

## /INDEX

04	MOT DES PRÉSIDENTS
05	MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER
06	MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION
80	MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME
12	ORGANISATION ET PERSPECTIVES
13	VERBIER TOURISME UNE ÉVOLUTION LOGIQUE ET NÉCESSAIRE
14	LE FUTUR DE VERBIER TOURISME
16	PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER
17	PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION
18	ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME
20	RAPPORT DES STATISTIQUES 2019/20
26	RAPPORT D'ACTIVITÉ
27	INFORMATION ET ACCUEIL
32	ANIMATIONS
36	PROMOTION
50	COORDINATION LOCALE
54	REMERCIEMENTS
58	NOUS SOMMES VERBIER TOURISME

#### IMPRESSUM

**Rédaction:** Verbier Tourisme **Graphisme:** Grand Partenaires

Photographies: Verbier Tourisme/Raphaël Surmont, Melody Sky, Golf Club de Verbier, Cordées des Alpes, Philippe Gaillard, VWP/David Carlier/

Amarcster Media

Impression à Verbier: Publibagnes, mars 2021

VERBIER TOURISME - RAPPORT DE GESTION 2020

Tirage: 200 ex.

Disponible en version numérique

## /MOT DES PRÉSIDENTS



«Les propriétaires de résidences secondaires sont nos meilleurs

Φ

Ŏ

ď

## MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER

L'exercice 2019/2020, comme vous pouvez l'imaginer a été fortement impacté par la crise du Coronavirus. Alors que nous nous acheminions vers un hiver de tous les records, le COVID-19 nous a surpris à mi-mars et notre destination a dû se résoudre à fermer. S'en est suivi un lockdown de quelques mois. Depuis le 15 mars, tous les commerces ont été fermés à l'exception des magasins d'alimentation et des pharmacies. Toutes les manifestations culturelles, sportives ou de loisir ont été interdites. Le télétravail a été généralisé dans les entreprises qui peuvent y recourir. Pendant cette période, de nombreux hôtes et propriétaires ont décidé de rester chez nous et de profiter de la météo clémente et de l'air pur.

La pandémie a bouleversé nos habitudes et nous a obligé à nous adapter, à réagir rapidement et à saisir les opportunités. Verbier Tourisme, a réagi prestement et a mis en place un VIP Pass+ pour l'été 2020, soutenu financièrement par la Commune de Bagnes. Comme quasi tous les évènements ont été annulés, il était important de proposer des activités de qualité. Je remercie tous les partenaires qui ont collaboré avec nous pour leur engagement, leur réactivité et leur créativité. La saison estivale s'est relativement bien comportée vu les circonstances.

#### Quelques réalisations en 2019/2020

- Entrée en fonction du nouveau directeur de la destination Simon Wiget en janvier 2020
- Regroupement sous une seule enseigne Verbier Tourisme de l'Office du tourisme et de Verbier Promotion avec une direction unique
- Clarification des rôles au sein de Verbier Tourisme Production d'un nouveau site web
- Renforcement des liens avec nos partenaires

Au niveau des nuitées, évidemment que celles-ci sont en recul, -2.90%. Nos compatriotes n'ont pas pu compenser l'absence de nos hôtes étrangers. Pour une station comme la nôtre, en hiver, plus de 60% de nos visiteurs proviennent de pays étrangers. Je relève encore une fois, l'importance des propriétaires de résidences secondaires dont les forfaits représentent pour cet exercice 73% de l'encaissement de la taxe de séjour. Sans eux, l'addition aurait été beaucoup

plus douloureuse. Comme je l'ai déjà mentionné, ce sont nos meilleurs ambassadeurs et nous devons les choyer. Nous voulons encore renforcer ce lien dans le futur.

#### Les projets que nous voulons mener à bien en 2021:

- Développer les activités et animations
- Renforcer les liens avec les propriétaires de R2
- Consolider le VIP Pass
- Réaménager les locaux de Verbier Tourisme
- Calquer les évènements sur notre stratégie touristique

L'exercice 2020/2021 est également perturbé par la pandémie, de nombreux commerces, restaurants sont restés fermés, de très nombreuses contraintes sont apparues. Heureusement les remontées mécaniques ont pu ouvrir ce qui a permis à de nombreuses personnes de s'adonner à leur sport favori et ainsi oublier un peu ce virus. En écrivant ces lignes, j'espère que les vaccins nous permettront rapidement de retrouver une situation normale. Verbier Tourisme planche sur plusieurs éventualités et fera tout son possible pour proposer une saison estivale de qualité.

Je tiens à remercier tous les collaborateurs de Verbier Tourisme et leur directeur Simon Wiget pour leur engagement et leur motivation. Merci à mes collègues du comité pour leur soutien, merci à vous chers partenaires qui contribuez au succès de notre belle région, merci à la Société de développement du Val de Bagnes, à Téléverbier S.A. et à la Commune de Bagnes pour leur étroite collaboration. Un grand MERCI à Eloi Rossier pour son soutien indéfectible au tourisme, son implication et sa disponibilité. Bonne retraite et plein succès pour tes projets futurs.



Florian Michellod, président de la Société de développement de Verbier

.

## MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION

Le tourisme n'est pas une science exacte qui découle de l'application stricte de lois intangibles. Tant les incertitudes sont grandes que l'ouvrage doit être remis chaque jour sur le métier. Il réclame toutefois que les pièces qui le constituent s'imbriquent les unes aux autres avec harmonie et équilibre, sans quoi il est impossible de satisfaire le client.

En 2013, lorsque j'ai pris la présidence de notre destination, les relations entre les différents partenaires et acteurs étaient pour le moins tendues et l'ambiance qui en découlait délétère. Il incomba alors à la commune de tout entreprendre pour restaurer un climat propice à la bonne marche des affaires. La tâche, pour ardue qu'elle fût, a été menée à bien avec le concours intelligent, respectueux et loyal de chacun. Aujourd'hui, malgré toutes les difficultés qu'il a fallu vaincre ces huit dernières années - de la Loi sur les résidences secondaires LRS au COVID-19 en passant par le franc fort et le BREXIT - j'ose affirmer que Verbier et le Val de Bagnes sont mieux armés pour affronter le présent et l'avenir. La résilience manifestée par tous les prestataires face au COVID-19 depuis mars 2020 en témoigne. J'en veux pour preuves l'attrait toujours fort de notre station et la bonne tenue du marché de l'immobilier.

#### Je constate donc avec satisfaction que:

Tous les partenaires sont enfin réunis autour d'une même table : la Société de développement de Verbier, la Société de développement de Val de Bagnes, Téléverbier SA, les Communes de Val de Bagnes et de Riddes.

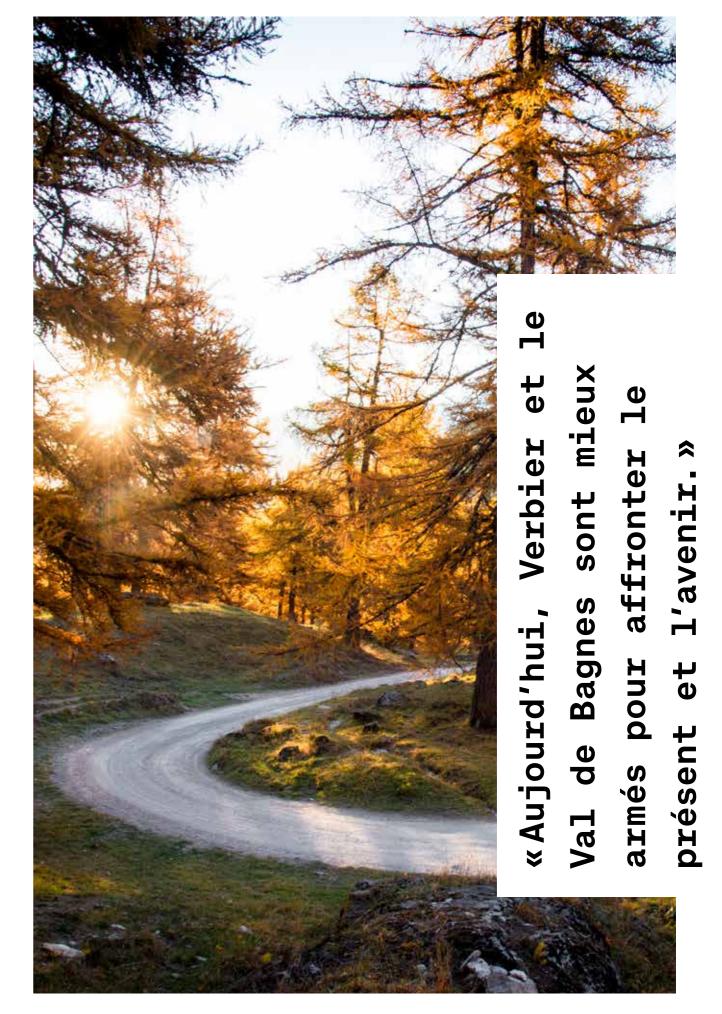
Le personnel de la Société de développement de Verbier et de Verbier, Val de Bagnes, la Tzoumaz Promotion SA sont enfin réunis sous un même toit et sous une direction unique. Le règlement et les tarifs de la taxe de séjour ont été revus avec la collaboration complète et franche de l'APCAV. Nos propriétaires ont compris où est leur intérêt. Je les remercie de leur fidélité et de leur attachement à notre destination. La saison d'été connaît depuis quelques années un développement réjouissant qui traduit les efforts entrepris pour instaurer un tourisme 4 saisons.

Si l'on a le droit de se montrer satisfait, rien n'indique que l'on puisse baisser la garde. Au contraire, ce n'est qu'en nous appuyant sur ce socle régénéré que l'on pourra achever le renouvellement de nos entités, définir précisément le rôle de chacune d'elles et, persuadés de nos atouts, se tourner avec conviction vers l'avenir qu'il appartiendra à mon successeur de façonner aux riches couleurs de la Commune de Val de Bagnes.

Je ne saurais terminer ce rapport sans remercier cordialement les personnes avec lesquelles j'ai eu le plaisir d'œuvrer tout au long de mes deux mandats. Chers amis, je ne vous citerai pas nommément de peur de blesser votre modestie. Mes pensées et mes remerciements s'adressent toutefois plus particulièrement au personnel. Malgré parfois les errances de la gouvernance auxquelles il a dû faire face tout au long de ces dernières années, il n'a jamais failli à sa tâche et toujours répondu présent avec cœur et loyauté. Je me plais à le relever.

Soyez sûrs, chers amis, que je vous suivrai toujours avec beaucoup d'attention et que je vibrerai à vos futurs succès.





## MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME

Lors de mon entrée en fonction mi-janvier 2020, je m'attendais évidemment à des challenges et à retrouver la dynamique si intense du tourisme qui constituait l'une de mes motivations principales pour revenir dans ce domaine après 2 ans passés à la direction d'une agence de communication. Avec l'arrivée du COVID-19, les challenges et l'intensité furent au rendez-vous bien au-delà de ce que j'avais pu imaginer...

Si elle peut paraître galvaudée et déplacée en raison de la provenance supposée du virus, l'utilisation du sens chinois du mot «crise», qui intègre les notions de danger et d'opportunité, s'avère néanmoins plutôt adaptée à la situation que j'ai vécue durant cette première année dans le Val de Bagnes. Si j'avais pu choisir dans quelle destination travailler comme directeur d'office du tourisme durant cette pandémie, mon choix ne m'aurait pas amené ailleurs qu'ici, tant la dynamique générale et le professionnalisme de tous les acteurs nous ont permis d'affronter cette tempête avec les meilleures armes. Certes, ce fut loin d'être rose et aisé, nous sommes encore actuellement touchés de plein fouet par cette pandémie et notre tourisme portera longtemps les stigmates de cette période funeste. Cependant, il est précieux de pouvoir se baser sur les aspects positifs qui ressortent de ce marasme aénéralisé, notre futur ayant besoin d'une base solide pour se reconstruire.

J'ai mentionné le premier aspect positif ci-avant: le profes-

sionnalisme des acteurs touristiques et la dynamique générale de notre destination. La réputation de Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz m'avait évidemment préparé à trouver très bon niveau de compétences, on n'atteint pas l'excellence par hasard. Cependant, le terreau que j'ai découvert dès mon arrivée s'est avéré encore plus fertile que je ne l'avais imaginé et le potentiel de développement qu'une mise en musique plus structurée du tourisme laissait augurer m'a immédiatement séduit.

Malheureusement, cette «lune de miel» fut de courte durée et les beaux projets qui se dessinaient furent mis entre parenthèse par le confinement, deux mois à peine après mon arrivée. Paradoxalement, c'est là que l'opportunité s'est révélée, puisqu'à peine 10 jours après le début du confinement, une dynamique participative inédite se mettait en place grâce aux moyens de communication digitaux pour créer le VIP Pass+ et initier une implication de tous les acteurs autour d'un but commun: sauver notre tourisme. Cette extraordinaire énergie nous a permis de passer un été que nous pouvons qualifier de bon au vu des circonstances et elle nous permet encore aujourd'hui d'être un des rares lieux au monde dans lequel le tourisme est actif (même s'il est très loin de ce que nous pourrions/voudrions proposer). Je n'oublie pas la moitié du verre qui est vide, notamment avec la situation catastrophique

vécue par certaines branches, mais l'énergie positive et la aualité des acteurs de la destination constituent le meilleur moyen de le remplir à nouveau sitôt la pandémie derrière nous. Le deuxième aspect positif est lié à la mise en place de Verbier Tourisme (VT) et à l'implication exemplaire de ses collaboratrices et collaborateurs, ainsi que des membres des comités et du conseil d'administration. Si l'arrivée du confinement seulement deux mois après le début des travaux de rapprochement de l'Office du Tourisme de Verbier et de Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz Promotion SA a considérablement compliqué cette tâche, avoir constitué une seule équipe avec une seule direction et des objectifs communs fut primordial en cette période troublée. Ainsi, je tiens à remercier les personnes qui ont eu cette vision et qui ont activement préparé le terrain avant mon arrivée, particulièrement les présidents de ces deux entités, Eloi Rossier et Florian Michellod.

Nous avons utilisé le confinement pour travailler activement sur cette réorganisation et sur des projets prioritaires, avec comme corollaire qu'au moment où beaucoup se retrouvaient au chômage technique, les collaboratrices et collaborateurs de VT ont plutôt eu davantage de travail. En effet, créer un nouveau site web de A à Z pour une destination si importante en 4 mois est une prouesse qui n'aurait pas pu

être possible sans un travail intensif de nos équipes, un tel projet se déroulant habituellement sur 18 mois. Durant ce laps de temps, nous avons également mis en place une nouvelle base de données, un nouveau système de gestion pour le VIP Pass, un nouveau bulletin d'arrivée électronique, un webshop et développé le VIP Pass+, en parallèle des actions de promotion et de nombreuses activités « de l'ombre » qui rythment le travail d'une entité touristique.

Dès la reprise de l'activité touristique courant juin, nos équipes se sont pleinement consacrées à faire revivre la destination, avec une activité qui se compliquait au fil de l'évolution des mesures liées au COVID-19. La préparation de l'hiver a constitué dès fin août un challenge non-moins intense en raison des incertitudes grandissantes, des changements incessants dans les mesures COVID-19 et de la complexité croissante des informations à destination de nos hôtes et de nos partenaires. Même si tout ne fut pas parfait, les équipes de VT ont relevé le défi avec succès, amenant des informations, une coordination et une promotion précieuses pour préparer cet hiver incertain.

Nous avons encore beaucoup de travail pour mener VT au niveau souhaité et nécessaire pour une telle destination qui vise l'excellence dans tous les domaines, mais nous sommes sur le bon chemin et l'engagement exemplaire de toute l'équipe, des dirigeants et des partenaires durant ces mois difficiles laisse augurer le meilleur des futurs. Ces épreuves nous ont démontré la qualité de nos collaboratrices et collaborateurs, l'immense potentiel des synergies entre les différents acteurs touristiques ainsi que la base très solide offerte par nos dirigeants et par la Commune. L'opportunité est bien là, à nous de continuer l'aventure en entretenant cette belle dynamique pour un futur touristique et économique rayonnant.

Je clos ce propos par un simple mot: Merci. Pour tous les éléments cités ci-avant (entre autres) et pour l'accueil dont j'ai bénéficié dès mon arrivée depuis mon Val d'Anniviers natal. Je connaissais le Val de Bagnes comme visiteur, je me réjouis d'y passer ces futures années comme acteur touristique et comme résident, ma famille et moi avons découvert une « Pure Energy » extraordinaire (et nous nous réjouissons de pouvoir la découvrir sans le COVID-19...).



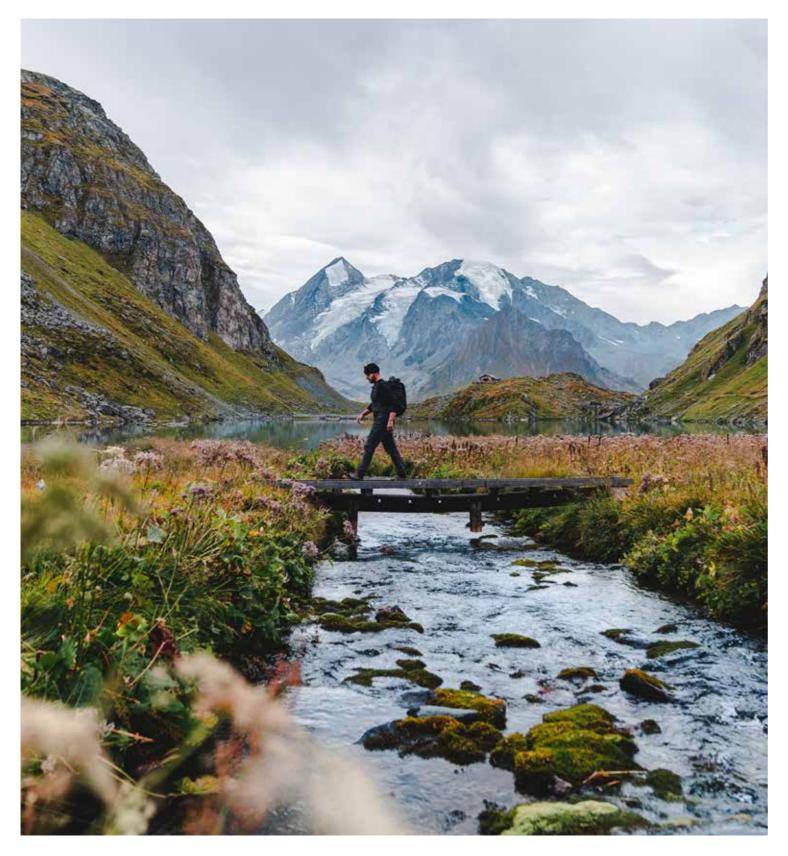




«La saison estivale s'est relativement bien comportée vu les circonstances.»

Florian Michellod, président de la SD de Verbier

# ORGANISATION ET PERSPECTIVES



# / VERBIER TOURISME UNE ÉVOLUTION LOGIQUE ET NÉCESSAIRE

L'arrêt de la destination Verbier – St-Bernard a nécessité la mise en place d'une organisation qui permette à la fois de répondre aux impératifs opérationnels gérés de manière indépendante par chaque société de développement, au souhait de maintenir une promotion au niveau de la destination et à la nécessité de respecter le cadre légal en place.

Sept ans d'expérience avec ce fonctionnement ont fait émerger la nécessité de regrouper les différents services proposés sous un même toit et l'évolution du cadre légal (révision de la Loi sur le Tourisme) a permis l'émergence d'un nouveau modèle en cours d'élaboration. VT regroupe ainsi l'accueil, l'information et l'animation pour la SD de Verbier, l'accueil et l'information pour la SD du Val de Bagnes et la promotion pour la destination Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz. La gestion des animations et manifestations sur le territoire de la SD du Val de Bagnes reste en mains des membres de son comité et la commune de Riddes gère l'accueil, l'information et l'animation de La Tzoumaz, ainsi que sa promotion locale.

Si VT n'est à ce jour pas encore une entité juridique, son fonctionnement opérationnel correspond à celui d'une seule et unique société, avec une direction qui chapeaute l'ensemble des activités réparties en départements: informations, animations, promotion, coordination locale, terrain et administration-comptabilité. La gestion des bureaux d'accueil est dévolue au département informations, le département terrain est un reliquat très utile du fonctionnement antérieur et s'occupe autant des sentiers aux alentours de Verbier que des soutiens logistiques aux événements ou encore de la patinoire au cœur de la station. Le département coordination locale est quant à lui totalement nouveau et son but est de renforcer les liens avec les acteurs locaux, qu'ils soient opérationnels ou stratégiques, relatifs à l'information ou à la promotion. Il constitue une porte d'entrée principale dont la mission est d'assurer la coordination entre les acteurs touristiques locaux et les différents départements de VT.

Le fonctionnement interne a également été complètement revu et une gestion en mode projets a permis de s'affranchir d'une gestion en silos, d'impliquer toutes les équipes dans les différents aspects de notre travail, de favoriser les collaborations internes et d'améliorer la qualité de nos prestations. C'est une restructuration en cours, laquelle est menée en parallèle du daily business et dans un contexte de crise COVID-19, ce qui induit que le rythme de cette refonte doit s'adapter au contexte. Ainsi, même si le niveau d'exécution peut aujourd'hui être considéré comme bon, le niveau recherché est quant à lui plus élevé et nécessitera encore passablement de travail avant d'arriver à maturité

VT constitue ainsi un nouvel outil adapté aux besoins actuels, lequel est au service du tourisme de la destination dans son ensemble, à savoir des clients, des partenaires, des communes et de toutes les entités qui s'impliquent dans le tourisme de notre région. Le tourisme étant une branche en constante évolution, cet outil est destiné à constamment s'adapter pour répondre au mieux aux besoins de la destination.

## / LE FUTUR DE VERBIER TOURISME

Les défis actuels et futurs nécessitent une base solide sur laquelle le tourisme de notre destination peut se reposer. ainsi qu'un fonctionnement qui favorise les collaborations et les projets bénéfiques pour l'ensemble des acteurs. Cela passe par un modèle de gouvernance adapté qui permet une représentation et une implication des acteurs touristiques dans le pilotage de notre tourisme. Des séances communes entre le comité de la SDV et le conseil d'administration de Verbier Promotion sont déjà réalisées, permettant ainsi une transition progressive vers une nouvelle structure «Verbier Tourisme» dont les contours sont en cours de développement. Le calendrier pour la création de cette nouvelle structure se base sur une présentation du modèle en automne 2021 et une mise en œuvre formelle au début de l'exercice 2022/23, notamment en raison de la nécessité d'une homologation d'une telle entité par le Conseil d'État. D'un point de vue opérationnel, de nombreux projets sont en cours ou à l'étude et ils touchent tous les départements.

#### Pour n'en citer que quelques-uns à titre d'exemples:

L'information verra ses bureaux d'accueil améliorés, tant au niveau de l'ergonomie que de la décoration.

L'animation a vu son budget augmenter, afin de développer l'animation locale, notamment à destination du public familial.

La promotion a revu et accéléré sa transition vers le digital, afin d'être à la pointe d'un domaine d'activité qui évolue constamment et très rapidement.

La coordination locale supervise des projets de développement du Haut Val de Bagnes et de la région de Vollèges. L'équipe de l'administration a plusieurs projets d'amélioration de son fonctionnement pour optimiser la gestion des taxes de séjour et faciliter le travail des toutes les équipes. D'autres projets transversaux sont dans le pipe-line, de la fidélisation à la création d'un master plan commun avec la Commune Val de Bagnes et Téléverbier, en passant par la mise en place d'outils statistiques et le développement des activités phares.

Le futur de VT devra être évolutif et agile, afin de pouvoir répondre efficacement aux besoins de cette branche économique en constante mutation. Une constante restera néanmoins prioritaire: favoriser les collaborations entre les différents acteurs touristiques, élément fondamental et incontournable du succès de notre tourisme actuel et futur.



## / PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER

## / PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION

## FLORIAN MICHELLOD Président florian.michellod@verbier.ch **MARCUS BRATTER** Vice-président marcus@verbier.ch **CATHERINE RIETHMANN** JÜRGEN TAUDIEN Membre et représentant de l'Association des gérants et agents immobiliers de Verbier Membre et représentante de la Société des commercants et artisans de Verbier catherineriethmann@gmail.com taudien@verbierlocation.ch VINCENT MICHELLOD PHILIPPE BRUCHEZ Membre et représentant de l'Associa-Membre et représentant tion des Écoles de ski et snowboard et de la Commune de Bagnes bureau des guides de Verbier vincent.michellod@valdebagnes.ch phbruchez@mail.com **LAURENT VAUCHER BRIGITTE BOREL** Membre et représentante Membre et représentant de l'Association des propriétaires de Téléverbier de chalets et appartements de Verbier I.vaucher@televerbier.ch borelbrigitte@gmail.com **MAURICE MICHELLOD** THIERRY CORTHAY Membre et représentant Membre et représentant des hôteliers cafetiers et restaurateurs de Verbier des artisans maurice.michellod@verbier.ch lagrangeverbier@bluewin.ch

## Président eloi.rossier@netplus.ch **MARCUS BRATTER** Vice-président marcus@verbier.ch **CHRISTOPHE MARET LAURENT VAUCHER** Vice-président et représentant Membre et représentant de la commune de Vollèges de Téléverbier christophe.maret@valebagnes.ch l.vaucher@televerbier.ch **FLORIAN MICHELLOD** Membre et représentant de la Société de développement de Verbier florian.michellod@verbier.ch **JEAN - MARIE CRETTENAND BERTRAND GOLTZ** Membre et représentant de la Société Membre et représentant de la commune de Riddes de développement du Val de Bagnes jean-marie.crettand@riddes.ch bertgolz@netplus.ch **VINCENT MICHELLOD**

**ELOI ROSSIER** 

Membre et représentant de la commune de Bagnes

vincent.michellod@valdebagnes.ch

## /ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME



SIMON WIGET Directeur

STÉPHANIE CASANOVA

Responsable administration et finance



**DEBORAH CORTHAY** 

Responsable animations



**LAURENCE FOURNIER** 

Responsable information

#### JEAN-MARC FARQUET

Responsable entretien - soutien terrain





**ELISE FARQUET** 

Suppléante promotion

responsable relation presse







**LAETICIA LEHNER** Suppléante

animations



**ANNE SIEBER ZELLER** 

Responsable projet

Haut Val de Bagnes (programme CIM)

(dès le 15.06.2020)

**LINE RODUIT** 

Suppléante

information





**NICOLAS ROSSIER** 

Responsable entretien - soutien terrain



Junior manager offres et marchés





#### SIBYILLE DE RHAM Communication manager

(jusqu'au 31.08.2020)







**NICOLAS ROSERENS** 

Stagiaire IST

(dès le 01.07.2020)





**LAETITIA VAUDAN** Collaboratrice information

#### **JUSTINE MAY** Coordinatrice des offres





#### LONG LONG LI

Spécialiste en accompagnement de la clientèle chinoise (saison d'hiver)



RAPHAËL SURMONT

Producteur de contenu digital



**CATHERINE BULA** Collaboratrice information (saison d'été)



SANDRA COLOMBARI Collaboratrice administration

responsable taxes





(dès le 20.07.2020)

**ALISON BESSE** Collaboratrice information



ANNE-MICHÈLE LACK

Collaboratrice administration et finance



**ARNAUD WALPEN** 

Responsable sponsoring et produit (dès le 01.09.2020)



FRÉDÉRIC LILLA



**FABIEN VAUDAN** Collaborateur

information (dès le 01.07.2020)



**CAMILLE AMMANN** Collaboratrice

administration et finance



Stagiaire



**SOLÈNE DORSAZ** 

Apprentie employée de commerce

# /RAPPORT DESSTATISTIQUES

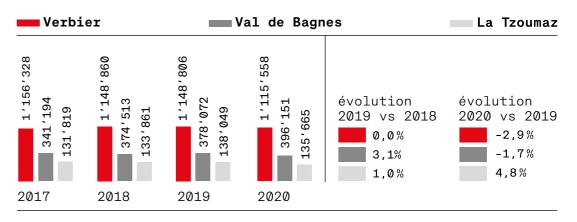


VERBIER VAL DE BAGNES LA TZOUMAZ

Globalement, les nuitées sont en baisse pour Verbier (-2.9%) et le Val de Bagnes (-1.7%). Seule la Tzoumaz affiche une hausse de 4.8% provenant d'une augmentation de fréquentation observée en été, mais aussi au printemps lors des congés de l'Ascension et de Pentecôte, ainsi qu'en automne. Cette augmentation a été enregistrée chez la plupart des hébergeurs, surtout auprès des agences.

Du point de vue des nuitées commerciales (hors forfaits des propriétaires de résidences secondaires R2), les nuitées sont en baisse de -9.6% (voir page 24). Globalement, les marchés étrangers sont en baisse pour l'exercice 2019/20, ce qui s'explique principalement par la pandémie du COVID-19. En effet, les nombreuses fermetures de frontières et interdictions de voyager, ordonnées par les différents gouvernements, ont mis un coup d'arrêt au tourisme à l'échelle mondiale, et notre destination n'a pas été épargnée par cette crise sans précédent.

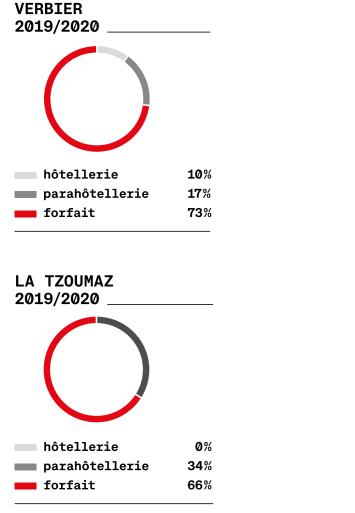
## / ÉVOLUTIONS DES NUITÉES GLOBALES

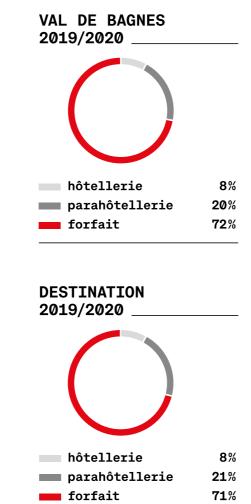


## / RÉPARTITIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES 2019

		HÔTELLERIE		PARAHÔTELLER]	Œ	FORFAITS		
		%	Nuitées	%	Nuitées	%	Nuitées	
VERBIER	Hiver	77	88'028	76	141′141	75	612'060	
	Eté	23	26′310	24	43′999	25	204'020	
	Total	100	114′338	100	185′140	100	816′080	
VAL DE BAGNES	Hiver	63	7′116	15	4′189	75	72'840	
	Eté	37	4'227	85	23'013	25	24′280	
	Total	100	11′343	100	27′202	100	97′120	
LA TZOUMAZ	Hiver	67	1′359	59	79′580	75	195′240	
	Eté	33	682	41	54'210	25	65′080	
	Total	100	2'041	100	133'790	100	260'320	
DESTINATION	Hiver	76	96′503	65	224′910	75	880′140	
	Eté	24	31′219	35	121'222	25	293′380	
	Total	100	127'722	100	346′132	100	1'173'520	

## / RÉPARTITIONS DES NUITÉES ANNUELLES





## / NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES HORS FORFAITS - VERBIER

2016 2017 2018 2019 2020

50k 
10k 
Suisse Royaume-Uni France Benelux Scandinavie

22

		2016	2017	2018	2019	2020	PART DE Marché	19 vs 18	<b>20</b> vs <b>1</b> 9
%L9	Suisse	92'998	69'709	68'362	78'616	84'384	28%	15.0%	7.3%
	Royaume-Uni	75'637	72'660	74'349	76'051	51'589	17%	2.3%	-32.2%
	France	25'664	26'446	29'080	29'658	27'248	9%	2.0%	-8.1%
	Benelux	20'879	21'709	23'918	24'886	25'050	8%	4.0%	0.7%
	Scandinavie	15'506	14'788	17'609	17'757	13'569	5%	0.8%	-23.6%
	USA/Canada	11694	14115	18096	20880	14413	5%	15.4%	-31.0%
	Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	2157	4484	4765	6475	2820	1%	35.9%	-56.4%
	SEA (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philip- pines, Singapour, Thaïlande, Timor Oriental, Viêtnam)	2523	2366	2781	2856	1358	<b>0</b> %	2.7%	-52.5%
	Brésil	1'519	1'135	1'505	1'356	1'333	<b>0</b> %	-9.9%	-1.7%
	Corée du Sud	63	124	208	167	76	0%	-19.7%	-54.5%
	Allemagne	11'718	11'431	11'969	13'347	9'835	3%	11.5%	-26.3%
	Russie/Ukraine	7'326	7'479	7'992	9'653	5'275	2%	20.8%	-45.4%
	Italie	4'407	4'447	4'821	5'198	4'890	2%	7.8%	-5.9%
	GCC	8'301	10'021	8'656	9'806	4'787	2%	13.3%	-51.2%
	Pays de l'Est	4'646	5'390	5'651	5'745	3'706	1%	1.7%	-35.5%
	Espagne	3'245	4'176	3'569	3'646	3'688	1%	2.2%	1.2%
	Australie	3'013	3'778	4'289	3'762	3'111	1%	-12.3%	-17.3%
	Autres Europe	3'466	3'383	4'282	5'193	2'698	1%	21.3%	-48.0%
	Afrique	1'817	2'046	1'952	2'331	1'719	1%	19.4%	-26.3%
	Autres Asie	5'598	6'051	6'830	6'283	1'567	1%	-8.0%	-75.1%
	Amérique du Sud et Centrale	1'888	2'498	3'385	2'527	1'396	0%	-25.3%	-44.8%
	Reste du Monde	32'502	30'732	26'431	29'733	34'966	12%	12.5%	17.6%
	Total	336′567	318′968	330′500	355′926	299'478		7.7%	-15.9%

Pour Verbier, le marché suisse reste en tête du classement des nuitées commerciales (hors forfaits R2) avec **28%** des nuitées totales, soit **84'384** nuitées. Nous notons une augmentation de **5'768** nuitées en comparaison à l'année dernière, ce qui s'explique certainement par le fait que beaucoup d'Helvétiques ont voyagé en Suisse en 2020.

Elle est ensuite suivie par le Royaume-Uni avec 17 % (51'589 nuitées), marché qui affiche une baisse de 24'462 nuitées (soit une perte de près d'un tiers des nuitées par rapport à l'exercice touristiques précédent). Nous retrouvons par la suite la France (9 %), le Benelux (8 %) et la Scandinavie (5 %).

Les marchés précités appartiennent aux marchés A, catégorie utilisée jusqu'ici pour indiquer l'importance de ces marchés et le fait qu'ils sont travaillés de manière proactive et directe (B2C pour Business to Consumer), notamment au travers des agences RP (relations publiques) et des partenariats (Liverpool FC, par exemple). Les marchés A représentent 67% de la part de marché totale de la station.

Les marchés B, qui constituent 7% de la part de marché de Verbier, sont principalement travaillés de manière indirecte par Verbier Promotion (B2B pour Business to Business), c'est-à-dire au travers de partenariats et collaborations avec des tiers, que ce soit MRAG (Matterhorn Region AG), Suisse Tourisme ou tout autre partenaire. L'approche, bien qu'indirecte, peut être proactive (VT choisit des actions à entreprendre sur le marché) ou réactive (traitement de demandes émanant du marché).

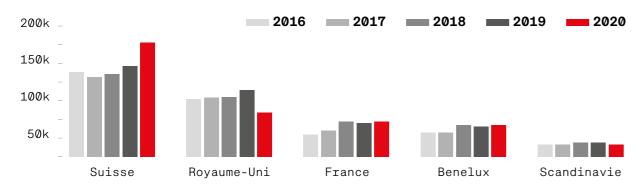
Les USA/Canada, qui sont le moteur de ces marchés, indiquent une baisse des nuitées de **31%** (soit **-6'467** nuitées).

Les marchés C sont des marchés que VT travaille uniquement selon une approche réactive: des opportunités émanant de ces pays sont saisies, sans toutefois les rechercher de manière dynamique. Les marchés C représentent le 26% de la part de marché de Verbier.

À noter toutefois que, classé parmi les marchés C, se trouvent les pays du reste du monde, catégorie qui inclut également des nuitées dont la provenance n'a pas été spécifiée et qui pourraient appartenir, en réalité, aux marchés A ou B.

## / NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

HORS FORFAITS R2: VERBIER/VAL DE BAGNES - LA TZOUMAZ



		2016	2017	2018	2019	2020	PART DE MARCHÉ	19 vs 18	20 vs 19
72%	Suisse	123′581	114′565	119'993	131′075	164'932	35%	9.2%	25.8%
	Royaume-Uni	83′326	86′294	86′559	95'513	62'800	13%	10.3%	-34.2%
••••	France	33′351	39′207	49'635	49′336	51'071	11%	-0.6%	3.5%
****	Benelux	33'757	34'752	45'545	44'149	45'508	10%	-3.1%	3.1%
	Scandinavie	16′939	16′704	20'621	21′290	16'238	3%	3.2%	-23.7%
20 20 20	USA/Canada	13'239	17'132	21′982	25'647	16'548	3%	16.7%	-35.5%
	Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	3'609	4′574	4'967	6'876	2'945	1%	38.4%	-57.2%
	SEA (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaīlande, Timor Oriental, Viêtnam)	2′523	2'429	2′942	4'182	1'790	0%	42.1%	-57.2%
	Brésil	1′568	1′200	1'638	1'433	1'421	0%	-12.5%	-0.8%
	Corée du Sud	70	132	245	215	82	0%	-12.2%	-61.9%
 %	Allemagne	21'584	23'888	29'594	30'506	24'634	5%	3.1%	-19.2%
Α̈́ 	Russie/Ukraine	3'821	5'612	5'021	6'427	14'546	3%	28.0%	126.3%
	Italie	7'888	8'320	8'815	10'735	6'068	1%	21.8%	-43.5%
	GCC	9'687	11'798	11'059	15'355	5'823	1%	38.8%	-62.1%
	Pays de l'Est	5'115	5'198	5'941	9'629	5'768	1%	62.1%	-40.1%
	Espagne	5'517	6'650	17'313	20'093	5'382	1%	16.1%	-73.2%
	Australie	3'926	3'984	5'247	5'210	4'201	1%	-0.7%	-19.4%
••••	Autres Europe	3'203	4'470	5'061	4'515	3'504	1%	-10.8%	-22.4%
	Afrique	1'902	2'288	2'176	2'649	1'825	0%	21.7%	-31.1%
	Autres Asie	4'398	6'256	7'063	6'666	1'624	0%	-5.6%	-75.6%
	Amérique du Sud et Centrale	1'929	2'628	3'481	2'802	1'489	0%	-19.5%	-46.9%
	Reste du Monde	58'509	39'220	33'856	30'064	35'655	8%	-11.2%	18.6%
	Total	439'442	437′301	488'754	524′367	473'854		7.3%	-9.6%
					:		<b>:</b>		

24

Pour la destination Verbier - Val de Bagnes - La Tzoumaz, la Suisse est toujours Nous retrouvons après la France (11% soit 51'071 nuitées), le Benelux (10% en tête du classement avec 35% des nuitées totales (soit 164'932 nuitées). soit 45'508 nuitées) et l'Allemagne (5% soit 24'634 nuitées). Dans le cas de la Nous notons une augmentation de 33'857 nuitées par rapport à 2019, dû au destination, les marchés A représentent le 72% de la part de marché totale, fait que les Suisses ont voyagé à l'interne du pays en 2020. Vient ensuite le les marchés B en constituent le 5% et les marchés C le 23%. Le rapport détaillé Royaume-Uni qui représente 13% des nuitées totales (soit 62'800 nuitées). des statistiques des nuitées est disponible sur www.verbier.ch/taxe-de-sejour.

toujours ssement destination est pp êt Pour 25 VERBIER TOURISME - RAPPORT DE GESTION 2020

## /RAPPORT D'ACTIVITÉ



## /INFORMATION ET ACCUEIL

Le service d'accueil dans nos bureaux d'information a dû être adapté aux diverses normes sanitaires liées à la lutte contre le COVID-19. Grâce à ces adaptations, l'ouverture de nos OTs a pu être garantie tous les jours de l'année. Nos équipes ont opéré en deux groupes, tant au niveau de la réception que de la promotion. Lorsque le groupe 1 était au bureau, le groupe 2 opérait en télétravail; ceci dans le but de pouvoir garantir le fonctionnement de nos lieux d'accueil en toute situation. Les outils informatiques mis à disposition de notre personnel ont permis à nos équipes de rester professionnelles et flexibles dans ce nouveau contexte. Durant cette période difficile, nous avons constaté que le maintien de l'ouverture de nos bureaux a été appréciée par le public et nos partenaires qui se sont sentis soutenus.

#### **VERBIER**

Notre équipe a été renforcée durant l'été par trois auxiliaires locaux, Elina Adhikari, Fabien Vaudan et Catherine Bula. En effet, nous avons eu besoin de combler plusieurs postes à la suite d'une réorganisation au sein de VT. Laurence Fellay, qui travaillait à 100% à la réception, a été promue au poste d'assistante de direction tandis que Camille Ammann, dont le 100% était réparti entre la réception et l'administration, a pris son poste administratif à plein temps. Ces deux personnes ont toutefois renforcé l'équipe information de leur présence lors des fortes affluences de la saison estivale.

## LE CHÂBLE

Afin de répondre à un besoin qui s'est fermement fait ressentir durant l'été 2019, l'équipe de l'OT du Châble a passé d'une à deux personnes, 7 jours sur 7 durant les mois de juillet et août. En effet, le Châble étant la porte d'entrée de la vallée, nous avions constaté les années précédentes que le nombre de passages augmentait considérablement et que l'attente devenait trop importante pour les visiteurs.

#### **FIONNAY**

Anne Sieber-Zeller a pris ses fonctions au sein de VT à la mi-juin. Le poste créé a pour but de valoriser et de sensibiliser les visiteurs aux richesses naturelles de la région du Haut Val de Bagnes tout en répondant aux attentes touristiques (voir page 52). Ainsi, Anne a été affectée tout l'été à l'accueil à Fionnay afin de cerner les besoins, demandes, problématiques et avis des visiteurs et des partenaires locaux. L'équipe d'accueil du bureau de Fionnay a été complétée par Fiona Michellod, Coline Blanjean et Catherine Bula qui ont été engagées pour la saison. L'office de Fionnay était ouvert tous les jours du 1er juillet au 31 août.

## /POCKET GUIDE

La préparation de la brochure Pocket Guide été 2020 a dû être adaptée en raison de la situation sanitaire. Les rubriques évènements et animations n'ont pas pu être détaillées sur papier sans connaissance de l'évolution des restrictions sanitaires.



## /CARTES

Nos cartes sont, autant en été qu'en hiver, les dépliants les plus distribués à la clientèle de passage. Elles couvrent les régions de Verbier-Val de Bagnes, La Tzoumaz, Vollèges et Sembrancher

## CARTE DE RANDONNÉE ÉTÉ

La carte de randonnées estivales regroupe des suggestions parmi les innombrables sentiers de randonnée qui composent notre région.

Les randonneurs, qu'ils soient expérimentés ou non, sont rassurés de partir en balade avec une carte en papier dans la poche. Elle leur permet d'avoir une vue d'ensemble des possibilités de la région, accompagnée d'indications sur les différents parcours proposés.

#### L'information est donnée de manière synthétique:

Nom de la balade

Lieux de passage

Dénivelé

Temps de marche

Difficulté

Nombre de kilomètres

Informations diverses

(restaurants, remontées mécaniques, arrêt de bus, etc.)





#### **CARTE VTT**



Cette carte propose une sélection d'itinéraires VTT variés pour les familles, les sportifs confirmés et les e-bikers.

Elle indique, entre autres, l'emplacement des bornes de recharge pour e-bike qui constitue une donnée de plus en plus utile au vu du succès de la pratique du vélo électrique.

## CHIFFRES CLÉS



8'000 ex. hiver 2019/2020



**5'800** ex. été 2020

28





155 pages qui regroupent toutes les informations utiles de la région:

> activités évènements et animations restauration et vie nocturne hébergements commerces transports activités à découvrir pour la saison suivante plans





15'500 ex. carte de randonnée été



#### **CARTE TRAIL**



A la suite d'une initiative lancée par un groupe de passionnés de trail, dont les athlètes Jules-Henri Gabioud et Emily Vaudan, VT ainsi que le Pays du St-Bernard se sont unis dans le but de proposer des itinéraires adaptés à ce sport. Cette collaboration a permis la création d'une carte trail contenant les itinéraires sélectionnés par nos deux spécialistes locaux (voir aussi page 53).

## CARTE DE RANDONNÉE HIVER



La carte de randonnées hivernales rassemble aussi bien les balades en raquette et les sentiers pédestres que les itinéraires de ski de randonnée ou encore les pistes de ski de fond. Les indications de temps, de difficulté, de dénivelé, etc. y sont indiquées de la même manière que sur la carte été.

#### CHIFFRES CLÉS



carte trail



10'000 ex. carte de randonnée hiver



38 randonnées estivales



22 itinéraires



95 itinéraires pédestres au total

35 randonnées

hivernales



23 itinéraires

#### APIDAE

2020 a été marquée par la mise en place d'un nouveau système d'information digital intitulé Apidae qui est un réseau d'acteurs du secteur touristique, créé en 2004, dans la région Rhône-Alpes.

Cet outil a fait ses preuves dans de nombreuses destinations touristiques d'Europe.

Ce nouveau système d'information touristique (SIT) nous a permis de mettre à jour toute notre base de données et comptabilise aujourd'hui plus de 1'000 fiches descriptives de l'ensemble de nos prestataires touristiques. C'est un travail qui se poursuit d'ailleurs afin d'y refléter l'évolution de l'offre touristique existante.

Apidae nous permet également d'automatiser une partie du travail d'information avec des outils liés au système tel que Dahub et Edit Yourself.

#### CHIFFRES APIDAE

25 départements	<b>1363</b> clients
1 collectivité d'outre-mer	25'420 utilisateurs
<b>26</b> animateurs départementaux	178 sociétaires
3 communautés	<b>2'520</b> projets (+10% en 3 mois)
691 acteurs territoriaux	<b>363'292</b> fiches publiées
631 fournisseurs de services	65% des fiches respectent la qualité minimale
47	58,50%

#### **DAHUB**

L'entreprise Dahub et son service nommé Hubo facilite le lien entre les prestataires locaux de la destination et les diffuseurs de l'information comme l'OT.

Directement connectée à la base de données Apidae, elle simplifie la mise à jour d'information. Nos prestataires reçoivent avant chaque début de saison un formulaire avec leurs informations visibles sur notre site internet. Ils peuvent ensuite modifier ou compléter leur descriptif, puis, après contrôle et validation de l'OT, les nouveautés s'enregistrent automatiquement dans la base de données centrale Apidae et sont diffusées sur le site verbier.ch.

### **EDIT YOURSELF**

Cette application permet d'automatiser l'édition de documents distribués à nos hôtes. Reliée à la base de données Apidae, elle facilite grandement la mise en page d'informations, telles que:

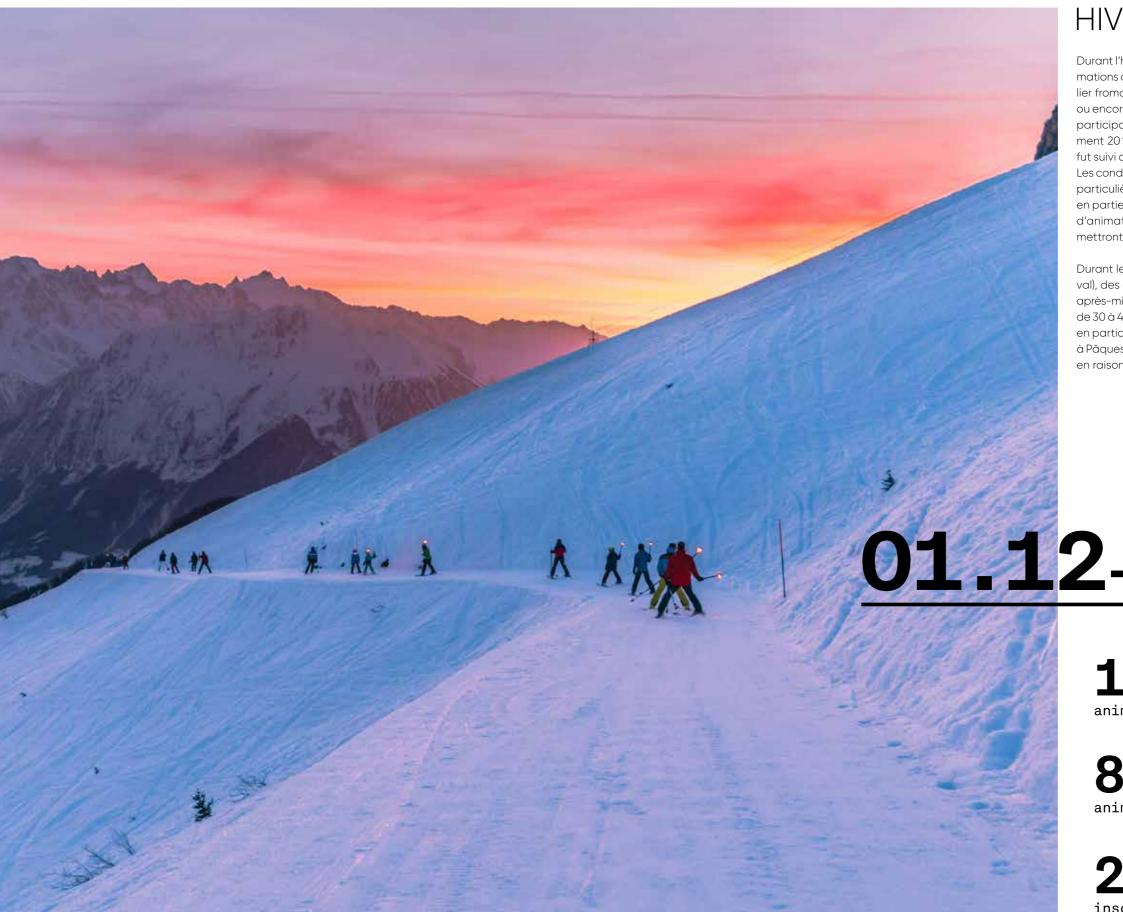
Liste des animations de la semaine

Liste des évènements de la semaine

Liste des pharmacies (en cours de développement)

Liste des ouvertures de restaurants (en cours de développement)

## / ANIMATIONS



## HIVER 2019/20

Durant l'hiver 2019/20, nous avons programmé diverses animations ayant fait leurs preuves par le passé, telles que l'atelier fromage, la sortie en raquettes, la visite de la brasserie ou encore l'initiation à l'escalade. Cependant, le nombre de participants n'a pas atteint le niveau attendu, avec seulement 20% de taux d'occupation à la mi-mars, période qui fut suivi de l'arrêt prématuré de la saison dû au coronavirus. Les conditions météorologiques et d'enneigement ayant été particulièrement bonnes cet hiver, ce facteur peut expliquer en partie le manque d'inscriptions durant la saison. L'équipe d'animation tire des conclusions plutôt mitigées qui permettront d'apporter des améliorations pour l'hiver 2020/21.

Durant les périodes d'affluence (Noël-Nouvel An et Carnaval), des châteaux gonflables ont été mis en place tous les après-midis à la salle de la Comba, avec la visite quotidienne de 30 à 40 enfants. C'est un espace apprécié par les familles, en particulier lorsque la météo est incertaine. Prévus encore à Pâques, ces châteaux gonflables n'ont pas pu être installés en raison de la situation sanitaire.

01.12-14.03

animations hebdomadaires

animations ponctuelles

218 inscriptions

32

## /ÉTÉ 2020

Face aux mesures et restrictions du Conseil Fédéral, la majorité des évènements programmés pour l'été 2020 ont été annulés. Laissant un calendrier vide, de nouvelles activités ont dû être mises en place.

VT a collaboré avec plus de 40 prestataires d'activités dans le but d'offrir un catalogue d'animations authentiques et sportives à la découverte du patrimoine et de la culture de la région (voir projet et campagne VIP Pass+ page 39 et 41).

À cela s'ajoutent les efforts des organisateurs d'évènements qui ont présenté une déclinaison de leurs évènements habituels tel que les Verbier E-Bike Weekends, prenant place tous les week-ends de juillet à septembre ou alors le Solaris (édition estivale du festival de musique électronique Polaris) ayant eu lieu les week-ends de juillet et août.

Des activités avec les ambassadeurs de Verbier ont également fait partie de notre programmation estivale. Accompagnées ou encadrées entre autres par Ludovic May, Emily Vaudan ou encore Yael Margelisch, ces animations ont permis à nos visiteurs de découvrir la vie d'un athlète et son activité. Que ce soit à vélo, en trail running ou en parapente, nos ambassadeurs ont partagé

leur expérience lors de demi-journées enrichissantes et uniques. En tant qu'activités inédites de l'édition spéciale été 2020 VIP Pass+, celles-ci étaient destinées aux détenteurs du VIP Pass.

Une nouvelle collaboration a vu le jour avec Festijeux et Cie qui crée des univers de jeux pour les enfants. 3 univers différents furent installés durant deux semaines au parc de loisirs, avec accès libre pour les familles et les enfants dès 3 ans. Ainsi, la dînette, les châteaux de sable et l'îlot enfants ont accueilli quelque 231 enfants et leurs parents.

Le nombre de participants aux animations a décollé cet été, dû notamment au fait que les activités étaient gratuites (VIP Pass+) et grâce à l'utilisation d'un nouveau système de réservation en ligne (webshop). Le paiement en ligne n'étant pas encore possible, la réservation via le webshop était uniquement réservée aux détenteurs du VIP Pass. Celui-ci nous a permis de toucher un public à plus grande échelle et a permis aux clients de réserver leurs activités en amont de leur séjour.



dont 6 en collaboration avec des organisateurs d'évènements (Verbier E-bike Weekends, Solaris, PALP) et **8** avec nos ambassadeurs

2'227

inscriptions

1'516

ont eu lieu entre la mi-juillet et la mi-août, ce qui représente 68% du total des participants de la saison.



## / PROMOTION



## 2019/20: UN EXER-CICE TOURISTIQUE MOUVEMENTÉ ET NÉANMOINS ENCOURAGEANT

Durant l'exercice 2020, l'équipe promotion de VT a connu passablement de changements, tant au niveau de son organisation que de ses membres. Ces dernières et ces derniers ont faire preuve d'adaptation et de flexibilité face aux évènements sanitaires et aux différentes urgences et priorités qui en ont découlés. L'équipe a néanmoins lancé, accompli et porté de nombreux projets de manière admirable et avec un professionnalisme jamais démenti.

En plus des campagnes promotionnelles et du travail avec les médias – qui sont les piliers de tout plan d'action marketing – le renouvellement (tant technique que graphique) du site internet et la collaboration à la mise sur pied du VIP Pass+ ont fortement occupé les personnes de l'équipe. Ces actions ont demandé plus d'effort et de ressources, au même titre que la production, mise en forme et diffusion des informations liées au COVID. De nouvelles tâches, notamment liées à la gestion des évènements, ont également été ajoutées sous la responsabilité du personnel.

La restructuration du département entamée durant l'automne aura permis de toujours mieux valoriser les talents et compétences de chacune et chacun. L'objectif étant de permettre à toutes et tous d'utiliser ses connaissances professionnelles au mieux et d'acquérir de l'expérience en ayant la responsabilité de projets complets, toujours en collaboration avec les autres membres de VT. Ce nouvel esprit collaboratif, ouvert et de responsabilisation individuelle permet à l'équipe de pouvoir se projeter vers l'avenir avec motivation et ambition.

## / COMMUNICATION LIÉE À LA SITUATION SANITAIRE COVID-19

La gestion de l'information autour du coronavirus a été pensée en deux volets: information interne à la destination (partenaires) et information externe à la destination (visiteurs).

L'information interne à la destination avait pour but de diffuser clairement et efficacement les informations tout en assurant une cohérence des messages entre les différents partenaires. Pour ce faire, différents processus ont été mis en place:

Organisation de séances d'information spécifiques Envoi d'une newsletter hebdomadaire ciblée

**L'information externe** visait à informer et à rassurer nos visiteurs. Nous avons donc adapté nos canaux de communication habituels ainsi que développé de nouveaux outils spécifiques:

Mise en place d'un portail dédié aux informations relatives à la situation sanitaire

Engagements de la destination

Conseils pratiques aux visiteurs et charte

FAQ en deux volets (visiteurs et partenaires)

Mise en avant des liens utiles

Développement de visuels spécifiques à la destination Création et adaptation régulière d'un pop-up sur la page d'accueil du site internet

Informations ciblées selon les domaines d'activité impactés

Take-aways et services de livraison

Commerces offrant des livraisons à domicile

Adaptation des ouvertures des prestataires de services et d'activités

Intégration de visuels adéquats dans les documents d'information (p.ex. Pocket Guide)

Adaptation de la communication sur les réseaux sociaux avec, notamment, la création d'une websérie « From home with love » avec nos ambassadeurs

Intégration d'un paragraphe situation sanitaire aux newsletters visiteurs

Mise en place de processus internes pour répondre de manière précise et uniforme aux questions des visiteurs Journalistes et médias: accueils, activités et communiqués adaptés à la situation sanitaire

Développement de masques de protection aux couleurs de la destination

Réalisation d'un livret d'informations aux visiteurs pour la haute saison hivernale

Coordination d'une charte Clean & Safe pour partenaires locaux



38

## / VERBIER INFINITE PLAYGROUND PASS: UN VIP PASS+ POUR L'ÉTÉ 2020

Pour sa quatrième année d'existence, le VIP Pass s'est adapté aux circonstances pour devenir le centre d'un programme d'offres et d'activités encore plus généreux et avantageux. De ce fait, une édition exceptionnelle, nommée VIP Pass +, a pris forme grâce à un travail considérable des équipes de VT, ainsi qu'à une participation active de tous les partenaires de la destination, qu'ils soient hébergeurs, commerçants, organisateurs d'évènements ou ambassadeurs.

Ainsi, en plus de son offre classique qui offre, entre autres, un accès gratuit aux transports publics, aux remontées mécaniques, ainsi qu'au Musée de Bagnes et au Centre sportif de Verbier, le pass version 2020 a pu proposer à tous nos hôtes un contenu inédit et exceptionnel:

Offre spéciale du week-end du 10 au 12 juillet 2020 en collaboration avec l'AGIV, la SCAV et la SHCR

Programme des animations de l'office du tourisme gratuit à  $100\,\%$ 

Offres exclusives avec des évènements phares de l'été (E-bike Festival, Solaris, etc.)

Activités spéciales avec des ambassadeurs de Verbier Et une multitude d'offres en collaboration avec des partenaires

Pour plus d'informations sur le programme d'animations voir aussi p. 34.

40'329

utilisateurs

ont bénéficié de cette version inédite du VIP Pass.

3,4%

par rapport à 2019, ce qui mérite d'être relevé en perspective à cette année COVID-19.

9'120

ce qui représente env. 23% des utilisateurs (-2% par rapport à 2019).

## **RÉSULTATS DU SONDAGE** ÉTÉ 2020 AU COURS DE TON SÉJOUR, AS-TU UTILISÉ LE VIP PASS ET SES AVANTAGES? Oui 64,6% Non 35,4% DE QUELLES OFFRES ET ACTIVITÉS AS-TU PROFITÉ? 92,2% Remontées mécaniques gratuites pour les piétons 44,3% Cars postaux gratuits pour les piétons 37,4% Remises sur les activités partenaires 27% Animations de l'office de tourisme 22.6% Remontées mécaniques à 50% pour les VTT POUR QUELLES RAISONS N'AS-TU PAS UTILISÉ LE VIP PASS? Les avantages qui y sont 32,8% proposés ne m'intéressaient pa Je ne l'ai pas reçu 28.4% Je n'en ai pas l'utilité 16,4% Je n'en ai pas eu 16,4% le temps/l'occasion 6% ent: la présentation n'était pas claire; je ne sais ue c'est; i'ai déià un abonnement annuel Suggestions à apporter (question ouverte, 34 réponses, ce qui ressort le plus): Simplifier l'activation du VIP Pass Élargir les horaires des remontées mécaniques ou cars (dès 18 h 00, voiture nécessaire) Large gamme d'activités appréciée, à maintenir pour 2021

## / CAMPAGNES

## **CAMPAGNE HIVER 2019/20** (25 NOVEMBRE 2019 – 13 MARS 2020)

**Objectif:** visibilité et promotion produits - mettre en valeur le panel d'activités et les partenaires de la destination.

**Concept:** mettre en avant des séjours et activités types selon le profil des visiteurs.

**Déclinaison:** les cinq profils types mis en avant étaient le sportif, l'aventurier, le branché, l'authentique et le VIP.

**Diffusion:** la diffusion a été pensée en deux temps, un lancement de saison puis une campagne de fin d'hiver pour la période du ski de printemps. Un portail expériences spécifiques a été créé, sur lequel les différents posts sur les réseaux sociaux, bannières et publicités redirigeaient. La vidéo de campagne a également été diffusée en cinémas et partagée largement dans la presse à l'aide de publireportages.

## 576'811

personnes touchées (couverture globale) sur les réseaux sociaux, l'ensemble des campagnes (vues vidéos, retargeting et mise en avant des personas)

1'049'882 impressions

19'848 clics









La campagne a mieux fonctionné en français qu'en anglais ou en allemand. Le profil-type le plus performant a été le Verbier branché.

### CAMPAGNE VIP PASS (26 JUIN - 20 OCTOBRE 2020)

**Objectif:** visibilité – mettre en avant l'offre exceptionnelle du VIP Pass+.

**Concept:** utiliser des affichages et les réseaux sociaux pour illustrer que ceux-ci ne montrent généralement qu'une infime partie de l'offre globale de la destination.

**Déclinaison:** vidéos courtes et affiches autour de 6 thèmes (randonnée, via ferrata, brunch à l'alpage de Sery, golf, balades en famille, bike).

7'298'787
impressions facebook et instagram

928'057
vues facebook et instagram

2'538'910
personnes touchées facebook et instagram

947'705

**358'515**vues youtube







## CAMPAGNE MONA LISA (25 JUIN - 15 JUILLET 2020)

**Objectif:** visibilité et notoriété destination – se démarquer des autres destinations de montagne en Suisse et en France voisine dans la relance de l'activité touristique.

**Concept:** provoquer la surprise en utilisant un personnage d'œuvre d'art connu, Mona Lisa, qui s'évade à Verbier pour l'été.

**Déclinaison:** spot TV; affichage F12 rues et gares; diffusion presse; diffusion Facebook, Instagram et YouTube; publicités sponsorisées.

830'631
impressions facebook

**5'446'976**personnes touchées TF1 et RTS1

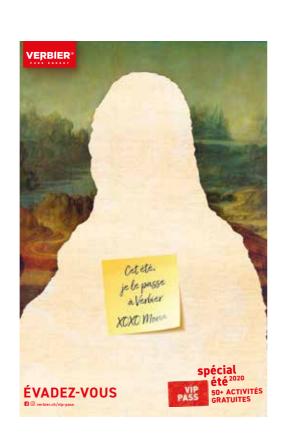
**802'327**vues vidéos faceboo

**57** espaces d'affichage villes et gares

158'950 impressions google

286 écrans Coop Pronto

**66'455** vues google





«Nous souhaitions connaître la propension de nos hôtes à recommander un séjour à Verbier durant la saison estivale.»

## / SONDAGE ÉTÉ

était de mieux comprendre nos clients de l'été 2020 ainsi 9 au vendredi 27 novembre 2020 et 321 répondants y ont que les attentes de notre clientèle dans sa globalité en vue pris part. de la préparation de la saison estivale 2021.

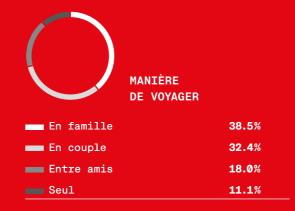
gues (français, anglais et allemand) via notre newsletter. été 2020, **44.5%** ne sont pas venus.

VT a réalisé, en novembre 2020, un sondage dont l'objectif Le sondage a été réalisé sur une durée de 19 jours, du lundi

Etant donné sa large diffusion, la première question était de Ce questionnaire a été partagé sur nos réseaux sociaux savoir si nos contacts étaient venus ou non durant l'été 2020: et transmis à notre base de données clients, en trois lan- 55.5% d'entre eux ont effectivement séjourné à Verbier en



En ce qui concerne le profil du voyageur de Verbier en été 2020, nous souhaitions savoir s'il s'agissait de son premier séjour dans notre destination: 6,7% ont découvert Verbier pour la première fois alors que 93,3% y étaient déjà venus (la plupart des répondants se considèrent même comme des habitués, en été comme en hiver).



Nous avons également demandé à nos répondants s'ils s'étaient rendus dans les différents offices du tourisme au cours de leur séjour: **34,3%** n'y sont pas allés, alors que **65,7%** d'entre eux ont visité un office, avant tout pour demander un renseignement ou activer le VIP Pass. Ci-après, leur satis-

Pour finir, nous souhaitions connaître la propension de nos hôtes à recommander un séjour à Verbier durant la saison estivale.

LIEU DE SÉJOUR	
Verbier	82.1%
■■ Val de Bagnes	15.7%
La Tzoumaz	2.2%
	0%

TYPE D'HÉBERGEMENT	
Chez un privé	36.6%
Appartement loué	20.4%
Résidence secondaire	20.4%
Hôtel	14.2%
Résidence principale	4.7%
Autre (cabane, etc.)	3.7%





Le rapport complet et détaillé du sondage est disponible sur demande via l'adresse partenaires@verbiertourisme.ch.

## / RELATIONS PUBLIQUES ET INFLUENCEURS

Pilier important de la communication, les relations publiques (RP) avec les médias et les influenceurs nous permettent de renforcer notre image de marque et de gagner en visibilité, à un coût bien inférieur à celui de la publicité classique.

#### **AGENCES PRESSE**

VT a maintenu les mandats établis les années précédentes avec les agences de RP Links Communication (France), MindShake (Belgique) et Heaven Publicity (Grande-Bretagne). En effet, le travail des marchés respectivement belge, néerlandais, français et anglais demeure prioritaire pour notre région. Grâce à leur engagement, la destination a maintenu une bonne visibilité sur la scène médiatique étrangère.

Afin d'accroître notre présence RP sur le marché suisse et de rester concurrentiel face aux autres destinations de proximité en raison du COVID-19, une collaboration a été mise en place avec Francine Janet-Moreillon (FJM Comm) pour l'été 2020. Habitant la région et s'occupant déjà des relations médias pour l'Xtreme de Verbier et le Verbier E-bike Festival, sa connaissance de la région et de notre positionnement a permis de générer quelques belles retombées en Suisse.

## ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS

Malgré le contexte sanitaire peu propice aux déplacements, nous nous réjouissons de belles retombées presse en 2020. Au total, la région a accueilli 80 journalistes et 34 influenceurs (dont des blogueurs et des instagrameurs).

Deux voyages de presse de groupe furent organisés durant l'hiver, mettant en avant le ski de randonnée et les cabanes de montagne ainsi que le domaine skiable et la gastronomie locale. L'axe de communication choisi mettant notamment en avant les grands espaces faisait d'ailleurs écho à la campagne de Suisse Tourisme (ST) Nature wants you back. Grâce à notre partenariat avec ST Brésil, nous avons pu accueillir trois influenceuses voyage d'importance durant la saison hivernale.

Les thématiques estivales ont quant à elle été orientées autour des actualités de notre région telles que le trail en lien avec le lancement des 21 itinéraires entre Val de Bagnes et Pays du St-Bernard, ainsi que le vélo de route faisant écho à notre partenariat avec les Championnats du Monde Route UCI qui devaient se tenir en septembre 2020. Le patrimoine et terroir local ont également été mis à l'honneur via différents accueils en collaboration avec le Palp Festival et l'Association des Artisans et Paysans de Sarreyer et le mouvement Slow Food.

L'exercice a aussi été ponctué de visites individuelles tant en été qu'en hiver.



104

journalistes et influenceurs reçus

**51** 

voyages de presse groupes et individuels

440

millions, l'audience estimée en nombre de personnes touchées

2,5

millions en CHF, l'équivalence publicitaire estimée

PARUTIONS PHARES GÉNÉRÉES EN BELGIQUE GRÂCE AU VOYAGE DE PRESSE CONSACRÉ AU SKI DE RANDONNÉE

« Hakken los dierenhuiden, aan »

(ski de randonnée à Verbier)

2 pages dans les trois principaux quotidiens belges néerlandophones

Het Nieuwsblad, Gazet Van Antwerpen et Belang Van

Lectorat cumulé: **2 millions** de personnes Équivalence publicitaire: **60'000** EUR

« La meilleure peuf, sans trace ? Suivez le guide » Beau récit publié sur la plateforme web du quotidien

généraliste et sportif national belge La Dernière Heure les Sports (B) Audience touchée: **670'000** personnes Équivalence publicitaire: **42'000** EUR

 $\ensuremath{\mathsf{w}}$  An Unforgettable Ski Experience in Verbier, Switzerland  $\ensuremath{\mathsf{w}}$ 

Article sur l'expérience du ski de randonnée et les initiatives durables sur le blog belge néerlandophone Travel Rebel (B)

Audience touchée: **80'000** personnes Équivalence publicitaire: **9'500** EUR

## **ÉVÈNEMENTS PRESSE**

Habituellement, nous nous déplacions chaque année à l'étranger pour rencontrer des journalistes et influenceurs lors d'évènements presse. La pandémie nous ayant contraint à rester en Suisse en mars, nos attachés de presse présents sur place ont pu prendre le relai brillamment. Ils ont notamment représenté VT lors de l'IMM London (International Media Meeting) et 100% Pure organisé à Knokke-Le-Zoute en Belgique. Au total, notre destination et les axes phares de l'été ont été présentés à 42 médias britanniques et 30 médias belges. Pour lancer la saison hivernale et définir les futurs accueils presse, des réunions virtuelles et téléphoniques ont été réalisés en octobre.

Le seul évènement auquel VT a pu prendre part en présentiel fut 100 % Green en septembre à Chamonix. Notre directeur a ainsi représenté la destination lors d'une table ronde rediffusée en streaming à une trentaine de médias belges sur la thématique de la montagne durable vue de Suisse.

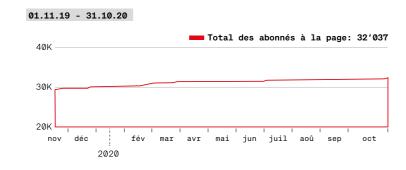
## / RÉSEAUX SOCIAUX

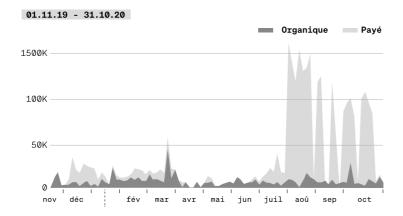
#### ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK

La communication autour de la destination via les réseaux sociaux reste généralement intensive avec une multitude de nouveaux formats, séries et concepts engageants développés et diffusés tout au long de l'année 2020 auprès de notre communauté. Un effort considérable est mis sur les plateformes Facebook et Instagram, tout en continuant à exploiter (YouTube, Linked In, Twitter) et à développer de nouveaux canaux cohérents et impactant (Tik Tok, Spotify).

#### ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK

Le nombre de personnes qui ont vu une de nos publication au moins une fois. Cet indicateur est une estimation.





### ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

	f	0		y	in
Nombre d'abonnés au 31.10.20	32'037	49'873	5'206	5'167	1′326
Évolution du 01.11.19 au 31.10.20	+2659	+7603	+2747	+184	+347

#### **NEWSLETTER**



Notre base de données regroupe plus de **12'000** contacts, audience à laquelle nous adressons hebdomadairement des newsletters.

Différents formats de newsletters sont proposés régulièrement: newsletters clients, newsletters partenaires, ski news ou encore e-mailing autour de diverses promotions en lien avec la destination.

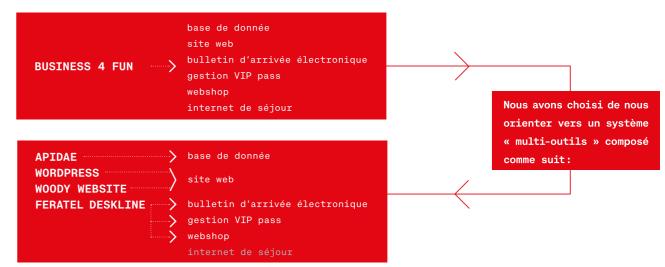


## / NOUVEAU SITE INTERNET

La solution digitale proposée par notre ancien fournisseur regroupait tous nos outils sous une même responsabilité.

À la suite des difficultés rencontrées avec ce fournisseur et après le constat que cette formule ne correspondait plus à nos besoins, nous sommes partis à la recherche de la solution optimale pour notre écosystème digital.

Grâce à ce nouvel écosystème ainsi qu'aux efforts déployés pour alimenter la base de données et créer des contenus adaptés et attrayants, nous avons rapidement pu lancer le nouveau site internet pour l'été 2020, puis le perfectionner pour l'hiver 2020/21.







250'000 460'000 utilisateurs sessions ouvertes

## /TRAVAIL DES MARCHÉS

La situation sanitaire particulière a fortement impacté notre travail des marchés durant l'année 2019/20. Nous avons cependant pu mener à bien un certain nombre d'actions détaillées ci-dessous:

## PARTENARIAT SUISSE TOURISME COLLABORATION **BRÉSIL**

Nous avons accueilli à Verbier en janvier un groupe de 6 tours opérateurs et agents de voyage brésiliens pour un voyage de familiarisation. Lorsque la situation sanitaire s'est détériorée, nous avons pu maintenir une présence par l'envoi d'une newsletter dédiée à notre destination ainsi que par un webinaire, suivi par 23 participants, organisé pour introduire différents acteurs touristiques brésiliens à la destination.

### PARTENARIAT LIVERPOOL FC

En plus des habituels programmes de match et newsletters, nous avons pu mener deux actions directement sur le terrain à Liverpool: une invitation à des tours opérateurs britanniques importants pour Verbier à nous joindre lors d'un match afin de développer notre collaboration et la tenue d'un événement promotionnel en loge. Malheureusement, les autres actions prévues, dont la présence de légendes du club à Verbier, n'ont pu avoir lieu en raison de la situation sanitaire.



accueil de tours opérateurs britanniques lors d'un match du LFC au stade

#### PARTENARIAT CARPOSTAL

L'année 2019/20 a été l'occasion de renouveler notre collaboration avec CarPostal autour d'une campagne intitulée « Votre excursion dans le Val de Bagnes » mettant en avant nos parcours bike, des idées d'excursions et notre logo sur leurs différents canaux de communication.

## **AVEC MRAG**

L'année 2019/20 aura été la dernière année de notre partenariat avec Matterhorn Region AG (MRAG), société de commercialisation de Valais/Wallis Promotion sur les marchés lointains principalement asiatiques. La dernière action de ce partenariat a été l'organisation d'un famtrip (voyage de familiarisation) durant lequel nous avons accueilli 2 représentants de l'entreprise Huabei, entreprise de microcrédit reliée à Alipay du géant Ant group.

### **COLLABORATION MICE AVEC VWP**

La gestion du MICE (meeting, incentive, congrès et events) au sein de Valais Wallis Promotion ayant depuis été attribuée à MRAG, l'année 2019/20 aura été la dernière de notre collaboration sur ce sujet. À la suite de l'annulation de différents évènements en raison du coronavirus, la dernière action de ce partenariat a été l'organisation d'un famtrip pour des représentants de la branche MICE de Kuoni.

## **COLLABORATION** AVEC LONGLONG LI

Notre collaboration avec Longlong Li, spécialiste en accompagnement de la clientèle chinoise, a continué selon le modèle des années précédentes lors de la saison d'hiver 2019/20.

## **AUTRES ACTIONS** TRADE ET MICE

Casamigos: évènement de la tequila de George Clooney et accueil de 50 influenceurs européens en collaboration avec ALS Ski (UK)

Famtrips Ski Safari organisés par VWP: Allibert (FR); Grand Angle (FR)

Famtrip trade: Flagstone Travel (UK); Sanctuary Ski Club (US): Snowcapped (AU)

Famtrip avec Présence Suisse: accueil d'une délégation chinoise invitée par le DFAE, le Département fédéral des affaires étrangères, en collaboration avec la Commune de Bagnes et Téléverbier (CN)

## / SPONSORING

VT a à cœur non seulement de soutenir les athlètes prometteurs et reconnus de sa région du Val de Bagnes, mais également de collaborer avec eux pour créer du contenu inspirant et développer en commun des actions de promotions originales. Le but recherché est que tant VT que l'athlète puissent bénéficier de visibilités médiatiques et touristiques.

#### Nouveaux ambassadeurs:

La sportive multi-disciplines Emily Vaudan Le skieur alpin prometteur Luc Roduit

#### Les ambassadeurs historiques:

Justin Murisier (ski alpin) Ludo May (bike) Géraldine Fasnacht (freeride, winasuit) Arnaud Gasser (ski-alpinisme) Jérôme Caroli (bike) Xavier de le Rue (freeride) Yael Maraelisch (parapente)

En plus de ces personnes, VT est fier de participer à la Verbier Freeride Association (VFA), dont le but est de soutenir de jeunes riders voulant se lancer dans le ski freeride de compétition via le Freeride World Tour et ses différentes catégories ou évènements. Au travers de cette association, ce sont une douzaine d'athlètes supplémentaires qui reçoivent un soutien:

Elisabeth Gerritzen

Yann Rausis

Carl Rennval

Maude Besse

Eva Batolla

Sybille Graniean Adrian Hildebrandt

Théo Chely

Xavier Thiébaud

Emma Piauet

Victor Hale-Wood

Simon Perraudin





#### **PARTENAIRES COMMERCIAUX**

Dans le même esprit que pour les ambassadeurs. Verbier souhaite s'associer à des marques qui ont le même ADN de valeurs (esprit inspirant, innovation et qualité prémium) pour développer une histoire commune autour

d'actions de visibilité bénéfiques aux deux parties. VT est donc très fier de pouvoir continuer de compter sur ses partenaire: Audi, Sungod, Salomon.







## / COORDINATION LOCALE



Notre destination connaît une attractivité et une notoriété d'importance nationale et internationale, grâce à son paysage mais aussi et surtout grâce à ses acteurs locaux qui dynamisent avec énergie son développement. Il importe à VT de soigner et de renforcer les liens avec les associations faîtières et les partenaires locaux. Dans le cadre de la restructuration mise en place début 2020, le département de la coordination locale a été créé pour assurer un point de contact privilégié avec les partenaires locaux, en priorité ceux qui s'acquittent de la taxe de promotion touristique communale (TPT). Une adresse de contact centralise les demandes et facilite les échanges: partenaires@verbiertourisme.ch.

Cette nouvelle coordination s'est avérée particulièrement utile dans la gestion de crise liée au Covid-19.

#### Rappel des objectifs :

Renforcer la collaboration et les synergies avec les partenaires locaux Accroître la visibilité de la marque Verbier

Garantir plus de cohérence dans les actions et la communication entre les différents partenaires locaux

Mutualiser les investissements en faveur de la notoriété et de la fréquentation de la destination

#### Actions principales:

Gestion des demandes et rencontres de partenaires locaux

Développement d'une politique de soutien aux partenaires locaux assujettis à la TPT

Gestion des conventions de collaboration

Coordination des prestataires participants au VIP Pass

Newsletters partenaires hebdomadaires

Charte Covid-19 et FAQ pour partenaires locaux disponibles sur verbier.ch/covid

Gestion des réclamations

Coordination avec les associations faîtières et les services communaux Gestion de projets phares

70
newsletters partenaires envoyées
à 800 abonnés en moyenne

1'200
partenaires TPT

## /PROJETS PHARES

#### PROJET HAUT VAL DE BAGNES

Une réflexion a été réalisée à partir du mois de juin 2020 dans le but d'offrir à la région du Haut Val de Bagnes (HVB) une vision nouvelle, comprenant un développement touristique modéré, au moyen d'une valorisation et sensibilisation de son patrimoine naturel et culturel. De par sa géographie et son degré de protection au niveau cantonal et fédéral (Inventaire fédéral du paysage 1703), le HVB se révèle être un espace à mieux valoriser tout en le préservant.

Cette démarche doit permettre à la destination de VT de se repositionner en termes de durabilité, en valorisant les aspects environnementaux et sociaux que les enjeux d'un territoire naturel représentent. A l'aube de l'hiver 2020/21, la phase opérationnelle est enclenchée, des actions concrètes sont agendées pour l'été 2021 dans le domaine de l'affichage touristique, de la mobilité, de la promotion ainsi que des animations touristiques.

Cette recherche a été initiée par Anne Sieber-Zeller, en étroite collaboration avec la Société de développement du Val de Bagnes, l'Association Formation Emploi et le Canton du Valais.



70% est couverte par le Haut Val de Bagnes

## **SKIALP**

Verbier/Val de Bagnes, les Guides de Verbier, le Pays du St-Bernard ainsi que la région d'Aoste se sont associés dans le but de créer un pôle d'intérêt pour le ski alpinisme au niveau européen avec la collaboration de l'Antenne région Valais Romand. En 2020 le groupe de travail s'est concentré sur la création d'un site internet et d'une application afin de proposer aux pratiquants divers itinéraires, à découvrir avec un guide de montagne. Le projet devrait être finalisé pour fin 2021.



45 itinéraires



#### **TRAIL**

Depuis longtemps, la région de l'Entremont est au cœur de ce sport, puisqu'elle accueille des courses reconnues mondialement, comme l'Ultra Trail du Mont-Blanc (UTMB) et le Trail Verbier-St-Bernard (Trail VSB). En 2020, Verbier/Val de Bagnes s'est joint à la région du Pays du St-Bernard pour proposer au public quelques 21 itinéraires balisés afin de leur permettre de découvrir une destination aux mille visages. Cette collaboration a été couronnée par l'édition d'une nouvelle carte trail disponible dans nos offices du tourisme.



km de parcours trail balisés entre Verbier/Val de Bagnes et le Pays du St-Bernard

33'000

m de dénivelé positif balisés pour les traileurs

## **ENTRETIEN ET SOUTIEN TERRAIN**

Chaque année un nombre important de travaux de montage/démontage et d'entretien sont coordonnées avec la commune. Ces efforts en extérieur sont indispensables au bon fonctionnement de notre destination et au bien-être de nos clients et partenaires locaux.

L'équipe de VT assure notamment l'organisation des feux d'artifice du 1er Août, l'installation des enseignes en bois #VERBIER à La Chaux et à la Croix de cœur ainsi que de la patinoire située près du parc de loisirs, l'entretien du parcours Vita et des places de pique-nique, la mise en place des bacs à fleurs, la fauche, l'entretien et le balisage des chemins pédestres et des parcours de raquettes à neige aux alentours de la station. Ces travaux assurés en extérieur incluent également la gestion des décorations de Noël ainsi que de nombreuses contributions manuelles aux montages des évènements majeurs.

Jusqu'à l'été 2020, les oriflammes des évènements majeurs étaient installées dans les rues de la station, avant que celles-ci soient interdites sur décision cantonale

60 illuminations de Noël gérées en collaboration avec la Commune et Altis

80 bancs publics installés chaque été

livraisons de brochures auprès des partenaires locaux



52

REMERCIEMENTS NOUS TENONS À REMERCIER CHALEUREUSEMENT POUR LEUR PRÉCIEUX SOUTIEN: NOS 1'200 ENTREPRISES ET PRES-TATAIRES QUI S'ACQUITTENT DE LA TAXE DE PROMOTION TOURISTIQUE COMMUNALE DEVENANT DE CE FAIT MEM-BRES DE LA SD VERBIER : NOS 112 MEMBRES INDIVIDUELS DE LA SD VERBIER · NOS 7 ASSOCIATIONS FAÎTIÈRES MEMBRES DE LA SD VERBIER: ASSOCIATION DES ECOLES DE SKI ET SNOWBOARD ET BUREAUX DES GUIDES DE VERBIER : ASSO-CIATION DES GÉRANTS IMMOBILIERS DE VERBIER VAL DE BAGNES · ASSOCIATION DES PROPRIÉTAIRES DE CHALETS D'APPARTEMENTS DE VERBIER ET RÉGION : ASSOCIATION DES TAXIS DE VERBIER : SOCIÉTÉ DES COMMERÇANTS ET ARTISANS DE VERBIER · SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DU VAL DE BAGNES · SOCIÉTÉ DES HÔTELIERS, CAFETIERS ET RESTAURATEURS DE VERBIER VAL DE BAGNES : NOS 6 ACTI-ONNAIRES DE VP: COMMUNE DE RIDDES : COMMUNE DE SEMBRANCHER · COMMUNE DE VAL DE BAGNES · SD DU VAL DE BAGNES · SD DE VERBIER · TELEVERBIER

## / PAROLE À NOS ASSOCIATIONS FAÎTIÈRES

« Les 15 agences immobilières historiques de Verbier, réunies sous la bannière de l'AGIV, remercient toute l'équipe de Verbier Tourisme pour son support et sa réactivité tout au long de cette année extraordinaire. »

> Jürgen Taudien, président de l'AGIV

« Grâce aux efforts, à la discipline et à la collaboration de tous les partenaires, notre destination prouve que même en situation de crise elle arrive à garder la tête haute et, nous l'espérons, à s'en sortir sans trop de dégâts économiques. »

Sylvie Carlucci,

vice-présidente de la SHCR et représentante de l'hôtellerie

« Nous saluons la bonne collaboration de Verbier Tourisme qui est à notre écoute, une qualité importante en cette période d'incertitudes particulièrement éprouvante pour notre branche.»

Thierry Corthay, président de la SHCR

« Nous nous réjouissons des collaborations menées avec Verbier Tourisme, que ce soit dans le cadre de participations événementielles ou de l'action estivale des bons d'achat valables auprès de nos commerçants. Depuis 2020 nous nous sentons mieux intégrés dans le développement de la destination. »

**François Roux**, président de la SCAV

« Nous adressons un grand merci à Verbier Tourisme pour l'excellent travail effectué par ses collaboratrices et collaborateurs durant cette période compliquée pour tous les acteurs touristiques.Bravo!»

Gréty Vogel

présidente de l'Association des taxis de Verbier

« Un tout grand merci à la destination qui, grâce à ses excellentes relations avec les acteurs touristiques étrangers, promeut Verbier fantastiquement en dehors de nos frontières. »

Philippe Bruchez,

délégué au comité SDV de l'AESSBGV

« La collaboration entre Verbier Tourisme et la SDVB représente l'énergie de toute une région déployée en faveur de son développement. »

Bertrand Goltz,

président de la SDVB

« La présence de nombreux propriétaires de résidences secondaires durant cette année 2020 si particulière a renforcé leur lien avec la station et permis de revaloriser leur apport. L'APCAV souhaite saluer les initiatives de Verbier Tourisme à leur égard, en particulier la création d'un « VIP Pass Ambassadeur » et remercie ses dirigeants et collaborateurs pour leur engagement sans relâche. »

**Brigitte Borel**, présidente de l'APCAV

## NOUS SOMMES VERBIER TOURISME

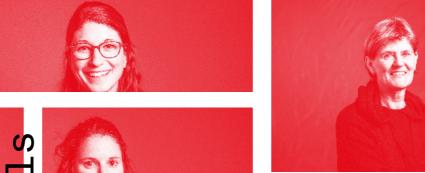










































f