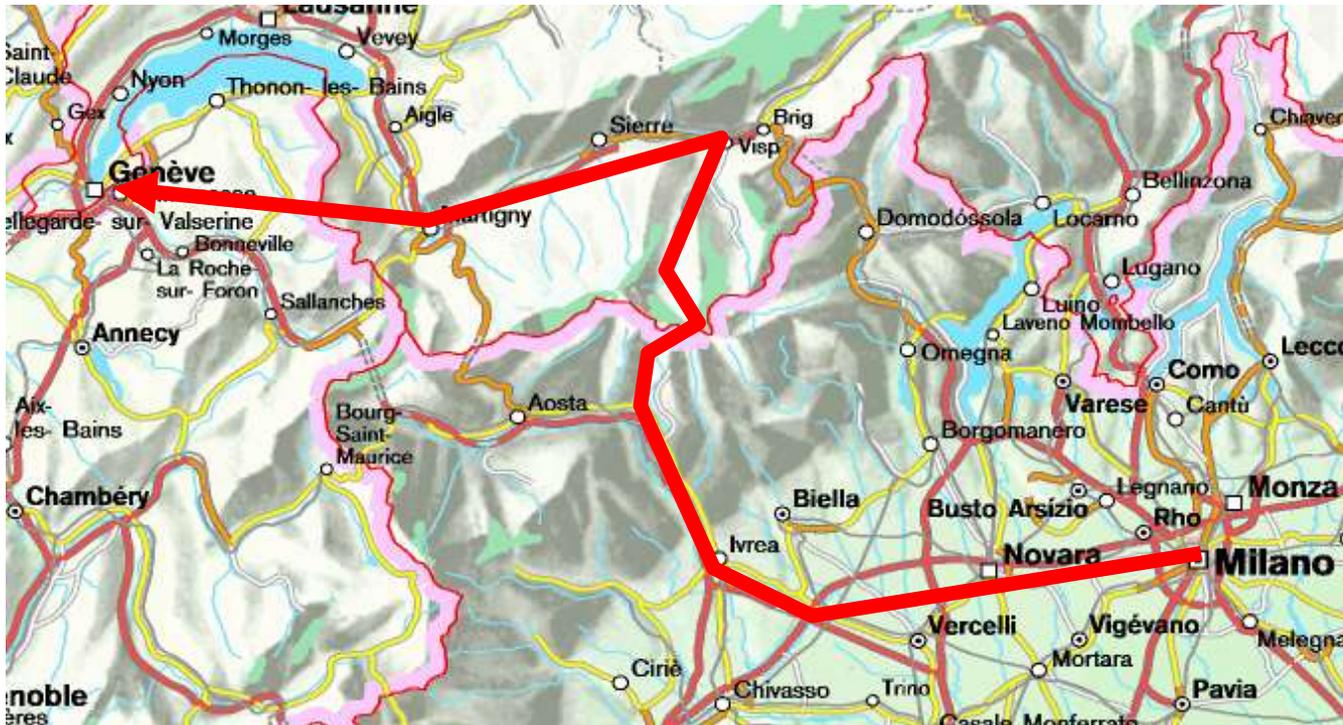


EX. DE CONCEPTION DE PRODUIT

Tourisme d'excursion Eté et Hiver (USP)



VISION?





Conclusion

Zermatt, un modèle de succès ?

- Modèle de destination fondamentalement hétérogène
- Prospection parallèle du marché (efficacité?)
- Modèles de destination intégratifs pas réalisables pour le moment

Mais :

- Prestataires partenaires forts
 - Produits forts
 - Recherche continue du consensus
- Grâce à de bons produits, le tourisme suisse est en route vers un avenir fructueux - dans le meilleur des cas, les structures de destination ne sont qu'un outil.***

MERCI DE VOTRE
ATTENTION.

