

**VERBIER**   
PURE ENERGY

# / RAPPORT DE GESTION

2021



# /INDEX

04	<b>MOT DES PRÉSIDENTS</b>
05	MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER
08	MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION
10	MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME
14	<b>ORGANISATION ET PERSPECTIVES</b>
14	VERBIER TOURISME, UN OUTIL AU SERVICE DE TOUTE LA DESTINATION
18	PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER
19	PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION
20	ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME
22	<b>RAPPORT DES STATISTIQUES 2020/21</b>
28	<b>RAPPORT D'ACTIVITÉ</b>
29	INFORMATION ET ACCUEIL
34	ANIMATIONS
38	PROMOTION
54	VIP PASS+
56	COORDINATION LOCALE
64	<b>PAROLE À NOS ASSOCIATIONS FAÏTIÈRES</b>
66	<b>NOUS SOMMES VERBIER TOURISME</b>
68	<b>REMERCIEMENTS</b>
71	<b>GLOSSAIRE</b>

## **IMPRESSUM**

Rédaction: Verbiere Tourisme

Graphisme: Grand Partenaires

Photographies: Verbiere Tourisme/Raphaël Surmont, Melody Sky, Golf Club de Verbiere/Sungod/Erik Westberg, François Perraudin, Taratata/Hotel Bristol/Alpimage, Hôtel et Spa La Vallée/Sebastien Albert

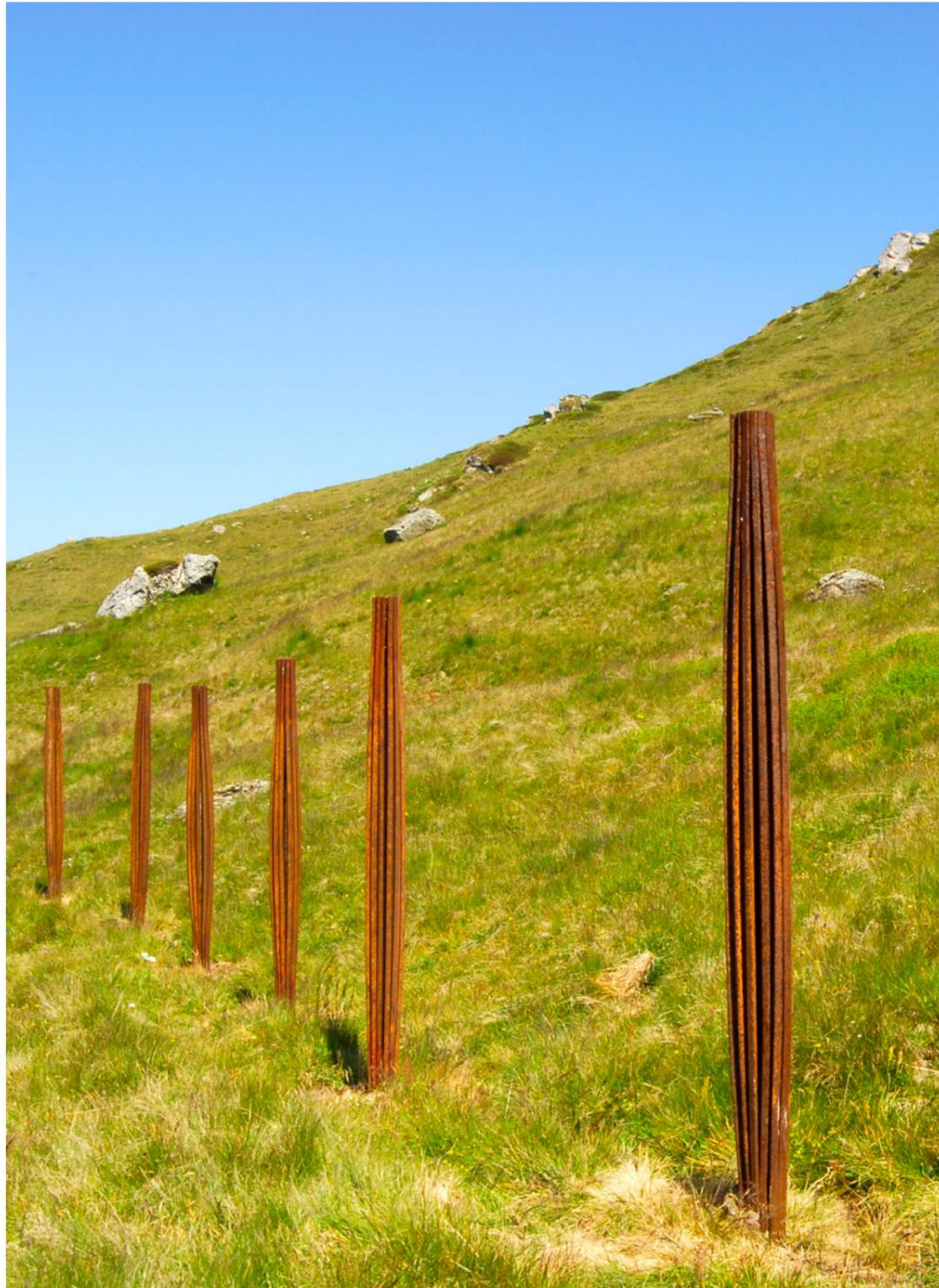
Impression à Verbiere: Publibagnes, mai 2022

Tirage: 200 ex.

Disponible en version numérique

# /MOT DES PRÉSIDENTS

/ mot du président de la société de développement / mot du président de verbier promotion / mot du directeur de verbier tourisme /



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

On peut qualifier l'année touristique 2020/21 d'année improbable. Improbable quant au début de la saison d'hiver, soit novembre et décembre 2020. L'impact du COVID-19, ses conséquences, l'attente des décisions politiques, les décisions quant à l'ouverture ou non des remontées mécaniques ont monopolisé l'attention ainsi que fortement occupé nos équipes de Verbier Tourisme. Dès la nouvelle de l'ouverture des remontées mécaniques, une commission COVID-19 a été mise en place, cette commission se réunissait tous les matins pour s'assurer que les directives et mesures étaient suivies. Elle était constituée du président de la commune, du CEO de Téléverbier SA, du directeur de Verbier Tourisme, du service de sécurité et de la police municipale ainsi que de TMR. Grand merci à eux qui ont permis un bon déroulement de la saison hivernale. Tous les partenaires de Verbier, commerçants, artisans, hôteliers, restaurateurs, écoles de ski et autres se sont adaptés et ont contribué à la réussite de la saison d'hiver 2020/21. Bravo et merci à tous.

Notre directeur, Simon Wiget a été interviewé à multiples reprises et notre station a été mentionnée dans de nombreux médias, journaux, télévisions, etc. Les journalistes étrangers venaient constater de visu une station suisse réputée qui a ouvert en hiver malgré la pandémie. De nombreux étrangers provenant de pays voisins sont quand même venus passer un séjour chez nous et, j'en suis persuadé, vont y revenir.

Bien entendu, Verbier avec sa forte clientèle internationale a été impactée. Les contraintes pour voyager et l'interdiction de voyager, émises par de nombreux pays étrangers ont fortement pesés sur le nombre de nuitées.

Les nuitées annuelles sont en baisse, -4,7% en comparaison avec l'exercice précédent et en recul de -7,5% versus 2019.

Nos compatriotes n'ont malheureusement pas pu compenser totalement l'absence des hôtes étrangers. Les nuitées hôtelières ont fortement régressé, -20% par rapport à 2020 et -42% par rapport à 2019. Pour la parahôtellerie et l'hôtellerie, la baisse de vacanciers venant du Royaume-Uni, d'Amérique du Nord, d'Asie et d'Amérique du Sud a été très significative, -80% en moyenne. En hiver, environ 60% de nos hôtes proviennent de pays étrangers. Je tiens à relever encore une fois l'importance des propriétaires des résidences secondaires dont les forfaits représentent plus de 77% de l'encaissement de la TS en 2020/21. Ce sont des clients fidèles, qui aiment notre destination et sont nos meilleurs ambassadeurs. Grâce à eux, nos recettes sont stables et prévisibles. Je tiens à les remercier chaleureusement.

En été nous avons pu renouveler le VIP Pass+ avec le soutien de la commune. A noter que nous investissons plus de CHF 1,2 mio. dans le VIP Pass, cela s'est révélé judicieux, en témoigne la fréquentation en constante progression en été. L'offre du VIP Pass a été modifiée, avec la gratuité des remontées mécaniques jusqu'aux Ruinettes sur le secteur incluant Médran et Savoleyres et nouveauté, l'ouverture des remontées mécaniques de Bruson pendant un mois, du 15 juillet au 15 août. Malgré la situation délicate due à la pandémie, de nombreuses manifestations ont pu être organisées en 2021. Certes le format de plusieurs d'entre elles a dû être revu mais elles ont eu lieu. Je pense au Verbier Festival, au concours hippique, au Tour des stations, à la Spartan race avec le championnat d'Europe, à l'E-Bike Festival et en hiver, à l'Xtrême, etc. Bravo aux organisateurs pour leur résilience, leur capacité à s'adapter et leurs efforts. Je constate que les organisateurs de nos principales manifestations se professionnalisent et que le niveau de celles-ci continue à s'améliorer. Merci à eux.



**Dans mon précédent rapport j'avais fait part des projets que nous voulions développer en 2021:**

- Développer nos activités et animations  
→ malheureusement le COVID-19 a ralenti ce processus
- Renforcer les liens avec les propriétaires de R2  
→ mis en place avec le VIP Pass Ambassadeur
- Réaménager les locaux de Verbier Tourisme  
→ réaménagement de la zone d'accueil déjà débuté
- Calquer les événements sur notre stratégie touristique  
→ mise en place d'un outil qui nous permet d'évaluer les manifestations et leurs retombées

Ressources humaines: nous avons favorisé de nombreuses formations pour les collaboratrices et collaborateurs de Verbier Tourisme. Il est primordial d'avoir des gens de qualité et de leur donner la possibilité de se développer. C'est positif pour Verbier Tourisme et pour ses employés. Je tiens à relever que nous avons de nombreuses collaboratrices et collaborateurs locaux qui connaissent parfaitement la région et l'écosystème de notre destination.

En 2022, nous voulons finaliser la gouvernance de la destination afin de clarifier les rôles de chacun. Il est indispensable que les personnes et les corporations présentes au sein du comité de la SDV donnent les impulsions pour notre tourisme. Ce sont les partenaires, qui sont en contact tout au long de l'année avec nos touristes, qui dessinent le tourisme de

demain en tenant compte de l'évolution et des changements de consommation de nos hôtes. La Commune de Val de Bagnes, Verbier Tourisme, Téléverbier SA en collaboration avec nos partenaires veulent établir un master plan pour notre commune. Ce master plan prendra en considération la stratégie touristique, les développements des infrastructures et les mancos constatés. Cela permettra d'avoir une vision à moyen et long terme pour notre commune et notre destination touristique.

En écrivant ces lignes, je ne saurai oublier que Verbier a été élue meilleure station de ski du monde par les World Ski Awards. Ce résultat est dû à l'excellent travail de tous nos partenaires touristiques, à Téléverbier SA, à la Commune de Val de Bagnes, à nos ambassadeurs et à nos fidèles clients. Un grand merci à toutes les personnes qui ont voté pour nous. Bravo également à l'hôtel W Verbier qui a été désigné meilleur ski hôtel de Suisse et du monde. Ce résultat démontre que nous sommes sur la bonne voie mais nous devons continuer à nous améliorer en ayant toujours comme but la qualité.

La saison d'hiver 2021/22 s'annonce bien après que le Conseil Fédéral ait renoncé aux quarantaines obligatoires pour les touristes venant de l'étranger. A mi-février 2022, tous les partenaires touristiques que j'ai rencontrés étaient très positifs et relevaient que la saison hivernale 2022 serait un très grand cru. Espérons que le COVID-19 ne vienne pas perturber l'été 2022.

L'exercice 2020/21 a été compliqué pour le secteur touristique. Dans le contexte actuel, je suis fier du travail effectué par les collaboratrices et collaborateurs de Verbier Tourisme et leur directeur Simon Wiget, merci pour leur engagement et leur motivation. Merci à mes collègues du comité de la SDV pour leur soutien, merci à nos partenaires qui font vivre notre destination, merci à la Société de développement de Val de Bagnes, à Téléverbier SA et à la Commune de Val de Bagnes pour leur étroite et constructive collaboration. Un grand merci également à notre conseiller d'État Monsieur Christophe Darbellay et à ses chefs de service qui se sont battus et engagés pour permettre de garder les remontées mécaniques ouvertes et ainsi sauver notre saison d'hiver. Je souhaite à toutes et à tous plein succès dans leurs activités.



**Florian Michellod,**  
président de la Société  
de développement de Verbier

**« Je constate que les organisateurs de nos principales manifestations se professionnalisent et que le niveau de celles-ci continue à s'améliorer. »**

# MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION

En début de législature, le Conseil municipal de Val de Bagnes s'est accordé sur les grands défis à relever pour notre commune. Durant nos discussions, il a été question, notamment de déterminer la place à donner au tourisme dans la stratégie de l'exécutif. La réponse a émergé de façon consensuelle et limpide: le tourisme est notre priorité principale. Parmi les objectifs à poursuivre, je citerai l'accueil de nos hôtes durant toute l'année sur tout le territoire, l'accompagnement des acteurs dans leur développement, la création d'offres et l'organisation de la conduite touristique.

L'action politique est une affaire de choix et cette priorité est une décision forte du Conseil municipal qui doit se matérialiser aujourd'hui par une planification et des actions. Tout bien réfléchi, cette décision n'était pas si compliquée et peut paraître logique mais il convient de l'affirmer puis de le démontrer par les actes. Le choix de mettre l'accent sur le tourisme ne doit en aucun cas omettre les autres enjeux à relever. Nous devons nous adapter aux problématiques environnementales. Nous ressentons la nécessité d'assurer un certain bien-être à tous nos habitants et nous devons investir dans nos infrastructures. Tous ces enjeux sont directement connectés au tourisme. Il s'agit de trouver le juste milieu.

Cette orientation a certainement été facilitée par l'engagement et le courage de mon prédécesseur, Eloi Rossier, accompagné de ses collègues du Conseil municipal. Ils nous ont montré la voie. A nous de poursuivre le travail, comme un héritage à consolider. La commune de Bagnes a su créer les fondations d'un édifice dont la toiture sera très prochainement posée, j'en suis convaincu, dans les mois à venir. Pour consolider la bâtisse, il aura fallu mettre tous les maîtres d'ouvrage autour de la table (sociétés de développement, Téléverbier SA, APCAV, services publics, etc.) et dessiner les plans, ensemble. Avec le temps, le comité de Verbier Tourisme a également tissé des liens avec nos hôtes et résidences secondaires pour qu'ils se sentent bien chez nous. Il a également proposé de simplifier les structures et la gouvernance de notre tourisme.

Pour que la construction soit solide, il faut que les tâches et responsabilités soient clairement définies. On y arrive progressivement grâce au démarrage d'un master plan du tourisme et de la création prochaine de Verbier Tourisme SA. Ce futur organisme doit absolument faire adhérer l'ensemble des acteurs à une vision commune de notre tourisme. Ce n'est pas la commune mais bien les acteurs du terrain qui savent ce dont ils ont besoin. L'implication de tous est essentielle pour consolider notre vision. Ma conviction et mon sentiment sont que les périodes difficiles que nous avons connues ces deux dernières années nous ont rendus plus forts. La solidarité et l'union doivent guider notre action.

L'architecte de cette action a été désigné en la personne du directeur de Verbier Tourisme Simon Wiget. Arrivé en pleine tempête, il a tenu la baraque tout en réorganisant l'office du tourisme pour une meilleure efficacité. Simon Wiget est une personne de contact qui met un point d'honneur à travailler main dans la main avec l'ensemble des acteurs, du plus petit au plus grand, sans distinction. Chacun est important et contribue à la satisfaction de nos hôtes et de nos clients. Le directeur a maintenant la tâche de formaliser Verbier Tourisme SA avec l'appui de la commune. Il s'agit de lui donner les moyens d'assurer et de garantir le positionnement de la destination, du Col du Lein à Mauvoisin en passant par Bruson, Verbier et La Tzoumaz. Étendre notre attractivité touristique est un magnifique challenge. Nous le ferons ensemble.



**Christophe Maret,**  
président de Verbier Promotion



**« Étendre notre attractivité  
touristique est un magnifique  
challenge. Nous le ferons en-  
semble. »**

# MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME

Après une saison estivale 2020 plus impactée par les restrictions liées au COVID que par la maladie elle-même dont les taux d'infection sont restés bas en Suisse, l'arrivée de la deuxième vague en octobre a sonné le glas d'un retour rapide à une situation normale. Si le confinement de début 2020 fut une mesure radicale et a plongé la société dans une situation inédite, elle fut paradoxalement plus simple à gérer pour Verbier Tourisme que celle vécue durant l'exercice 2020/21 qui nous a obligé à composer avec d'incessants changements de restrictions et d'obligations, des perspectives à très court terme (pour autant qu'on ait pu en avoir) et des mesures très difficiles à appliquer, voire impossible pour certaines.

Alors que la Suisse tentait bien *helvétiquement* de trouver un compromis entre les besoins économiques des branches particulièrement exposées à la problématique du COVID et les impératifs sanitaires, la pression politique de pays ayant décidé de ne pas autoriser l'ouverture de leurs remontées mécaniques s'est ajoutée à une situation déjà très complexe. Heureusement, nos politiques ont tenu bon et les stations ont pu proposer certaines prestations durant ce deuxième hiver impacté par la pandémie. Ce fut cependant au prix de secteurs entiers maintenus fermés ou fortement impactés, d'une obligation d'apporter des adaptations constantes dans notre gestion touristique, ainsi que d'une exposition médiatique très intense.

La Suisse étant l'un des rares pays à autoriser l'ouverture des remontées mécaniques et comme Verbier fut la première station à ouvrir son domaine en début d'hiver (exception faite des domaines ouverts à l'année), nous nous sommes à nouveau retrouvés au cœur de l'attention médiatique. Signe d'une tension exacerbée, la diffusion sur les réseaux sociaux de la photo d'une simple file d'attente montrant des gens regroupés a provoqué un nouvel emballement chez des médias, lesquels étaient presque exclusivement focalisés sur les problématiques liées au COVID. L'arrivée du variant Delta en Angleterre a encore amplifié cette attention envers *la station des Anglais*, jusqu'à provoquer une couverture médiatique mondiale fin décembre en raison de l'impossible mise en œuvre des quarantaines rétroactives imposées par le Conseil Fédéral.

Heureusement, nous avons dans nos mains deux atouts majeurs qui nous ont permis de faire face efficacement à ce deuxième exercice placé sous le signe du COVID : une cohésion remarquable entre les différents acteurs et un haut niveau de professionnalisme général, à quoi s'ajoutait pour Verbier Tourisme le fait d'avoir atteint un niveau d'organisation nous permettant de répondre efficacement aux nouveaux impératifs induits par la pandémie. Parmi ceux-ci, la question de l'information relative aux mesures, contraintes et impératifs liés au COVID fut à la fois centrale et très complexe à gérer. Centrale, car chaque pays (voire canton) ayant

des trains de mesures et des restrictions différentes, il était primordial que nos hôtes et visiteurs puissent accéder aisément à une information complète, à jour et compréhensible. Complexe, car non-seulement les mesures changeaient très régulièrement et parfois de manière soudaine, mais il fallait les comprendre, les interpréter correctement et surtout les mettre en application, ce qui s'est apparenté plus d'une fois au parcours du combattant, voir fut impossible.

Dès la fin de l'été, nous avons mis en place un portail COVID-19 sur notre site web, afin de centraliser toutes les informations potentiellement utiles pour nos hôtes et visiteurs, ainsi que pour les prestataires touristiques. Travaillant de concert avec les autorités, nous avons ainsi pu appréhender du mieux que possible chaque nouvelle annonce du Conseil Fédéral, l'adapter de manière à ce qu'elle soit le plus compréhensible possible pour les destinataires et la diffuser, soit via le portail COVID-19, soit via nos newsletters, des flyers ou tous les canaux d'information que nous pouvions utiliser.

La mise en place de la cellule COVID fut un élément central dans la gestion de la pandémie. Regroupant les autorités politiques et sanitaires, la police, les remontées mécaniques, les transports publics, les écoles de ski et l'office du tourisme, elle a constitué un outil de pilotage primordial durant cette période très chaotique, allant jusqu'à se réunir quotidiennement durant plusieurs semaines d'affilée.

La liste des mesures déployées est trop importante pour être décrite dans ce texte, mais des 50 collaborateurs supplémentaires déployés sur le terrain spécifiquement pour le COVID aux centres de test performants en passant par l'installation d'écrans géants, notre destination a mis en œuvre plus de mesures qu'aucune autre pour assurer à nos hôtes de pouvoir profiter au maximum des activités possibles avec une sécurité optimale. Et ce fut un succès, merci à la Commune de Val de Bagnes qui a mis les moyens nécessaires pour y arriver. Malgré la rudesse pour nos hôtes de devoir manger au froid des plats à l'emporter, malgré des casse-têtes organisationnels pour nos organisateurs d'événements, malgré l'impossibilité de se projeter pour les acteurs du tourisme, nous avons réussi à « sauver l'hiver » et à faire de l'été une réussite tant qualitative que quantitative.

Nous tous, acteurs du tourisme de la destination Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz, pouvons être fiers de l'intensité et de la qualité du travail réalisé durant cette année si spéciale. Elle a nécessité une agilité et une cohésion exemplaires, nous démontrant s'il le fallait que nous étions déjà sur le bon chemin pour relever avec succès les défis grandissants du tourisme. Le fait de recevoir le prix de « meilleure station de ski au monde » justement pour cette année arrive comme une confirmation de la justesse de notre gestion et de la qualité de nos prestations.

Nous avons terminé l'été 2021 sur les rotules, exténués par une année des plus difficiles qui fut, touristiquement parlant. Cependant, ce fut avec le sentiment du devoir accompli que nous avons pu clore cet exercice si intense, avec une médiatisation qui s'est finalement révélée positive pour notre destination, une nette recrudescence de l'intérêt du public pour la nature et les espaces alpins, une fréquentation record durant l'été et la démonstration de notre efficacité collective. Autant d'éléments qui nous permettent d'appréhender positivement le futur touristique de notre magnifique destination, malgré un contexte toujours incertain.

Cet épisode a une fois de plus démontré l'importance du bon fonctionnement de l'écosystème que constitue le tourisme, lequel nécessite l'implication de toutes et tous, des collaboratrices et collaborateurs de Verbier Tourisme aux politiques, en passant par les nombreux acteurs directs et indirects du tourisme. Merci pour votre implication et pour votre travail, je me réjouis de poursuivre l'aventure touristique avec une équipe si performante (...si possible dans un contexte moins chahuté).

**« Nous tous pouvons être fiers de l'intensité et de la qualité du travail réalisé durant cette année. »**



**Simon Wiget,**  
directeur de Verbier Tourisme

**«Il est indispensable  
que les personnes et  
les corporations pré-  
sentes au sein du co-  
mité de la SDV donnent  
les impulsions pour  
notre tourisme.»**

Florian Michellod, président de la SD de Verbier

# / ORGANISATION ET PERSPECTIVES



## / VERBIER TOURISME, UN OUTIL AU SERVICE DE TOUTE LA DESTINATION

Les bases de fonctionnement de la nouvelle structure Verbier Tourisme ayant été posées durant l'exercice 2019/20, il était alors nécessaire de les développer et de les consolider pour garantir l'efficacité sur le long terme d'un outil de travail au service de toute la destination. Si l'objectif commun de tous les acteurs du tourisme est orienté vers nos hôtes et visiteurs, avec comme missions de les attirer dans notre destination, de leur proposer de multiples prestations et de faire en sorte qu'ils nous recommandent et reviennent, ils ne constituent qu'une partie des clients de Verbier Tourisme. Parmi les tâches diverses et variées que nous réalisons, nombre d'entre-elles le sont pour nos partenaires et pour la commune via un travail en coulisse fondamental pour le bon fonctionnement d'une destination touristique.

Chaque département est interconnecté de manière plus ou moins importante avec les différents acteurs du tourisme de la destination, principalement ceux de la Commune de Val de Bagnes, les liens avec La Tzoumaz étant orientés vers les prestations que nous réalisons pour la Commune de Riddes, à savoir une partie de la promotion. Ainsi, voici quelques exemples concrets pour illustrer ces liens qui se sont renforcés depuis la mise en place du nouveau fonctionnement de Verbier Tourisme et qui sont destinés à se développer à l'avenir :

- Le département accueil et informations est chargé de faire l'interface entre les partenaires et les clients finaux, fournissant à ces derniers toutes les informations utiles que les premiers auront fournies. L'architecture de notre écosystème digital a ainsi été pensée autour de cet aspect fondamental de notre travail via le système d'information touristique APIDAE et l'outil Dahub qui permet de réaliser des mises à jour dynamiques.



**«Parmi les tâches diverses et variées que nous réalisons, nombre d'entre-elles le sont pour nos partenaires et pour la commune.»**

- La promotion constitue une autre des activités principales de Verbier Tourisme, laquelle est également fortement liée aux acteurs touristiques de par sa mission de promouvoir les prestations et activités qui vont permettre aux clients finaux de réaliser leur séjour. Cela passe autant par des campagnes de promotion globales qui touchent tous les acteurs que des actions ciblées réalisées conjointement avec certains prestataires actifs sur des marchés pour lesquels une collaboration est intéressante pour les deux parties. L'accueil et l'encadrement de journalistes constitue également un travail conjoint avec nos partenaires et les nombreuses possibilités de co-marketing ou de cross-marketing sont autant de possibilités de collaborations qui sont en développement et qui vont se renforcer à l'avenir.
- Si une des tâches de l'animation est de compléter l'offre existante via le développement d'activités complémentaires, elle se base souvent sur des prestations proposées par les acteurs locaux et contribue par son activité à les faire connaître et à les valoriser. Très impliqué dans la mise en place et le pilotage du VIP Pass+, ce département s'est

révélé être une plateforme efficace pour développer les liens avec et entre les prestataires via des activités concrètes sur le terrain.

- L'administration comporte également des composantes de soutien aux acteurs locaux via la mise en place d'outils tels que *My simple client* qui permet aux hébergeurs une saisie automatique des bulletins d'arrivée électroniques, amenant ainsi un gain d'efficacité.
- Les hommes de terrain, quant à eux, s'avèrent notamment précieux pour les organisateurs d'événements lorsqu'une arche doit être posée, quand les drapeaux de promotion sont changés ou encore pour divers soutiens en matériel et en travail.
- Enfin, le département coordination locale créé pour renforcer nos liens avec les acteurs locaux du tourisme se retrouve au cœur des interactions. Nous lui devons notamment les newsletters hebdomadaires et les séances partenaires qui se sont avérées très utiles pour gérer les problématiques COVID et dont l'expérience acquise durant cette période

difficile va nous permettre de poursuivre une dynamique collaborative précieuse pour tous. D'autres aspects collaboratifs sont intégrés à ce département, à l'image de la gestion du bureau de la commission événements pour la commune et de la gestion de projets touristiques.

Elément central de notre organisation, notre écosystème digital a encore été considérablement développé, après une refonte complète de ses bases durant l'exercice précédent. En 18 mois, ce ne sont pas moins de 19 outils digitaux qui ont été mis en place, avec à chaque fois des adaptations à leur apporter pour qu'ils soient en adéquation avec notre stratégie et notre fonctionnement, une phase de paramétrage complexe tant les interactions entre les différents outils sont nombreuses et une montée en puissance progressive dans leur utilisation.

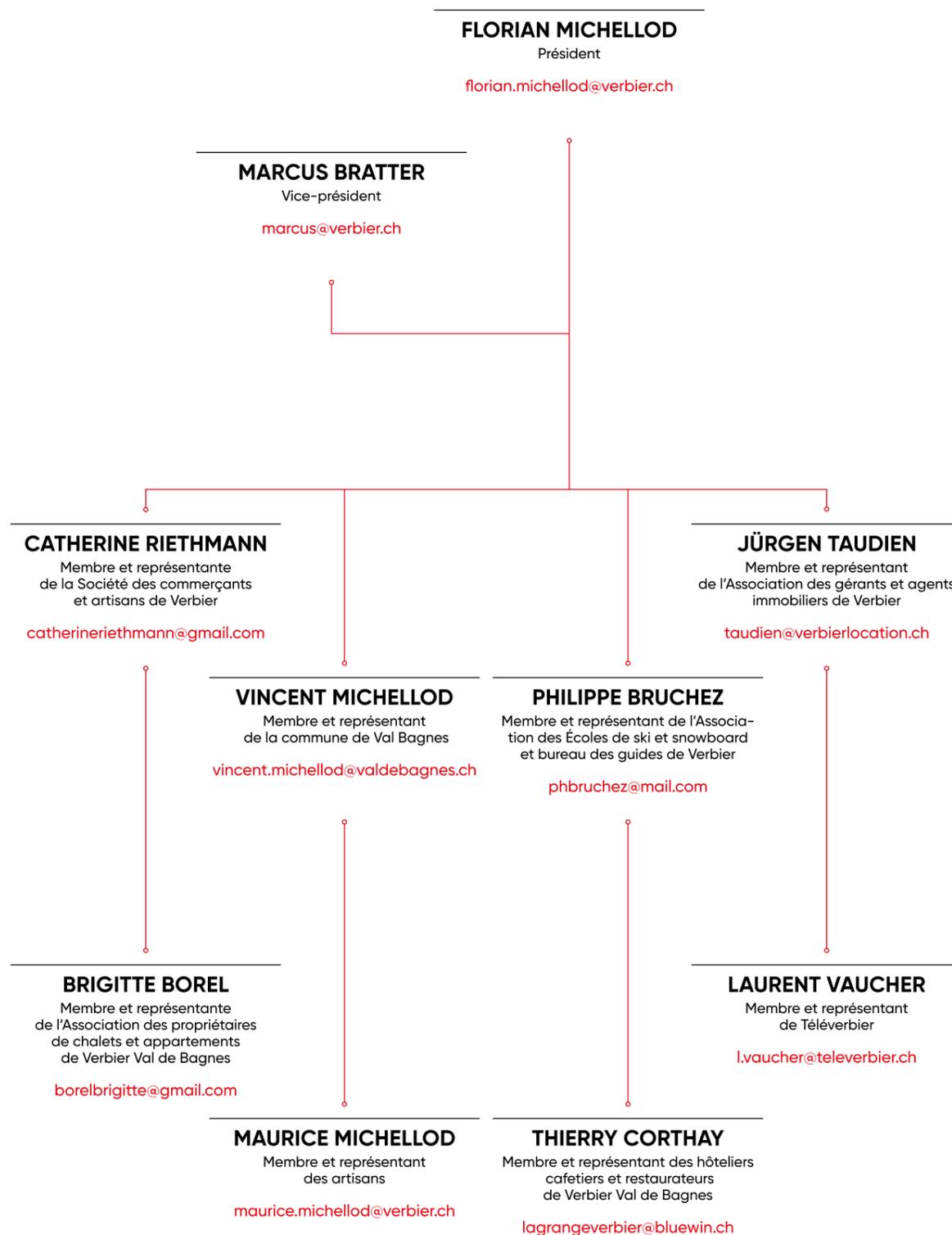
#### **Des projets fondamentaux à réaliser**

Parallèlement, un travail important a été réalisé pour faire avancer les projets fondamentaux que sont le master plan, la

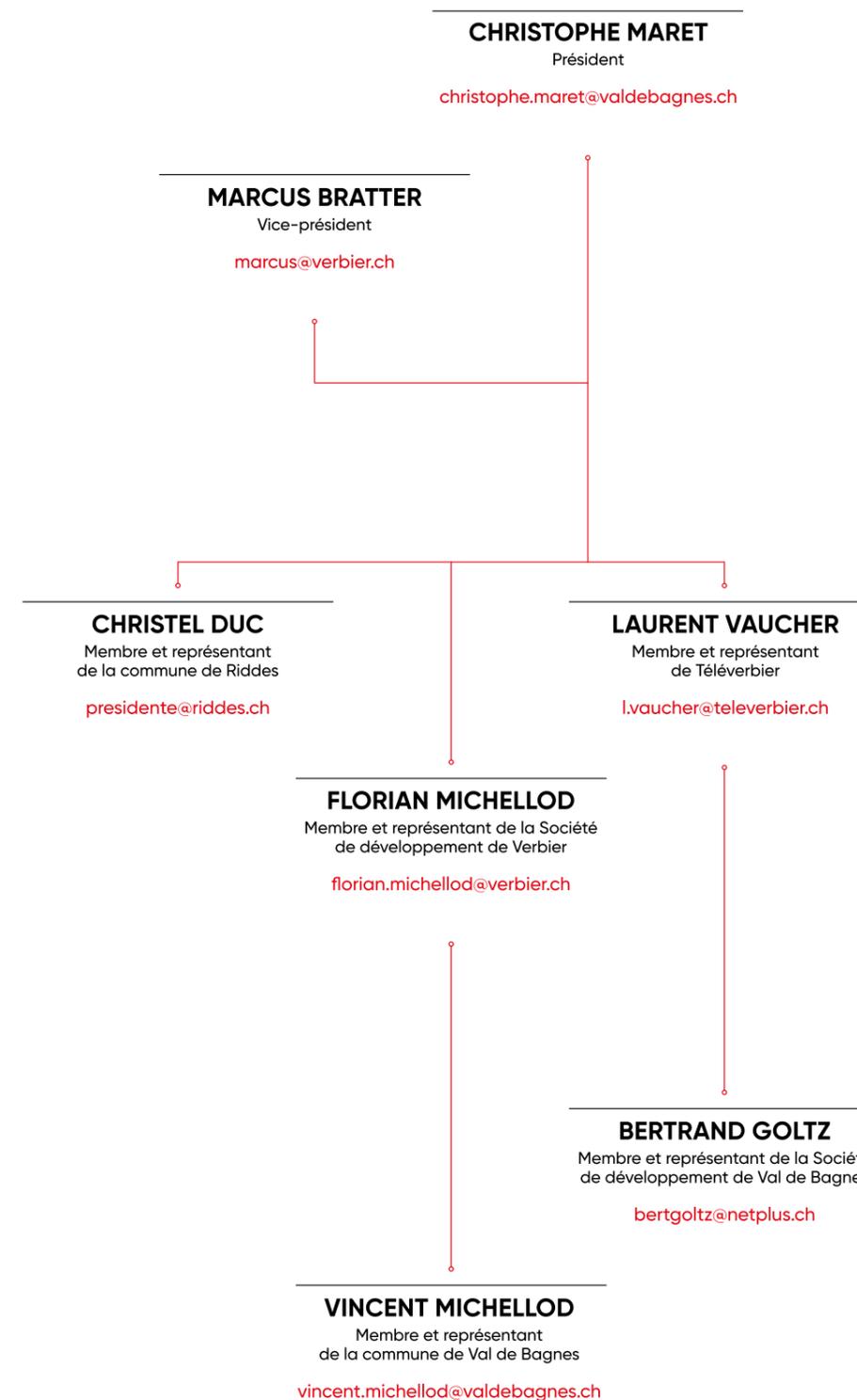
stratégie marketing, la stratégie opérationnelle et la constitution des nouvelles structures touristiques. Avec une finalisation prévue pour 2023, ces éléments constitueront les dernières pierres de la base de l'édifice touristique, une base solide et conséquente, à même de porter les grands projets de la destination de l'ampleur de Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz et se projeter sereinement dans l'avenir.

Le COVID a malheureusement constitué un frein important dans l'efficacité de ce développement, notamment en raison des ressources considérables que nous avons dû mettre dans la gestion des problématiques liées à la pandémie. Cependant, au vu des résultats obtenus dans ces conditions difficiles, nous ne pouvons être que fiers du travail réalisé par les équipes (collaboratrices et collaborateurs, membres des comités et conseil d'administration, partenaires, etc.) qui ont permis d'arriver où nous sommes et dont la qualité laisse augurer un futur touristique des plus brillants pour notre destination.

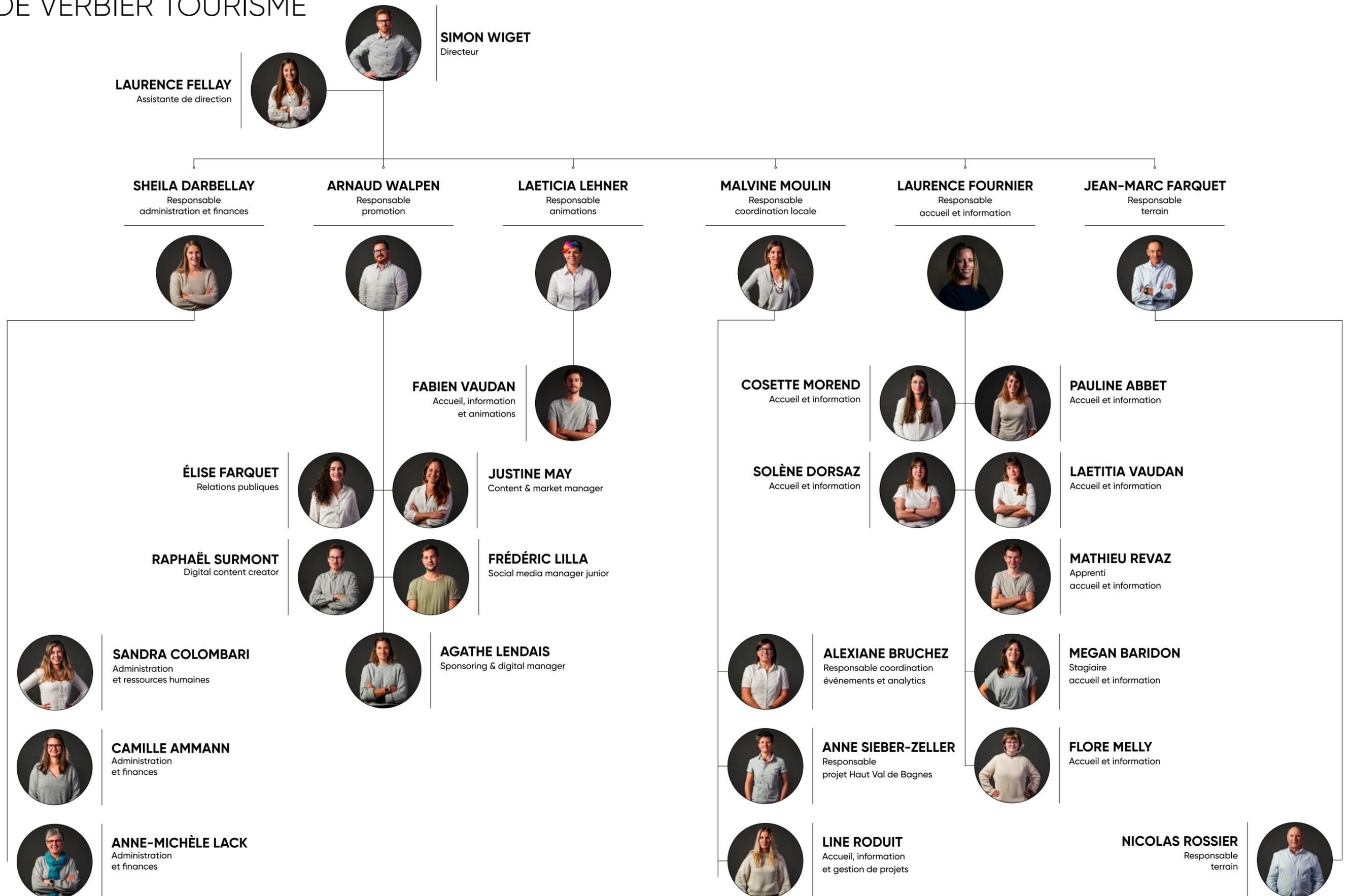
# / PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER



# / PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION



# / ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME



# / RAPPORT DES STATISTIQUES

/ évolutions des nuitées globales / répartitions des nuitées touristiques 2021 / répartitions des nuitées annuelles / nuitées parahôtelières et hôtelières hors forfaits - Verbier / nuitées parahôtelières et hôtelières / taxes / financement VT /



## VERBIER VAL DE BAGNES LA TZOUMAZ

Globalement, les marchés étrangers sont en baisse pour l'exercice 2020/21, ce qui s'explique principalement par la pandémie de COVID-19 et les restrictions y relatives.

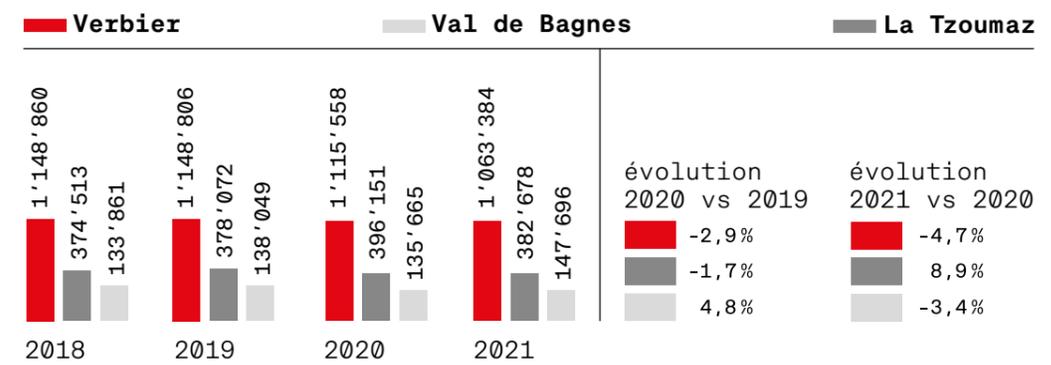
C'est donc sans surprise que la Suisse reste en tête du classement avec 40% des nuitées totales soit 98'325 nuitées. Nous notons une augmentation de 13'941 nuitées comparée à l'année précédente.

Elle est suivie par le France avec 18% des nuitées (45'574 nuitées), marché qui affiche une hausse de 18'326 nuitées. Nous retrouvons ensuite le Benelux (8%), le Royaume-Uni (4%) et la Scandinavie (2%).

Le Royaume-Uni affiche une baisse exceptionnelle de 41'976 nuitées due aux restrictions d'entrée en Suisse liées à la pandémie.

Les marchés précités appartiennent aux marchés A\*, catégorie utilisée par Verbier Promotion pour indiquer l'importance de ces marchés et le fait qu'ils sont travaillés de manière proactive et directe (B2C). Les marchés A représentent 72% de la part de marché totale de la station.

## / ÉVOLUTIONS DES NUITÉES GLOBALES

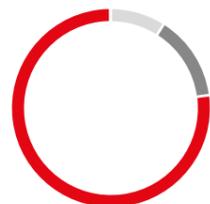


## / RÉPARTITIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES 2021

		HÔTELLERIE		PARAHÔTELLERIE		FORFAITS R2	
		%	Nuitées	%	Nuitées	%	Nuitées
VERBIER	Hiver	65%	58'527	72%	110'614	75%	614'130
	Été	35%	32'617	28%	42'786	25%	204'710
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>91'144</b>	<b>100%</b>	<b>153'400</b>	<b>100%</b>	<b>818'840</b>
VAL DE BAGNES	Hiver	37%	3'947	19%	7'038	75%	74'550
	Été	63%	6'841	81%	30'470	25%	24'850
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>10'788</b>	<b>100%</b>	<b>37'508</b>	<b>100%</b>	<b>99'400</b>
LA TZOUMAZ	Hiver	68%	4'202	54%	78'171	75%	174'240
	Été	32%	1'990	46%	65'995	25%	58'080
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>6'192</b>	<b>100%</b>	<b>144'166</b>	<b>100%</b>	<b>232'320</b>
DESTINATION	Hiver	62%	66'676	59%	195'823	75%	862'920
	Été	38%	41'448	41%	139'251	25%	287'640
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>108'124</b>	<b>100%</b>	<b>335'075</b>	<b>100%</b>	<b>1'150'560</b>

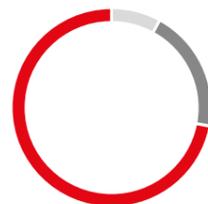
# / RÉPARTITIONS DES NUITÉES ANNUELLES

## VERBIER 2020/2021



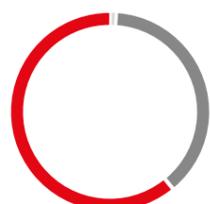
hôtellerie	9%
parahôtellerie	14%
forfaits R2	77%

## VAL DE BAGNES 2020/2021



hôtellerie	8%
parahôtellerie	20%
forfaits R2	72%

## LA TZOUMAZ 2020/2021



hôtellerie	1%
parahôtellerie	38%
forfaits R2	61%

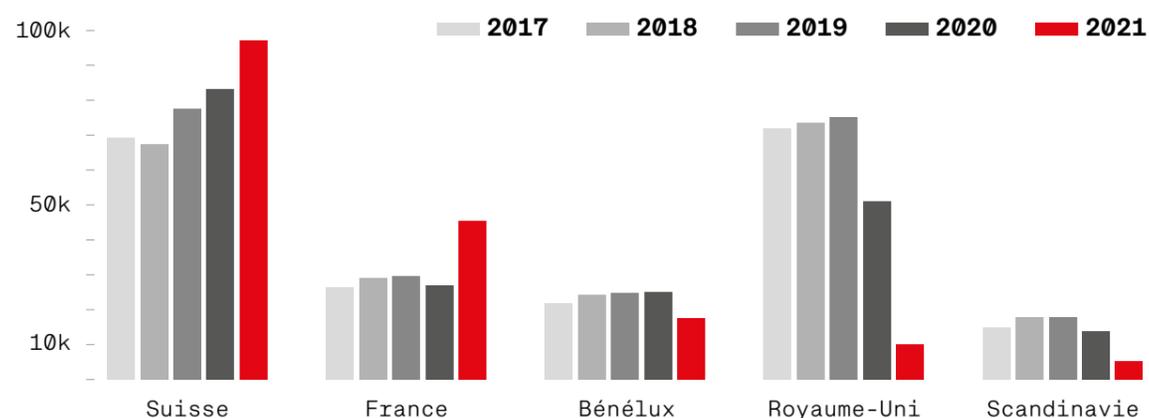
## DESTINATION 2020/2021



hôtellerie	7%
parahôtellerie	21%
forfaits R2	72%

# / NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

HORS FORFAITS R2 – VERBIER



	2017	2018	2019	2020	2021	PART DE MARCHÉ	20 vs 19	21 vs 20
<b>MARCHÉS A</b> 175'638 NUITÉES 72%								
Suisse	69'709	68'362	78'616	84'384	98'325	40%	7.3%	16.5%
France	26'446	29'080	29'658	27'248	45'574	19%	-8.1%	67.3%
Bénélux	21'709	23'918	24'886	25'050	17'437	7%	0.7%	-30.4%
Royaume-Uni	72'660	74'349	76'051	51'589	9'613	4%	-32.2%	-81.4%
Scandinavie	14'788	17'609	17'757	13'569	4'689	2%	-23.6%	-65.4%
<b>MARCHÉS B</b> 3'945 NUITÉES 1.5%								
USA/Canada	14115	18096	20880	14413	3312	1%	-31%	-77%
Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	4484	4765	6475	2820	365	0%	-56.4%	-87.1%
SEA (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Timor Oriental, Viêtnam)	2366	2781	2856	1358	127	0%	-52.5%	-90.6%
Brésil	1'135	1'505	1'356	1'333	141	0%	-1.7%	-89.4%
<b>MARCHÉS C</b> 64'961 NUITÉES 26.5%								
Allemagne	11'431	11'969	13'347	9'835	8'594	4%	-26%	-12.6%
Pays de l'Est	5'390	5'651	5'745	3'706	5'775	2%	-35.5%	55.8%
Italie	4'447	4'821	5'198	4'890	4'792	2%	-5.9%	-2%
Autres Europe	3'383	4'282	5'193	2'698	4'232	2%	-48%	56.9%
Espagne	4'176	3'569	3'646	3'688	3'276	1%	1.2%	-11.2
Russie/Ukraine	7'479	7'992	9'653	5'275	1'627	1%	-45.4%	-69.2
GCC	10'021	8'656	9'806	4'787	1'377	1%	-51.2%	-71.2
Australie	3'778	4'289	3'762	3'111	200	0%	-17.3%	-93.6
Afrique	2'046	1'952	2'331	1'719	373	0%	-26.3%	-78.3
Autres Asie	6'175	7'038	6'450	1'643	565	0%	-74.5%	-65.6
Amérique du Sud et Centrale	2'498	3'385	2'527	1'396	653	0%	-44.8%	-53.2
Reste du Monde	30'732	26'431	29'733	34'966	33'497	14%	17.6%	-4.2
<b>Total</b>	318'968	330'500	355'926	299'478	244'544	100%	7.7%	-18.3%

Les marchés B passent de 7% de parts de marché de Verbier en 2020 à 1,5% en 2021. Ce sont des marchés travaillés de manière principalement indirecte (B2B), c'est-à-dire au travers de partenariats et de collaboration avec un tiers, que ce soit Suisse Tourisme ou tout autre partenaire. L'approche, bien qu'indirecte, peut être proactive (choix d'actions à entreprendre sur le marché) ou réactive (traitement de demandes émanant du marché).

Les USA/Canada, qui sont les moteurs de ces marchés, indiquent une baisse des nuitées de 77% (soit -11'101 nuitées).

Les marchés C sont des marchés travaillés uniquement selon une approche réactive: VT saisit des opportunités émanant de ces pays, sans toutefois

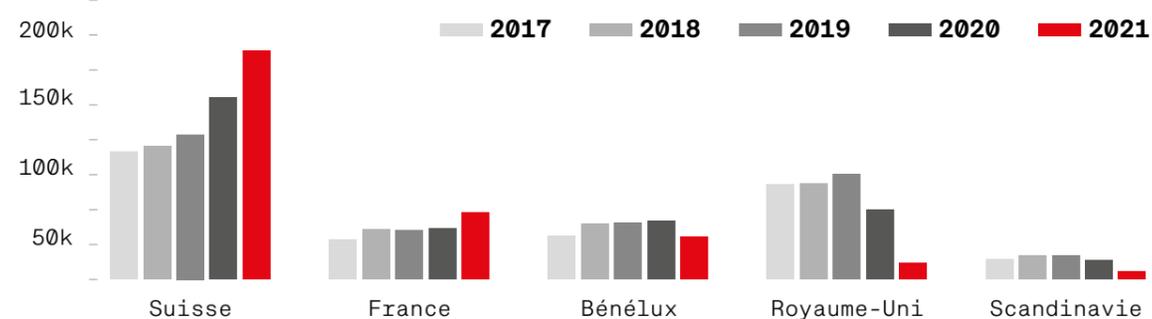
les rechercher de manière dynamique. Les marchés C représentent le 26,5% de la part de marché de Verbier.

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

\* L'année 2020-2021 ayant été fortement impactée par les effets de la crise sanitaire, la répartition des marchés dans les catégories A, B et C a conservé sa forme historique. Une réévaluation de cette répartition est prévue dans le travail stratégique initié durant l'année 2021-22.

# / NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

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



	2017	2018	2019	2020	2021	PART DE MARCHÉ	20 vs 19	21 vs 20
<b>MARCHÉS A</b> 73%								
<b>Suisse</b>	114'565	119'993	131'075	164'932	208'795	47%	25.8%	26.6%
<b>France</b>	34'752	45'545	44'149	45'508	60'267	14%	3.1%	32.4%
<b>Bénélux</b>	39'207	49'635	49'336	51'071	37'104	8%	3.5%	-27.3%
<b>Royaume-Uni</b>	86'294	86'559	95'513	62'800	12'987	3%	-34.2%	-79.3%
<b>Scandinavie</b>	16'704	20'621	21'290	16'238	6'131	1%	-23.7%	-62.2%
<b>MARCHÉS B</b> 1.5%								
<b>USA/Canada</b>	17'132	21'982	25'647	16'548	4'880	1%	-35.5%	-70.5%
<b>Greater China</b> (Chine, Taiwan, Hong Kong)	4'574	4'967	6'876	2'945	385	0%	-57.2%	-86.9%
<b>Brésil</b>	1'200	1'638	1'433	1'421	170	0%	-0.8%	-88.0%
<b>SEA</b> (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Timor Oriental, Vietnam)	2'429	2'942	4'182	1'790	148	0%	-57.2%	-91.7%
<b>MARCHÉS C</b> 25.5%								
<b>Pays de l'Est</b>	6'650	17'313	20'093	5'382	36'533	8%	-73.2%	578.8%
<b>Allemagne</b>	23'888	29'594	30'506	24'634	21'145	5%	-19.2%	-14.2%
<b>Italie</b>	5'198	5'941	9'629	5'768	5'624	1%	-40.1%	-2.5%
<b>Autres Europe</b>	5'612	5'021	6'427	14'546	4'809	1%	126.3%	-66.9%
<b>Espagne</b>	3'984	5'247	5'210	4'201	4'103	1%	-19.4%	-2.3%
<b>GCC</b>	11'798	11'059	15'355	5'823	2'631	1%	-62.1%	-54.8%
<b>Russie/Ukraine</b>	8'320	8'815	10'735	6'068	1'811	0%	-43.5%	-70.2%
<b>Amérique du Sud et Centrale</b>	2'628	3'481	2'802	1'489	701	0%	-46.9%	-52.9%
<b>Autres Asie</b>	6'388	7'308	6'881	1'706	697	0%	-75.2%	-59.1%
<b>Afrique</b>	2'288	2'176	2'649	1'825	509	0%	-31.1%	-72.1%
<b>Australie</b>	4'470	5'061	4'515	3'504	268	0%	-22.4%	-92.4%
<b>Reste du Monde</b>	39'220	33'856	30'064	35'655	33'500	8%	18.6%	-6.0%
<b>Total</b>	437'301	488'754	524'367	473'854	443'198		-9.6%	-6.5%

Pour Verbier, Val de Bagnes et La Tzoumaz, la Suisse est toujours en tête du classement avec **47%** des nuitées totales (soit **208'795** nuitées). Nous notons une augmentation de **43'863** nuitées par rapport à 2020. Vient ensuite la France qui représente le 14% des nuitées totales (soit **60'267** nuitées) et qui prend la place du Royaume-Uni, qui affiche une baisse de **79,3%** soit **49'813** nuitées de moins.

Nous retrouvons ensuite le Benelux (**8%** soit **37'104** nuitées). Les Pays de l'Est indiquent une forte hausse de **31'151** nuitées. Celle-ci vient majoritairement de La Tzoumaz. L'Allemagne affiche une baisse de **14,2%** soit **3'489** nuitées de moins.

## / RAPPEL FINANCIER

### SOURCE DE FINANCEMENT DE VT



RECETTES SDV			
Taxes de séjour TS net	56%	60%	
Subvention Commune de Val de Bagnes	1%		
Participation Verbier Promotion	2%		
Autres recettes	1%		
RECETTES VP			
Taxes de promotion touristique TPT	22%	40%	
Subventions communales	16%		
Marketing et divers	2%		

### UTILISATION DE LA TS SDV



Participation infrastructures	10%	100%
Information et animation	13%	
Événements	17%	
VIP Pass part SDV	15%	
Sociétés locales et Promobike	5%	
Fonctionnement OT	10%	
Ressources humaines	30%	



#### OÙ TROUVER?

Le rapport détaillé des statistiques des nuitées se retrouve sur notre site



# / RAPPORT D'ACTIVITÉ



## / INFORMATION ET ACCUEIL

Malgré les difficultés liées à la situation sanitaire, nos OT sont restés ouverts tous les jours. Les collaboratrices et collaborateurs de l'équipe de l'accueil et de l'information ont été très flexibles au niveau des plannings en raison des nombreux changements liés aux quarantaines.

Un suivi assidu des nouvelles mesures et changements liés au COVID-19 a été fait tout au long de l'année. La mise à jour du portail, sur le site [verbier.ch](http://verbier.ch), dédié aux informations sur la situation sanitaire a été réalisée quotidiennement afin d'apporter le maximum de précisions à nos clients.

Comme l'année passée, nous avons constaté que le maintien de l'ouverture de nos bureaux a été très apprécié par nos clients et nos partenaires.

### VERBIER

A l'OT de Verbier, l'équipe a été renforcée durant l'été par quatre auxiliaires locales : Salomé Gay, Catherine Bula, Alison Besse et Fiona Michellod.

Un bureau d'information a été mis en place aux caisses de TVSA à Médran. Celui-ci a été géré par Fiona Michellod. L'emplacement du bureau ne fut pas idéal et c'est pour cette raison que ce bureau ne sera plus utilisé pour l'été 2022.

Line Roduit, qui travaillait à 100% à la réception, a été promue au département de la coordination locale en soutien de projets tandis que Laetitia Lehner, qui était jusque-là répartie entre la réception et les animations, a pris son poste de responsable animations à plein temps.

Ces deux personnes ont renforcé l'équipe de l'accueil et de l'information lors des périodes de fortes affluences.

### LE CHÂBLE

Durant la période estivale, deux personnes ont travaillé à l'OT du Châble afin d'assurer un service de qualité et de diminuer le temps d'attente.

En effet, le nombre de passages ne cesse d'augmenter et le soutien d'une seconde personne fut nécessaire.

### FIONNAY

L'OT de Fionnay était ouvert tous les jours du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août ainsi que les week-ends de mai, juin, septembre et octobre.

L'équipe d'accueil était composée d'Anne Sieber-Zeller, responsable du projet de développement du Haut Val de Bagnes, de Catherine Bula, auxiliaire, et deux étudiants engagés pour la saison, Quentin Hiroz de Vollèges et Fiona Michellod de Verbier.

Des statistiques de fréquentation ont été recensées pour permettre de porter un regard chiffré sur cette partie de notre destination, sa clientèle et son évolution et ainsi faciliter le développement de projets.

Une nette augmentation est visible en 2021, après une saison d'été 2020 déjà bien fréquentée, mais sans données répertoriées. Cela montre l'engouement du public pour la nature, le paysage ainsi que la randonnée et permet également de justifier l'ouverture d'un OT durant la saison estivale à Fionnay.

## /POCKET GUIDE

À la suite de la fusion des communes de Bagnes et de Vollèges, la brochure générale estivale et hivernale de notre destination a recueilli les adresses de Vollèges. Des plans très précis ont donné place à un nouveau plan qui permet une meilleure vue globale de notre destination. Des pages de mises en valeur de nos ambassadeurs sportifs ainsi que de leurs exploits d'athlète ont pu y être intégrées.



pocket guide en version hiver et été, édité au format A5

## CHIFFRES CLÉS



**8'000** ex.  
hiver 2020/2021



**5'000** ex.  
été 2021



**160** pages  
qui regroupent toutes les  
informations utiles de la région :

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



## / CARTES

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

### CARTE DE RANDONNÉE ÉTÉ

Cette année, la carte de randonnée a subi une refonte complète avec un nouveau fond de carte plus lisible et un format plus agréable à la lecture. Cette nouvelle carte regroupe des suggestions d'itinéraires, mais également des points d'intérêt qui incitent les randonneurs à visiter la totalité de la destination.

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, arrêts de bus, etc.)

### CARTE VTT

Cette carte propose une sélection d'itinéraires VTT variés pour les familles, les sportifs confirmés et les amateurs d'e-bike. Elle indique, entre autres, l'emplacement des bornes de recharge pour e-bikes qui constitue une donnée de plus en plus utile au vu du succès de la pratique du vélo électrique.



### CARTE HAUT VAL DE BAGNES

Une nouvelle carte territoriale intitulée *Espace naturel préservé du Haut Val de Bagnes* a été créée. Cette carte regroupe des propositions d'itinéraires pour différentes activités ainsi que des points d'intérêt thématiques autour de la nature, du patrimoine ou encore des offres agritouristiques. Cette nouvelle carte a connu un accueil chaleureux de la part des clients qu'ils soient locaux ou étrangers.

Afin de présenter des informations toujours plus documentées, Philippe Gaillard a été sollicité en tant que consultant nature pour la création des nouveaux contenus de valorisation de la vallée.



## CHIFFRES CLÉS



**15'500** ex.  
carte de randonnée été



**7'500** ex.  
carte Haut Val de Bagnes



**10'000** ex.  
carte VTT

## CARTE TRAIL



La carte trail rassemble des propositions d'itinéraires de trail sélectionnés par Jules-Henri Gabioud et Emily Vaudan, dont la fameuse boucle de l'X-Alpine.

## CARTE DE RANDONNÉE HIVER



La carte des activités hivernales a été totalement remodelée et prend le même format que la carte des randonnées estivales. Elle rassemble les balades en raquettes, les randonnées hivernales, les itinéraires de ski de randonnée et les pistes de ski de fond.

## CHIFFRES CLÉS



10'000 ex.  
carte trail



40 randonnées  
estivales



34 randonnées  
hivernales



10'000 ex.  
carte de randonnée hiver



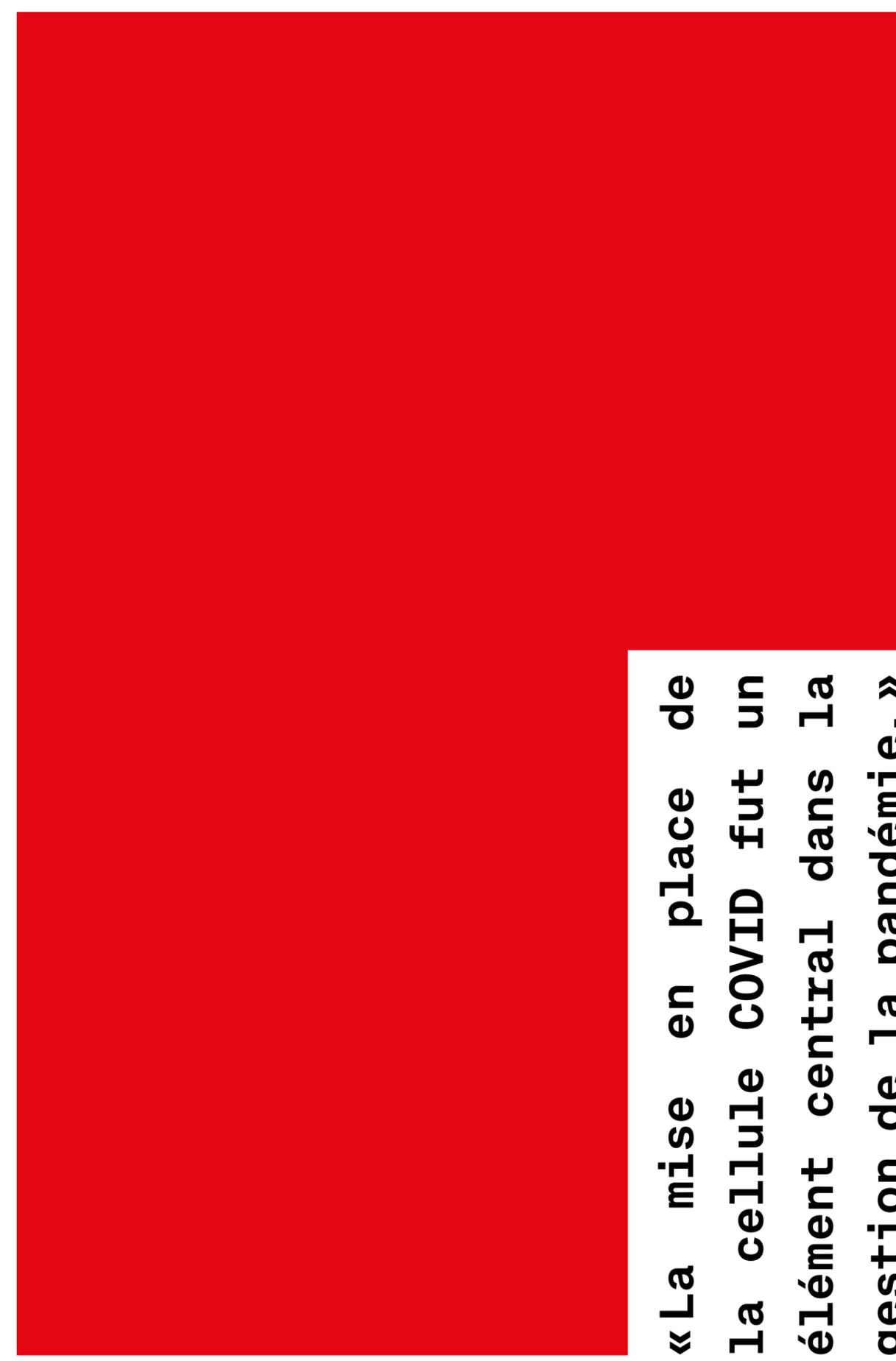
22 itinéraires  
trail



96 itinéraires  
pédestres au total



23 itinéraires  
VTT



« La mise en place de la cellule COVID fut un élément central dans la gestion de la pandémie. »

Simon Wiget, directeur de Verbier Tourisme

# / ANIMATIONS

## HIVER 2020/21

À la suite des nouvelles mesures sanitaires édictées par le Conseil Fédéral mi-décembre, la plupart de nos activités hebdomadaires ont malheureusement dû être annulées. En effet, la fermeture des restaurants, des lieux culturels et sportifs ainsi que la restriction à cinq personnes par groupe, accompagnant ou guide compris, ont entravé le bon déroulement des animations.

En revanche, les activités en extérieur telles que les randonnées thématiques en raquettes ont, quant à elles, pu être maintenues.

Par ailleurs, les animations programmées durant la période de Noël et de Nouvel An, notamment *Verbier invite le Père Noël ou Taille ta neige*, ainsi que celles prévues à la salle de la Comba ont également été annulées afin de respecter les mesures sanitaires et d'éviter tout rassemblement de personnes.

La patinoire du Parc de loisirs était ouverte durant les périodes de haute affluence de 10h à 18h30. Malgré l'aide précieuse des Covid Angels, plusieurs difficultés ont été rencontrées à l'arrivée des patineurs. L'espace était réservé aux personnes de moins de 16 ans et les parents n'étaient pas autorisés à rester au bord de l'infrastructure. Ces règles ont malheureusement suscité quelques réactions négatives. Toutefois, nous tenions à garder cette infrastructure ouverte dans le but d'offrir une activité à nos hôtes.

Durant les vacances de Carnaval, l'espace de jeux fun installé par Prosess Concept a été proposé tous les après-midis de 14h à 19h du 27 février au 6 mars à la salle de la Comba. Trampoline, châteaux gonflables et big air bag ont été très appréciés des hôtes avec une moyenne de 50 enfants par jour.

# 01.12-23.04

**12**  
animations hebdomadaires

**10**  
animations ponctuelles

**218**  
inscriptions



### OÙ REGARDER?

En saison les animations hiver se retrouvent ici



## / ÉTÉ 2021

La situation spéciale liée au COVID-19 s'est prolongée et l'édition VIP Pass+ a été rééditée avec un nouveau budget exceptionnel. VT a une fois de plus travaillé avec des événements et ses ambassadeurs pour proposer des activités de prestige. Verbier E-Bike Week-Ends, le Solaris, le PALP et le Verbier Festival faisaient partie des offres du VIP Pass+ ainsi que plusieurs activités sportives accompagnées ou encadrées par nos ambassadeurs: Ludo May, Emily Vaudan, Maude Besse, Yann Rausis, Jérôme Caroli, Arnaud Gasser et Xavier de Le Rue.

Notre collaboration avec FestijeuX a été renouvelée pour l'installation d'univers de jeux pour enfants dès deux ans au cours d'une semaine du mois d'août au Parc de loisirs. Notre programme contenait aussi un atelier de fabrication de lanternes à l'occasion du 1er Août.

Nous avons également eu le plaisir d'accueillir des groupes de musique qui ont animé les rues de la station à plusieurs reprises durant les mois de juillet et d'août. Très apprécié par les partenaires, l'équipe d'animations souhaite proposer davantage ce type de prestations l'été prochain.

La météo a été particulièrement mauvaise durant les deux premières semaines de juillet, ce qui a réduit l'intérêt des visiteurs pour des activités et des séjours en montagne. L'influence de la météo a été renforcée par le COVID-19 qui a eu tendance à favoriser les séjours de dernière minute. Les gens ont attendu l'annonce des dernières mesures avant de réserver.

Ces observations ont permis de noter des points d'amélioration dont le manque d'espace intérieur et de salles disponibles pour le déroulement de nos activités. De ce fait, certaines animations ont dû être écourtées ou annulées car un plan B n'a pas pu être organisé.

La liste des offres VIP Pass+ ayant été particulièrement étoffée, nos activités ont rencontré un succès satisfaisant avec 50% de taux moyen de participation. Ceci nous amène à prévoir une baisse de la quantité d'offres hebdomadaires et à prévoir un retour à une situation normale pour l'été 2022.



# 01.06-31.10

## 31

activités

dont 5 en collaboration avec des organisateurs d'événements (Verbier E-Bike Week-Ends, Solaris, PALP, Women Tri Day, Verbier 3D Foundation) et 8 avec nos ambassadeurs sportifs

## 1'900

inscriptions

## 1'600

réservations

ont eu lieu entre juillet et août, ce qui représente 85% du total des participants de la saison.



OÙ REGARDER ?

En saison les animations été se retrouvent ici



# / PROMOTION

/ promotion / campagnes / relations presse et influenceurs / production de contenu et web series / écosystème digital / travail des marchés / partenaires commerciaux / réseaux sociaux /



## 2020/21: UNE ANNÉE MOUUMENTÉE ET NÉANMOINS ENCOURAGEANTE

Après une année de changements, l'exercice 2021 a été plus stable pour l'équipe de la promotion de VT, tant au niveau de son organisation que de ses membres. De nombreux projets ont été réalisés et suivis dans une atmosphère de collaboration commune et d'implication de tous les instants. Avec la pandémie qui jouait les prolongations, la capacité d'adaptation de chacun a été testée, puis renouvelée et cela a surtout permis de stimuler la créativité de nos productions et de faire encore plus attention à la qualité de nos actions.

Au cœur du travail, il y a bien entendu toujours les campagnes promotionnelles et la collaboration proactive avec les médias, mais le centre névralgique de VT est de plus en plus l'écosystème digital. Ce dernier ne comprend plus seulement un site Internet et une base de données touristiques (Apidae), mais toute une série d'outils ayant été développés et intégrés à notre environnement en ligne. Cela participe à l'amélioration constante, soit plus d'efficacité et de simplicité, que nous souhaitons apporter à notre collaboration avec nos partenaires pour attirer de nouveaux hôtes ou pour que la satisfaction du client final s'en trouve améliorée. En plus de ces éléments, un effort continu et qualitatif est mis dans la production de contenu audiovisuel et textuel, pour que ces derniers reflètent au plus près la marque Verbier Pure Energy. Il a en outre été très intéressant et appréciable pour la destination de pouvoir reparticiper à des actions de terrain, au contact de potentiels nouveaux hôtes, de relations professionnelles et de clients existants.

Le travail de l'équipe de la promotion se poursuit grâce aux excellentes compétences et à la motivation sans faille de toutes et tous, ainsi qu'avec la très bonne collaboration avec les autres départements de VT. Dynamisme, volonté d'innover et bonne appréhension des responsabilités donnent à toute l'équipe l'envie de continuer à promouvoir Verbier et la destination de la meilleure manière.

# / CAMPAGNES PROMOTIONNELLES

Les campagnes de l'exercice 2020/21 ont été réalisées en collaboration avec l'agence Buzz Brothers, basée en partie à Martigny. Au gré de l'évolution des mesures sanitaires et des restrictions de voyages, celles-ci ont dû être adaptées parfois quasiment au jour le jour, pour être sûr que les messages portés et les publics visés soient les bons. Au final, pas mal d'efforts y ont été consacrés et il était important que la destination montre qu'elle était bien prête à accueillir des hôtes et communique de manière unie.

## CAMPAGNE HIVER 2020/21

**Objectif:** notoriété et visibilité → donner envie aux gens qui pouvaient voyager de venir dans la destination et les rassurer en termes de respect des normes sanitaires.

**Concept:** *Pure Break Now* avec mise en avant d'activités clés comme le ski, les randonnées hivernales et le freeride et place réservée pour le message *Verbier est prête à t'accueillir*.

### Diffusion et déclinaisons:

- Digital: réseaux sociaux, plateformes vidéos, plateforme Teads, Google Ads et paid search → format vidéos, visuels clés en images, annonces textes
- Affichage: gares des villes principales de Suisse romande et alémanique → format visuels clés affiches F12 et écrans digitaux
- Médias imprimés: Le Nouvelliste, 30 degrés magazine, Tages-Anzeiger, 24 Heures, Loisirs.ch, etc. → format annonce des visuels clés, publiereportages



**3'573'581**  
personnes touchées

**13'017'964**  
impressions  
(nombre de fois qu'une annonce de la campagne a été vue en ligne)

**3'521'674**  
vues vidéos

**42'046**  
liens cliqués

## CAMPAGNE ETÉ 2021

**Objectif:** Notoriété et trafic → pousser la diversité des activités de la destination, accroître la connaissance autour du VIP Pass et faire transiter les personnes touchées par le portail spécifique à cette offre.

### Concept:

- *Pure Summer Break* avec un regroupement d'activités clés de l'été autour de quatre piliers forts: activités sportives, culture et gastronomie, découverte de la région et activités familiales.
- *Go for a sound break* → approche guerilla en affichant uniquement un visuel de paysage et un QR code renvoyant vers une page dédiée pour attirer l'attention et déclencher un clic ou scan.

### Diffusion et déclinaisons:

- Digital: réseaux sociaux, plateformes vidéos, plateforme Teads, Google Ads et paid search → format vidéos, visuels clés images, annonces textes.
- Affichage: gares des villes principales de Suisse romande et alémanique et Coop Pronto → format visuels clés affiches F12 et écrans digitaux
- Médias imprimés: 20 Minutes, Le Nouvelliste, 30 degrés magazine, NZZ, Loisirs.ch, Terre & Nature, etc. → format annonce des visuels clés ou QR code, publiereportages
- Radio: Rhône FM → format spot audio.



**3'706'798**  
personnes touchées

**10'535'458**  
impressions  
(nombre de fois qu'une annonce de la campagne a été vue en ligne)

**2'232'524**  
vues vidéos

**44'460**  
liens cliqués

## COMPARAISON 2019/20:

Une comparaison de résultats avec les campagnes de l'exercice précédent est difficile car elles n'étaient pas structurées de la même manière en termes de mix média et le suivi des indicateurs de performance n'avait pas la même base que depuis l'hiver 2020/21. Pour l'exercice 2021/22 et les suivants, les bases d'analyse seront par contre les mêmes. Voici néanmoins quelques éléments de comparaison à titre indicatif.

	Hiver 2019/20	Été 2020
impressions	1'049'882	9'236'073
vidéos vues	pas de push vidéo	1'227'297
liens cliqués	19'848	pas de suivi des clics

# / RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS 2020/2021

Pilier important de la communication institutionnelle, les relations avec les médias et les influenceurs nous permettent de renforcer l'image de marque de Verbier et de gagner en visibilité, à un coût bien inférieur à celui de la publicité classique.

## ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS

Particularité de la période hivernale, VT a également dû gérer la communication de crise alors que la destination demeurait ouverte. Auprès de télévisions de toute l'Europe, mais majoritairement françaises, l'ensemble des acteurs politiques et touristiques ont pu démontrer les immenses efforts fournis en termes de sécurité et rassurer nos hôtes.

Nous avons pu maintenir une partie de nos activités RP avec l'organisation de différents voyages de presse individuels et de groupes, notamment sur les thèmes du ski de randonnée et des cabanes de montagne, sujets toujours très en vogue auprès des médias et du public. Nous avons également mis sur pied un voyage en début de saison, avec des retombées rapides pour lancer l'hiver et présenter les nouveautés de la destination. Nous soulignons la bonne collaboration des Guides de Verbier et de l'Association des écoles de ski et de snowboard et bureaux de guides de Verbier dans le cadre de ces accueils.

En raison des restrictions, les médias en provenance de Grande-Bretagne n'ont pu être accueilli comme à l'accoutumée. Pourtant, via des correspondants basés en France, nous avons pu maintenir un bon niveau de présence sur ce marché avec l'aide de notre agence sans toutefois accueillir un grand nombre de médias.

Dans un autre registre, nous avons eu la chance de recevoir l'émission *Echappées Belles* qui a permis la valorisation de nos ambassadeurs Géraldine Fasnacht et Eddy Baillifard et de présenter la diversité du territoire et des activités à y pratiquer: cascade de glace dans le Haut Val de Bagnes, domaine skiable, sensibilisation et prévention aux risques du hors-piste et des avalanches, présentation de la raclette et de son histoire, etc.

Avec ses assouplissements réglementaires aux frontières, l'été 2021 nous a permis d'accueillir différents médias. L'audience générale de ces derniers étant à la recherche de nature et de grands espaces, notre destination avait une excellente carte à jouer.

En termes de voyages de presse, nous nous sommes concentrés sur des thématiques comme les traditions, les produits de la région et les producteurs locaux. Pour faire vivre l'ensemble de la destination, les journalistes accueillis ont pu autant découvrir la région du Mont Chemin, du Haut Val de Bagnes, de Bruson que Sarreyer ou encore Verbier, etc.

Pour pouvoir asseoir notre positionnement auprès du marché romand et accroître notre notoriété outre-Sarine, nous avons mis en place une campagne d'influence avec l'agence Buzz Brothers. Trois influenceurs romands et trois alémaniques ont été sélectionnés et invités pour faire vivre la campagne estivale à travers ses trois piliers: gourmet, intense et family break. Les objectifs étaient de s'adresser à ces segments spécifiques, d'augmenter l'engagement de leurs communautés via des concours et d'apporter un coup de projecteur sur le VIP Pass, ce dernier étant devenu une réelle valeur ajoutée à communiquer en été sur l'ensemble du territoire.

Le vélo sous toutes ses formes joue une place prépondérante dans nos axes de communication. Nous avons pu accueillir des médias spécialisés d'importance tels que Pinkbike, des ambassadeurs de la marque Scott ainsi que des médias venus à l'occasion du Tour des Stations et du Verbier E-Bike Festival.

Afin de pousser la saison encore un peu creuse qu'est l'automne et valoriser les nombreuses offres disponibles à cette période, nous avons organisé un voyage de presse de groupe autour des expériences automnales dans toute la région.



2019/20 - 2020/21	104	120	journalistes et influenceurs reçus
	51	59	voyages de presse (individuel ou en groupe)
	440	627	millions de personnes touchées (audience)
	128'000	135'000	CHF d'investissement
	2,5	6,6	millions d'équivalence publicitaire estimée

## AGENCES PRESSE

Afin de fidéliser et développer nos contacts presse dans nos principaux marchés, nous avons participé à différents événements qui nous permettent de maintenir un lien étroit avec les médias d'année en année. Pour 2021, ce fut 100% Smile et 100% Snow, tous deux pour le marché belge.

VT a maintenu les mandats établis les années précédentes avec les agences Links Communication (France), MindShake (Belgique et Pays-Bas) et Heaven Publicity (Royaume-Uni). Grâce à leur engagement de qualité, la destination a pu conserver une bonne visibilité sur la scène médiatique de nos marchés prioritaires.

Afin d'accroître notre présence sur le marché suisse au niveau RP et de se renforcer en proximité en raison du COVID-19, une collaboration a été mise sur pied avec Ameia Communication pour l'été 2021. Active notamment en Suisse alémaniques, les retombées ont été encourageantes, les contacts de qualité et nous avons pu nous positionner auprès de cette cible importante.

Ci-contre, voici les quatre publications médias les plus marquantes dans nos marchés clés. Elles sont un résultat direct de notre travail RP.

**20 Minutes, CH**  
(L'un des plus grands quotidiens suisses) « Valais: un cours de yoga à 3'300 mètres d'altitude »: Découverte du lever de soleil au Mont-Fort, de la pratique du yoga et des partenaires valorisant le bien-être.

Audience: 5'500'000 personnes  
Équivalence publicitaire: CHF 25'000

**TF1 JT 13H, F**  
« La raclette du Val de Bagnes »: Reportage de trois minutes retraçant les différentes étapes de la vache à l'assiette. Valorisation de l'ensemble de la chaîne de production et des acteurs locaux, de l'éleveur de vaches au fromager en passant par les restaurateurs.

Audience: 6'200'000 personnes  
Équivalence publicitaire: 130'000 EUR

**Together Magazine, B**  
(Media lifestyle destiné aux hommes d'affaires bruxellois) « Travel ski Switzerland: Discover a holiday nugget in Verbier »: Présentation générale de la destination et des possibilités de ski de randonnée en hiver en passant par les cabanes.

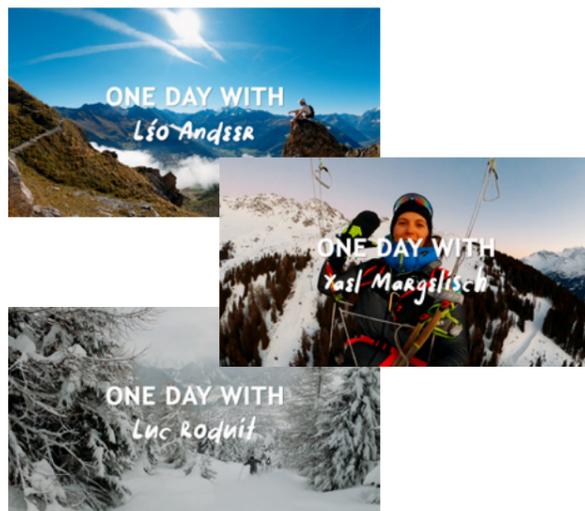
Audience: 90'000 personnes  
Équivalence publicitaire: 15'000 EUR

**The Guardian, GB**  
(Media d'information britannique à très large audience) « My alpine trail running adventure holiday in Switzerland »: Positionnement de l'ensemble de la destination comme étant une terre de trail. Découverte des différents itinéraires et cabanes de montagne.

Audience: 90'108'130 personnes.  
Équivalence publicitaire: 52'186 £

# / PRODUCTION DE CONTENU ET WEB SÉRIES

Avec la multiplication des canaux de communication et un appel toujours plus important pour les réseaux sociaux et la forme audiovisuelle, il est vital pour une destination de produire des contenus de qualité. Un gros effort y est donc consacré et l'objectif est toujours de plonger de manière originale dans notre territoire, au travers de regards et de thématiques authentiques, à échelle humaine.



## ONE DAY WITH

La série de vidéos *One Day With* (un jour avec) a pour but de valoriser et d'activer nos ambassadeurs.

C'est une immersion dans le quotidien de nos athlètes à travers leurs entraînements, leurs activités et leurs moments de vie.

10 épisodes ont été réalisés et diffusés entre mars 2021 et mars 2022 avec les ambassadeurs suivants : Ludo May, Emily Vaudan, Arnaud Gasser, Emilien Badoux, Géraldine Fasnacht, Jérôme Caroli, Loris Michellod, Léo Andeer, Luc Roduit et Yael Margelisch.

## MOUNTAIN HUTS

Véritables refuges au cœur d'une nature sauvage et préservée, les cabanes du Val de Bagnes vous réservent une expérience inoubliable. Gérées avec dévouement par celles et ceux qu'on appelle les cabanistes, les promeneurs d'ici et d'ailleurs sont accueillis pour un repas ou une nuit en altitude.

Été comme hiver, l'invitation est faite de venir à la rencontre des personnes qui font vivre la destination, de découvrir leur passion pour la montagne et de partager un moment authentique et convivial autour de délicieuses spécialités valaisannes.

Cinq épisodes ont été réalisés et diffusés depuis le lancement de la web série en 2019 à la Cabane Brunet, à la Cabane Mont-Fort, à la Cabane Louvie, à la Cabane Chanrion et à la Cabane FXB Panossière.



## PLAT SIGNATURE

La série de vidéos *Plat signature* présente un établissement gastronomique de la destination ainsi que son chef. Animé par Victor Liebguth, épicurien et bon vivant, il part à la rencontre des chefs et propriétaires des meilleurs établissements de Verbier et du Val de Bagnes. La préparation du *Plat signature* est un moment de convivialité et d'échange, durant lequel le chef partage son expérience locale, ses origines et ses influences, sa philosophie et celle de l'établissement.

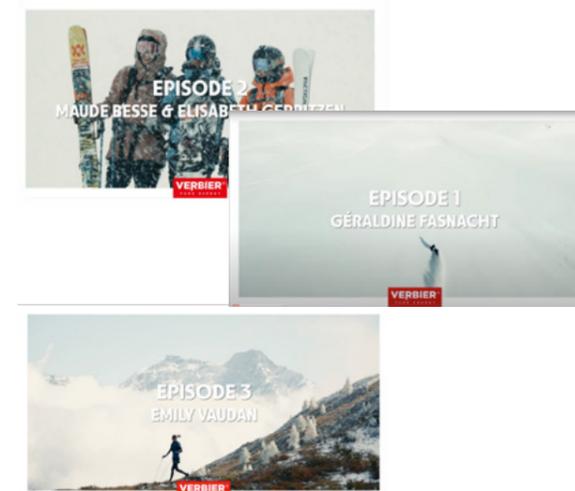
Huit épisodes ont été réalisés (dont cinq diffusés) depuis le lancement de la web série en 2020 à l'Expérimental Chalet, à la Grange, au Chalet d'Adrien, au Taratata, au Giétroz, à la Table 22, au Dahu et à la Cordée.

## WOMEN OF VERBIER

Le domaine des sports de montagne est aujourd'hui encore perçu comme très masculin. A Verbier, terre d'aventures et de contrastes, nous avons voulu tordre le cou à ce mythe en interrogeant cinq de nos athlètes. Être une femme dans le milieu du sport de haut niveau, qu'est-ce que cela veut dire ? Un constat s'est imposé : il y a autant de réponses que de personnalités et de disciplines.

Notre série *Women of Verbier* présente donc ce panel d'expériences et de ressentis, en évolution des pionnières aux jeunes athlètes d'aujourd'hui, dans l'espoir d'inspirer une nouvelle génération à relever le défi.

Quatre épisodes ont été réalisés entre mars 2021 et octobre 2021 avec les athlètes Géraldine Fasnacht, Maude Besse, Elisabeth Geritzen, Emily Vaudan et Yael Margelisch. La diffusion est prévue durant l'hiver 2021/22.



### OÙ REGARDER ?

Toutes ces créations se retrouvent sur notre page YouTube [www.YouTube.com/VerbierResorts](https://www.YouTube.com/VerbierResorts)

# / ECOSYSTÈME DIGITAL

Le rapport 2019/20 faisait état brièvement des étapes qui ont mené à la mise sur pied non seulement d'un tout nouveau site Internet, mais également de tout un écosystème digital interconnecté et pensé dans son ensemble. L'année 2020/21 a permis de développer de manière importante les interactions entre les différents outils et d'en lancer de nouveaux. Au total, depuis le lancement de ce nouvel écosystème, c'est en moyenne un nouvel outil ou une application concrète qui ont été lancés par mois. La plupart de ces outils ayant principalement comme fonction de simplifier la vie de nos partenaires et de rendre plus confortable et pratique la recherche d'informations pour nos hôtes.

Afin d'illustrer de manière concrète tous ces développements, nous avons réalisé un document cartographiant de manière exhaustive cet écosystème. Tous les outils y sont expliqués de manière concise et pragmatique.



## OÙ TROUVER ?

La cartographie complète de notre écosystème digital se retrouve ici



## TROIS NOUVEAUX OUTILS IMPLÉMENTÉS EN 2021

### WEBSHOP

#### C'est quoi ?

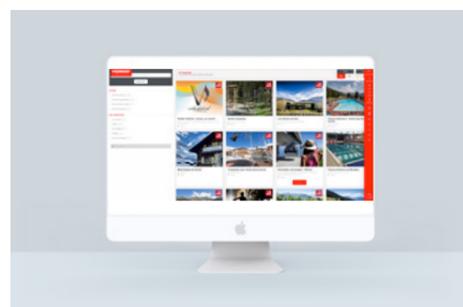
- C'est la plateforme de vente en ligne de Verbier Tourisme.

#### Cela sert à quoi ?

- L'expérience shop permet aux utilisateurs de réserver une activité et de la payer avec ou sans VIP Pass
- Elle est principalement utilisée pour vendre les animations des offices du tourisme et les prestations VIP Pass (touristes et R2)

#### Qui s'en occupe ?

- Verbier Tourisme
- Certains partenaires ont un accès et peuvent gérer leurs activités (disponibilités et descriptions) au travers du module Webclient



### ROADBOOK

#### C'est quoi ?

- C'est une application de conseil aux visiteurs

#### Cela sert à quoi ?

- Donner un conseil global et personnalisé au client en fonction de ses demandes particulières
- Création d'un document « guide de séjour » personnalisé (avec uniquement les éléments demandés) → possibilité d'envoi par SMS, email ou impression physique
- A l'aide de filtres prédéfinis liés aux objets provenant de notre base de données, le conseil à la clientèle est ainsi optimisé
- Regrouper les informations données aux clients sur une même plateforme (facilitation et amélioration de l'efficacité de l'accueil)

#### Qui s'en occupe ?

- Verbier Tourisme
- Maintenance par Raccourci



### PETITES ANNONCES

#### C'est quoi ?

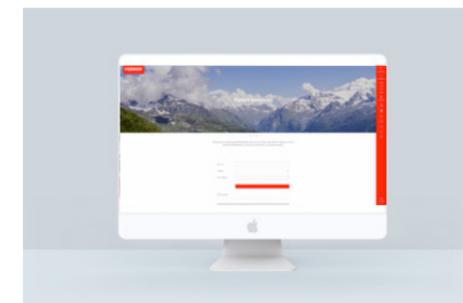
- Une plateforme qui regroupe les petites annonces de logements de longue durée et d'emplois de la région

#### Cela sert à quoi ?

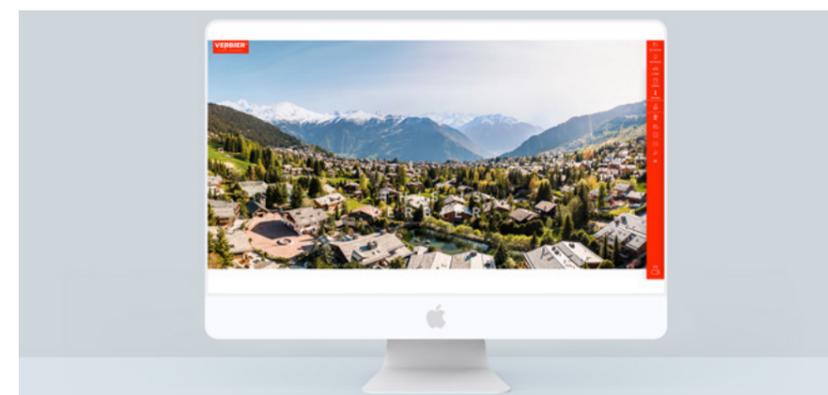
- Outil pour les partenaires pour leur permettre de diffuser leurs offres d'emplois ou logements en location saisonnière ou annuelle
- Outil pour faciliter les démarches des personnes en recherche d'emploi ou de logement

#### Qui s'en occupe ?

- Verbier Tourisme
- Maintenance par Alpssoft



### STATISTIQUES WWW.VERBIER.CH



01.12.20 - 31.10.21

#### Trafic sur le site Internet



UTILISATEURS	1'011'366	250'000	966'302
	2020/21 <small>(01.11.2020 au 31.10.2021)</small>	2020 <small>(01.07.2020 au 31.10.2020) (à cause du changement de plateforme un peu mouvementé, des données consolidées manquent pour le début de l'exercice 2019/20)</small>	2018/19 <small>(01.11.2018 au 31.10.2019)</small>
SESSIONS	2'174'610	460'000	2'186'171
	2020/21	2020	2018/19

# / TRAVAIL DES MARCHÉS

En 2021, la situation sanitaire a de nouveau eu une influence non-négligeable sur notre travail des marchés. Grâce à l'accalmie durant l'été et l'automne 2021, nous avons cependant pu entreprendre différentes actions en direct sur nos marchés cibles.

## SWITZERLAND TRAVEL MART

Nous nous sommes rendus à Interlaken pour le Switzerland Travel Mart 2021, le plus important salon professionnel international en Suisse organisé par Suisse Tourisme. Nous avons eu la chance d'inviter nos partenaires TVSA, l'Experimental Chalet et l'Hôtel Bristol à se joindre à nous afin d'apporter une vision globale des prestations disponibles dans notre destination aux spécialistes du voyage rencontrés sur place.



**100**  
rendez-vous cumulés  
pour les quatre représentants

## PARTENARIAT LIVERPOOL FC

Cette année encore, nous avons pu bénéficier d'une visibilité dans les programmes de match et les newsletters du Liverpool FC. En collaboration avec TVSA, nous avons également pu organiser un événement promotionnel en loge. Cependant, tenant compte du peu de retours effectifs des actions organisées conjointement avec le Liverpool FC, la décision a été prise de ne pas renouveler le contrat à la fin de celui-ci en 2022.

**+ 100'000**  
contacts touchés via newsletter

## PARTENARIAT SUISSE TOURISME BRÉSIL

Grâce à notre partenariat continu avec Suisse Tourisme Brésil, nous avons pu maintenir un lien avec les principaux acteurs de ce marché. En plus de newsletters, d'accueils presse et de voyages de familiarisation (fam trip), nous avons également eu l'occasion de nous rendre sur place pour le STE de São Paulo et le Brazilian Travel Mart (BTM) de Fortaleza, deux événements majeurs permettant de rencontrer les plus importants tour-opérateurs et agents de voyage brésiliens.



**44**  
rendez-vous au STE  
**9**  
nouveaux contacts au BTM

**1**  
fam trip  
**2**  
accueils presse

## CYCLE WEEK DE ZURICH

Nouvelle mouture des Bikedays, couplée avec l'Urban Bike Festival, la Cycle Week a déménagé à Zurich mais est resté un événement phare pour les passionnés du vélo. Ce fut une belle opportunité pour la destination de mettre en avant la variété de l'offre et des produits bike, à laquelle nous avons participé en compagnie du Verbier E-Bike Festival et de notre ambassadeur Loris Michellod.



**275**  
participants au concours  
**85**  
nouveaux contacts récoltés

## FIERA DEL TARTUFO BIANCO ALBA

Dans le cadre de notre collaboration avec Bagnes Agritourisme, nous avons pris part à la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, l'une des principales vitrines de la haute gastronomie italienne. Notre stand, installé le temps d'un week-end, nous a permis d'y faire la part belle aux produits de notre terroir.

**60**  
participants au concours  
**28**  
nouveaux contacts récoltés

## 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 événements 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 le spécialiste en accompagnement de la clientèle chinoise Longlong Li avait été renouvelée pour l'année 2020/21. Nous avons dû y mettre un terme de façon anticipée.

## AUTRES ACTIONS

Notre partenariat avec CarPostal a été reconduit pour l'année 2021, sur le thème *Aux origines de la raclette*. Nous avons également communiqué en collaboration avec RailAway sur le thème du bike. Nous avons soutenu le Tour de Romandie en échange de visibilité sur leurs supports de communication. Enfin, nous avons conclu un nouveau partenariat avec le HC Valais Chablais Martigny qui court jusqu'à l'été 2022.

# / PARTENAIRES COMMERCIAUX

En 2020 et 2021, la destination a pu à nouveau compter sur des partenariats forts avec Audi, SunGod et Scott. L'objectif premier recherché est un partage de notoriété qui puisse bénéficier aux deux parties prenantes. L'entreprise partenaire y trouve un terrain de jeu pour démontrer la valeur de ses services ou produits. La collaboration avec SunGod permet par exemple, à tous les médias que nous accueillons, de visiter leur adresse située à la rue de Médran et de repartir avec leurs lunettes personnalisées. La destination y trouve des canaux de communication et de promotion afin de toucher de nouveaux contacts et hôtes potentiels. Ainsi, Scott est venu tourner toutes les images de son nouveau catalogue bike dans la destination et en a tiré une vidéo diffusée mondialement sur YouTube.

Le tout se faisant le plus organiquement possible en écrivant une histoire commune autour d'activations ciblées, toujours dans l'esprit du positionnement de la destination. Pour valoriser ces partenariats et le contenu qu'ils génèrent, nous avons mis sur pied un nouveau type de portail web. Le premier a été réalisé en collaboration avec Audi et le concept sera proposé à nos autres partenaires en 2021/22. [www.verbier.ch/audi](http://www.verbier.ch/audi)



## OÙ REGARDER ?

La vidéo se trouve ici



## SPONSORING D'AMBASSADEURS DE LA DESTINATION

VT s'engage à soutenir les athlètes prometteurs de Val de Bagnes mais également à collaborer avec eux pour créer du contenu inspirant et développer des actions de promotion en commun. Ces collaborations ont pour but de créer de l'engagement dans nos communautés respectives et optimiser la visibilité de la destination. En 2021 la série *One Day With* avec les ambassadeurs a vu le jour tout comme leur playlist sur Spotify, le tout à retrouver sur les réseaux sociaux ou sur [www.verbier.ch/ambassadeurs](http://www.verbier.ch/ambassadeurs)



Yael Margelisch, championne du monde de parapente



Elisabeth Gerritzen, championne du monde de ski freeride

### AMBASSADEURS DE VERBIER

- ARNAUD GASSER, SKI ALPINISME
- EMILIEN BADOUX, SNOWBOARD FREERIDE
- EMILY VAUDAN, TRAIL RUNNING
- GÉRALDINE FASNACHT, SNOWBOARD FREERIDE ET WINGSUIT
- JÉRÔME CAROLI, VÉLO DE DESCENTE ET SKI FREERIDE
- JUSTIN MURISIER, SKI ALPIN
- LÉO ANDEER, GOLF
- LUDO MAY, VÉLO ENDURO
- LORIS MICHELLOD, VÉLO DE DESCENTE
- LUC RODUIT, SKI ALPIN
- Yael MARGELISCH, PARAPENTE
- XAVIER DE LE RUE, SNOWBOARD FREERIDE

En plus de ces personnes, VT participe activement à la Verbier Freeride Association (VFA) pour soutenir de jeunes riders de la région voulant se lancer dans le ski freeride de compétition. Ils participent soit au Freeride World Tour, soit à ses différentes catégories ou événements destinés à la relève.

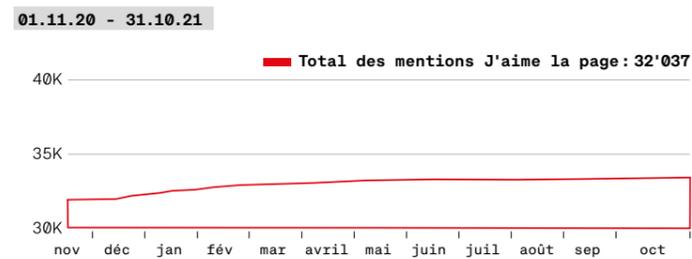
### GRÂCE À CETTE COLLABORATION AVEC TVSA, CE SONT AINSI 14 ATHLÈTES QUI REÇOIVENT UN SOUTIEN

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| ELISABETH GERRITZEN | ADRIAN HILDEBRANDT |
| MAUDE BESSE         | THÉO CHELI         |
| YANN RAUSIS         | XAVIER THIÉBAUD    |
| CARL RENNVAL        | EMMA PIGUET        |
| ZUZANA WITYCH       | VICTOR HALE-WOOD   |
| EVA BATOLLA         | SIMON PERRAUDIN    |
| SYBILLE GRANJEAN    | LOÏC PERRAUDIN     |

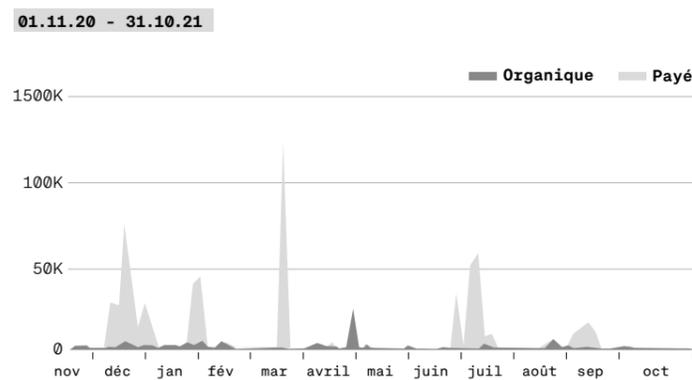
# / RÉSEAUX SOCIAUX

## ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK

Un effort constant est effectué sur les réseaux sociaux afin d'attirer de nouveaux clients et de fidéliser notre communauté avec des formats, des séries et des idées engageantes et qui respirent les valeurs de la destination. Les plateformes principalement utilisées sont Facebook, Instagram et YouTube ainsi que TikTok, le média social en plein essor sur lequel nous avons décidé de mettre davantage d'efforts, avec comme objectif de toucher un public cible plus jeune. D'autres canaux comme Twitter, Spotify ou encore Pinterest sont employés dans le but d'atteindre les clients désirés.



## COUVERTURE TOTALE DES PUBLICATIONS SUR NOTRE PAGE FACEBOOK



## ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

**111'997**

le nombre total de followers sur l'ensemble de nos réseaux sociaux

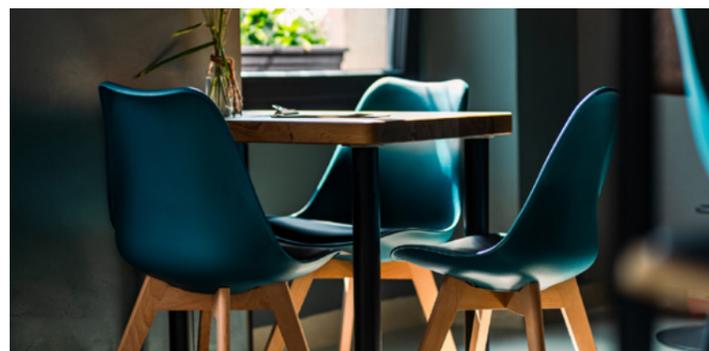
	f	ig	yt	tw	in
Nombre d'abonnés au 31.10.21	33'412	49'171	5'206	5'330	2'110
Évolution du 01.11.20 - 31.10.21	+1'375	+9'298	+3'365	+163	+784

## NEWSLETTER



mailchimp

L'outil utilisé pour la création de nos newsletters est la plateforme Mailchimp. Notre base de données actuelle regroupe plus de **13'907** contacts clients, ce qui représente une augmentation de près de **2'000** contacts en comparaison avec 2020. Cette audience reçoit des newsletters mensuelles résumant l'actualité de la destination et les points forts à venir.



# / VIP PASS+

## / VERBIER INFINITE PLAYGROUND PASS: UN VIP PASS+ RECONDUIT EN 2021

Avec la reconduite d'une édition spéciale VIP Pass+ à l'image de l'édition 2020, la version 2021 fut étoffée pour un deuxième été consécutif afin de faire face à la crise sanitaire touchant particulièrement le secteur du tourisme. Cela fût possible grâce à un soutien extraordinaire de la Commune de Val de Bagnes qui s'est concrétisé par un programme réunissant plus de 120 avantages. En cinq ans, le VIP Pass est devenu l'une des cartes d'hôtes les plus attractives au niveau suisse, aussi bien en termes de nombre et de qualité d'avantages que du point de vue de la hauteur du montant de la TS se situant en milieu de classement national.

Le VIP Pass a fêté ses cinq ans. Avec une validité du 1er juin au 31 octobre et une progression du nombre d'utilisateurs de 10 %, le bilan global de l'édition 2021 fut satisfaisant. La répartition géographique de ses utilisateurs est restée stable: Verbier 63 %, La Tzoumaz 22 %, Val de Bagnes 15 %.

Réalisé grâce au budget communal additionnel lié au COVID-19, des animations et des événements supplémentaires ont permis de dynamiser le VIP Pass+ et de manière générale la saison d'été. Du point de vue des événements, les offres destinées aux bénéficiaires du VIP Pass+ qui peuvent être qualifiées de succès et qui ont permis de toucher les publics cibles de notre stratégie de promotion furent celles proposées en collaboration avec les Verbier E-Bike Week-Ends, le Verbier Festival, le Palp ainsi que le Solaris. Ils ont accueilli quelques 1'000 détenteurs de VIP Pass+.

Une partie des clients habitués, notamment les R2, s'est en revanche plainte du changement de prestations lié aux remontées mécaniques (l'accès au tronçon Ruinettes - La Chauz - Mont-Fort est devenu payant), ce qui a fortement sollicité nos équipes et notre gestion des réclamations. En compensation et afin de promouvoir la mobilité sur l'ensemble du territoire communal, de nouvelles offres furent rajoutées au VIP Pass+ comme la télécabine Le Châble - Bruson, le train RegionAlps Le Châble - Sembrancher et la navette Fionnay - Cabane Brunet.

Pour TVSA, le bilan de l'été fut toutefois satisfaisant, avec une augmentation des premiers passages malgré d'importants chantiers, la mauvaise météo en début de saison et des changements tarifaires.

Le défi sera de taille pour le VIP Pass 2022 qui reviendra à une dimension normale similaire à l'édition 2019, du point de vue du nombre d'offres et du financement.

### UNE IMPLICATION DE TOUS

ADMINISTRATION  
DIRECTION  
INFORMATION  
PROMOTION  
ANIMATIONS  
COORDINATION LOCALE  
TERRAIN



VACANCIERS  
PROPRIÉTAIRES R2  
HABITANTS R1

Plus de 28 partenaires participants ont proposé plus de 120 activités qui furent offertes gratuitement ou à prix réduit, nous les en remercions:

L'OT de La Tzoumaz, TVSA, CarPostal, TMR, les taxis de Val de Bagnes, Regionalps, le Centre sportif, l'École Suisse de Ski, le Golf Club, les Guides de Verbier, le Musée de Bagnes et ses Maisons du patrimoine, la Bibliothèque de Bagnes, le Jardin Alpin de Champex, la Fondation Barry, la Fondation Pierre Gianadda, l'Oenoparc des Celliers de Sion, etc. ainsi que tous les organisateurs d'événements précités et les prestataires d'activités sollicités dans le cadre des animations organisées.



### OÙ TROUVER ?

Toutes les infos actuelles du VIP Pass se retrouvent ici



### Une utilisation simplifiée grâce au QR code

La collaboration avec notre nouveau fournisseur Feratel entamée fin 2020 fut positive grâce à l'expertise de celui-ci dans le domaine des cartes d'hôtes en Suisse et en Autriche. Les QR codes ont permis une simplification d'utilisation pour les détenteurs de VIP Pass+. Le travail au niveau du BAE et des TS fut également simplifié et accompagné de tutoriels pour les quatre différents types d'utilisateur (vacancier, R2, hébergeur et prestataire). Des tests ont été menés auprès de deux hébergeurs afin d'automatiser la saisie des BAE depuis leur propre système et d'éviter la double saisie des données. Ces tests ont été concluants, c'est pourquoi des connexions directes à Feratel ou My Simple Client sont possibles pour les hébergeurs intéressés.

### Des synergies avec l'OT de La Tzoumaz

Chaque année le VIP Pass est réalisé en collaboration avec l'OT de La Tzoumaz qui assure la coordination de ses offres dont l'ensemble de nos hôtes et de nos résidents peut bénéficier en été. Parmi celles-ci figurent notamment la gratuité du téléphérique entre Isérables et Riddes, le tronçon de CarPostal entre La Tzoumaz et Isérables ainsi que des activités et des animations à prix avantageux pour les sportifs, les familles et les amoureux de la nature.

La Tzoumaz compte environ 1'500 R2 qui prennent régulièrement contact avec l'OT afin d'obtenir des informations et des conseils sur les nouveautés et les actualités touristiques locales et régionales, tout comme leurs vacanciers séjournant en hôtel, en appartement et chalet de vacances ou encore en chambres d'hôtes.

« Le rallongement de la période d'ouverture des télécabines de Savoleyres durant l'été 2021 a connu un écho très positif auprès de nos visiteurs et de nos prestataires. Ils ont également fortement salué l'accès à la télécabine de Bruson. Nous souhaitons que de telles offres puissent être pérennisées. »

Mireille Millier-Bourban,  
directrice de l'OT La Tzoumaz

### SATISFACTION DES PARTENAIRES ÉTÉ 2021



TAUX DE SATISFACTION DE LA COLLABORATION AVEC VT



TAUX DE SATISFACTION DE L'OUTIL DE CONTRÔLE DU VIP PASS



TAUX DE SATISFACTION DES CLIENTS VIS-À-VIS DU VIP PASS



Le VIP Pass est source d'une satisfaction importante

45'000

utilisateurs

+ 10%

d'augmentation du nombre d'utilisateurs

≥ 10'000

VIP Pass R2  
soit env. 22% des utilisateurs, stable par rapport à 2020

# / COORDINATION LOCALE

/ projets et collaborations phares / gestion des événements / nos associations faitières /



Le travail de coordination locale a démontré tout son sens en 2021, permettant de renforcer les collaborations avec les partenaires locaux dans un contexte très dynamique et exigeant pour les raisons sanitaires et économiques. Il était primordial de soigner ces liens internes pour notre destination d'envergure, et pour ses acteurs touristiques vivant du marché régional, national et international. VT désire rester à l'écoute de ses entreprises qui contribuent à la TPT et développer des collaborations visant une qualité de prestations élevée et régulière pour nos clients et nos résidents.

## 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

- Gestion des demandes et rencontres de partenaires locaux
- Coordination des partenaires participants au VIP Pass
- Coordination de projets et de collaborations phares
- Coordination d'événements phares
- Développement d'une politique de soutien aux partenaires locaux assujettis à la TPT
- Coordination avec les associations faitières et les services communaux
- Newsletters partenaires hebdomadaires destinées aux acteurs touristiques locaux
- Sondages thématiques
- Gestion des réclamations



## OÙ S'ANNONCER ?

Les partenaires locaux peuvent s'inscrire à la newsletter partenaires via notre adresse [partenaires@verbier tourisme.ch](mailto:partenaires@verbier tourisme.ch).

**66**

newsletters partenaires

**13**

sondages partenaires thématiques

**1'200**

partenaires TPT

# / PROJETS ET COLLABORATIONS PHARES

## PROJET DE DÉVELOPPEMENT HAUT VAL DE BAGNES

Notre projet-pilote phare de l'été fut la mise sur pied d'un service de bus navette entre Fionnay et la Cabane Brunet testé du 15 juillet au 15 août, 7/7j. Grâce au soutien de la SDVDB et de la collaboration de TMR et des sociétés de taxis de la vallée, ce sont plus de 700 amoureux de la montagne qui ont bénéficié de ce nouveau service de mobilité en commun, avec une gratuité accordée aux détenteurs du VIP Pass+. Ce projet-pilote s'inscrit dans la réflexion globale de la Commune de Val de Bagnes qui désire le pérenniser.

D'autre part, en vue d'étoffer l'information touristique sur le Haut Val de Bagnes, notamment dans le domaine de la protection des espaces naturels, une carte touristique et un portail internet [verbier.ch/hautvaldebagnes](http://verbier.ch/hautvaldebagnes) furent développés. La promotion et la sensibilisation de son patrimoine naturel et culturel répondent à un besoin de longue date souhaité par la SDVDB et les pouvoirs publics.



**63%**

de la superficie de la nouvelle Commune de Val de Bagnes est couverte par les surfaces protégées du Haut Val de Bagnes

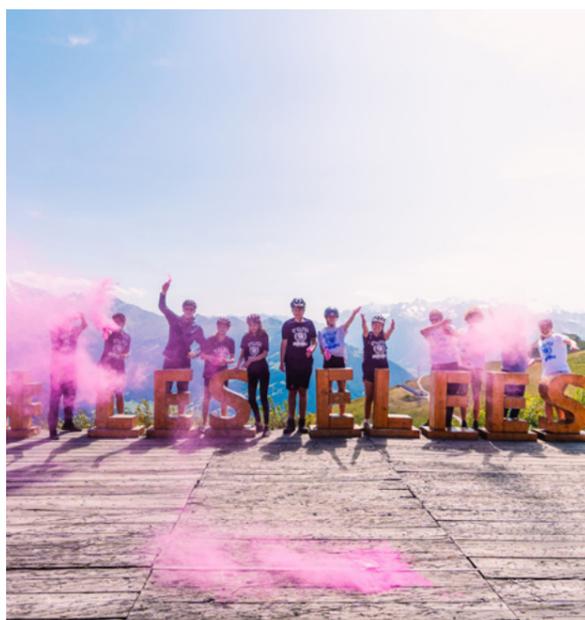
## PROJET PILOTE AVEC LES ELFES INTERNATIONAL

La désignation des Elfes parmi les trois finalistes nominés au Prix Sommet UBS valorisant le dynamisme, l'innovation, la créativité et la durabilité d'entreprises valaisannes fut l'occasion de renforcer la collaboration avec Les Elfes International dans le cadre d'un projet-pilote mené du 6 juillet au 15 septembre. L'objectif de celui-ci fut de développer le potentiel de l'e-bike pour les adolescents dès 16 ans à travers des camps et des courses d'orientation. Les expériences menées ont permis de tester des synergies avec le nouveau Bureau des guides VTT de Verbier, le Verbier E-Bike Festival, Backside, Ski Service et Rad Biking et furent couronnées d'une belle visibilité pour la destination dans le Nouvelliste et sur Canal9.

Nos compliments vont à toute l'équipe des Elfes International pour leur savoir-faire dans l'organisation de camps.

**4'000**

enfants du monde entier accueillis chaque année dans le cadre des camps des Elfes International à Verbier et à La Tzoumaz, dont 1'000 en 2021



**70**

adolescents encadrés par des guides VTT lors du projet pilote

**20'000**

nuitées annuelles sont générées par Les Elfes International en temps normal (10 mois sur 12, chiffres 2018/19)

## COLLABORATION AVEC LE FC BAGNES

Pour une destination sportive comme la nôtre, dont les yeux sont depuis quelques années tournés vers le Royaume-Uni en raison d'un partenariat avec le Liverpool FC, il importait à VT de collaborer également avec le club de football local. La collaboration avec le FC Bagnes est un signal fort en faveur du sport et de la jeunesse qui permet une visibilité de la marque Verbier Pure Energy au bord du stade et sur les équipements de tous les joueuses et joueurs.

Pour la première fois, la Liverpool FC International Academy Europe destiné aux juniors âgés de 6 à 14 ans a fait escale au Châble du 26 au 28 juillet. Intitulé *Learn to play the Liverpool way in Le Châble*, ce camp leur a permis de perfectionner leurs compétences techniques, tactiques, physiques et sociales.

**75**

juniors accueillis à l'Académie du Liverpool FC

**295**

joueuses et joueurs actifs au FC Bagnes



## COLLABORATION AVEC GUIDOS

Avec la grandeur et la diversité de notre terrain de jeu pour les adeptes du vélo, toutes disciplines confondues, notre collaboration avec la start-up valaisanne Guidos spécialisée dans ce domaine fut très positive. Elle nous a permis de proposer une fonctionnalité de guide virtuel disponible en ligne qui aide les usagers à choisir leur prochain itinéraire en fonction de leur profil et de leurs préférences. Cette collaboration repose sur le principe d'une utilisation de contenus existants et pouvant, à moyen et long terme être mis à disposition des partenaires locaux intéressés à les intégrer sur leurs propres supports d'information via un QR code.



### OÙ TROUVER ?

Nos itinéraires avec Guidos se retrouvent ici



**47**

itinéraires VTT, e-bike et vélos de route géolocalisables avec Guidos

**8**

profils de recherche personnalisables



## PROJET INTERREG SKIALP

Les Guides de Verbier, VT et 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. Après la création d'un site Internet et d'une application en 2020, le groupe de travail a réalisé un dépliant promotionnel en 2021 contenant une sélection d'itinéraires pour chaque région, la carte du territoire ainsi que de brèves explications sur le projet et sur la pratique du ski de randonnée. Le projet devrait être finalisé pour juin 2022.



**3**

régions

**2**

pays

**45**

itinéraires dont 3 étapes italo-suisse de la Haute Route

## COLLABORATION AVEC SUMMIT FOUNDATION

Une nouvelle collaboration avec l'organisation suisse Summit Foundation et la Commune de Val de Bagnes à travers son service des travaux publics et de l'environnement nous a permis d'organiser une journée de ramassage de déchets le 13 juin intitulée Clean up Tour. Cette démarche connaît de plus en plus de succès auprès d'une trentaine de destinations en Suisse et nous a permis de nettoyer les environs de Verbier de divers déchets à l'approche de la saison estivale. Aux côtés de nos partenaires locaux et de nos visiteurs sensibles à la préservation de l'environnement, l'accueil réservé à cette initiative fut très positif. Les participants inscrits ont été spontanément remerciés et félicités pour leurs efforts par les promeneurs et les résidents croisés en chemin.



**76**

kg de déchets ramassés

**27**

participants accueillis lors de notre 1<sup>ère</sup> journée de ramassage de déchets

## ENTRETIEN TOURISTIQUE EXTÉRIEUR

Un nombre important de travaux de montage, de démontage et d'entretien est coordonné avec notre commune. Ces efforts sont incontournables pour le bon fonctionnement de notre destination. L'équipe terrain de VT assure notamment l'organisation des feux d'artifice du 1er Août, l'installation des enseignes en bois #VERBIER ainsi que de la patinoire du Parc de loisirs, l'entretien du parcours vita et des places de pique-nique, l'entretien et le balisage des chemins pédestres aux alentours de la station, la gestion des décorations de Noël ainsi que de nombreuses contributions aux événements majeurs.

**60**

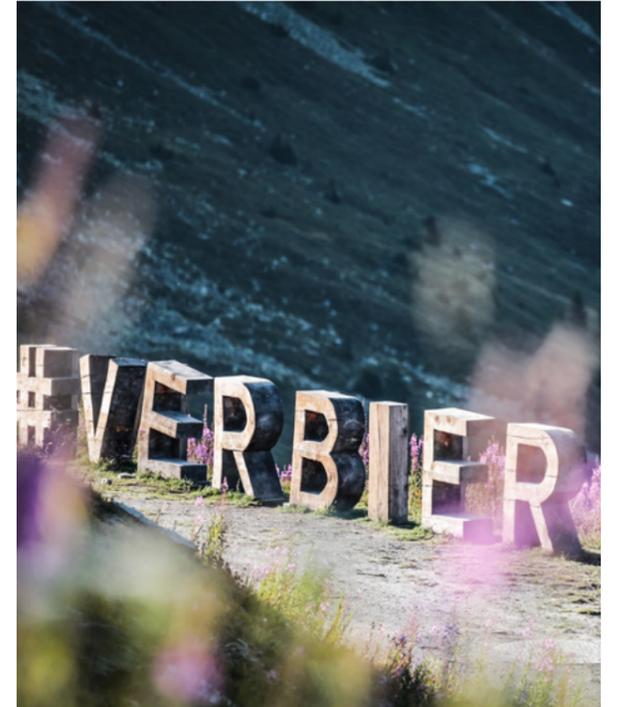
illuminations de Noël gérées en collaboration avec la Commune de Val de Bagnes et Altis

**80**

bancs publics installés chaque été

**> 100**

livraisons de brochures auprès des partenaires locaux



### CLUB DE COM AWARDS

LA NOUVELLE LIGNE GRAPHIQUE DE NOTRE RAPPORT DE GESTION 2020 ÉLABORÉ L'AN PASSÉ EN COLLABORATION AVEC L'ATELIER GRAND PARTENAIRES FUT COURONNÉ PAR LE PRIX CLUB DE COM AWARDS 2021 DANS LA CATÉGORIE DESIGN ÉDITORIAL.

## / COMMUNICATION COVID-19

Cette année encore nous avons dû prévoir une communication spécifique à la situation sanitaire. Nous avons gardé le modèle d'une communication à deux volets avec une information interne et externe qui a fait ses preuves en 2020.

### Information interne destinée à la destination :

- Organisation de séances d'information spécifiques
- Envoi de newsletters hebdomadaires ciblées

### Information externe destinée à nos visiteurs :

- Mise en place et alimentation d'un portail dédié aux informations relatives à la situation sanitaire
- Engagements de la destination, conseils aux visiteurs et charte Clean & Safe pour les partenaires locaux
- FAQ en trois volets pour visiteurs, partenaires et saisonniers
- Mise en avant des liens utiles

- Création et adaptation régulière d'un pop-up sur la page d'accueil du site internet
- Informations ciblées selon les domaines d'activités impactés
- Intégration de visuels adéquats dans les documents d'informations, ex. Pocket Guide
- Adaptation de la communication sur les réseaux sociaux
- Journalistes et médias : accueils, activités et communiqués de presse adaptés à la situation sanitaire
- Réalisation d'un livret d'informations pour les visiteurs durant la haute saison hivernale

# /GESTION DES ÉVÉNEMENTS

Depuis le début de l'année 2021, VT mène de front, en collaboration avec le dicastère culture, tourisme et sport de la Commune de Val de Bagnes, la formalisation de la gestion événementielle. Ce travail, toujours en cours, relève à part entière du programme de législature 2021/24.

Ainsi, en 2021, il s'est d'abord agi de réviser les directives de la commission événements, commission communale ayant pour rôle d'assurer la gestion des soutiens accordés aux événements touristiques et dont VT assure le bureau.

Ensuite, la mise en place du projet, la clarification des rôles internes ainsi que la rédaction de nombreuses procédures et autres documents organisationnels ont occupé les équipes une majeure partie de l'année 2021. Cette activité de fond permettra de déboucher, d'ici la fin de l'année 2022, sur la mise en place d'un outil digital d'évaluation des événements ainsi que sur l'édition d'une politique événementielle valable pour l'ensemble du territoire communal.

En parallèle de ce travail administratif, l'accompagnement de nos organisateurs dans la promotion de leurs événements, ainsi que dans leur organisation, a continué tout au long de l'année. Le contexte sanitaire a nécessité une coordination et une collaboration étroite entre tous, et des opportunités de cross-marketing se sont vues réalisées, à l'image de l'accueil du Global Cycling Network dans le cadre du Tour des Stations.

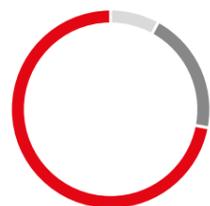
## 3'315'000

montant total de soutien en CHF alloué aux événements en 2021

## 20

événements soutenus en 2021, nombre légèrement inférieur aux années précédentes dû au COVID-19, dont 5 en hiver et 15 en été

### 3 CATÉGORIES D'ÉVÉNEMENTS SOUTENUS



gastronomie et terroir	2
art et musique	6
sport	12



# / PAROLE À NOS ASSOCIATIONS FAÎTIÈRES

## AGIV

Association des gérants et agents immobiliers de Verbier

- Fondée en 1968
- 14 agences membres

**« Les 14 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 nouvelle année très particulière. »**

Jürgen Taudien,  
président de l'AGIV

## SCAV

Société des commerçants et artisans de Verbier

- Fondée en 1968
- 330 membres

**« La Société des Commerçants et Artisans de Verbier regroupe diverses sociétés faîtières (magasins de sports, agences immobilières, taxis, artisans et entrepreneurs, alimentaires, pharmacies, boutiques, etc.) afin de défendre leurs intérêts auprès des autorités communales et touristiques. »**

François Roux,  
président de la SCAV

## AESSBGV

Association des écoles de ski, de snowboard et des bureaux des guides de Verbier

- Fondée en 2017
- Environ 600 moniteurs et guides de montagnes

**« Rien de tel qu'une synergie forte entre Verbier Tourisme et ses associations faîtières pour faire évoluer une destination. »**

Luca Voisin  
président de l'AESSBGV

## APCAV

Association des propriétaires de chalets et d'appartements de Verbier Val de Bagnes

- Fondée en 1968
- 800 familles membres environ

**« L'association a pour but de représenter et défendre les intérêts des propriétaires. Elle est en contact avec les autorités locales afin de contribuer à un développement harmonieux de la station et de la région. »**

Brigitte Borel  
président de l'APCAV

## SHCR

Société des hôteliers, cafetiers et restaurateurs de Verbier Val de Bagnes

- Fondée dans les années 60
- Une centaine de membres

**« Notre association et nos membres s'engagent avec passion à contribuer à la qualité d'accueil et au bon renom de notre branche en collaboration avec GastroValais et HôtellerieSuisse. Nous remercions d'ailleurs nos hôtes qui ont repris goût aux restaurants après la période difficile vécue l'année passée. »**

Thierry Corthay  
président de la SHCR  
et  
Sylvie Carlucci,  
vice-présidente et représentante de l'hôtellerie

## ASSOCIATION DES TAXIS DE VERBIER

- Fondée dans les années 70
- 13 membres

**« Nous regroupons une majorité des concessionnaires de la Commune de Val de Bagnes et nous nous engageons quotidiennement pour offrir un service-client optimal comme le transport dans la station et dans toute la Suisse, les transferts aéroport et TGV, le transport de bagages seuls vers les gares, aéroports ou cabanes de montagne ainsi qu'en cas de litiges de bagages. »**

Gréty Vogel  
présidente de l'ASSOCIATION DES TAXIS DE VERBIER

## SDVDB

Société de développement de Val de Bagnes

- SD Haut Val de Bagnes fondée en 1960
- SD Le Châble Bruson fondée en 1961
- Fusionnées en 2010 en SD Val de Bagnes
- 112 membres

**« Notre mission principale est l'accueil touristique 4 saisons et la mise en valeur du magnifique territoire du Val de Bagnes en collaboration avec Verbier Tourisme, la Commune de Val de Bagnes ainsi que toutes les associations locales. »**

Bertrand Goltz  
président de la SDVDB

# NOUS SOMMES VERBIER TOURISME

créatifs



professionnels



accueillants



positifs



passionnés



persévérants



consciencieux



impliqués



ambitieux



dynamiques



## REMERCIEMENTS

NOUS TENONS À REMERCIER CHALEUREUSEMENT POUR LEUR PRÉCIEUX SOUTIEN : NOS 1'200 ENTREPRISES ET PRESTATAIRES QUI S'ACQUITTENT DE LA TAXE DE PROMOTION TOURISTIQUE COMMUNALE DEVENANT DE CE FAIT MEMBRES 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 · ASSOCIATION DES GÉRANTS ET AGENTS IMMOBILIERS DE VERBIER · ASSOCIATION DES PROPRIÉTAIRES DE CHALETS ET D'APPARTEMENTS DE VERBIER VAL DE BAGNES · ASSOCIATION DES TAXIS DE VERBIER · SOCIÉTÉ DES COMMERÇANTS ET ARTISANS DE VERBIER · SD DE VAL DE BAGNES · SOCIÉTÉ DES HÔTELIERS, CAFETIERS ET RESTAURATEURS DE VERBIER VAL DE BAGNES · NOS 6 ACTIONNAIRES DE VP : COMMUNE DE RIDDES · COMMUNE DE SEMBRANCHER · COMMUNE DE VAL DE BAGNES · SD DE VAL DE BAGNES · SD DE VERBIER · TÉLÉVERBIER · AINSI QUE PROMOTION SANTÉ VALAIS · OCVS



## / GLOSSAIRE

### **AESSBGV**

Association des écoles de ski et de snowboard et bureaux des guides de Verbier

### **AG**

Assemblée générale

### **AGIV**

Association des gérants et agents immobiliers de Verbier

### **APCAV**

Association des propriétaires de chalets et appartements de Verbier Val de Bagnes

### **B2B**

Ensemble de relations unissant entreprises et professionnels

### **B2C**

Ensemble de relations unissant entreprises et consommateurs

### **BAE**

Bulletin d'arrivée électronique

### **BTM**

Salon professionnel du tourisme au Brésil (Brazilian Travel Mart)

### **c/c**

Compte courant

### **CEO**

Directeur général (Chief executive officer)

### **CHF**

Francs suisses

### **EUR**

Euros

### **Ex.**

Exemplaires

### **F12**

Format d'affichage 268.5 x 128 cm

### **FAQ**

Questions fréquentes (frequently asked questions)

### **GCC**

Pays du Golfe persique (Gulf cooperation council)

### **HVB**

Haut Val de Bagnes

### **IMM**

Rencontre internationale de médias (International media meeting)

### **K**

Abréviation signifiant mille

### **MICE**

Tourisme d'affaires (meetings, incentives, congress, events)

### **NZZ**

Journal quotidien zurichois (Neue Zürcher Zeitung)

### **OT**

Office du tourisme

### **PV**

Procès-verbal

### **R2**

Propriétaire de résidence secondaire

### **RM**

Remontées mécaniques

### **RP**

Relations publiques

### **SA**

Société anonyme

### **SCAV**

Société des commerçants et artisans de Verbier

### **SD**

Société de développement

### **SDV**

Société de développement de Verbier

### **SDVDB**

Société de développement de Val de Bagnes

### **SHCR**

Société des hôteliers, cafetiers et restaurateurs de Verbier Val de Bagnes

### **SEA**

Asie du Sud Est (South East Asia)

### **SIT**

Système d'information touristique

### **ST**

Suisse Tourisme

### **STE**

Expérience de familiarisation organisée par Suisse Tourisme (Switzerland Travel Experience)

### **TMR**

Transports Martigny Région

### **TO**

Tour opérateur

### **TPT**

Taxe de promotion touristique

### **TS**

Taxe de séjour

### **TVSA**

Téléverbier SA

### **TZ**

La Tzoumaz

### **UK**

Royaume Uni (United Kingdom)

### **VFA**

Verbier Freeride Association

### **VIP Pass**

Carte d'hôtes intitulée Verbier terrain de jeu infini (Verbier Infinite Playground Pass)

### **VP**

Verbier Promotion

### **vs**

versus

### **VT**

Verbier Tourisme

### **VWP**

Valais Wallis Promotion

