

Suisse Tourisme.



# Swiss Summer Report 2020.

Inspirations pour le marketing et l'aménagement de produits



# Groupes d'experts et d'accompagnement.

## Direction de projet et rédaction

Martin Nydegger, Monika Knöpfel  
Suisse Tourisme

## Organisations faitières/associations

- Association suisse des managers en tourisme ASMT
- Conférence des directeurs d'offices de tourisme régionaux de Suisse CDR
- Fédération suisse du tourisme FST
- GastroSuisse
- hotelleriesuisse
- Remontées Mécaniques Suisses RMS
- Union des transports publics UTP

## Oldies du tourisme

- Emanuel Berger
- Bruno Franzen
- Prof. Dr Peter Keller
- Dr Peter Kühler
- Maria Küng
- Prof. Dr Hansruedi Müller
- Dr Mathias Tromp
- Dr Peter Vollmer

## Organisations nationales de tourisme

- Deutsche Zentrale für Tourismus, Francfort
- Petra Hedorfer, directrice
  - Norbert Tödter, planification d'entreprise stratégique

Österreich Werbung, Vienne

  - Dr Petra Stolba, directrice
  - Heidi Tscharf, stratégie et développement d'entreprise

## Représentants de la branche et des hôtes

- Wei Ardielli  
Traductrice, Chine
- Frank Balmes  
Marketing Manager, Allemagne
- Peter Brönnimann  
Responsable création, Spillmann/Felser/Leo Burnett AG
- Meesha Chang  
Product Manager, USA
- Rainer Flaig  
CEO, Saas-Fee Bergbahnen AG
- Erwin Flury  
CEO, FAF AG, Event & Kommunikation
- Fredi Gmür  
CEO, Auberges de Jeunesse Suisses
- Ena Hirschi  
Etudiante de géographie
- Antonio Iacovazzo  
Camera di Commercio Italiana per la Svizzera, Italie
- Pascal Jenny  
Directeur, Arosa Tourismus
- Marc Leuzinger  
Social Media Director, SHORTCUTS
- Caspar Lohner  
Etudiant d'architecture
- André Lüthi  
CEO, Globetrotter Group
- Ankita Makwana  
Fondatrice am Films, Inde
- Anita Raaflaub  
Responsable conseil communication et marketing, Radio Télévision Suisse
- Cristina Regazzi  
Consultant, gestion de projets en thèmes de générations

- Katri Rieger  
Responsable adj., Finlande
- Madeleine Savioz  
Responsable Marketing Partenaires, Valais Tourisme
- Eunbin Song  
Assistante de projets, Expo 2012 Yeosu, Corée
- Otto Jolias Steiner  
Propriétaire, Agentur Steiner Sarnen
- Benedikt Weibel  
Conseiller, auteur, professeur pour «Praktisches Management», Université de Berne
- Guy Wolfensberger  
Cofondateur et Managing Director, Grove Boats SA, bateaux électro-solaires et hybrides

## Sources

- Re-Inventing Swiss Summer, GDI Gottlieb Duttweiler Institute, 2010
- Benchmarking du tourisme – Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale  
«Les 15 facteurs du succès du tourisme alpin»  
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO, BAK Basel Economics AG, 2010
- Monitoring du Tourisme Suisse MTS, Suisse Tourisme, 2011
- Inspiration Concept Re-Invent Summer, Suisse Tourisme, 2012

## Pour commander les publications ST

- [www.stnet.ch/summer2020](http://www.stnet.ch/summer2020)

## Pour un développement durable

La Suisse est connue pour sa nature intacte, sa gestion raisonnée des ressources naturelles, le soin apporté à la préservation de ses paysages et son système de transports publics respectueux de l'environnement. Le souci de l'écologie et du développement durable garantit un tourisme de qualité dont profitent nos visiteurs.

imprimé en  
suisse



Sources mixtes

Groupe de produits provenant de forêts bien gérées et d'autres sources contrôlées  
 www.fsc.org Cert no. SQS-COC-100326  
 © 1996 Forest Stewardship Council



# Sommaire.



## Suisse Tourisme

Case postale  
CH-8027 Zürich

## Impressum

© 2012 Suisse Tourisme

Editeur:  
Suisse Tourisme, Zürich

Design/réalisation:  
Die Drucksache, Hildegard Kessler, Zürich

Rédaction:  
dietexterin, Sara Meier, Zürich

Illustrations:  
designfever, Beat Müller, Schaffhouse

Photos:  
Couverture, Parc Adula, Grisons, Roland Gerth,  
Interlaken Tourismus (p.9), Matterhorn Focus  
Hotel (p.23), Valais Tourisme (p.29), Flug-  
hafen Zürich (p.33), Fotosearch (p.6,14,30),  
Corbis (p.18,22), iStock (p.12)  
Toutes les autres Suisse Tourisme

Impression:  
Offsetdruck Goetz AG, Geroldswil, Suisse

Tirage: 1000 ex. fr. / 4000 ex. all.

Pour obtenir ce Summer Report:  
[www.stnet.ch/summer2020](http://www.stnet.ch/summer2020)

- 4 Introduction.**
- 6 I Have a Dream.**  
The Tucker Family, San Francisco
- 10 Au petit pays des grandes merveilles.**  
Famille Wyss, Bâle
- 14 Quatre sourires pour un cor des Alpes.**  
Lin Yan et ses trois amies, Guangzhou
- 18 Tout fonctionne.**  
Lena et Jonas Schulze, Stuttgart
- 22 Le style avec un grand S.**  
James O'Connor et Ethan Wood, Londres
- 26 Le confort pour les tempes argentées.**  
Francine Bovet avec Médor, Lausanne
- 30 Lune de miel dans les Alpes.**  
Anusha et Uday Rao, Bangalore
- 34 A la une.**  
Les médias devraient en parler en 2020

Le Swiss Summer Report a été soutenu par



# Intro- duction.



Depuis son lancement par Suisse Tourisme en 2010, «Re-Invent Summer» incarne la vision d'une saison estivale plus attrayante et plus réussie. La nouvelle dynamique donnée à ce thème mérite une approche enthousiaste. Les trépidations de nos activités quotidiennes s'opposent trop souvent au développement de réflexions portant sur la stratégie, le positionnement et l'avenir – et à leur mise en pratique. Ce Summer Report se veut prospectif, présentant les hôtes de demain, leurs attentes et leur comportement de voyage. Il se focalise sur les villes, les zones lacustres et en particulier sur le tourisme alpin. Nous vous invitons à suivre avec nous, dès aujourd'hui, le parcours du client de demain.

## **Rompre la stagnation**

Alors que le tourisme mondial connaît une croissance annuelle de 4%, le tourisme estival alpin souffre d'un recul. L'été suisse ne profite pas de la croissance mondiale et il s'agit de renverser la tendance. Le monde évolue plus vite que jamais. Aujourd'hui, il nous faut comprendre les attentes de l'hôte d'après-demain afin d'être prêts demain. Les tendances sont multiples, souvent contradictoires et presque toujours complexes. Il revient à chaque prestataire suisse d'identifier et de saisir ses chances individuelles. La devise est la même pour tous: la clientèle de demain est plus féminine, plus asiatique et plus informée. En Europe occidentale, il nous faudra déclencher l'enthousiasme des hôtes plus âgés, plus expérimentés et donc plus exigeants.



«En 2020, l'été suisse est la destination privilégiée pour des vacances actives et la découverte d'activités de plein air inoubliables.»

### **L'espoir ne peut remplacer**

#### **la stratégie**

Chacun le sait: l'espoir est tout sauf une stratégie. Il est donc inutile de continuer d'attendre que le changement climatique profite à notre été en faisant remonter le mercure. Il n'existe en effet aucun levier magique ni de voie royale, si souvent encensée. Chacun augmente l'attrait de l'été à sa manière. Certains doivent se focaliser sur l'optimisation de la mise en réseau et de la communication des prestations existantes. D'autres doivent revoir de fond en comble leur conception produite et le développement de leur offre.

#### **Le bon choix**

Vouloir optimiser en continu le travail accompli à ce jour n'est peut-être pas la solution idéale. Prenez suffisamment de temps et de distance pour effectuer une

rétrospective à la fois constructive et critique. L'étude méthodique des attentes de la clientèle de demain vous rapprochera d'une prospérité durable – une première étape décisive. Notre intention est de vous accompagner dans cette démarche en vous fournissant suggestions et expériences.

#### **Le Swiss Summer Report mérite toute votre attention!**

Vos activités estivales n'ont jamais été aussi prospères. Les clients font la queue chez vous et vous n'avez jamais souffert de la concurrence? Alors nous vous présentons toutes nos félicitations, vous n'avez vraiment pas besoin de lire le rapport.

Ce travail vous présente de façon ludique les perspectives d'avenir du secteur

touristique. Son objectif: vous donner des idées, vous inspirer et vous motiver à reconsidérer la viabilité de votre offre. Le Summer Report n'est ni un manuel final ni une panacée prétendant détenir une solution exclusive. Il est bien plus l'aboutissement de réflexions de divers spécialistes et penseurs non conformistes (voir page 2) ayant adopté une approche transversale afin de réduire les nombreux scénarios futuristes à quelques synopsis concernant le tourisme. L'incertitude demeure, mais elle devient plus compréhensible.

Dans le Swiss Summer Report, sept groupes d'hôtes fictifs découvrent la Suisse en 2020 et passent des vacances d'été inoubliables. Accompagnez-nous lors de ce voyage.

Jürg Schmid  
Directeur Suisse Tourisme



## Possibilités sans limite

### The Tucker Family

- Emily, 31
- Andrew, 29
- Leur fils Kevin, 5
- Granny Grace, 65

- Domiciliés à San Francisco (ville la plus verte des Etats-Unis)
- LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability)
- LOVOS (Lifestyle of Voluntary Simplicity)
- Première visite
- Voyage en avion/train

# I Have a Dream.

En route pour le paradis en miniature! Chaque nouvel épisode de l'émission de télé-réalité tournée en Suisse a attisé l'envie de voyager de la famille Tucker. L'Amérique est certainement le pays des possibilités illimitées. La Suisse est en tout cas le pays des découvertes illimitées – et des rêves réalisés.



Daddy Andrew cherche sur Internet un hébergement adéquat. Le label «Green Standard» l'aide à faire son choix: une ambiance typiquement suisse mais un cadre moderne. Il choisit un établissement quatre points à Interwald. Et il en profite pour télécharger l'E-Swiss Pass si pratique pour se déplacer librement.

## **Pourquoi se charger?**

A l'aéroport de Zürich, les Tucker prennent le train qui les amène directement à Interwald. Le paysage est magnifique, Kevin voit pour la première fois de vraies vaches et sait maintenant d'où vient le lait. Les Tucker voyagent avec le strict nécessaire, louant sur place tout ce dont ils ont besoin. Par exemple de confortables vestes outdoor ou un sac à dos de promenade. Ce qui présente un double avantage: ils découvrent les marques de mode suisse et dénichent les tout derniers modèles.

## **Montagnes russes**

La réceptionniste les accueille en précisant que le bulletin météo est plus optimiste en Suisse qu'à San Francisco. Elle offre à Kevin un caramel bio en forme de vache et remet aux adultes un plan spécial de la région qu'elle explique

## **Chaîne de prestations**

### **Marketing/motif du voyage**

- Emission de télé-réalité comme déclencheur

### **Information/service/réservation**

- Sélection de l'hébergement: label écologique

### **Voyage aller**

- Téléchargement du E-Swiss Pass
- Voyage avec minimum de bagages: location sur place de vêtements outdoor

en anglais: voici les espaces pour le repos et les activités de découverte. Les zones rouges avec terrains de jeux, lac pour la baignade et parcours trottinettes permettent à Kevin de se défouler, dans les zones bleues la grand-mère trouve une place accueillante pour lire dehors et se promener le long du ruisseau.

### Low tech, high pleasure

D'ailleurs tout le monde parle anglais ici. Et toutes les informations (menus, idées d'excursions, histoire locale) sont également disponibles en anglais. Les Tucker apprécient de séjourner dans un hôtel à équipement électronique réduit – et ça ne leur manque pas du tout! Grâce au WLAN gratuit dans toute la destination, ils peuvent se connecter en cas de besoin.

### La beauté pure et simple

Les Tucker aiment les choses simples. Ils apprécient donc de pouvoir déjeuner à trois heures de l'après-midi si le cœur leur en dit. Bien entendu, l'eau est comprise et la commande du café avec le repas ne pose aucun problème.

### Plaisir illimité

Au programme: activités de plein air. Le «Ranger» Kilian les accompagne pour une excursion dans les montagnes voisines. La veille au soir, papa Tucker l'a engagé à l'office du tourisme pour accompagner leur petit groupe comprenant deux autres familles de l'hôtel, elles aussi avec des enfants en bas âge. Kilian leur raconte diverses anecdotes amusantes sur les coutumes locales

## Chaîne de prestations

### Arrivée/réception

- Réservation dans hôtel low-tech
- Carte spéciale avec zones de repos et d'activités de découverte

### Hébergement

- Principales informations en anglais
- Sur place, accès libre à Internet

### Gastronomie

- Heures d'ouverture du restaurant flexibles: déjeuner à 15 h
- Eau gratuite incluse d'office



et leur indique ce qu'il faut voir dans la région. Parfait – pas question de manquer les curiosités incontournables!

### A la carte

Kilian a recommandé à Andrew de réserver pour le lendemain une soirée dans une famille locale, comprise dans le prix de l'hôtel. Dans un décor des plus accueillants, les adultes savourent une fondue arrosée au kirsch avant de

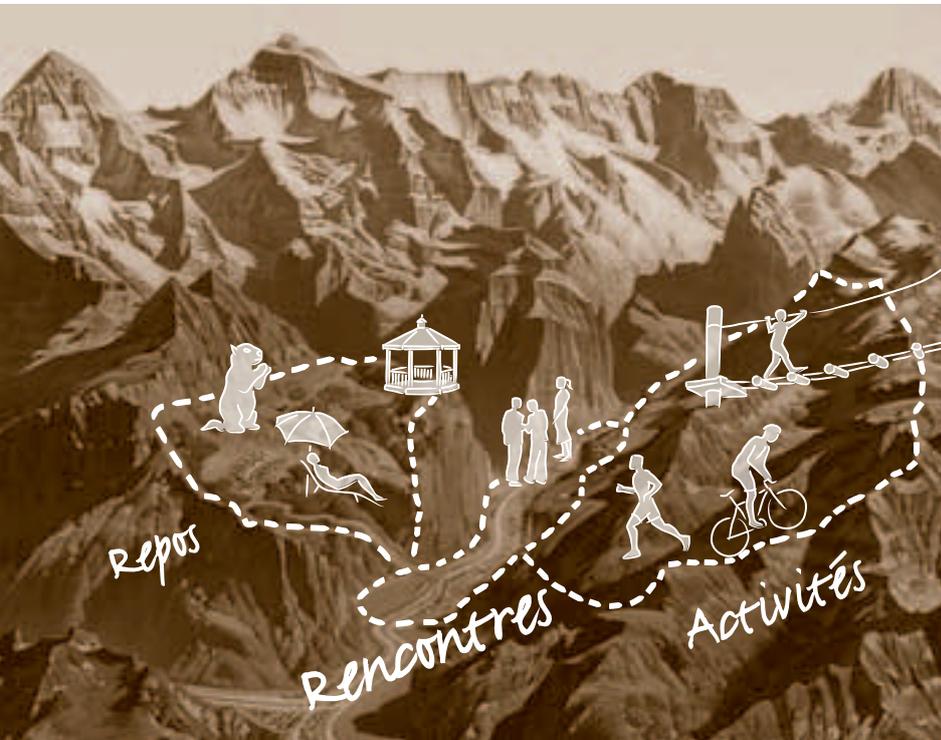
découvrir le «jass» – heureusement qu'Andrew est un bon perdant!

### Changement de décor

Welcome to the Big City! Pour Grace et Kevin, l'élément aquatique est au programme. Ils sont enthousiasmés par le tout nouveau «Swiss Cruiser» et son bassin pour enfants avec fond transparent. Kevin peut s'amuser dans l'eau en toute sécurité et sa grand-mère admire

# Coin inspiration.

- **Célébrer la suissitude**  
Coutumes et authenticité, des tendances contre la globalisation
- **Les indigènes racontent**  
De vraies histoires au lieu de descriptions sans âme
- **WLAN gratuit**  
Accès Internet inclus dans les prestations de base
- **Rangers en action?**  
Permettre l'accès à la nature et à la faune
- **Rent-a-Prada**  
Equipement de marques culte à louer
- **Une attirance partagée**  
Créer des zones d'activités et de rencontres
- **L'hospitalité est primordiale**  
Rester aimable et devenir cordial
- **Cuisine «en ligne» plus longtemps**  
Les hôtes mangent plus tôt, plus tard et différemment



le monde sous-marin, si différent de celui de la Californie. Pendant ce temps, Emily et Andrew passent la journée dans les Préalpes toutes proches, visitent une fromagerie de démonstration et admirent l'artisanat local. Les vacances se terminent en beauté par une sortie culture et shopping: Emily a du mal à résister à l'attraction des galeries et boutiques tendance proposant les marques suisses ... dur de freiner ses envies d'acheter.

### **Tout est bien qui finit bien**

Le dernier jour, la grand-mère et Kevin passent un moment dans le tram des petits peintres où les enfants peuvent décorer les parois à l'aide de crayons. Le motif favori de Kevin: la vache. Emily et Andrew passent leur dernière nuit au célèbre «Ethno-Keller»: jazz, joddl et cor des Alpes. Pendant le retour, les Tucker savourent dans l'avion un émincé de veau avec rösti – un bel au revoir.

### **And the winner is...**

Andrew s'est inscrit sur les plateformes de médias sociaux de toutes les attractions urbaines auxquelles ils ont participé en Suisse. Et il est vainqueur aux points – une revanche bienvenue après sa défaite aux cartes. Le fier gagnant du «City Mayor of Switzerland» espère pouvoir défendre longtemps son titre.

### **Attraction/découverte**

- Le «Ranger» explique coutumes et traditions
- Conseils pour attractions «à ne pas manquer» inclus
- «Meet the locals»: soirée chez l'habitant

### **Départ/au revoir**

- Spécialités suisses servies dans l'avion SWISS

### **De retour**

- Titre de «City Mayor» grâce à l'enregistrement dans les attractions



## La Suisse, naturellement

### La famille Wyss

- Rita, 41
- Jan, 43
- Leur fille Anna, 7
- Leur fils David, 9

- Domiciliés à Bâle
- Adorent la Suisse
- Vacances actives – randonnées et découvertes – avec suffisamment de distractions pour les enfants
- Voyage en voiture

# Au petit pays des grandes merveilles.

Exerçant tous les deux une activité professionnelle, Rita et Jan Wyss se relaxent en pratiquant des loisirs en plein air – de préférence en Suisse. Ils souhaitent que leurs enfants Anna et David connaissent d'abord leur pays avant d'envisager d'autres destinations. Et il est bien évident que la Suisse réunit toutes les conditions requises pour partir à l'aventure.



David a découvert chez un copain le jeu sur iPhone «Swiss Summer Cracks». Toute la famille s'est laissé gagner par son enthousiasme. Les enfants aiment surtout les «primes pour victoire». Récemment, Anna s'est ainsi offert une vache fictive grâce au nombre de points collectés. Son gain l'autorise à aller chercher personnellement le fromage fabriqué avec le lait de «sa» vache. Ce qui a donné l'idée à papa Wyss de passer les prochaines vacances d'automne à l'aventure, dans l'Entlethal.

#### **La pluie met de bonne humeur!**

Selon l'application météo, la famille Wyss peut se préparer à passer des vacances en plein air riches en surprises – avec temps humide à la clé. Rita, la maman, a réservé les chambres dans un «All-Weather-Hotel» avec garantie d'expériences lors de journées pluvieuses, pour la plus grande joie de

## **Chaîne de prestations**

### **Marketing/motif du voyage**

- iPad et jeux sur iPhone influencent

### **Information/service/réservation**

- Les conseils d'expert du Customer Service Center font rêver
- Conseils disponibles sur iPad

### **Voyage aller**

- Voyage en voiture fascinant grâce aux routes pittoresques



David et Anna. Ils attendent impatiemment les premières gouttes afin de tester quelques activités ultra cools: le terrain de jeu avec flaques ou le concours de collecte d'eau de pluie. Les adultes participent au Swiss-Secco-Tasting – avec concours portant sur la distinction entre mousseux bio ou traditionnel.

### **Tout pour les enfants**

Pour des raisons de flexibilité, la famille Wyss vient de Bâle en voiture: pour faire plaisir aux enfants, c'est l'itinéraire le plus intéressant et non le plus rapide qui a été choisi. Pendant que les parents s'enregistrent à l'hôtel, Anna et David sont à l'espace Kids et y font le tour interactif des activités «incontournables» destinées aux enfants. Le troisième jour de vacances, un jeu interactif d'anniversaire est organisé à la grande surprise de David: le Customer Service Center avait déjà noté cette date à la réservation.

### **Des activités sur la pointe des pieds**

Les cuisiniers de l'hôtel exploitent de façon ludique le thème «Alimentation saine et produits bio» et préparent avec les enfants, une fois par semaine, un «menu nature» pour les adultes. La sensibilisation à la nature entre en jeu dans les parcs participatifs. Grands



et petits peuvent s'inscrire à des «Journées volontaires dans la nature»: construction de passerelle, endiguement d'un ruisseau, etc. Autre temps fort: la montée au Mythus avant l'aurore. Accompagnés par le «Ranger» Hansruedi, les citadins s'approchent à quelques mètres des bouquetins et des chevreuils – en prenant des photos, leurs amis pourront apprécier ce safari sur Facebook.

### **En route avec sa star préférée**

Le lendemain, la famille Wyss parcourt un sentier thématique. On leur a prêté un appareil mobile fournissant des informations sur la flore, la faune et les localités, la voix du commentateur pouvant être choisie librement par les enfants. Ils ont décidé d'écouter celle de Vito, le chanteur de leur groupe favori 20go. Et pendant cette balade, la famille Wyss participe à un jeu-concours avec les

## **Chaîne de prestations**

### **Arrivée/réception**

- L'espace interactif pour enfants propose des activités de découverte

### **Hébergement**

- Le «All-Weather-Hotel» garantit le divertissement à l'intérieur et à l'extérieur
- Les jours sans soleil sont intégrés de façon ludique

### **Gastronomie**

- Les enfants font la cuisine pour les adultes
- Thématisation attractive de l'alimentation saine et du bio

# Coin inspiration.



- **Se réjouir est le prélude à la joie**  
Confirmation de réservation – et quoi d'autre?
- **Catch'em young and watch'em grow**  
Itinéraires à thèmes et zones d'aventure pour familles
- **A découvrir s'il vous plaît!**  
Transformer les parcs naturels en parcs participatifs
- **Offres en cas de mauvais temps?**  
Faire d'une faiblesse un atout
- **Les gens heureux mangent sainement**  
Régal léger comble corps et âme
- **Happy Birth- and Holiday**  
Les anniversaires des enfants restent inoubliables
- **Evaluations personnelles**  
Les hôtes prennent les commandes
- **Devenir un bon tuyau**  
Vos hôtes vous recommandent-ils?

autres promeneurs. Au programme: connaissances en géographie, estimations et devinettes. Elle se classe deuxième et reçoit comme prix une entrée au centre d'escalade et de cinéma 3-D de la région.

### **Une offensive de charme jusqu'au dernier jour**

La veille de leur départ, les parents s'offrent en soirée un détour culturel à

Lenzbach, pour le «Concert de piano sur la rive», pendant que les enfants passent leur dernière soirée à l'hôtel: avec spaghetti, quiz en ligne «Sites suisses pour kids» et un petit film vidéo présentant un montage amusant des activités «pluviales» pratiquées pendant la semaine. Lors du départ, l'hôtelier demande aux parents comme aux enfants de commenter leur séjour. Il leur remet la «Carte critique» sur laquelle

les Wyss peuvent coller des smileys en fonction des thèmes proposés: «Activités enfants», «Service», «Amabilité», «Innovation», «Originalité». Pour finir, l'hôtelier leur propose le concours en ligne «Idées pour jours de pluie». La famille suggérant de nouvelles activités profitera de deux nuitées gratuites lors de sa prochaine réservation.

### **Attraction/découverte**

- Mise en scène des parcs naturels qui sont participatifs
- La nature est l'attraction principale grâce au «Ranger»
- Sentiers thématiques équipés d'appareils mobiles

### **Départ/au revoir**

- L'évaluation de l'hôtel va de soi
- L'utilisation de l'outil d'évaluation pour attractions et destinations est proactivement communiquée

### **De retour**

- Le quiz «Sites suisses pour kids» propose des idées pour les prochaines vacances
- Le concours en ligne «Idées pour les jours de pluie» incite à réfléchir



## Le pays du panda

Femme d'affaires chinoise

- Lin Yan, 32

- 3 amis, 34/29/31

- Domiciliée à Guangzhou

- Voyage en petit groupe avec 3 amies (toutes Business Executives)

- A déjà visité l'Europe il y a 10 ans, avec un voyage de groupe classique

- Désire découvrir les plus beaux sites suisses individuellement

- Voyage en avion/auto (Lexus Full Hybrid)

# Quatre sourires pour un cor des Alpes.

Découvrir par ses propres moyens ce joli pays au cœur de l'Europe – une idée excitante! Même si la femme d'affaires Lin Yan est déjà venue en Suisse, elle voyage cette fois-ci avec seulement trois amies et pour plus de deux jours. Ces cadres chinoises de la nouvelle génération travaillent d'arrache-pied et veulent s'offrir une belle expérience.



A 32 ans, Lin Yan et ses amies adorent le shopping. Elles préfèrent les marques à la mode. La Suisse est donc l'endroit idéal. Elles recherchent des conseils dans le blog «Travel for Insiders», consultent les portails d'évaluation et postent des questions. Lin Yan a elle-même rassemblé les informations sur les vols, l'hébergement et la voiture de location. Son agence de voyages effectue les réservations. Aucun délai n'est à craindre puisqu'il n'existe plus de restrictions de visa: il suffit de coller l'étiquette avec code-barres dans son passeport et en route!

## **Vol direct Guangzhou-Zürich**

A Guangzhou, où elles habitent, les quatre amies prennent un avion SWISS et atterrissent le dimanche à Zürich. A l'aéroport, Europcar leur donne les clés de la Lexus Full Hybrid réservée. En route vers l'hôtel situé en ville. Pendant l'enregistrement, le réceptionniste signale aux clientes chinoises qu'il existe une application gratuite de l'office du tourisme national: elle permet de regrouper dans un programme, sous forme de photos, d'itinéraires, de notes ou de conseils, tous les souvenirs, découvertes et informations sur le voyage.

## **Chaîne de prestations**

### **Marketing/motif du voyage**

- Marques considérées comme garant de qualité
- Focalisation sur art de vivre et mode
- Utilisation intensive des médias sociaux

### **Information/service/réservation**

- Suppression des restrictions de visa
- Recherche d'informations sur les portails de voyage globaux
- Achat du voyage à l'agence de voyages locale

### **Voyage aller**

- Le vol direct SWISS est un nouveau moment inoubliable



### Une tasse de thé, source d'inspiration

Dans leurs chambres, les quatre amies trouvent de quoi faire du thé et une sélection d'infusions suisses à base de plantes alpines. Le code QR leur permet de lire sur leur portable des informations sur l'origine et l'action des plantes – le tout complété par des clips vidéo. Ce qui donne à Lin Yan et à ses accompagnatrices l'idée de faire une excursion, le lendemain, dans l'une de ces régions alpines. Il se fait tard maintenant, mais le quatuor est bien trop excité pour pouvoir dormir. Elles vont donc faire du late night shopping dans LA rue commerçante connue dans le monde entier et ouverte même le dimanche.

### Un seul clic pour accéder au «typiquement suisse»

Equipées de tenues de plein air ultra-tendance de fabrication suisse, les jeunes femmes partent le lendemain pour la montagne. Hier, elles ont réservé spontanément deux chambres doubles à l'hôtel «Alpenrose». Quelques clics sur la tablette électronique ayant remplacé la télévision dans les chambres d'hôtel ont permis de repérer immédiatement cet «hôtel typiquement suisse». La réceptionniste de l'«Alpenrose» les accueille avec un grand sourire, en mandarin, avant de continuer en anglais. Elle leur remet un menu illustré: les spécialités suisses avec mention de leur teneur en lactose et en sel.

### La ferme d'alpage – un rêve!

La réceptionniste informe les quatre amies que l'hôtel coopère avec une

ferme d'alpage. Pas question de laisser échapper une telle occasion d'aller en montagne: au bout d'une heure de marche facile, elles retrouvent Ueli, un aimable berger dont la ferme est un véritable paradis dédié à l'agritourisme. Leur hôte montre aux dames comment on rentre les foin, traite les chèvres et emmène les moutons à la pâture – elles ont même l'occasion de démontrer leur habileté. Le lendemain, il crée la surprise

en proposant aux Chinoises un programme de relaxation: bain de petit-lait à l'extérieur, avec vue sur les montagnes, et ramassage d'herbes aromatiques – sans oublier de patauger pieds nus dans le ruisseau!

### De la nature à la culture

Après deux nuits passées en montagne, il est temps de changer encore une fois de décor. Lin Yan et ses consœurs se



## Chaîne de prestations

### Arrivée/réception

- Bouilloire électrique et infusions à base de plantes suisses sont standard
- Shopping le dimanche et le soir est une évidence

### Hébergement

- Tous les hôtels typiquement suisses sont réservables en ligne
- Même les hôtels d'altitude se focalisent sur l'interculturalité
- L'anglais est standard – dire bonjour en mandarin un plus

### Gastronomie

- Connaissance des exigences et coutumes alimentaires d'autres nationalités
- Cuisine suisse, adaptée aux besoins, préserve l'authenticité

# Coin inspiration.



- **Les marques sont des panneaux de signalisation**  
Les hôtes ont besoin d'être orientés
- **Autres pays – autres coutumes**  
Connaître les critères d'accès au marché
- **Porte-monnaie du client: ouvert 24/24**  
Heures d'ouverture plus flexibles
- **Namasté & Xie-Xie**  
Comprendre les cultures enrichit (également l'esprit)
- **Womenomics dans les Alpes**  
Rendre l'aventure alpine plus féminine et plus émotionnelle
- **La Suisse recherche l'alpage ultime**  
Des valeurs spirituelles plutôt que matérielles
- **Le client détermine le menu**  
Le consommateur devient prosommateur
- **Propositions d'excursions déjà twittées?**  
Les médias sociaux remplacent les brochures

rendent au nouveau Watch-Experience-Park: dans une ancienne manufacture horlogère, les visiteurs découvrent l'histoire détaillée de toutes les marques suisses. Avant de rejoindre la capitale où Lin Yan a réservé pour tout le monde une sortie shopping exclusive: une guide sinophone les accompagne le long d'un circuit aux multiples détours jalonné de trésors culturels et de boutiques connues des seuls initiés.

### Tout en mémoire

Le dernier jour de ses vacances suisses, son smartphone indique à Lin Yan qu'elle peut conclure son séjour par quelques notes et retours d'expérience. Juste rentrée à Guangzhou, elle reçoit un lien. Il lui permet de retracer l'itinéraire de tout le voyage, avec toutes ses photos, notes et évaluations. Elle est surtout fascinée par la mise en page culte évoquant un magazine numérique – ses

amies vont être impressionnées. Lin Yan peut maintenant télécharger son journal de voyage personnel sur ses réseaux sociaux, réaliser un livret en ligne ou le faire imprimer en livre. La documentation idéale pour le prochain voyage au «pays du cor des Alpes»!

### Attraction/découverte

- Découverte «en direct» de l'expérience alpine
- Parcours de l'histoire horlogère au Watch-Experience-Park
- La guide personnelle indique trésors culturels et boutiques

### Départ/au revoir

- Evaluation et retour d'expérience se font immédiatement via smartphone

### De retour

- Consultation du journal de voyage via lien ...
- ... et le partage sur les réseaux sociaux



## De fidèles voisins

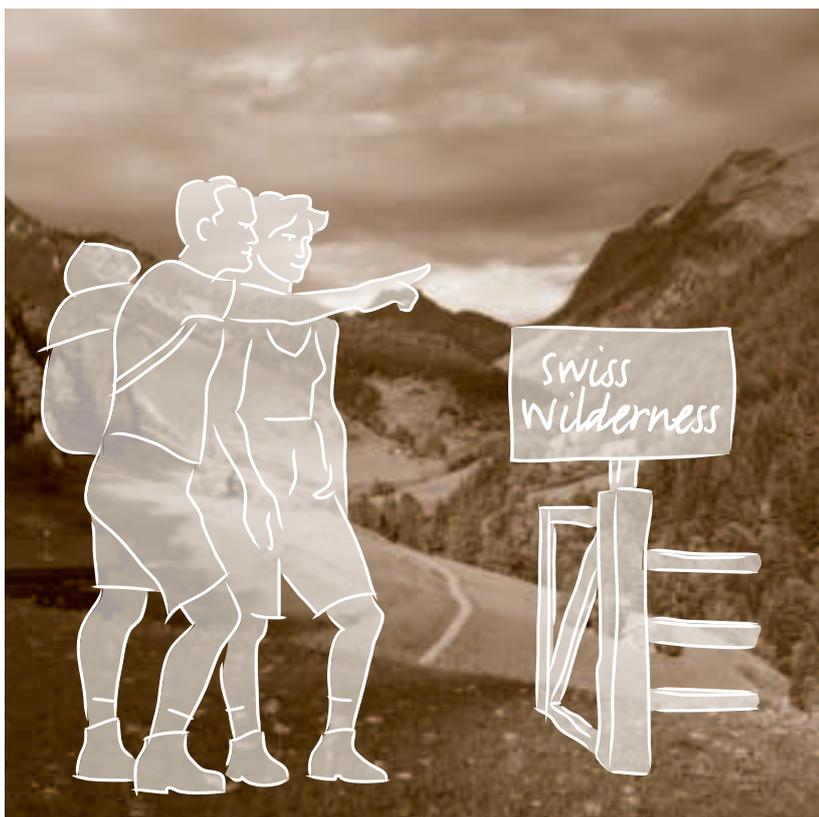
Le couple allemand Schulze

- Lena, 55
- Jonas, 58

- Domiciliés à Stuttgart
- Empty Nesters / WOOF (Well Off Older Folks)
- Clients réguliers
- Combinaison randonnées dans régions inconnues et offre culturelle
- Voyage en voiture

# Tout fonctionne.

Existe-t-il une médaille récompensant les vacanciers séjournant régulièrement en Suisse? Lena et Jonas Schulze seraient alors certainement parmi les premiers lauréats. Depuis que leurs enfants ont quitté le foyer, ils font en toute occasion de grandes randonnées dans le sud tout proche. Le couple compte encore ajouter un circuit en montagne à son palmarès d'aventures suisses.



Les Schulze ont été fascinés par le dernier numéro spécial du magazine de voyages. Il est entièrement consacré à ce beau pays alpin et présente des régions intéressantes quasi inconnues. Comme ils ne sont plus obligés de partir pendant les vacances scolaires, ils comparent, sur plusieurs plateformes de réservation, les offres à prix variables pour l'entre-saison et réservent à court terme. Débordant d'ardeur, le couple s'occupe des préparatifs, car il compte bien concilier vacances sportives et activités culturelles en Suisse.

## Une bonne préparation et le voyage est à demi gagné

Plusieurs e-newsletter datant de vacances précédentes passées en Suisse permettent de concrétiser les plans du couple. Lena tape des mots-clés sur MySwitzerland.com pour réunir toutes les informations nécessaires. Les vacances commencent au petit village de Dalenz. Le site Internet «Holidaycheck» et la nouvelle plateforme d'évaluation «Attractions & Destinations» fournissent de précieuses suggestions. Et quand la confirmation de réservation du Customer Service Center arrive seulement 12 heures plus tard sur le smartphone de Lena, ils ne tiennent plus en place!

## Chaîne de prestations

### Marketing/motif du voyage

- Le numéro spécial du magazine de voyages comme déclencheur de réservation en Suisse
- Lettres d'information et films aident à choisir la destination

### Information/service/réservation

- Utilisation plus intensive de toutes les plateformes de médias sociaux
- Confiance accordée aux «bons plans» du Customer Service Center
- Attente: des prix variables pour l'entre-saison

### Voyage aller

- Le centre d'info-divertissement de la voiture comprend des contenus touristiques
- Une surprise: l'aimable «Grüezi» à la frontière

### **Voyage high-tech, hébergement no-tech**

Le grand jour est enfin arrivé: Lena et Jonas montent dans leur Audi 4x4 et prennent la route. Ils ont délibérément choisi un hôtel no-tech comme point de départ de leurs randonnées, car ils préparent déjà chacune de leurs journées sur le centre d'info-divertissement du véhicule. Une fois passé la frontière, où le douanier salue désormais les vacanciers d'un aimable «Grüezi», la joie augmente. Les clients allemands sont accueillis à l'hôtel avec une extrême gentillesse. Le réceptionniste leur explique que le parking est gratuit dans l'hôtel et qu'il vaut mieux emprunter les transports publics et utiliser des vélos électriques, que l'on peut louer à l'hôtel et recharger sans soucis grâce aux stations jalonnant tout le réseau.

### **Saveurs gastronomiques et bonne conscience**

Le lendemain, les Schulze achètent tout ce qu'il faut pour leur randonnée à la petite épicerie du village. Ils privilégient le label «produit suisse». Le soir, bien fatigués mais l'esprit reposé, ils testent le premier restaurant slow-food de la région. Et ils profitent d'une nouvelle prestation proposée par l'office du tourisme: une fois par semaine, les clients étrangers sont invités à partager un repas avec les locaux et avec d'autres hôtes suisses, dans un restaurant à la mode ou typique. Thème de ces soirées: «Rencontres culinaires en Suisse».

### **L'Ouest sauvage de la Suisse**

Le soir, le chef de cuisine passant de table en table surprend le couple en lui posant la question: «Puis-je vous proposer une idée d'excursion pour demain?» La toute nouvelle activité permettant de mieux connaître les sites sauvages de la Suisse s'appelle «Découverte de la Suisse originelle». Curieux, les Schulze s'inscrivent sur la liste des participants. Le lendemain,

ils ont rendez-vous avec le «Ranger» Dario qui emmène le petit groupe sur des sentiers secrets, à la découverte d'arbres aux pouvoirs multiples et de réserves naturelles peuplées de castors. Cette semaine, les Schulze vont encore parcourir plusieurs fois la piste pour vélos électriques aménagée en dehors des zones protégées; jamais ils n'avaient pu faire aussi facilement autant de kilomètres et un tel dénivelé.



## **Chaîne de prestations**

### **Arrivée/réception**

- Parking gratuit a un effet motivant
- Publicité active pour TP et vélos électriques

### **Hébergement**

- Choix volontaire d'un hôtel no-tech
- Recherche d'informations complémentaires sur mobile

### **Gastronomie**

- Test d'un restaurant slow-food
- Offre alléchante: «Rencontres culinaires»

# Coin inspiration.

## Evaluation d'attractions

- **Les bons tuyaux remplacent le panneau d'affichage**  
L'hospitalité, une passion
- **Terroir au lieu de sushi**  
Nouvelle prise de conscience durable
- **Le vélo électrique aplani les montagnes**  
Attaquer la différence
- **Pique-nique à la pleine lune?**  
Les petites folies restent inoubliables
- **Découvertes plutôt que jungle de poteaux indicateurs**  
Quelle sera la première vallée «Serengeti»?
- **Dernière impression: la facture**  
Est-ce le dernier souvenir que le client gardera de vous?
- **Vacances sans Internet ni portable**  
Publier des offres sans technique en ligne
- **Fermé pour cause de manque**  
Les disponibilités en ligne ne doivent rien au hasard



### Un maximum de culture sur un minimum d'espace

Au fil des excursions les menant dans le bas pays tout proche, les Schulze découvrent toute la culture des villages et des bourgs. Ils sont fascinés par sa diversité: galeries modernes d'art suisse, musées, concerts en plein air ... Ils assistent même à une pièce de théâtre en suisse allemand – ou comment mieux connaître la mentalité du pays d'accueil.

### Un départ très classe

Se préparant à prendre la route le jour de leur départ, les Schulze sont bien étonnés: la voiture a été lavée – un service gratuit de l'hôtel. Et un chèque-cadeau les attend à l'intérieur: grâce à la coopération de plusieurs établissements hôteliers, ils profiteront, au choix, lors de leur prochain séjour dans un hôtel no-tech, d'une nuitée gratuite ou d'un reclassement. Et si jamais des amis

ou des connaissances viennent sur leur recommandation, ils bénéficieront d'un tarif préférentiel. De retour à Stuttgart, Mme Schulze se réjouit du cadeau de l'hôtel qu'elle trouve dans sa boîte aux lettres: un livret de recettes avec de savoureux plats slow-food à base de produits régionaux.

### Attraction/découverte

- La découverte de la «Swiss Wilderness» devient un succès sur Facebook
- Le parcours pour vélos électriques reçoit les meilleures notes
- Motif le plus photographié: le «Ranger»

### Départ/au revoir

- Prime de fidélité pour prochaine réservation et recommandation

### De retour

- Livret de recettes slow-food déclenche l'envie de cuisiner



## Tea for Two

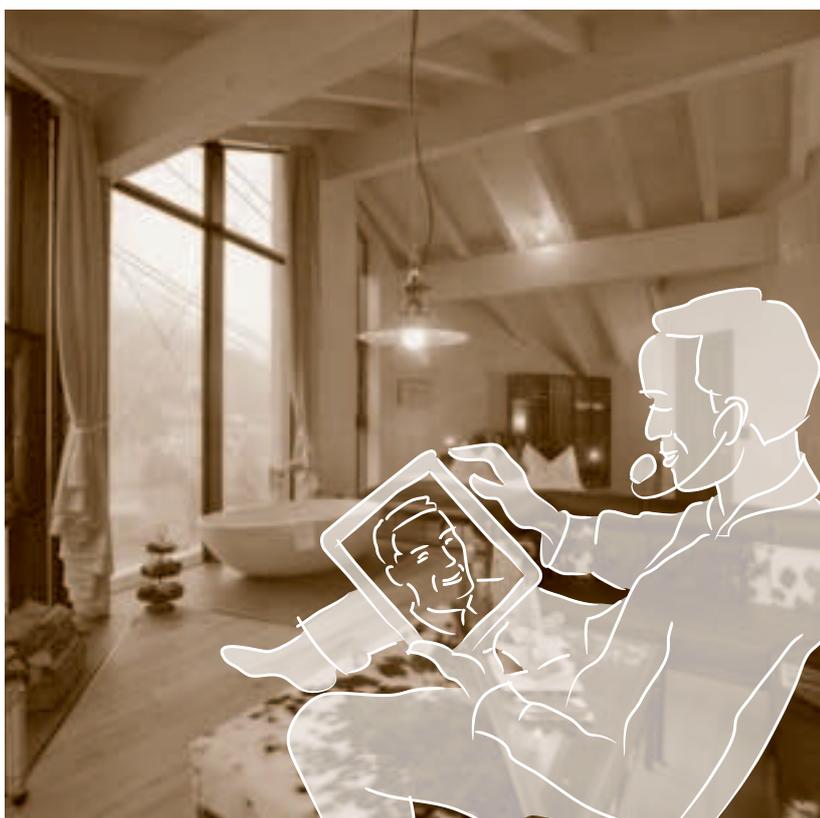
Homme d'affaires

- James O'Connor, 43
- Son compagnon  
Ethan Wood, 39

- Domicilié à Londres
- Participant au congrès
- Combinaison congrès et escapade
- Première visite
- Voyage en avion/train

# Le style avec un grand S.

Il y a longtemps que James avait envie de passer ces quatre jours en tête-à-tête. Le congrès international se tenant à Launève est donc l'occasion rêvée. Son compagnon Ethan le rejoindra en avion. Après les obligations professionnelles, ils pourront se détendre dans toutes les règles du style chic – dans un pays où la beauté a de multiples facettes.



Habitué à voyager, James réserve ce court séjour en ligne. Il consulte divers blogs et sites thématiques pour vérifier quelques idées d'activités et de loisirs récemment glanées ici et là. Dans le dialogue de réservation en ligne, l'expert du Customer Service Center lui propose un luxueux hôtel design sur le lac Génèvro. A Londres, les amis rencontrés chez «Mosimann's» lui ont chaudement recommandé le restaurant tendance «Vingt». Cet établissement est bien connu des initiés appréciant sa cuisine raffinée, internationale et régionale – à lui seul, il vaut le détour en Suisse!

## **Surprise, surprise!**

A peine arrivé à Launève, Ethan reçoit un mystérieux SMS – c'est bien de James! Sur le modèle d'un jeu de piste, il l'aiguille vers le train allant à Montvey. Via WLAN, Ethan télécharge sur sa tablette électronique hybride les derniers indices envoyés par James. Il a téléchargé les règles du jeu sur le site Internet de l'office du tourisme national. Il sait bien que son compagnon adore le suspense: il se réjouit de l'inspiration des prochains jours, tout le reste demeurant une surprise.

## **Tout compris**

Ils ont rendez-vous au bar de l'hôtel. James et Ethan boivent à leur séjour

## **Chaîne de prestations**

### **Marketing/motif du voyage**

- Court séjour après conférence
- Hommes aisés appréciant style et élégance

### **Information/service/réservation**

- Les médias sociaux facilitent les préparatifs
- Lors du chat, l'expert du Customer Service Center recommande un hôtel

### **Voyage aller**

- Voyage couplé à un jeu mobile
- WLAN gratuit dans le train



détente en dégustant un vin blanc local. Pendant ce temps, le Guest Relation Manager s'occupe de l'enregistrement et réserve pour le couple une table au «Vingt». Même si ce haut lieu gastronomique est complet depuis longtemps, l'hôtel peut réserver spontanément des places pour la clientèle maison.

#### **L'exclusivité Swiss made**

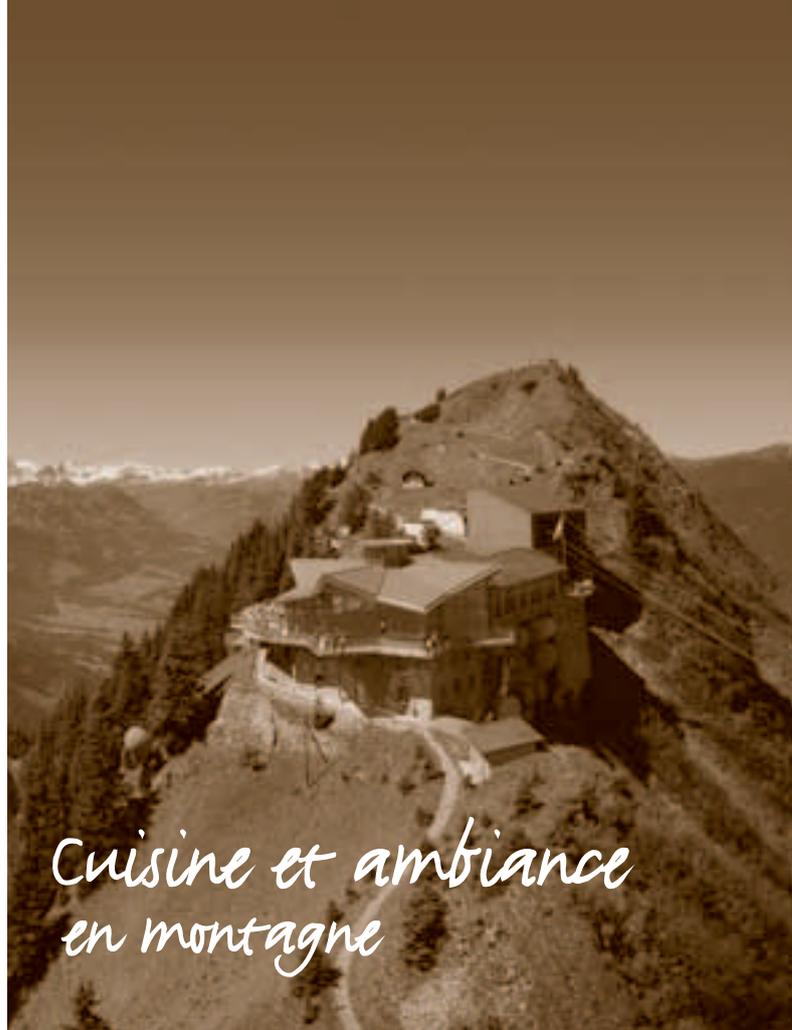
James et Ethan apprécient le style recherché et la sobriété de l'équipement électronique standard de cet établissement design. Ils admirent le luxueux aménagement (mobilier, tableaux, sculptures) portant la griffe exclusive d'artistes suisses. Une application gratuite leur fournit les informations correspondantes et ils peuvent même commander certains objets.

#### **Le slow-food façon high-tech**

Les repas sont des moments privilégiés. La cuisine de l'hôtel est bien connue pour la simplicité et la maîtrise de son style. Elaborés à partir de produits frais du cru, les plats sont copieux. Le sommelier se charge de conseiller les vins assortis, tous élaborés dans la région. L'écran tactile intégré dans la table permet à James et Ethan de consulter des informations sur le menu et sur les activités culturelles et de plein air proposées dans les environs.

#### **Des exigences de grande classe**

James est un collectionneur d'art moderne et Ethan recherche les eaux-de-vie rares. En Suisse, ils sont vraiment dans leur élément. Le Guest Relation



Manager leur indique les galeries à la mode ainsi qu'une distillerie exclusive avec vente directe et bar culte, rendez-vous attiré des artistes et du beau monde.

#### **Esthètes avec classe**

Les deux hommes aiment les belles choses. Et ils sont intéressés par leur contexte et les histoires ou idées associées. Grâce au WLAN gratuit

dans toute la Suisse, ils reçoivent à leur convenance toutes les informations sur leurs smartphones.

#### **Egalement au programme: une journée offline**

James et Ethan passent le troisième jour «mobile-free». Ils louent pour la journée un Alpmobile électrique et partent en montagne. Après une petite randonnée, ils montent en télécabine vers les

## **Chaîne de prestations**

### **Arrivée/réception**

- Le Guest Relation Manager s'occupe de l'enregistrement
- Réservation d'une table dans le restaurant tendance, grâce au contingent spécial de l'hôtel

### **Hébergement**

- Hôtel design avec décoration intérieure exclusive suisse et œuvres d'art suisses
- iApp pour informations de fond et commande

### **Gastronomie**

- Produits régionaux et plats copieux
- L'écran intégré dans la table fournit des informations sur le menu et les activités de découverte

# Coin inspiration.

- **Mise en scène avec style**  
Thème phare avec potentiel d'une médaille d'or
- **Des vacances sans soucis**  
Voyager est un jeu
- **Exploiter les apps**  
Idées, conseils et inspiration
- **Raconter des histoires au lieu de décrire des produits**  
Les histoires émerveillent et restent présentes
- **Cuisine bien-être à partir de 1500 m**  
Ambiance sympa plutôt que atmosphère «cantine» dans les restaurants de montagne
- **Conseils pour voyages d'affaires, vacances incluses**  
Coopérer avec le tourisme d'affaires qui explose
- **Convaincre par un positionnement clair**  
Pas facile d'être au four et au moulin
- **Conseils d'initiés**  
Psst ... à garder pour soi



sommets. L'accueillant restaurant d'altitude est exclusivement alimenté par un système photovoltaïque des plus sophistiqués. La carte ne propose que des plats suisses.

### **L'hôtel s'occupe de tout**

Nos deux amateurs de raffinement terminent leur séjour au club tendance «TMRW» – sur fond de jazz live, en partageant des conversations animées et

en savourant des boissons alcoolisées provenant exclusivement de Suisse. Entre-temps, le Guest Relation Manager a établi la liste des meubles design et sculptures ayant séduit James à l'hôtel et commercialisés à Londres ou ailleurs en Angleterre. Pour tous les articles non disponibles outre-Manche, il se renseigne sur les modalités de commande, les prix et la livraison à partir de la Suisse.

### **Le networking – un art raffiné**

Une semaine après leur passage au «Vingt», James reçoit un répertoire numérique de recettes avec des liens d'assistance culinaire. Le même jour, une célèbre boutique design de Londres lui envoie un e-mail: la sculpture en bois d'arolle est exposée dans le magasin. La boutique invite les deux hommes à assister au vernissage consacré au mobilier design et à l'art suisse.

### **Attraction/découverte**

- Informations disponibles en tout temps et tout lieu grâce au WLAN gratuit
- Le tourisme doux comme nouveauté du quotidien

### **Départ/au revoir**

- USP: service d'achat, de commande et de livraison de l'hôtel

### **De retour**

- Networking culturel à la boutique design pour le vernissage consacré à l'art suisse



## Mon toutou et moi

Une best ager dans  
la force de l'âge

- Francine Bovet, 74
- Le chien Médor, 6

- Domiciliée à Lausanne
- Veuve, en bonne santé et active
- A beaucoup voyagé, cosmopolite
- Well-being, petits soins, être en compagnie
- Voyage en train

# Le confort pour les tempes argentées.

Rencontrer des gens intéressants, écouter les langues les plus diverses et faire des activités en plein air – la façon préférée, pour Francine, de passer ses vacances. Encore en pleine forme à bientôt 75 ans, elle n'a plus besoin de voyager aussi loin qu'autrefois: la Suisse lui fournit toutes les activités recherchées – pour elle et son toutou Médor.



La qualité prime! Et en matière de qualité, Francine est catégorique dès qu'il s'agit de vacances: tout confort, personnel prévenant et un service adapté à sa génération – sans qu'elle ait pour autant l'impression d'être vieille. De plus, l'hôtel doit accepter les chiens et proposer des prestations créatives pour son toutou. Grâce à Internet, la recherche est très facile.

## Tout pour le bien-être

Francine se souvient volontiers des séjours effectués dans les confortables retraites de l'été du Colorado: au cœur d'une nature intacte, avec un catalogue de prestations étoffé – bien-être, culture, sport, etc. – et la cohabitation bienvenue de plusieurs générations. Elle trouve aujourd'hui toutes ces conditions réunies également en Suisse. A partir du classement des meilleurs «Hôtels à 4 pattes», elle sélectionne un établissement quatre étoiles des plus accueillants situé à Luggisbad, localité bilingue. Elle appelle le Customer Service Center pour réserver un séjour de deux semaines. Le service «Bagages de porte à porte» est un argument convaincant et plus que pratique. La veille au soir, on vient chercher ses valises qui l'attendent le lendemain après-midi dans sa chambre d'hôtel.

## Chaîne de prestations

### Marketing/motif du voyage

- Cherche échange et compagnie
- Exigences qualitatives élevées
- Recherche prestations pour animaux domestiques

### Information/service/réservation

- S'informe sur Internet
- Réserve auprès du Customer Service Center
- Utilise le service «Bagages de porte à porte»

### Voyage aller

- Achète le nouveau Swiss Pass pour Suisses
- Le Swiss Pass existe avec option chien/chat



### Des déplacements grand confort

Francine a toujours aimé voyager – autrefois en avion, aujourd’hui de préférence en train. Elle achète donc un Swiss Pass 15 jours 1<sup>re</sup> classe. Une bonne idée de proposer désormais cet AG à durée limitée aux habitants en Suisse, chien ou chat compris!



### Prestations à la carte

Le taxi électrique de l’hôtel va chercher Francine et Médor à la gare. La réceptionniste lui demande si elle souffre d’allergies, le degré de fermeté du matelas et la préférence entre une chambre avec accès direct au jardin ou avec balcon. Francine peut également choisir l’heure de la visite guidée lui permettant de découvrir tous les services de l’hôtel. Pendant qu’elle s’enregistre, un employé de la maison sort Médor, tout content de découvrir un nouveau territoire.

### Des prestations supplémentaires de qualité

Francine se sent très bien dans cet hôtel tout confort où le personnel est toujours aimable. Aménagées avec beaucoup de goût, les chambres où il fait bon séjourner proposent un équipement raffiné: miroirs et cintres à la bonne hauteur, manipulation facile des appareils, pièces spacieuses, également pour Médor. Et grâce à la bonne insonorisation, elle peut regarder la télévision en montant le son.

### Petite table, couvre-toi!

Au petit déjeuner, Francine peut choisir entre buffet et service. Les cuisiniers chouchoutent les clients avec des créations qui font envie et le café de l’après-midi accompagné de friandises



est inclus dans la demi-pension. Le dîner (contre un petit supplément) est léger et décontracté, et est servi déjà dès 17 h 30. Ce soir, Francine risque toutefois de se coucher tard; la responsable de la clientèle l’ayant présentée à une dame originaire d’Edimbourg avec laquelle elle prendra le repas et pourra bavarder. De son côté, Médor prend son repas dans sa chambre – devant la chaîne de télévision canine.

### Envie de plus

Francine n’a pas le temps de s’ennuyer une seule seconde. Au contraire, elle a l’embarras du choix au vu d’une telle gamme de prestations. Une auteure de romans policiers va lire des extraits de ses œuvres mais la conférence sur la culture du safran s’annonce tout aussi passionnante. Et il y a même un cours d’initiation à la calligraphie. Sans oublier les parties de bridge qui réveillent

## Chaîne de prestations

### Arrivée/réception

- Réceptionniste s’enquiert des besoins spécifiques pour hôte et chien
- Présentation individuelle de l’hôtel par responsable clientèle

### Hébergement

- Infrastructure hôtelière conviviale et accessible aux best agers et singles
- Infrastructure adaptée aux chiens

### Gastronomie

- Gastronomie flexible et adaptée
- La responsable clientèle organise la mise en relation des clients
- La table d’hôte stimule la convivialité et l’appétit

# Coin inspiration.



- **Se faire des amis chez les amis des chien**  
Qui ouvrira le premier hôtel pour chiens en Suisse?
- **Bien vieillir au lieu de rester jeune**  
Supertendance chez les best agers
- **Bio remplace bœuf aux hormones**  
En forme, en santé, local – mais différent
- **Des voyageurs individuels qui ne souhaitent pas le rester**  
Des rencontres tout en décontraction
- **La première impression est importante. La dernière ne s'oublie pas**  
Toute la chaîne des prestations sous contrôle?
- **Culture alpestre mise en scène?**  
Présenter avec fascination un tourisme doux
- **Chambres individuelles à rafraîchir**  
Les voyageurs individuels sont un marché de croissance

d'anciens souvenirs. Elle a bien envie de s'y mettre. Elle n'oubliera pas de tester sa forme – et celle de Médor – sur le parcours de vitalité canine en se demandant ce qu'elle va bien pouvoir apprendre pendant le cours de Dog Dancing. L'embarras du choix!

#### **A bientôt, mes amis**

Les deux semaines sont si vite passées. Avant le départ, on lui remet les adresses

de toutes les personnes fréquentées pendant son séjour. L'assistante lui indique le site Internet de l'hôtel qui comprend un coin caouette pour les best agers. Elle lui remet également un petit en-cas pour le voyage et une gourde pour chien avec couvercle gobelet rabattable.

#### **Vacances, le retour**

Le gentil courriel envoyé par le Customer Service Center après son retour rappelle

d'agréables souvenirs. L'employée voudrait savoir si Francine a apprécié son séjour et si elle désire recevoir, à l'avenir, la lettre d'information avec des offres bien-être (pour elle) et des informations (pour Médor). La décision est vite prise: bien sûr que oui! Quelques jours plus tard, elle reçoit un joli kit comprenant lotion corporelle, gommage douche et crème de nuit pour peau mature. Elle pourra en recommander directement à l'hôtel.

#### **Attraction/découverte**

- Les halls d'entrée sont des lieux de rencontres
- Les offres de réseaux culturels sont très demandées
- Le vaste programme de well-aging est apprécié

#### **Départ/au revoir**

- L'hôtel a un site Internet pour best agers
- Liste de contacts remise par responsable clientèle

#### **De retour**

- Suivi ultérieur via courriel envoyé par le Customer Service Center
- Envoi d'un kit d'échantillons de produits well-aging



## **Bollywood meets Switzerland**

Lune de miel à l'indienne

- Anusha Rao, 26
- Uday Rao, 30

- Domiciliés à Bangalore
- De bonne famille
- Première visite
- Voyage en avion/train

# Lune de miel dans les Alpes.

Lune de miel en Suisse: Anusha et Uday Rao attendent impatiemment le départ. Depuis toujours fans de films bollywoodiens, ils connaissent déjà les superbes panoramas alpins grâce à ces productions. Ils apprécient surtout la pluie et la neige – un réel contraste par rapport à la ville de Bangalore où ils vivent et où la température est rarement moins de 20° C.



Leur décision a été prise en automne dernier, pendant le festival Diwali de Bangalore. La Suisse y était le pays invité. Au «Swiss Village», Anusha et Uday ont téléchargé sur leur tablette électronique photos, vidéos et articles pour chercher un voyageur spécialisé dans les lunes de miel et les séjours en Suisse. Grâce au e-learning programme, ils ont pu choisir entre plusieurs «Switzerland Specialists». L'opérateur leur a composé un voyage typique «Bollywood meets Switzerland» en fonction de leurs désirs personnels.

## Un vol en cabine individuelle

Pour fêter leur nouvelle vie, les Rao ont opté pour la nouvelle classe affaires: une cabine séparée privée. Uday voit sur le canal TV Inflight la nouvelle application de guides touristiques et la télécharge immédiatement sur son iPhone 9S. A l'arrivée, après le contrôle des passeports, on entend la voix de la

## Chaîne de prestations

### Marketing/motif du voyage

- Bollywood fait de la Suisse une destination de rêve
- Pôles d'intérêt: la neige et la pluie d'été

### Information/service/réservation

- Source d'inspiration: le pays hôte au festival Diwali
- Circuit parfait préparé par un «Certified Switzerland TO»

### Voyage aller

- Point fort: nouvelle classe affaires avec cabine privée
- Application DMO avec guide touristique personnel
- Swiss Pass Plus avec transport des bagages

vedette indienne Shah Rukh Khan: «To the train station walk 100 metres straight on ... then turn right ...» Le couple ne doit s'occuper ni de ses bagages ni des billets, car le Swiss Pass Plus lui permet de voyager librement, transport des bagages compris, sur tout le réseau suisse de TP.

#### **Bienvenue dans un cadre féerique**

Titulaire d'un diplôme de Gestion interculturelle, la réceptionniste connaît les attentes de la clientèle indienne. Elle remet à Anusha et Uday la liste des restaurants indiens des environs. Elle précise aussi que le cuisinier de l'hôtel se fera un plaisir de leur préparer des plats spéciaux. Une décoration florale hindoue attend le jeune couple dans sa chambre: le lit est orné de fleurs alpines. L'émotion est perceptible – et l'effet de surprise assuré.

#### **A table, la détente est de mise**

Pour Anusha et Uday, le repas est un élément culturel de premier ordre. Les jeunes gens sont surpris en découvrant le nombre de plats végétariens dans les restaurants locaux. On leur demande presque systématiquement s'ils désirent

que les plats soient très épicés et s'ils préfèrent manger avec des couverts ou avec les doigts. Cette franchise met les Rao à l'aise: ils n'ont plus peur de manquer aux convenances.

#### **De A-ruz à Z-erdorf**

Les Rao ont choisi le parcours touristique classique. A Aruz, ils savourent un Röteli, à Himmelburg ils s'embrassent dans la télécabine surplombant les

neiges éternelles. A Waldsee, ils achètent un cœur en bois avec leurs noms, et à Zerdorf, ils sont fascinés par le Horuberg. La «Swissness» est omniprésente; ses divers éléments symbolisant pour le jeune couple le romantisme. Le prochain «point photo» est l'occasion de conserver un souvenir de tant de bonheur: les Rao se font immortaliser et saisissent leur adresse e-mail pour recevoir directement la photo via leur messagerie.



## **Chaîne de prestations**

### **Arrivée/réception**

- Liste des restaurants adaptée aux hôtes grâce à la formation «Gestion interculturelle»
- Plats spéciaux sur demande par le cuisinier de l'hôtel

### **Hébergement**

- Décoration de la chambre: fleurs alpines et lune de miel

### **Gastronomie**

- Une surprise: le grand choix de cartes végétariennes
- Consultation des hôtes: plats épicés, préférences personnelles

# Coin inspiration.

- Une panacée contre le manque d'inspiration  
Highlights, best of's et must do's
- La cerise sur le gâteau  
Marquer des points en offrant des petits plus
- L'image plus forte que le texte  
Investissements en photo et vidéo suffisants?
- Les tour-opérateurs à votre service  
De multiples canaux de distribution ouvrent des marchés
- Beaucoup de bagages = chances supplémentaires  
Décharger le client satisfait tout le monde
- Pour les moulins à paroles et les bavards  
Transformer les bavardages en recommandations
- Diversifier son portefeuille d'hôtes?  
Prendre en compte les cultures et dates de voyage
- L'amour passe par l'estomac  
Autres pays – autres coutumes



## Singing in the rain

Même s'ils aiment la pluie, Anusha et Uday n'ont pas emporté l'équipement adéquat. Dans la chambre d'hôtel, ils trouvent de beaux imperméables et des bottes en caoutchouc très cool. Autre temps fort de leur voyage: le sentier thématique bollywoodien sur la Sonnenalp. La télécabine les amène au point de départ. Ensuite, la danseuse Aishwarya Rai et les paroles du légendaire Amitabh

Bachchan les accompagnent le long de ce sentier d'altitude facile aboutissant au train à crémaillère qui les ramène dans la vallée.

## (Au) revoir!

De somptueux panoramas suisses décorant l'espace farewell à l'aéroport les accompagnent comme dernier souvenir. Le lendemain de leur arrivée, Uday reçoit un e-mail avec le résumé de leur

voyage. Il peut tout commenter directement dans le mail. Trois jours plus tard, le rapport complet du voyage lui est envoyé. Avec ce journal et les «points photo», Uday et Anusha peuvent partager ce séjour paradisiaque avec famille et amis!

## Attraction/découverte

- Hommage à la «Swissness», clichés compris
- Le climat est une découverte en soi
- Le convivial sentier thématique bollywoodien invite à une petite randonnée

## Départ/au revoir

- Les salles d'embarquement sont des espaces farewell attractifs et avenants

## De retour

- Envoi par e-mail de la documentation du voyage avec demande de commentaire
- Les photos publiées sur les réseaux sociaux inspirent amis et proches

# A la une.

## Les médias devraient en parler en 2020.

### **Le Swiss Pass pour les Suisses: un succès extraordinaire.**

Augmentation du chiffre d'affaires des CFF de 7% grâce à «l'AG à durée limitée».

24 heures

### **Allzeithoch dank klugen Verdichtungszone.**

«Das Sommergeschäft lag bei uns völlig brach, und das Angebot war schlichtweg langweilig. Vor acht Jahren haben wir das Konzept unserer Destination einem Wandel unterzogen und es neu auf drei Pfeiler gestellt. Wir haben Zonen für Erlebnis, Ruhe und Begegnung geschaffen. Die Idee war bahnbrechend, und wir sind heute erfolgreicher denn je. Das Geheimnis liegt im «Sense of Community», den unsere Destination heute ausstrahlt, daran besteht kein Zweifel.»

Selma de Pury, Tourismusdirektorin  
htr hotelrevue

### **Certified Rain Hotels in Switzerland.**

Guaranteed In- and Outdoor Travel Pleasure.

CNN travel news

Abenteuerwildnis

### **Schweizer Bergtal renaturiert – ein Traum für Entdecker und Naturliebhaber!**

DIE ZEIT

### **Hier weckt keiner schlafende Hunde.**

Hurra für Hund und Herrchen – vierzigstes «4-Pfoten-Hotel» der Schweiz eröffnet.

Tierwelt

### **Wird Männlichen bald in Weiblichen umbenannt?**

Schweizer Berge seien in ihrer Anmutung und Herausforderung zu männlich, fand eine Mehrheit des Tourismusrates. Die meisten Aktivitäten in den Bergen verlangten Kraft, Ausdauer und Tempo in einem Ausmass, das eindeutig eher auf Männer als auf Frauen ausgerichtet sei. Die Berge müssen weiblicher werden. Letztlich sind es die Damen unter uns, die den Ferienentscheid weitgehend beeinflussen.

Blick

Incontri Svizzeri

### **Artisti svizzeri sono le guide delle città più cool di sempre.**

CORRIERE DELLA SERA

### **Schweizer glänzen bei den Erlebnis-Ranger-Weltmeisterschaften in den USA.**

Sie haben brilliert, unsere Safari-Guides der Alpen, die Städteführer der Berge und die Skilehrer des Sommers. Das neue Berufsbild des Erlebnis-Rangers hat sich in den letzten Jahren gefestigt und etabliert. Erstmals kämpften 200 Kandidatinnen und Kandidaten aus 50 Nationen um den Weltmeistertitel. Nicht überraschend platzierten sich zwei Schweizer und eine Schweizerin unter den ersten fünf ...

NZZ am Sonntag

Gourmet-Innovation

### **Für Rösti Tikka Masala gehen Gäste aus Indien durchs Feuer.**

GastroJournal

Nos régions partenaires.





## **American Express soutient activement le tourisme en Suisse**

### **Votre accès global à la clientèle à fort pouvoir d'achat**

Il n'existe pas d'autre système de cartes de crédit de cette envergure où l'émetteur de la carte de crédit joue en même temps le rôle du processeur. Grâce à cette configuration exclusive, American Express connaît tous ses titulaires de carte – partout dans le monde – et est en mesure de vous proposer un pack marketing complet exclusif:

#### **partnerMarketing**

Profitez des avantages du **partnerMarketing**:

- Contact avec plus de 92 millions de titulaires de carte dans le monde entier – clients particuliers et professionnels
- Génération d'un chiffre d'affaires plus élevé grâce à des offres ciblées

Renseignements à: [info.partner@swisscard.ch](mailto:info.partner@swisscard.ch)

