



/RAPPORT DE GESTION

2022



/INDEX

04	MOT DES PRÉSIDENTS
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	ORGANISATION ET PERSPECTIVES
14	VERBIER TOURISME, UNE MISE EN COMMUN DES FORCES
18	PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER
19	PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER PROMOTION
20	ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME
22	RAPPORT DES STATISTIQUES 2021/22
28	RAPPORT D'ACTIVITÉ
29	INFORMATION ET ACCUEIL
34	ANIMATIONS
38	PROMOTION
54	VIP PASS
56	COORDINATION LOCALE
64	PAROLE À NOS ASSOCIATIONS FAÏTIÈRES
66	NOUS SOMMES VERBIER TOURISME
68	REMERCIEMENTS
71	GLOSSAIRE

IMPRESSUM
Rédaction: Verbier Tourisme
Graphisme: Grand Partenaires
Photographies: Verbier Tourisme / Raphaël Surmont,
Melody Sky, Golf Club de Verbier / François Perraudin /
Sebastien Albert, Nikita Thévoz / Polaris, Etienne
Bornet, Cordée des Alpes, Boss des Bosses
Impression à Verbier: Publibagnes, mars 2023
Tirage: 150 ex.
Disponible en version numérique

/MOT DES PRÉSIDENTS



/MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER

L'exercice touristique 2021/22 peut être considéré comme hors normes. Hors normes quant aux événements qui ont impacté la vie d'un bon nombre de personnes : l'épée de Damoclès du COVID-19, l'incertitude quant à la venue de nos hôtes, la guerre entre la Russie et l'Ukraine qui a débuté le 24 février 2022.

L'hiver 2021/22 sera à coup sûr un exercice de référence. Il n'y a pas eu de creux. La fréquentation a été soutenue durant toute la saison. On avait le sentiment que les gens voulaient profiter de leur « liberté » retrouvée, et ne rechignaient pas à la dépense. Notre destination avec ces nombreux hôtes étrangers en a profité. Même si les chutes de neige ont été restreintes, les conditions pour skier ont été bonnes durant tout l'hiver et le soleil s'est montré très généreux. Une grande nouveauté qui a fortement amélioré le confort de nos skieurs a été le renouvellement de la ligne Verbier – Les Ruinettes avec la *Barnes Line* et ses cabines à 10 places. Bravo et merci à Télèverbier d'avoir réalisé cette télécabine dans un laps de temps écourté. La Patrouille des Glaciers a clôturé la saison hivernale. Celle-ci a eu lieu trop tardivement à fin avril. Les conditions d'enneigement n'étaient pas optimales et nous devons faire tout notre possible pour avancer la PDG autour du 20 avril afin d'avoir une station accueillante et totalement ouverte.

L'été 2022 a bénéficié d'une météo très favorable et on a même manqué de précipitations. Comme à l'accoutumée, de nombreuses manifestations ont eu lieu durant l'été. Le Trail Verbier St-Bernard by UTMB (nouveauté), le Verbier Festival, le concours hippique, le Verbier E-Bike Festival, le Tour des stations, les activités du Palp, Electroclette – Rocklette, la Spartan Race, Bagnes Capitale de la raclette avec pour la première fois les *Swiss Cheese Awards*. On déplore l'arrêt du concours hippique après cette dernière édition. La fréquentation de la station est fortement liée aux diverses manifestations. Je réitère mes remerciements aux différents organisateurs. En hiver, nous avons également des manifestations de qualité avec le Polaris et l'Xtreme.

Il y a eu également pour la première fois des événements

liés au monde économique, comme par exemple le TEDX Festival, et la Remote Week. Verbier a également accueilli le Gala de Valais Network qui regroupe de nombreux entrepreneurs du Valais et de Suisse Romande.

L'évolution des nuitées pour l'exercice 2021/22 a été réjouissante avec une augmentation de + 11,4 % de nuitées par rapport à l'exercice précédent mais surtout une amélioration de 3 % par rapport aux nuitées de l'exercice 2019 qui était un très bon exercice avant le COVID-19. Je rappelle l'importance des résidences secondaires qui représentent plus de 65 % des taxes de séjour. Notons également que le montant déduit des taxes de séjour des propriétaires a atteint le chiffre record de CHF 600'000.-. Cela est réjouissant car ça signifie que les propriétaires louent plus souvent leur bien.

Les Suisses représentent 28 % des nuitées parahôtelières et hôtelières, suivi du Royaume-Uni à 25 %. La fréquentation des Anglais est supérieure à 2018 et 2019 de + 15 % même avec une monnaie qui s'est beaucoup affaiblie. Même constat avec la clientèle de Scandinavie et du Benelux.

Le succès du VIP Pass ne se dément pas avec plus de 48'497 VIP Pass utilisés durant l'été 2022.

Verbier meets Geneva, en mai 2022 Verbier a lancé la campagne estivale au cœur de Genève, et un partenariat a été signé avec la Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève CCIG par l'intermédiaire de Valais Network. La CCIG regroupe plus de 2'500 entreprises membres. Nos amis domiciliés sur la Riviera font partie de nos plus fidèles clients. La campagne *This is Verbier, destination of contrasts* a été dévoilée à cette occasion.

L'agritourisme est également important pour Verbier et la Commune de Val de Bagnes. N'oublions pas que quatre alpages se situent sur le territoire de Verbier. Nos hôtes sont à la recherche d'authenticité. Preuve en est le succès des animations organisées par Verbier Tourisme aux alpages de Sery et du Tronc. N'oublions pas que Bagnes est la capitale de la raclette et qu'avec Eddy Baillifard, on a un ambassadeur d'exception.



L'un des objectifs de Verbier Tourisme est d'avoir une station ouverte et fréquentée plus de 9 à 10 mois par année. Pour atteindre ce but, nous essayons d'organiser des événements durant les périodes creuses, notamment au début de l'été et en fin de saison estivale, par contre nous avons besoin de la participation de tous les partenaires pour atteindre ce but.

La reprise des travaux du centre sportif au printemps 2023 sera un point très positif. La deuxième étape de la reconstruction, qualifiée d'étape « eau », comblera un manque qui se fait fortement sentir. Il y aura plusieurs bassins, un espace wellness, un fitness, un restaurant. On peut espérer que cela soit terminé en 2026.

Dans mon précédent rapport, je mentionnais la création de Verbier Tourisme SA et sa gouvernance qui serait finalisée en 2022. Cela devrait être le cas en mai 2023. La SDV occupera un rôle clé, elle pilotera le tourisme de notre station. Il est primordial que les entités présentes au sein du comité de la SDV, qui représentent tous les acteurs touristiques, dessinent le tourisme de demain.

Le master plan, qui doit nous permettre d'avoir une stratégie, une vision à long terme pour nos activités touristiques en incluant les infrastructures, avance bien. De nombreux interviews, ateliers et sondages ont été menés auprès des R1, R2, partenaires et touristes. Nous espérons pouvoir vous le présenter lors de notre prochaine assemblée générale en 2024.

Pour la seconde fois consécutive Verbier a été désigné comme *World's Best Ski Resort*, cela n'aurait pas été possible sans une stratégie établie et mise en œuvre par Verbier Tourisme et en particulier par le département promotion, notre forte présence dans les réseaux sociaux et le soutien de tous nos partenaires. Ce prix n'est pas à minimiser car il offre à notre destination une visibilité importante. Bravo à tous les lauréats.

De nombreux défis nous attendent, le changement climatique, la nécessité de s'orienter vers un tourisme durable en tenant compte des changements de comportements de nos hôtes liés à la pandémie, l'intensification du télétravail, la priorité donnée à la qualité de vie, le choix du domicile. Verbier est bien positionnée pour y répondre de façon positive. Nos hôtes, nos propriétaires de résidence secondaires qui sont nos meilleurs ambassadeurs, ont démontré leur fidélité et leur attachement à notre région, nous les en remercions vivement. Pour répondre à ces attentes, nous comptons sur l'engagement de tous nos partenaires.

Au moment d'écrire ces lignes, la saison d'hiver 2023 bat son plein, la plupart des partenaires touristiques que j'ai rencontré sont positifs même si certains notent une fréquentation un peu en retrait. Il se peut que le renforcement du Franc suisse contre l'Euro et la Livre Sterling a eu un impact. La fin de la saison dépendra également des chutes de neige.

A noter que les Championnats suisses de ski alpin se dérouleront à Bruson et Verbier du 25 mars au 31 mars. Le 19 mai, le Giro d'Italia passera par Verbier. Cet événement sportif est suivi par plusieurs centaines de télévisions dans le monde entier. Merci aux partenaires qui ont déjà confirmé qu'ils seraient ouverts.

Le Verbier Festival fêtera son 30^e anniversaire, le programme concocté à cet effet est très alléchant. Je ne peux que vous recommander de réserver vos places rapidement.

Je tiens à remercier tous les collaborateurs de Verbier Tourisme et le directeur Simon Wiget pour la qualité de leur travail et leur engagement. Merci à mes collègues du comité de la SDV pour leur soutien, merci à vous chers partenaires qui faites vivre notre destination, merci à la Société de développement de Val de Bagnes, à TélEVERBIER et à la Commune de Val de Bagnes pour leur étroite et constructive collaboration tout au long de l'année. Je vous souhaite à toutes et à tous plein succès dans vos activités.



Florian Michellod

Président de la Société
de développement de Verbier

**«Nos hôtes, nos propriétaires de
résidence secondaires qui sont
nos meilleurs ambassadeurs, ont
démontré leur fidélité et leur
attachement à notre région, nous
les en remercions vivement.»**

/MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER PROMOTION

This was Verbier. Depuis des décennies, notre station touristique a développé une marque forte et reconnue loin à la ronde. Elle s'est positionnée, au fil du temps, comme une référence touristique dans les sports d'hiver, le free-ride et la vie nocturne. Sans se disperser, les acteurs touristiques, Téléverbier SA en tête, ont sans cesse réinvesti dans des catégories de produits touristiques relativement homogènes. Par son caractère et sa volonté, la Société de développement de Verbier a façonné le chemin du succès. Accueil, événements ou activités en tout genre, nos pré-décesseurs ont posé des bases très solides.

This is Verbier. Le travail bien accompli porte toujours ses fruits. En y croyant et en œuvrant sans relâche, les acteurs qui font le tourisme, accompagnés par la commune, permettent de maintenir le cap. La concurrence mondiale est féroce mais les chiffres parlent en notre faveur. Les retombées générées en grande partie par l'attractivité de Verbier sont réjouissantes. Elles contribuent à améliorer nos infrastructures, nos offres et nos conditions de vie. Avec des recettes fiscales et des transactions immobilières qui atteignent des sommets, nous récoltons aujourd'hui les résultats des efforts consentis qui impactent l'ensemble de la commune, de ses citoyens et entreprises. Verbier rayonne dans le monde et Verbier irradie notre commune.

This will be Verbier - Val de Bagnes. Certes, Verbier a su évoluer avec son temps mais doit continuer sans cesse de s'adapter et de préparer l'avenir. *L'Institut de l'avenir*, basé à Vienne et repris par *digitourism.ch*, nous rend attentif aux trois grandes tendances qui influenceront le futur du tourisme. Il convient de prendre le bon wagon et de se renouveler, voire de se repenser, selon les mutations à venir.

Parlons d'abord de l'hyperconnectivité : le digital est au cœur du débat. Il nous faut de l'expertise pour guider la commune et les acteurs dans cette voie que nous ne saurions ignorer. Avant, pendant et après le séjour, la numérisation accompagne notre clientèle, des moyens de paiement et de réservations, aux photos partagées sur les réseaux sociaux en passant par les avis et les recommandations en ligne. La frontière de plus en plus étroite entre vie privée et vie professionnelle démontre également l'importance,

pour les futures générations de concilier tourisme et job. Le nomadisme numérique est à la mode et nos actions 2022 dans ce sens sont à consolider.

L'autre mutation qui n'a rien d'artificiel concerne nos montagnes et notre environnement. Ceux-ci nous offrent ce que de plus en plus de clients désirent : du calme, de la beauté à l'état naturel, des saveurs et des produits authentiques. Dans ce cadre-là, le Haut Val de Bagnes, la région du Levron et de Chemin-Dessus ont une magnifique carte à jouer pour séduire les randonneurs ou les bikers en manque de contemplation. La rénovation de l'OT de Fionnay, l'augmentation des trajets en bus navettes jusqu'à la Cabane Brunet ou encore la réfection de la Cabane de Chanrion sont autant d'exemples concrets à mettre en avant.

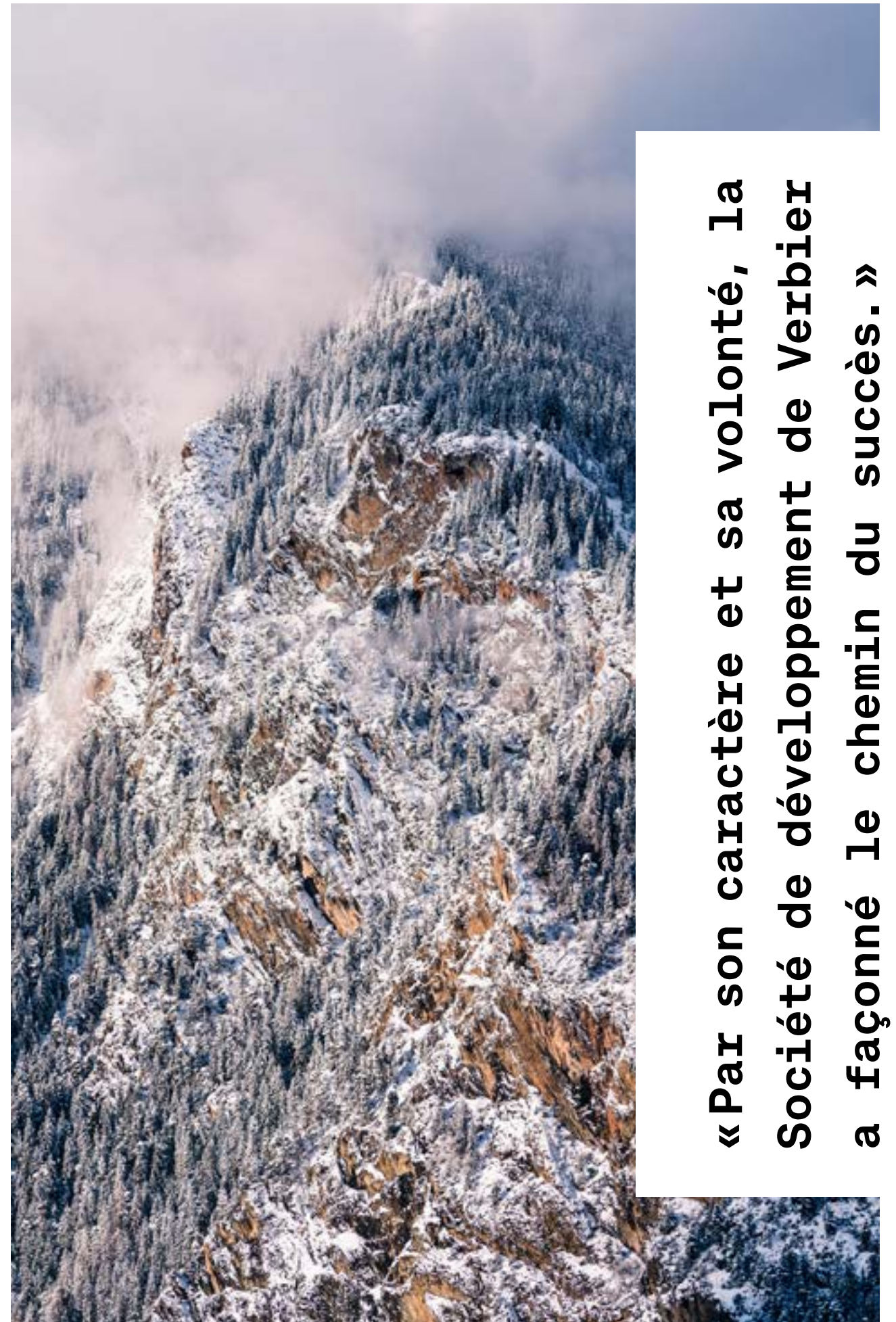
Aussi, incorporons du lien social entre connectivité et traditions. Les visiteurs qui nous font le plaisir de leur venue veulent des rencontres, du sens et des contacts humains. La population locale, les saisonniers, les entrepreneurs et leurs personnels, les SD, chacun doit intégrer cette vision du partage et de la transmission. Le master plan tourisme qui a rassemblé un très large panel d'interlocuteurs démontre aussi qu'il est essentiel d'intégrer tous les avis pour repenser le tourisme dans notre commune.

Enfin, parce que derrière toutes ces actions, il y a des hommes et des femmes, je remercie le directeur de VT, Simon Wiget, ainsi que toute son équipe pour le travail effectué cette année. Bravo et continuons.



Christophe Maret
Président de Verbier Promotion

« Par son caractère et sa volonté, la Société de développement de Verbier a façonné le chemin du succès. »



/ MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME

Transition et consolidation, ces deux qualificatifs résument beaucoup d'éléments qui ont marqué Verbier Tourisme et la destination lors d'un exercice 2021/22 dont les débuts furent encore placés sous le sceau du COVID-19.

A l'orée de l'hiver 2021-22, de nombreuses questions subsistaient sur les restrictions auxquelles la population et les professionnels du tourisme allaient être soumis. Cependant, l'expérience acquise et des facultés d'adaptation remarquables des acteurs du tourisme permettaient d'entrevoir une saison « gérable », malgré les mesures encore en place. Une météo favorable, un enneigement correct bien que plutôt faible et surtout un besoin d'espace, de liberté et de sports d'hiver renforcé dans la population ont finalement constitué des ingrédients favorables et la fréquentation a battu des records.

L'été fut synonyme d'arrêt des mesures et de normalité quasi-retrouvée dans le domaine touristique, permettant aux acteurs de la branche, ainsi qu'aux hôtes et visiteurs, de profiter d'une certaine légèreté qui avait manqué à tous. Ce retour allait-il être « à la normale » ou les années de pandémie avaient-elles modifié les habitudes de consom-

mation dans les domaines du tourisme et des loisirs ? Un peu des deux. Certaines tendances se sont vues renforcées, à l'image du besoin d'espace et du travail à distance, nous permettant de ressortir plus attractifs de cette crise. D'autres sont revenues, telles les vacances exotiques et les croisières, nous rappelant que nos concurrents ont aussi activement œuvré pour retrouver leur affluence après ces années difficiles.

L'arrêt des mesures et des restrictions ont constitué un bol d'air précieux pour nos équipes, nous permettant de nous projeter et d'affecter enfin toutes nos ressources à nos missions de base, VT ayant été très fortement sollicité et impliqué dans la gestion des problématiques liées au COVID-19 durant plus de deux ans. Même si les projets à moyen et long terme n'ont pas été abandonnés durant cette période, ils étaient souvent relégués au second plan, les urgences liées à la pandémie étant prioritaires.

Si les problématiques liées au COVID-19 ont péjoré notre efficacité, à l'instar de la majeure partie des acteurs économiques, elles nous ont permis d'éprouver et de consolider notre organisation interne passablement modifiée avec

la restructuration engagée début 2020. Une crise révèle les forces et les faiblesses et si tout ne fut pas parfait, les équipes de VT ont démontré des facultés d'adaptation, une efficacité et une implication remarquables. Agilité, compétences et engagement, autant de facteurs clés de succès dans notre métier que nos collaboratrices et collaborateurs ont démontré avoir durant ces années difficiles. Je les en remercie chaleureusement et je les félicite, car les challenges furent nombreux et complexes, avec un rythme soutenu.

La pandémie a indéniablement laissé des stigmates et les difficultés à retrouver du personnel en est l'une des illustrations les plus marquantes. Cependant, elle a aussi permis de consolider les liens entre les acteurs touristiques et elle a démontré que malgré des critiques régulières, notre modèle de destination fortement liée aux résidences secondaires possède de nombreux atouts. L'augmentation marquée de la présence de propriétaires et de leurs familles, amis ou locataires, ainsi que le rôle d'ambassadeurs de la destination souvent joué par ces premiers, nous ont permis de renforcer notre attractivité et ont contribué de manière

importante au succès de la destination. Terrain de jeu infini par excellence, la destination Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz propose nombre d'expériences et de prestations aussi diversifiées que les prestataires qui les initient, les développent, les opèrent et les font progresser au gré de l'évolution des tendances et du contexte. Ainsi, notre panel d'offres touristiques et sa grande qualité, ajoutés à une clientèle diversifiée tant par sa provenance que par sa typologie, nous ont permis de traverser ces années difficiles de la meilleure manière et d'en ressortir renforcés.

Le gain du prestigieux prix de meilleure station de ski au monde obtenu pour la deuxième fois d'affilée en est l'une des meilleures illustrations, Verbier n'ayant auparavant jamais été lauréate de cette distinction au niveau mondial. Cette consécration légitime en regard de la grande qualité de l'offre de la destination et du dynamisme exceptionnel de son écosystème touristique agit comme une motivation supplémentaire auprès des acteurs de la branche, chacun étant conscient de l'impossibilité de se reposer sur ses lauriers, dans un contexte qui nous met en concurrence avec l'ensemble des destinations touristiques mondiales.

Cette dynamique proactive des prestataires touristiques et de l'ensemble des acteurs économiques constitue l'une des forces les plus importantes de la destination et permet d'augurer le meilleur futur pour Verbier et le Val de Bagnes. Cet état d'esprit fondamentalement important pour pérenniser le succès actuel s'inscrit dans un contexte favorable, s'ajoutant à l'efficacité renforcée de la commune et de VT grâce aux restructurations engagées de part et d'autre, ainsi qu'à une santé financière nous permettant d'avoir les moyens de nos ambitions.

La politique touristique communale affiche tout haut ses ambitions : devenir une référence alpine dans les domaines du sport, de la culture et de l'environnement. C'est déjà le cas pour certains aspects, alors que d'autres en prennent le chemin et que de nombreux projets sont sur les rails, sur la rampe de lancement ou en développement. Les prochaines années seront assurément intenses et passionnantes.

«La politique touristique communale affiche tout haut ses ambitions : devenir une référence alpine dans les domaines du sport, de la culture et de l'environnement.»



Simon Wiget
Directeur de Verbier Tourisme

**«Il est primordial
que les entités pré-
sentes au sein du co-
mité de la SDV, qui
représentent tous les
acteurs touristiques,
dessinent le tourisme
de demain.»**

Florian Michellod, président de la SD de Verbier

/ORGANISATION ET PERSPECTIVES

/ VERBIER TOURISME, UNE MISE EN COMMUN DES FORCES



Lorsqu'on évoque une durée de trois ans pour mener à bien une restructuration, cette durée paraît trop importante et l'échéance trop lointaine. Après que ces années se sont écoulées, on se rend compte que plus de 1'000 jours n'ont pas été de trop pour mener à bien cette mission qui s'avère toujours plus compliquée qu'elle n'y paraît initialement, surtout si on ajoute une pandémie qui a passablement impacté notre fonctionnement et notre organisation. Si le confinement nous a permis d'œuvrer sur la première partie de cette réorganisation et fut, pour ce point précis, plutôt une opportunité, la suite fut très loin d'une partie de plaisir pour nos équipes qui furent engagées sur de nombreux fronts pour faire face aux impératifs dictés par les restrictions et aux nombreuses problématiques qui ont impacté notre quotidien. Ainsi, le travail des équipes de Verbier Tourisme fut d'autant plus remarquable durant cette période très mouvementée.

Si la mise en commun des forces de la Société de Développement de Verbier et de Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz Promotion SA laisse supposer un travail supplémentaire induit par cette restructuration, cette tâche, ou plutôt cette multiplicité de tâches à mener de front en parallèle du daily business, constitue un défi complexe, long, souvent ardu et rarement tel qu'on se l'était imaginé. Un mois après avoir commencé cette mission, j'avais donné les lignes directrices à l'ensemble de notre équipe, en spécifiant que cela prendrait du temps, que ça nécessiterait de l'engagement et que nous serions confrontés à de nombreux imprévus tout comme à des adaptations à apporter à notre feuille de route au fur et à mesure de l'évolution de ce processus itératif. In fine, le défi a été relevé avec succès et le modèle que nous avons développé se révèle proche de celui imaginé trois ans plus tôt, les différences étant principalement liées à des ajouts de tâches que nous réalisons.

Ce travail fut tout autant important que peu visible, ce qui augmente encore sa difficulté. Œuvrant dans un domaine d'activité plus habitué à recevoir des critiques que des louanges, il faut faire preuve d'encore plus de motivation et d'abnégation pour mener à bien ce travail de l'ombre ô combien nécessaire. Certes, nous ne sommes pas restés inactifs sur le plan de « ce qui se voit », avec notamment le développement de la patinoire du Parc de loisirs de Verbier ou la valorisation du Haut Val de Bagnes, mais la



plus grande partie de notre énergie et de notre temps ont été affectés à la construction et à la consolidation de la base de nos structures et de notre organisation. A l'instar des autres acteurs de l'écosystème touristique de la destination, nos objectifs sont très élevés et les ambitions ouvertement affichées par la politique touristique communale ne laissent que peu de place à l'interprétation : nous voulons être une référence alpine dans les domaines du sport, de la culture et de l'environnement. Ainsi, l'édifice touristique aspire à être grand et solide, ce qui nécessite une base qui l'est tout autant, afin de ne pas développer un colosse aux pieds d'argile.

Aujourd'hui, nous pouvons affirmer avoir terminé cette phase prioritaire et je réitère une fois de plus mes remerciements et ma reconnaissance envers toutes les personnes qui se sont impliquées dans ce processus parfois ingrat, mais si important. De nos collaboratrices et collaborateurs aux membres du comité en passant par les politiques et les prestataires touristiques, nous avons eu la chance de pouvoir compter sur de nombreuses parties prenantes, ce qui

nous permet aujourd'hui d'avoir une organisation légitime, efficace et à même de relever les défis d'aujourd'hui et de demain. Certes, il faudra sans cesse remettre l'ouvrage sur le métier tant notre monde évolue rapidement et ce qui est juste aujourd'hui ne le sera pas forcément demain, mais notre fonctionnement est pensé avec une composante d'agilité qui intègre la composante « adaptation » comme un élément fondamental.

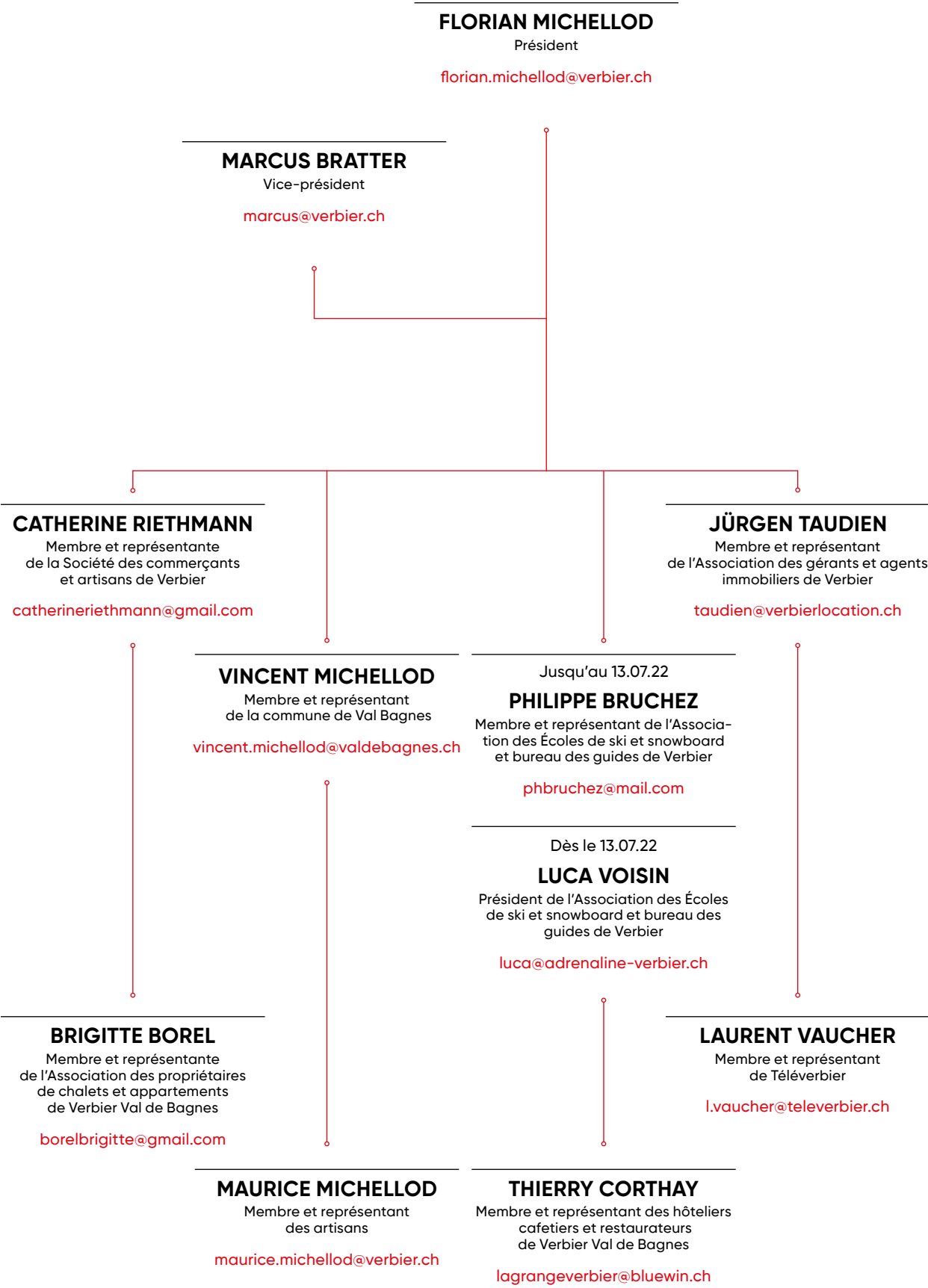
Ces années nous ont également permis d'atteindre une certaine maturité et de clarifier le leadership de certains domaines si transversaux qu'ils étaient laissés de côté, faute d'entité ou de personne dédiée à leur gestion. Il était d'autant plus difficile de trouver comment mener à bien ces projets qu'ils nécessitaient des compétences bien spécifiques et une approche globale pour les faire évoluer. Ainsi, grâce à la clarification des rôles de chacun et à l'efficacité que nous avons développé dans notre daily business, nous avons pu créer un nouveau département dédié à ces projets transversaux et lui affecter une équipe possédant les compétences requises. Il a non-seulement

relancé des projets tel le « balcon des Combins » ou piloté le développement de la patinoire du Parc de loisirs, mais il permet également de répondre à certains enjeux communaux tels l'observatoire du tourisme, la commission événements ou encore la durabilité.

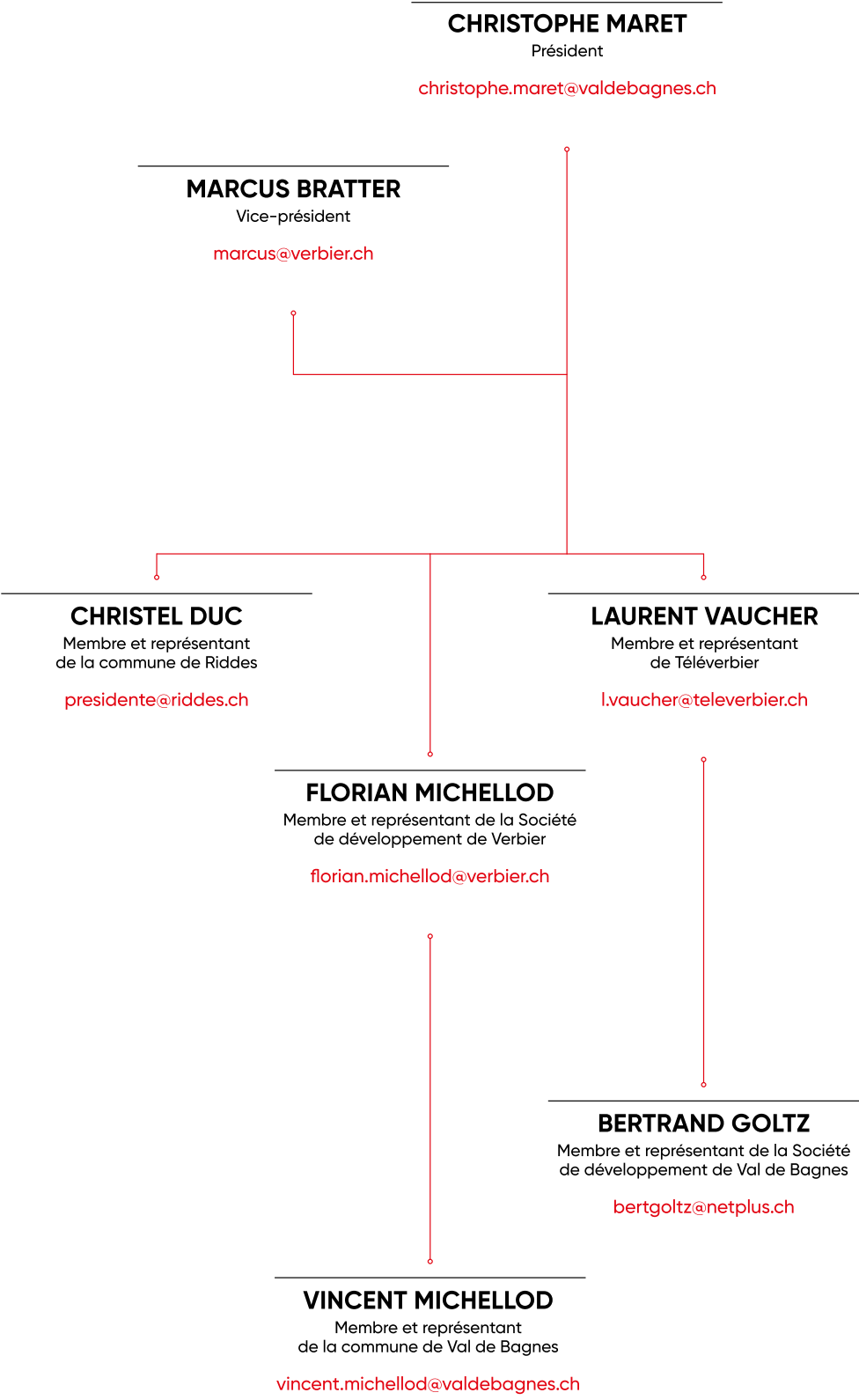
Sauf problème majeur, cette restructuration trouvera son épilogue le 1^{er} mai 2023, avec la création de Verbier Tourisme SA et l'officialisation du nouveau modèle de gouvernance sur lequel travaillent nombre d'acteurs de la destination depuis près de trois ans. Ce sera alors un nouveau départ dans la continuité, avec des perspectives à la hauteur des ambitions de cette magnifique destination et de ses très nombreuses qualités. Je termine en paraphrasant un Valaisan célèbre dans le monde sportif : l'avenir nous dira ce que le futur nous réserve ... et je m'en réjouis ! Avec un tel outil de travail, un écosystème d'acteurs touristiques de très haut niveau et un environnement si exceptionnel, ce futur ne pourra être que passionnant.

«Travaillant dans un domaine d'activité plus habité à recevoir des critiques que des louanges, il faut faire preuve d'encore plus de motivation et d'abnégation pour mener à bien ce travail de l'ombre ô combien nécessaire.»

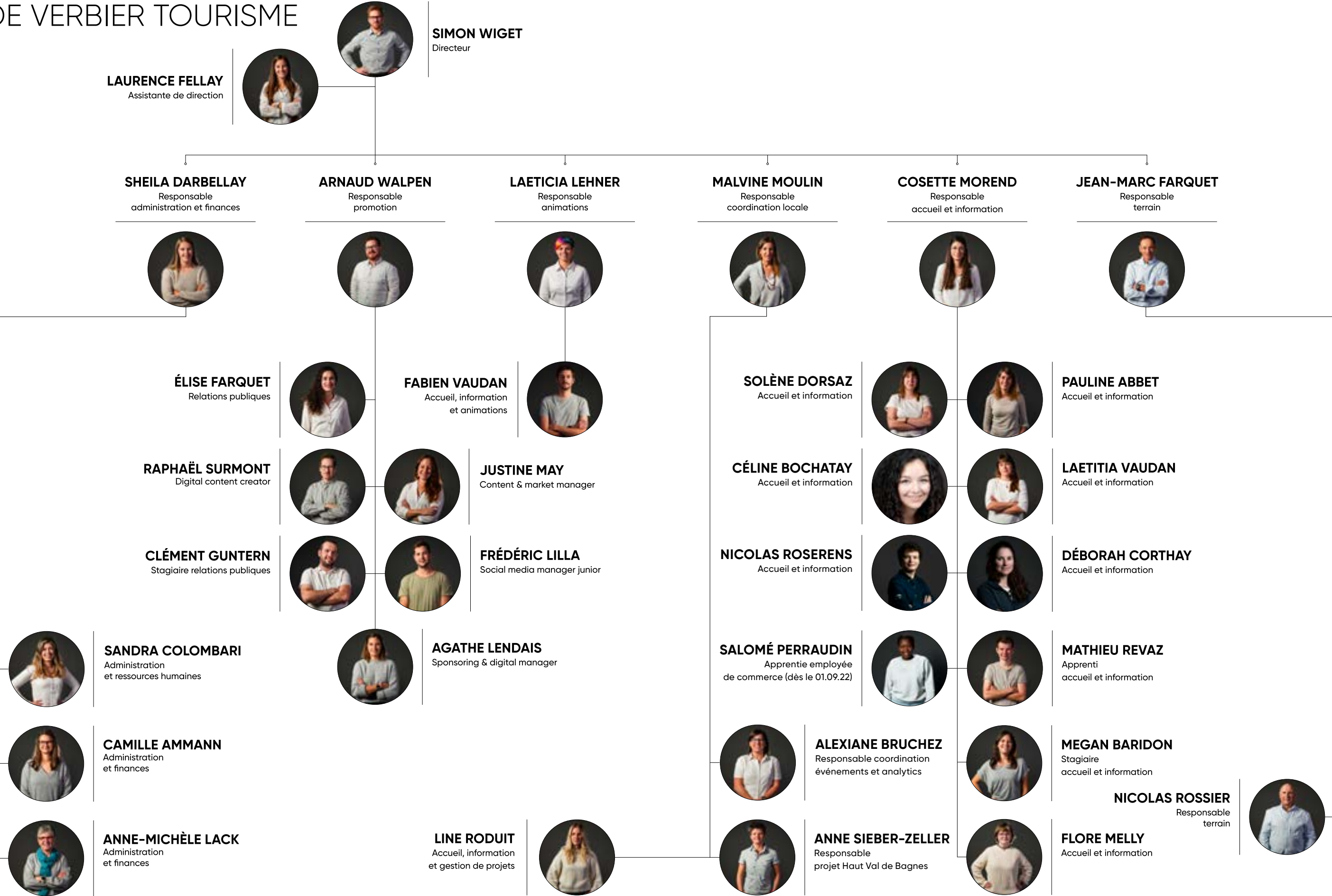
/ PRÉSENTATION
DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER



/ PRÉSENTATION DU
CONSEIL D'ADMINISTRATION
DE VERBIER PROMOTION



/ ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME



/ RAPPORT DES STATISTIQUES

/ évolutions des nuitées globales / répartitions des nuitées touristiques 2022 / répartitions des nuitées annuelles / nuitées parahôtelières et hôtelières hors forfaits - Verbier / nuitées parahôtelières et hôtelières / taxes / financement VT /



VERBIER VAL DE BAGNES LA TZOUMAZ

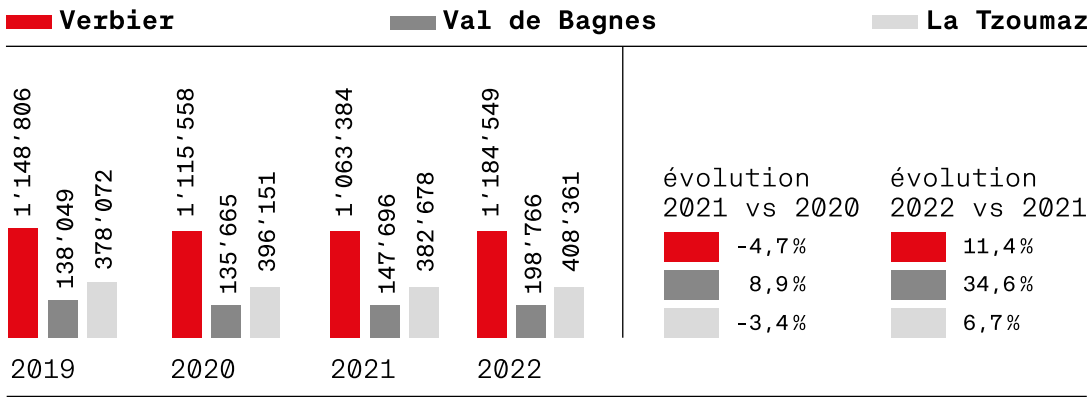
Les hôtes étrangers sont de retour dans la destination à la suite de l'allègement des restrictions liées à la pandémie de Covid-19. De leur côté, les Suisses ont à nouveau pu voyager vers l'étranger.

C'est donc sans surprise que la Suisse accuse une légère baisse des nuitées bien qu'elle reste en tête du classement avec 33 % des nuitées totales de la destination, soit 184'979 nuitées.

Elle est suivie par le Royaume-Uni, de retour en force à Verbier, Val de Bagnes et La Tzoumaz avec 110'069 nuitées soit 20 % des nuitées totales et une augmentation de 748 % par rapport à l'année précédente. Ce marché important pour notre région avait fortement été impacté par les restrictions de voyage liées au Covid-19.

Le marché du Benelux reprend sa troisième position au niveau de la destination avec 11 % des nuitées soit 59'408 et une hausse de 60 % par rapport à l'année 2020/2021. Suivent la France, 46'854 nuitées (8 %), l'Allemagne avec 32'129 (6 %) et les Etats-Unis/Canada représentant 24'674 nuitées (4 %).

/ ÉVOLUTIONS DES NUITÉES GLOBALES

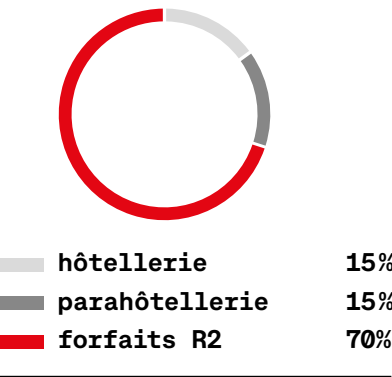


/ RÉPARTITIONS DES NUITÉES TOURISTIQUES 2022

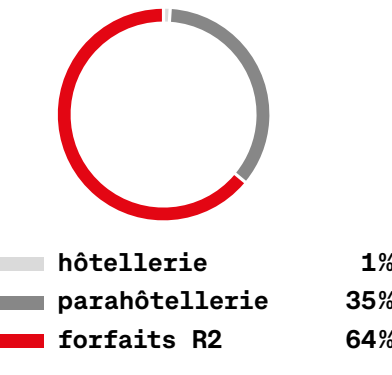
		HÔTELLERIE		PARAHÔTELLERIE		FORFAITS R2	
		%	Nuitées	%	Nuitées	%	Nuitées
VERBIER	Hiver	72%	120'125	77%	136'534	75%	607'020
	Été	28%	47'870	23%	40'559	25%	202'340
	Total	100%	167'995	100%	177'093	100%	809'360
VAL DE BAGNES	Hiver	55%	9'951	21%	10'937	75%	96'870
	Été	45%	8'211	79%	40'507	25%	32'290
	Total	100%	18'162	100%	51'444	100%	129'160
LA TZOUMAZ	Hiver	90%	4'209	68%	97'062	75%	195'660
	Été	10%	474	32%	45'736	25%	65'220
	Total	100%	4'683	100%	142'798	100%	260'880
DESTINATION	Hiver	70%	134'285	66%	244'533	75%	899'550
	Été	30%	56'555	34%	126'802	25%	299'850
	Total	100%	190'840	100%	371'335	100%	1'199'400

/ RÉPARTITIONS
DES NUITÉES ANNUELLES

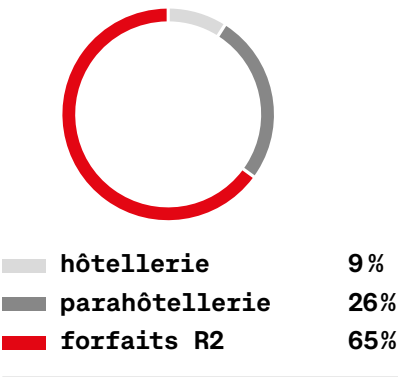
VERBIER
2021/2022



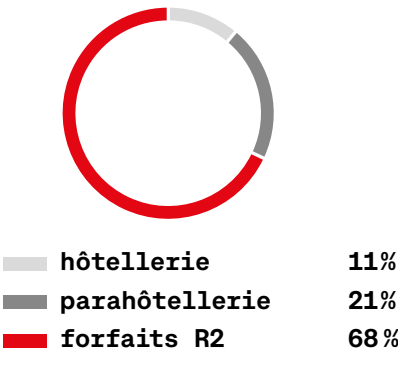
LA TZOUMAZ
2021/2022



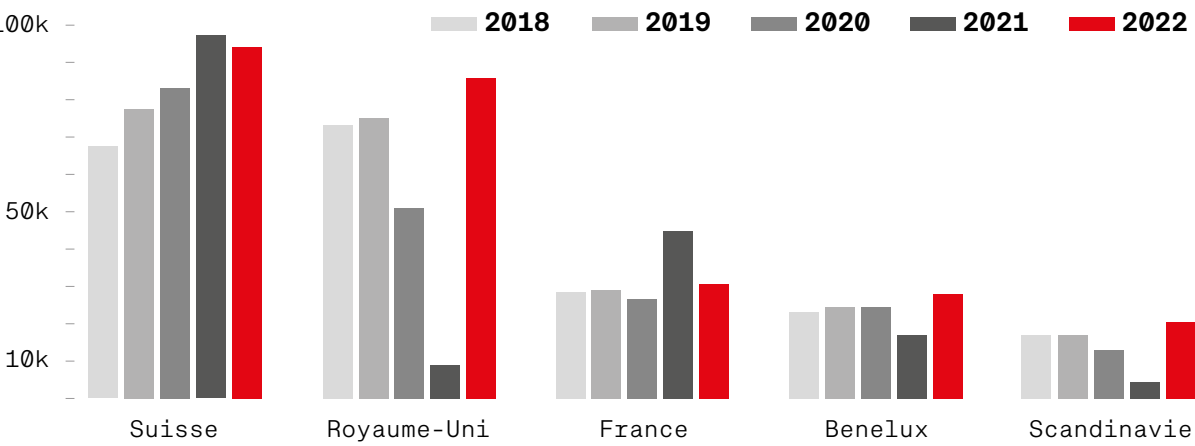
VAL DE BAGNES
2021/2022



DESTINATION
2021/2022



/ NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES
HORS FORAITS R2 – VERBIER



	2018	2019	2020	2021	2022	PART DE MARCHÉ	21 vs 20	22 vs 21
MARCHÉS A 263'332 NUITÉES 76 %								
Suisse	68'362	78'616	84'384	98'325	95'497	28%	17%	-3%
Royaume-Uni	74'349	76'051	51'589	9'613	86'818	25%	-81%	803%
France	29'080	29'658	27'248	45'574	31'365	9%	67%	-31%
Bénélux	23'918	24'886	25'050	17'437	28'605	8%	-30%	64%
Scandinavie	17'609	17'757	13'569	4'689	21'047	6%	-65%	349%
MARCHÉS B 28'123 NUITÉES 8 %								
USA/Canada	18'096	20'880	14'413	3'312	19'239	6%	-77%	481%
Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	4'765	6'475	2'820	365	1'260	0%	-87%	245%
SEA (Myanmar, Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Timor Oriental, Viêt Nam)	2'781	2'856	1'358	127	5'523	2%	-91%	4249%
Brésil	1'505	1'356	1'333	141	2'101	1%	-89%	1390%
MARCHÉS C 53'633 NUITÉES 16 %								
Allemagne	11'969	13'347	9'835	8'594	10'763	3%	-95%	2500%
Russie/Ukraine	7'992	9'653	5'275	1'627	1'973	1%	-13%	25%
Italie	4'821	5'198	4'890	4'792	5'853	2%	-69%	21%
GCC	8'656	9'806	4'787	1'377	6'626	2%	-2%	22%
Pays de l'Est	5'651	5'745	3'706	5'775	6'614	2%	-71%	381%
Espagne	3'569	3'646	3'688	3'276	5'257	2%	56%	15%
Australie	4'289	3'762	3'111	200	1'738	1%	-11%	60%
Autres Europe	4'282	5'193	2'698	4'232	8'260	2%	-94%	769%
Afrique	1'952	2'331	1'719	373	1'334	0%	57%	95%
Autres Asie	7'038	6'450	1'643	565	457	0%	-78%	258%
Amérique du Sud et Centrale	3'385	2'527	1'396	653	4'378	1%	-64%	-37%
Reste du Monde	26'431	29'733	34'966	33'497	380	0%	-53%	570%
Total	330'500	355'926	299'478	244'544	345'088	100%		

Les 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), représentent 76% de part de marché avec 263'332 nuitées.

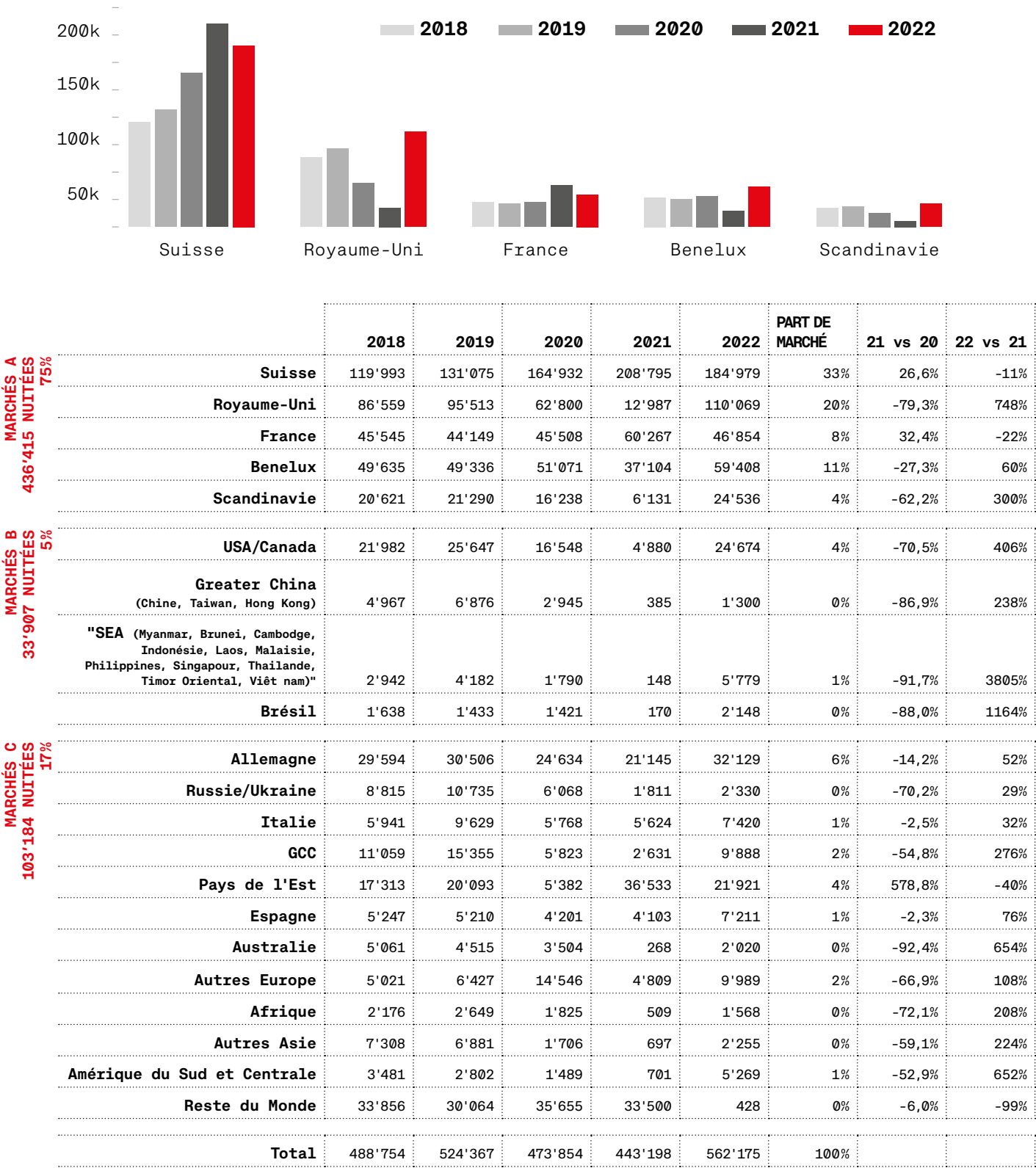
Les marchés B passent de 1,5% en 2020/21 à 8% en 2021/22. Ce sont des marchés travaillés principalement de manière indirecte (B2B). Ces marchés sont principalement des marchés lointains et l'augmentation des nuitées s'explique majoritairement par la levée des restrictions de voyage dues au COVID-19.

Les marchés C travaillés uniquement de manière réactive représentent 16% des nuitées de Verbier avec un total de 53'633 nuitées.

Pour l'année 2021/22, contrairement à ce qui avait été annoncé dans le rapport de gestion précédent, les catégories de marchés A, B et C ont conservé leur forme historique, le travail stratégique initié lors de l'exercice n'ayant pas été finalisé.

/ NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

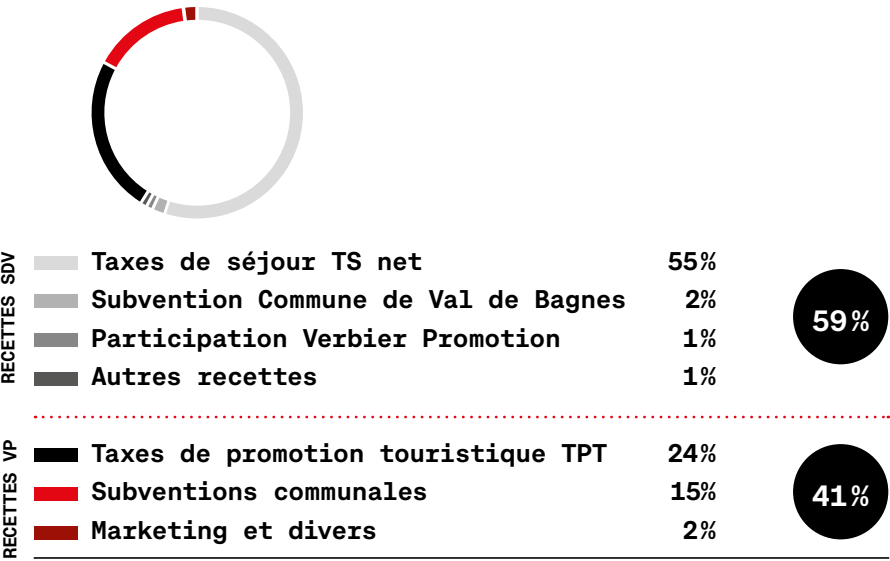
HORS FORFAITS R2 : VERBIER / VAL DE BAGNES – LA TZOUMAZ



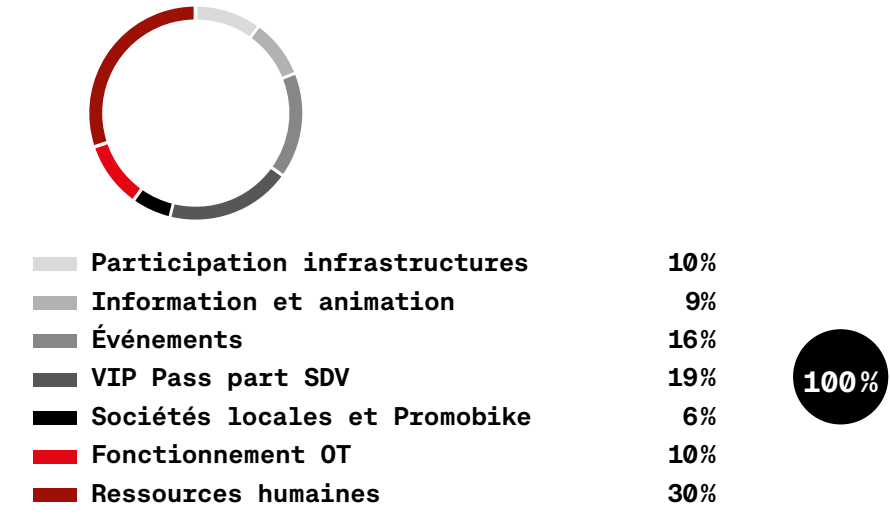
Pour Verbier, Val de Bagnes et La Tzoumaz la Suisse reste en tête du classement avec 33% des parts de marchés. Nous notons une baisse de l'importance du marché français, -22%, due au retour des nuitées britanniques (+748%), scandinaves (+300%), et du Benelux (+60%), toujours liées à la levée des restrictions Covid-19. De manière générale hors Suisse, France et Pays de l'Est, tous les marchés notent une augmentation des nuitées.

/ RAPPEL FINANCIER

SOURCE DE FINANCEMENT DE VT



UTILISATION DE LA TS SDV



OÙ TROUVER ?

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



/ RAPPORT D'ACTIVITÉ



/ INFORMATION ET ACCUEIL

L'année a débuté en compagnie du COVID-19. Adaptation et flexibilité ont donc été les maîtres mots afin de continuer à servir notre clientèle dans les meilleures conditions, malgré les changements liés aux quarantaines ou aux différentes annonces du Conseil Fédéral.

Au printemps, le retour à la normale et l'abandon des mesures COVID-19 se sont faits petit à petit. Les touristes ont pu profiter à nouveau d'un bel été dans le Val de Bagnes. L'affluence dans nos différents OTs était élevée, avec un record de fréquentation dans notre OT de Verbier chiffré à 371 clients en une journée, soit plus de 90 clients répartis sur nos quatre guichets. À noter que ce chiffre comprend uniquement les clients physiques, hors téléphones et courriels.

VERBIER

Notre équipe a été renforcée durant l'été par trois auxiliaires locaux : Catherine Bula, Alison Besse et Fiona Michellod.

Line Roduit nous a quitté après neuf ans de collaboration, tout comme Solène Dorsaz, qui a fait son apprentissage durant trois ans et a continué à travailler plus d'un an parmi nous. Fabien Vaudan a rejoint le département de la coordination locale et travaille désormais à pourcentage réduit à l'accueil. Cosette Morend, responsable accueil et information, a été promue au futur département de gestion de projets. Pauline Abbet l'a remplacée à la tête du département accueil et info et Laetitia Vaudan a pris le poste de suppléante.

LE CHÂBLE

Tout comme en 2021, un collaborateur supplémentaire a été ajouté à l'OT du Châble durant l'été 2022 afin de diminuer le temps d'attente et d'assurer un service de qualité.

En effet, la fréquentation de l'OT du Châble sur la période estivale est en continuelle augmentation. Deux collaborateurs sont donc nécessaires pour répondre à la demande.

FIONNAY

Grâce à la fréquentation fidèle de notre clientèle, l'ouverture de l'OT de Fionnay est reconduite d'année en année, tous les weekends de mai à octobre et 7 jours sur 7 durant la période estivale de juillet et août.

L'équipe d'accueil était composée d'Anne Sieber-Zeller, responsable du projet de développement Haut Val de Bagnes, Catherine Bula, auxiliaire, et Quentin Hiroz, étudiant.

2022 a été une année record en termes de passage à l'OT de Fionnay, avec 1'284 visiteurs, contre 857 en 2021. Ces personnes ont pu être renseignées sur les valeurs paysagères et patrimoniales de la région et ont pu profiter des conseils sur les possibilités de randonnées. Cette augmentation, ainsi que les différents projets de mise en valeurs du Haut Val de Bagnes, confirment l'engouement de nos visiteurs pour la nature, les espaces protégés, le paysage et la randonnée.

Nos outils de communication ci-dessous sont fort appréciés par nos hôtes et ont été renouvelés. Certains d'entre eux ont bénéficié d'une optimisation particulière.

/POCKET GUIDE

Les versions hivernales et estivales de notre brochure générale ont été peaufinées afin d’offrir au client un guide complet sur la destination et une meilleure facilité de lecture. Le tableau « Résumé des spécialités culinaires » a été amélioré, notamment avec l’ajout des colonnes « Cuisine végétarienne » et « Petit-déjeuner ». Les pages dédiées à l’agritourisme ont été modifiées, mettant désormais en avant le projet de développement régional Grand Entremont. Enfin, les pages « Conseils pratiques et sécurité » ont été adaptées afin de les rendre plus attractives.



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

CHIFFRES CLÉS



8'000 ex.
hiver 2021/2022



5'500 ex.
été 2022



160 pages
qui regroupent toutes les informations
utiles de la région



/ CARTES

Nos cartes sont, autant en été qu’en hiver, les dépliant les plus distribués à la clientèle de passage. Elles couvrent aussi bien Verbier – Val de Bagnes que La Tzoumaz, Vollèges et Sembrancher.

CARTE DE RANDONNÉE ÉTÉ

Complètement refaite l’an dernier, la carte de randonnée a été ajustée ainsi que son fond de carte pour une meilleure compréhension. Notamment avec l’ajout discret, mais utile, des courbes de niveau.

Elle regroupe des suggestions d’itinéraires, mais également des points d’intérêts 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, etc.)

CARTE VTT

Cette année, la carte VTT a subi une refonte complète afin d’avoir une unité avec les autres cartes. Elle propose désormais trois grandes boucles principales qui sont adaptables pour tous les niveaux. Les itinéraires proposés sont désormais en quatre couleurs (vert, bleu, rouge et noir). Ces couleurs représentent les quatre niveaux de difficulté. Les itinéraires verts sont principalement des routes forestières et les noirs sont des single tracks techniques.

CARTE LE CHÂBLE – VOLLÈGES – BRUSON

Suite à l’intérêt suscité par la carte territoriale du Haut Val de Bagnes sortie en 2021, une nouvelle carte a été créée pour mettre en valeur le territoire entre Le Châble, Vollèges et Bruson.

Cette carte regroupe des propositions d’itinéraires pour différentes activités ainsi que des points d’intérêts liés aux thématiques de la nature, du patrimoine et de l’agritourisme. Le visiteur est ainsi invité à découvrir notre région sous l’angle culturel et paysager.

Notre consultant et ranger, Philippe Gaillard, a participé à sa création pour valoriser les richesses naturelles de la région des trois cols et de la vallée.

CHIFFRES CLÉS



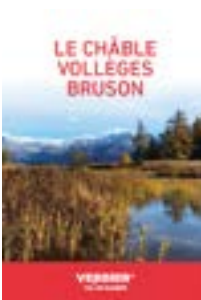
15'500 ex.
carte de randonnée été



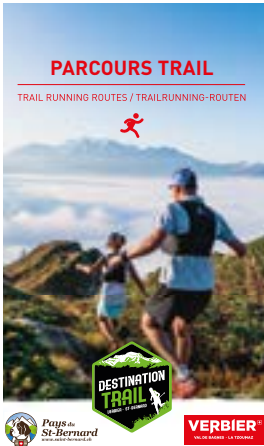
10'000 ex.
carte VTT



5'000 ex.
carte Le Châble - Vollèges - Bruson



CARTE TRAIL



La carte Trail rassemble des propositions d'itinéraires sélectionnés par Jules-Henri Gabioud et Emily Vaudan, dont la fameuse boucle de l'X-Alpine. Les adeptes de course à pied en montagne y trouvent plusieurs parcours dans le territoire du Val de Bagnes, du Val d'Entremont et du Val Ferret.

CARTE DES ACTIVITÉS HIVERNALES



Tout comme la carte de randonnée estivale, cette carte a totalement été refaite l'an dernier. Quelques petites modifications ont spécifiquement été apportées cette année. 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	 41 randonnées estivales	 33 randonnées hivernales	
 10'000 ex. carte des activités hivernales	 21 itinéraires trail	 95 itinéraires pédestres au total	 13 itinéraires VTT

« Certaines tendances se sont vues renforcées, à l'image du besoin d'espace et du travail à distance, nous permettant de ressortir plus attractifs de cette crise. »

Simon Wiget, directeur de Verbier Tourisme

/ ANIMATIONS



OÙ REGARDER ?

En saison les animations hiver se retrouvent ici



/ hiver 2021/22 / été 2022 /

/ HIVER 2021/22



Malgré l'assouplissement des restrictions sanitaires, nos animations ont rencontré beaucoup de difficultés à trouver leur public. Les pass COVID-19, les plans de protection et la gestion de la situation sanitaire sont restés d'actualité et ont pu avoir un effet limitatif sur l'accès à nos activités. À la suite de plusieurs analyses, nous avons constaté qu'après deux hivers d'absence, la majorité de nos hôtes furent heureux de pouvoir à nouveau profiter pleinement du domaine skiable et des établissements publics de la destination. Ainsi s'explique le manque de participants enregistrés à nos animations hebdomadaires au cours de l'hiver 2021/22.

En revanche, les activités organisées à la salle de la Comba durant les périodes de Noël -Nouvel An, Carnaval et Pâques ont rencontré beaucoup de succès et ont été très appréciées de nos visiteurs.



La patinoire du Parc de Loisirs fut ouverte tous les jours de 10h à 18h30 avec une location des patins organisée par Médran Sports. Du à la fréquentation grandissante de la patinoire, ce partenaire a été mis à rude épreuve durant les périodes de haute affluence, en particulier pour la gestion du stock des patins et de la quantité de clients présents dans leur magasin. En collaboration avec la compagnie Noa et Sonoval, un tunnel lumineux et des spots de couleurs furent installés au-dessus et autour de la patinoire. Cela a permis de dynamiser l'espace de glisse et d'apporter une ambiance particulière à ce site apprécié des familles.

Ce fut le grand retour de la chasse aux œufs le dimanche de Pâques, en collaboration avec la Ferme du Soleil et TMR. Une centaine d'enfants entre 2 et 12 ans ont cherché cinq œufs de couleurs différentes et se sont vu offrir des petits lapins en chocolat. La matinée s'est terminée par un tirage au sort désignant les trois grands gagnants qui ont remporté des grands lapins en chocolat.

01.12-30.04

13

animations hebdomadaires

14

animations ponctuelles

/ ÉTÉ 2022

Au vu des difficultés et imprévus rencontrés au cours de l'été 2021, rythmé par une météo capricieuse, il a été décidé d'installer une tente de 10 m sur 15 m au Parc de Loisirs. Celle-ci a permis d'offrir un lieu de rencontre pour les familles et enfants et de maintenir les animations en tout temps. Durant cinq semaines, cinq prestataires d'activités ont animé l'espace tous les jours de 10h à 12h et de 14h à 18h, durant 6 heures, avec une moyenne de 70 participants par jour.



Après deux ans avec un programme d'animations très étoffé et des animations offertes gratuitement dans le cadre du VIP Pass+, nous avons reconduit un programme classique, avec 50% de réduction sur la réservation d'une animation pour détenteurs d'un VIP Pass. Nous avons noté une baisse des participants. Cela est dû au fait que les animations étaient à nouveau payantes. En revanche, très peu de no-shows ont été enregistrés.

L'équipe animations a eu le plaisir de collaborer avec des partenaires et prestataires d'activités motivés et fidèles pour proposer des animations à la découverte de notre culture et de notre patrimoine ainsi que des activités qui nécessitent un encadrement professionnel tel que la via ferrata de Mauvoisin, l'initiation à la descente à VTT ou l'initiation au golf. Parmi nos collaborations, nous avons pu compter sur une ambassadrice et deux ambassadeurs : Maude Besse, Ludo May et Xavier de Le Rue.



01.06-31.10

20

activités

dont 3 avec nos ambassadeurs

426

inscriptions

415

réservations

ont eu lieu entre juillet et août, ce qui représente 97% du total des participants de la saison.

?

OÙ REGARDER ?

En saison les animations été se retrouvent ici



2021/22 : UN EXERCICE PROMETTEUR, QUI EN APPELLE D'AUTRES

Il est agréable et motivant pour une équipe d'avoir des résultats concrets à afficher : Victoires aux World Ski Awards, augmentation en termes d'efficacité par rapport aux actions menées et aux budgets alloués, hausse tant quantitative que qualitative de la communauté digitale ou encore campagne promotionnelle remarquée.

Ces quelques exemples symbolisent toute la diversité du travail mené par le département promotion, mais également et surtout sa qualité. L'esprit d'équipe et une volonté d'œuvrer pour toutes les composantes qui font la destination Verbier – Val de Bagnes – La Tzoumaz, nous poussent à continuer d'innover dans les actions proposées, tout en assurant un niveau de compétences et de suivi le plus efficient et pragmatique possible.

L'exercice 2021/22 nous a aussi permis de relancer un plan d'actions clairement plus orienté vers une démarche proactive et vers la recherche de partenariats payants ou organiques cohérents. La mise en place de ces derniers nous ouvrent de nombreuses possibilités d'activations, que ce soit sur le terrain des relations publiques et des médias, du travail de nos marchés prioritaires ou de la production de contenus et de leur diffusion sur nos réseaux sociaux.

Le facteur clé le plus important reste toujours de pouvoir prendre la parole de manière régulière auprès de notre communauté. Celle-ci étant composée non seulement de nos admirateurs – voire détracteurs – digitaux, mais également de nos hôtes sur place, de nos partenaires, de nos résidents et de tous les curieux – futurs ou présents – à propos de notre destination. Une communauté active, qui voit se passer des choses et qui interagit, est un élément essentiel à toute bonne promotion. A cela nous ajouterons une pensée en écosystème, où la collaboration est essentielle et où chaque brique permet d'améliorer l'ensemble de la structure pour répondre à nos objectifs premiers : promouvoir, faire venir, faire parler et faire préférer notre destination !

/ CAMPAGNES PROMOTIONNELLES

Les campagnes de l'exercice 2021/22 ont été réalisées pour la deuxième année en collaboration avec l'agence Buzz Brothers. Pour se démarquer, un concept original et décalé a été développé pour illustrer l'identité de la destination : *This is Verbier. Destination of contrasts.* Issue d'une réflexion interne, l'idée a dès le début été pensée pour une diffusion sur tous nos canaux, à l'année. De plus, la réalisation a pu se faire à Verbier, avec l'aide de plusieurs partenaires.

HIVER 2021/22

Objectifs : notoriété et trafic => assurer une visibilité importante à la marque Verbier tout en se démarquant de la concurrence et en ancrant une image dynamique, décalée et jouant sur les contrastes.

Diffusion et déclinaisons :

- **Digital :** réseaux sociaux, plateformes vidéo et plateformes d'annonces payantes (Google Ads et paid search) => format vidéo, visuels clés en images, annonces textes
- **Affichages physiques :** écrans digitaux dans les principales gares de Suisse romande et alémanique et dans des centres commerciaux => format visuels clés statiques et animés
- **Médias imprimés locaux et régionaux :** Petit Bagnard, Verbier Life, Altus, 30 Degrés => format annonce des visuels clés, publiereportages



3'833'557
personnes touchées

10'346'818
impressions
(nombre de fois qu'une annonce de la campagne a été vue en ligne)

3'751'511
vidéos vues

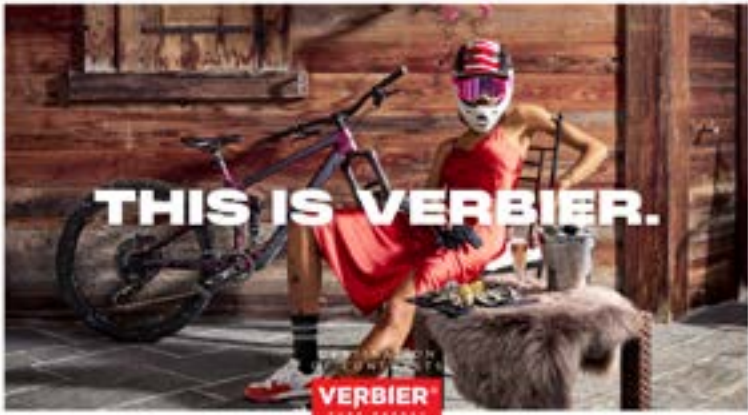
122'690
liens cliqués

ETÉ 2022

Objectifs : notoriété et trafic => assurer une visibilité continue en misant sur la qualité, plutôt que la quantité, des contacts touchés et l'efficacité des investissements sur les différents canaux.

Diffusion et déclinaisons :

- **Digital et affichages physiques :** similaire à la campagne hivernale, avec plus de centres commerciaux romands



3'269'622
personnes touchées

8'745'976
impressions

3'878'008
vidéos vues

44'042
liens cliqués

ÉVOLUTION

Une analyse de l'évolution des résultats de nos campagnes depuis l'hiver 2019/20 nous indique une amélioration des performances en fonction du budget investi. En d'autres termes, nous faisons plus efficace avec des budgets de diffusion équivalents, voire en légère baisse pour 2021/22. De plus, l'intérêt et l'accroche des personnes touchées est également en amélioration (vidéos vues en entier).

	impressions	vidéos vues	clics
Hiver 19/20	1'049'882	pas de push vidéo	19'848
Hiver 20/21	13'017'964	3'521'674	42'046
Hiver 21/22	10'346'818	3'751'511	122'690
Été 2020	9'236'073	1'227'297	pas de suivi des clics
Été 2021	10'535'458	2'232'524	44'460
Été 2022	8'745'976	3'878'008	44'042

WORLD SKI AWARDS

Une mention particulière doit être faite sur la campagne qui a permis à la destination de décrocher les titres de *World's Best Ski Resort* pour la toute première fois et de *Switzerland's Best Ski Resort* pour la troisième fois en quatre ans.

Un plan de diffusion compact, répétitif et engageant sur tous nos canaux a permis de toucher durant deux mois plus de 100'000 personnes, et de générer 8'025 interactions sur nos réseaux sociaux et 1'680 clics directs. Les retombées

médiatiques se sont quant à elles élevées à une audience de 50'868'085 personnes, soit 39 publications, pour une équivalence publicitaire de CHF 349'407.-. Le tout pour un budget minimal.

Ces victoires ont également permis d'organiser, en collaboration avec l'*Ultimate Session* de Téléverbier, un moment de célébration convivial pour clore la saison en compagnie de nos partenaires, soutiens, saisonniers et hôtes de la destination.

/ RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS 2021/2022

Les relations avec les médias et les influenceurs sont un moyen important de communication d’une destination touristique. Grâce à un coût inférieur à la publicité classique, elles permettent à la marque *Verbier Pure Energy*, représentant la destination Verbier – Val de Bagnes dans son ensemble, de se renforcer et de gagner en visibilité auprès d’un large public.



ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS - HIVER

Au cours du dernier exercice, nous avons poursuivi l’accueil de journalistes et d’influenceurs qui ont pu découvrir la destination sous divers angles. Durant l’hiver, nous avons mis en avant les thématiques les plus porteuses auprès des médias, à savoir la recherche d’authenticité et de traditions locales, le ski de randonnée et le domaine skiable. Parmi une trentaine d’accueils individuels et de groupe, nous pouvons en retenir quelques-uns à titre d’exemple :

Retour à la nature, BE

Voyage de groupe, avec expériences authentiques et proches de la nature : randonnée en raquette de deux jours avec nuit au col du Lein, visite de Sarreyer et de ses artisans ainsi que du ski de fond.

Keep Skiing, GB

Voyage de groupe de début de saison centré sur le ski, avec notamment une journée en compagnie d’Emilien Badoux à Verbier, dans les 4 Vallées, au vallon d’Arbi et à La Tzoumaz.

TF1 – Raclette, FR

Accueil d’une équipe de télévision sur deux jours auprès de prestataires tout au long de la filière de la raclette, de l’étable au restaurant.

Skialp – Haute Route du St-Bernard, GB

Accueil sur huit jours d’un journaliste et d’un photographe pour une découverte de la Haute Route, du St-Bernard au Val d’Entremont, Val de Bagnes et Val d’Aoste en compagnie d’un guide montagne.

ACCUEILS PRESSE ET INFLUENCEURS - ÉTÉ

Dès le mois de mai, nous avons repris l’organisation des accueils avec un accent particulier sur les produits du terroir, le VTT et l’e-bike, mais aussi les collaborations avec les événements ainsi que la randonnée et les cabanes. En voici quelques exemples :

Gourmet, GB

Voyage de groupe alliant sport et gastronomie, avec notamment un tour gourmand en e-bike dans le Val de Bagnes et une randonnée gourmande au-dessus de Verbier.

Vélo sous toutes ses formes, BE

Voyage de groupe avec initiation au vélo de descente, tour en e-bike jusqu’à Chanrion, concert de Rocklette, rando gourmande du Verbier E-Bike Festival et lever de soleil au Mont-Fort.

Trekking et voyages, BE

Accueil d’un influenceur belge avec une randonnée autour de la Cabane Brunet, la via ferrata des gorges de Mauvoisin, le lever de soleil au Mont-Fort, un tour en e-bike et une initiation au vélo de descente.



ÉVÉNEMENTS PRESSE

Afin de fidéliser et développer nos contacts presse dans nos principaux marchés, nous avons participé à différents événements comme *100% Pure* et *100% Green* en Belgique, *Morning Links* à Paris, et l’*International Media Meeting* à Londres.

AGENCES PRESSE

Nous avons maintenu les mandats établis les années précédentes avec les agences *Links Communication* (F), *MindShake* (B et NL) et *Heaven Publicity* (GB). Grâce à leur engagement de qualité, la destination a pu conserver une bonne visibilité sur la scène médiatique de nos marchés prioritaires.

Voici les quatre publications médias les plus marquantes dans nos marchés clés qui sont un résultat direct de notre travail RP :

ITV This Morning, GB
(Chaîne nationale)
«Clodagh peak’s cuisine» : Trois reportages mêlant recettes réalisées en extérieur et activités comme la tyrolienne, le ski, l’équitation, la distillerie de Sarreyer et une retransmission en direct depuis le Mont-Fort.
Audience : **5'100'000** personnes
Équivalence publicitaire : **£ 596'925**

Le Figaro, FR
(Quotidien national)
«Verbier, grand ski dans le Valais» : Présentation du domaine skiable et de ses nouveautés, suggestions d’activités, de restaurants et d’hôtels.
Audience : **500'000** personnes
Équivalence publicitaire : **8'000 €**

The Sunday Times, GB
(Hebdomadaire national)
«Ski touring: a beginner’s guide to earning your turns» : Présentation de ce qu’il faut savoir pour commencer le ski de randonnée et d’un parcours entre Brunet, le Mont Rognieux, la cabane Mont-Fort et la Rosablanc en compagnie d’un guide.
Audience : **1'098'609** personnes
Équivalence publicitaire : **£ 85'301**

L’Avenir, BE
(Quotidien national)
«La montagne sans skier» : Présentation d’activités alternatives au ski entre le col du Lein, le Haut Val de Bagnes et Verbier.
Audience : **105'070** personnes.
Équivalence publicitaire : **17'000 €**

2020/21 - 2021/22	120	144	journalistes et influenceurs reçus
	59	54	voyages de presse, individuels ou groupes
	627	447	millions de personnes touchées (audience)
	135'000	132'000	CHF d’investissement
	6,6	8	millions d’équivalence publicitaire estimée
	48,8	60,6	ROI, équivalence pub pour CHF 1.- investi

/ PRODUCTION DE CONTENU ET WEB SÉRIES

En raison de la croissance des moyens de communication et de la nécessité de se démarquer sur les réseaux sociaux et dans les contenus audiovisuels, il est crucial pour une destination de créer du contenu de qualité. Ainsi, beaucoup d'efforts ont été consacrés à explorer notre territoire de manière unique à travers des perspectives et des thématiques authentiques et à une échelle humaine.



WOMEN OF VERBIER

Le monde du sport de montagne est souvent considéré comme très masculin. À Verbier, une terre d'aventures et de contrastes, nous avons voulu remettre en question ce stéréotype en interrogeant cinq de nos athlètes. Qu'est-ce que cela signifie d'être une femme dans le monde du sport de haut niveau ? Nous avons constaté qu'il existe autant de réponses que de personnalités et de disciplines.

La série *Women of Verbier* nous a permis de présenter un éventail d'expériences et de sentiments, allant des pionnières aux athlètes d'aujourd'hui, dans le but 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 Gerritzen, Emily Vaudan et Yael Margelisch. La série a été diffusée entre mars et mai 2022 et cumule près de **100'000 vues** sur l'ensemble des vidéos publiées.



DISPOSABLE CAMERAS

Dans le cadre de cette série, l'été de nos ambassadeurs fut immortalisé à l'aide d'appareils photos jetables qui ont connu un regain de popularité en 2022. Ainsi, nous avons proposé à nos ambassadeurs de capturer des moments de vie sur pellicule photo, puis nous les avons fait développer et les avons partagés sous forme de vidéo récapitulative.

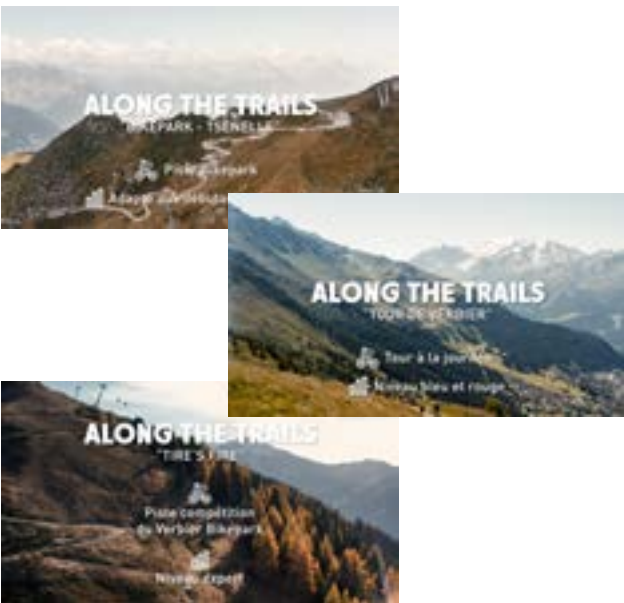
La vidéo publiée sur notre page Instagram a cumulé près de **25'000 vues** et le côté spontané et nostalgique a été apprécié par nos ambassadeurs et notre audience.

ALONG THE TRAILS

Le principe de cette série : montrer nos ambassadeurs et athlètes faisant découvrir les meilleurs trails VTT de la région dans une série dédiée et originale.

En collaboration avec l'équipe du Verbier Bike Park nous avons élaboré, réalisé et partagé quatre épisodes autour d'itinéraires connus et reconnus dans la région de Verbier - Val de Bagnes. Du tour familial réalisable en une journée en vélo électrique ou standard, à l'itinéraire expert du Col de Mille, nous avons intégré le plus possible de variété de disciplines et de parcours pour le plus grand plaisir de notre audience bike.

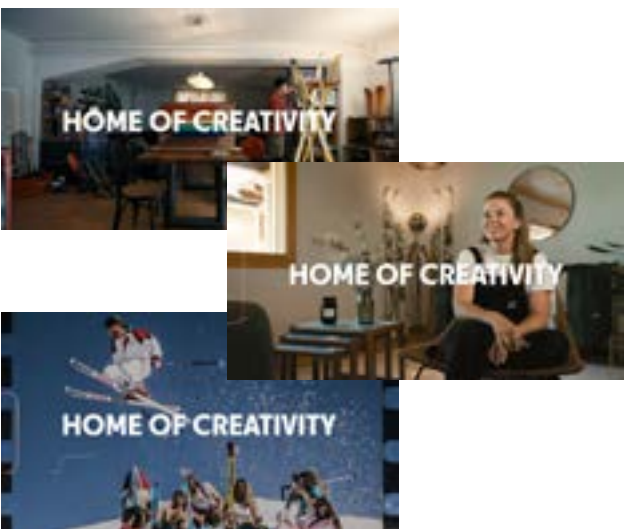
Diffusé sous forme de teasers sur notre page Instagram et sous forme d'épisodes complets sur notre page YouTube, la série a cumulé près de **50'000 vues** durant l'été 2022.



HOME OF CREATIVITY

Verbier est mondialement reconnu pour son ski, son free-ride, sa convivialité ou encore ses contrastes. Mais la destination regorge de personnalités extraordinaires. Notre nouvelle série *Home of Creativity* a pour but de partager les histoires incroyables d'artistes, d'artisans et de profils créatifs de notre région.

Une dizaine d'épisodes ont été planifiés, dont cinq ont déjà été réalisés et partagés en 2022 sur nos différents réseaux sociaux.



OÙ REGARDER ?

Toutes ces créations se retrouvent sur notre page YouTube <https://www.youtube.com/@VerbierResorts>



/ ECOSYSTÈME DIGITAL

L'écosystème digital de VT poursuit son développement avec comme priorité de garder un maximum d'interactions entre les outils. La plupart de ces derniers ont comme fonction principale de simplifier la vie de nos partenaires et de rendre plus confortable et pratique la recherche d'informations pour nos hôtes. C'est donc naturellement que l'année 2022 a vu la mise en place de deux nouveaux outils : un méta-chercheur de disponibilités d'hébergements et un CRM.

OPENBOOKING

L'année 2022 a été marquée par l'arrivée de l'outil *Openbooking*. Celui-ci permet d'afficher simplement et rapidement les disponibilités et les tarifs d'hébergements à Verbier et dans le Val de Bagnes. C'est à la suite d'une demande de l'AGIV, l'Association des gérants et agents immobiliers de Verbier, que cet outil a été implémenté pour les chalets et les appartements liés à l'AGIV, puis progressivement pour les différents hôtels. *Openbooking* est un méta-chercheur : les informations sont issues des partenaires eux-mêmes et la réservation finale se fait également chez eux. Notre site verbier.ch sert ainsi uniquement de vitrine.

Quelques chiffres clés :

- **38'929**, nombre de recherches effectuées via *Openbooking*
- **CHF 3'912'562.-**, montant de chiffre d'affaires estimé si toutes les recherches avaient mené à une réservation

NURTIK

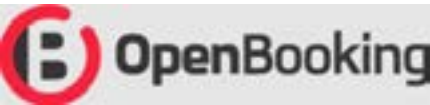
Un autre nouvel outil, dont la mise en place a été réalisée durant cet exercice, est le CRM *Nurtik*. Même si le déploiement complet et le côté opérationnel n'ont été lancés qu'en novembre 2022, nous avons pris le temps de développer des possibilités encore inexploitées dans la gestion de la relation avec nos clients et contacts. En effet, notre objectif à terme est que chaque hôte qui a séjourné dans la destination, et qui a donné son adresse email via le bulletin d'arrivée électronique, reçoive automatiquement un courriel de VT à la fin de son séjour. Ce courriel aura deux objectifs : permettre au client de donner son avis et sa satisfaction liés au séjour, et lui proposer de s'inscrire à notre newsletter pour recevoir toutes les informations de la destination.

Les données récoltées via ce processus, et via une dizaine d'autres points de récolte identifiés sur l'ensemble de notre écosystème digital, seront essentielles pour que VT puisse recenser au mieux sa clientèle et lui offrir le contenu digital le plus personnalisé possible. Un tel outil servira également à améliorer notre connaissance générale des types de clientèle qui séjournent dans notre destination, à alimenter le projet d'observatoire du tourisme à venir et à fidéliser nos hôtes.



OÙ TROUVER ?

La cartographie complète de notre écosystème digital se retrouve ici



SITE INTERNET WWW.VERBIER.CH

Pour l'exercice 2021/22, la baisse du trafic général sur notre site peut s'expliquer, en partie, par le lancement du nouveau site verbier4vallées.ch de Téléverbier. Ce changement a eu pour effet qu'un certain nombre d'utilisateurs intéressés par des informations spécifiques (webcams, domaine skiable, achat de forfaits, horaires installations, etc.) se sont ainsi rendus sur ce nouveau site. De plus, l'hiver 2021/22 a vu la réouverture quasi généralisée des stations de skis de nos pays voisins, ce qui a également réparti le trafic web provenant des amateurs de ski sur à nouveau un grand nombre de sites et destinations. Néanmoins, la baisse du trafic est à nuancer puisque la qualité de celui-ci et l'engagement des visiteurs sont en hausse. Le taux de rebond est passé de 38,5% à 33%. (NDLR : Ce chiffre est un indicateur du nombre d'utilisateurs qui quittent le site rapidement et sans entreprendre la moindre action.) Il démontre la pertinence des informations présentes sur notre site et son intérêt qualitatif.



01.12.21 - 31.10.22

Trafic sur le site Internet



UTILISATEURS	789'854	1'011'366	250'000	966'302
	2021/22 (01.11.2021 au 31.10.2022)	2020/21 (01.11.2020 au 31.10.2021)	2020 (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)	2018/19 (01.11.2018 au 31.10.2019)
SESSIONS	1'519'480	2'174'610	460'000	2'186'171
	2021/22	2020/21	2020	2018/19

/ TRAVAIL DES MARCHÉS

PARTENARIAT LIVERPOOL FOOTBALL CLUB

Pour nos derniers mois de partenariat avec le Liverpool FC, en plus des traditionnelles visibilitées dans les programmes de match et les newsletters du club, nous avons fait les choses en grand :

2 <u>événements professionnels en loge en novembre et avril</u>	1 <u>accueil de la légende David James pour tourner des images en février</u>
1 <u>accueil de tours opérateurs britanniques en Legends Lounge</u>	1 <u>soirée de gala LFC organisée à Verbier en avril avec près d'une centaine d'invités</u>

VALAIS NETWORK

Nous avons signé un nouveau partenariat inédit avec Valais Network, un réseau qui rassemble des entreprises et des entrepreneurs valaisans et lémaniques. Dans le cadre de ce partenariat, nous avons non seulement pu participer à des soirées de réseautage, mais aussi organiser une soirée spéciale *Verbier meets Geneva* sur le bateau Genève. Ce partenariat a également contribué à l'organisation de la première édition du Gala de Verbier qui a eu lieu début septembre.



< 90 <u>invités lors de la soirée Verbier meets Geneva</u>	150 <u>participants au Gala de Verbier</u>
---	--

NOUVEAUX PARTENARIATS

En plus de Valais Network, l'année 2022 a vu naître de nombreux autres partenariats :

- **Asclepios** : nous avons accueilli en février une équipe d'astronautes analogues en camp d'entraînement dans le Val de Bagnes avec les aventuriers Mike Horn et Alban Michon avant leur mission à Sasso San Gotardo.
- **Chambre de Commerce et d'Industrie de Genève CCIG** : en tant que nouveau membre nous bénéficions d'une visibilité sur leurs différents canaux de communication pour mettre en avant nos actions et des offres partenaires.
- **Solar Stratos** : grâce à ce partenariat, notre destination a été témoin en juin du premier saut en wing-suit depuis un avion solaire, une première mondiale, durant laquelle Géraldine Fasnacht s'est élancée de l'avion piloté par Raphaël Domjan avant d'atterrir sur le parking de l'Ermitage à Verbier.

PARTENARIAT SUISSE TOURISME BRÉSIL

Notre partenariat avec ST Brésil continue et nous a permis cette année de mettre à jour notre sales manual et de participer à un workshop spécifique à Zurich. Durant cet événement, pour lequel nous avons eu la chance d'être accompagnés par notre partenaire le W Verbier, nous avons pu rencontrer en tête-à-tête des spécialistes du voyage brésiliens pour leur présenter notre destination.



36 <u>rendez-vous avec des spécialistes du voyage</u>

AUTRES COLLABORATIONS SUISSE TOURISME

Nous avons collaboré avec ST dans le cadre de différentes actions, notamment le calendrier de l'Avent 2021 et une participation à la Journée des vacances en avril 2022.

635'773 <u>participants au concours du calendrier de l'Avent et plus de</u>	2 mio <u>d'impressions sur les réseaux sociaux</u>
---	--

FIERA TARTUFO BIANCO D'ALBA

Le mois de janvier a vu la première édition du week-end de la truffe organisée à Verbier. Notre partenariat avec la *Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba* nous a par ailleurs permis d'accueillir nos amis italiens sur un stand lors de l'édition 2022 de Bagnes, Capitale de la Raclette et des *Swiss Cheese Awards*.

CYCLE WEEK

La deuxième édition de la Cycle Week a eu lieu à Zurich en mai, lors de laquelle nous avons eu la chance de collaborer avec nos collègues de La Tzoumaz et de l'E-Bike World Tour. Les chiffres un peu plus bas que ceux de la première édition s'expliquent par un placement moins optimal sur le lieu de l'événement.

75'000 <u>visiteurs durant l'événement</u>	173 <u>participants au concours, 44 adresses de clients récoltées</u>
--	---



AUTRES ACTIONS

Les accueils professionnels ont repris plus sérieusement avec six accueils répartis entre l'hiver et l'été, soit trois de Grande-Bretagne et 3 du Brésil. 2022 a également vu la reprise des partenariats payants avec Snow Magazine et Planet Ski, tous deux de Grande-Bretagne.

/ PARTENARIATS COMMERCIAUX ET SPONSORING

PARTENARIATS COMMERCIAUX

Notre destination est fière de pouvoir s'appuyer sur des partenariats forts, et ce, depuis plusieurs années, avec **Audi** et **Sungod**. Un nouveau partenariat a été mis sur pied avec la marque andorrane **Commencal**. Ce spécialiste reconnu dans le domaine du bike, qui partage les valeurs de notre destination (innovation, dynamisme, esprit sportif et décalé), se lance également dans la production de skis, en devenant ainsi un partenaire idéal pour Verbier - Val de Bagnes.

Ces partenariats sont envisagés comme des opportunités d'actions de cross- et co-marketing, dans le but d'atteindre des visibilités nouvelles et de la notoriété commune. Cela nous permet également de prendre la parole auprès de notre communauté, ainsi que de publics plus larges, le tout dans un esprit organique et centré sur des histoires et contenus à l'image de nos valeurs.

Différentes actions et visibilités sont menées avec nos partenaires:

- Audi**
 - Portail dédié sur notre site => www.verbier.ch/audi
 - Soutien et promotion d'événements dans la destination, notamment les *Audi Test Drive* ou l'*Audi Driving Expérience* avec Bastian Baker
- Sungod**
 - Organisation d'un concours commun sur les réseaux sociaux
 - Résultat : **3'856** nouveaux contacts courriels récoltés
- Commencal**
 - Lancement du partenariat en collaboration avec le Bikepark = branding de la nouvelle piste Tsenelle, création de contenu, différente visibilité sur les canaux de la marque (site internet, newsletter, réseaux sociaux)
 - Portail dédié sur notre site => www.verbier.ch/commencal



SPONSORING

Nos ambassadeurs et ambassadrices œuvrent à véhiculer l'image de toute la destination au travers de leurs résultats et des belles images qu'ils produisent. Plus que des influenceurs, ce sont nos portes-drapeaux et les meilleurs exemples d'histoires pour inspirer tous les admirateurs, jeunes ou moins jeunes, spécialistes ou curieux de la région et pour promouvoir toutes les activités que l'on peut y pratiquer.



Yael Margelisch, championne du monde de parapente

AMBASSADEURS DE VERBIER

- JUSTIN MURISIER
- GÉRALDINE FASNACHT
- ARNAUD GASSER
- AURÉLIEN GAY
- EMILIEN BADOUX
- EMILY VAUDAN
- JÉRÔME CAROLI
- LORIS MICHELLOD
- LUC RODUIT
- LUDO MAY
- MAUDE BESSE
- SIMON PELLAUD
- XAVIER DE LE RUE
- Yael MARGELISCH



Découvrez-en plus sur notre page qui leur est dédiée :
<https://www.verbier.ch/hiver/inside/inspiration/ambassadeurs/>

VERBIER FREERIDE TEAM

L'ancienne Verbier Freeride Association est devenue la Verbier Freeride Team et soutient les jeunes freeriders de la région à tous les niveaux de compétitions organisées par le Freeride World Tour. Cette collaboration avec Téléverbier a de nouveau permis de soutenir une vingtaine d'athlètes prometteurs ou confirmés, dont entre autres Sybille Blanche, Elisabeth Gerritzen, Liam Rivera, Simon Perraudin et Mia De Le Rue.



Justin Murisier, skieur alpin professionnel

/ RÉSEAUX SOCIAUX

Le travail constant sur les réseaux sociaux est impératif pour une destination telle que Verbier – Val de Bagnes. Cela se fait avec une stratégie de contenu et de diffusion aiguisée, puissante et impactante. Les actions ont pour objectifs d’engager notre audience, d’attirer de nouveaux abonnés et de renforcer nos communautés. Les vecteurs pour y arriver sont des formats, des séries et des idées innovantes qui reflètent les valeurs et l’ADN de la destination.

Dans l’ordre de performance et de préférence d’utilisateurs, les plateformes employées sont Instagram, Facebook, YouTube, Linked In, Twitter et TikTok. Verbier est également présent sur d’autres canaux digitaux tels que Pinterest, Spotify, ou Linktree afin de se différencier et d’étendre son territoire digital tout en proposant des contenus divertissants et variés.



ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

	f	ig	yt	tw	in	dk
Nombre d’abonnés au 31.10.22	36’300	64’300	8’300	5’425	2’820	1’536
Nombre d’abonnés au 31.10.21	33’412	49’171	5’206	5’330	2’110	N/A
Nombre d’abonnés au 31.10.20	32’037	39’873	1’841	5’167	1’326	N/A

CHIFFRES CLÉS

135'000

audience digitale au 31.10.2022 (nombre followers réseaux sociaux + inscrits newsletter clients)

Soit une augmentation de 20,5% par rapport au 31.10.21

19'951'545

nombre de personnes qui ont vu nos contenus sur Facebook et Instagram sur la période donnée

5

les contenus les plus performants (Reels Instagram) ont généré, sur la période donnée, plus de 300'000 lectures, sans aucun investissement publicitaire

NEWSLETTER



Nous utilisons la plateforme Mailchimp pour la création et la diffusion de nos newsletters mensuelles clients, partenaires et autres informations spéciales. Différentes audiences segmentées et qualifiées sont tenues à jour pour diffuser diverses informations : les dernières nouvelles de la destination, les activités et événements à venir et les actions particulières, voire extraordinaires. Cette plateforme de newsletter est vouée à changer dans le courant de l’année 2023 avec le passage à la solution Nurtik (décrite précédemment). Cet outil sera adapté et ajusté à notre écosystème digital, ainsi qu’à notre nouvelle stratégie CRM.



/ VIP PASS

/ VERBIER INFINITE PLAYGROUND PASS : BILAN POSITIF POUR LE VIP PASS

A la suite des succès consécutifs du **VIP Pass+**, conduit avec une aide communale en 2020 et en 2021 en raison du contexte pandémique, le défi fut de taille pour le VIP Pass 2022. En effet, celui-ci est revenu à une dimension normale et similaire à l'édition 2019 (offres et budget comparables). Le nombre d'utilisateurs du VIP Pass a dépassé les 48'400 personnes, en augmentation de 2% par rapport à 2021 et de 24% par rapport à 2019, d'où un bilan jugé très positif.

Après six ans, le VIP Pass se démarque comme l'une des cartes d'hôtes les plus attractives au niveau suisse, en termes de nombre d'avantages et de montants de la taxe de séjour.

Avec une validité estivale du 1^{er} juin au 31 octobre, le bilan global de cette 6^e année fut très satisfaisant. La répartition géographique de ses utilisateurs est restée stable: Verbier 60%, La Tzoumaz 17%, Val de Bagnes 23%.

Cinq nouvelles offres :

- **L'offre du Verbier Festival**: 30% sur un billet main stage et tarif exclusif sur un concert Unlimited Off piste
- **L'offre de l'Inspire Yoga**: deux entrées pour le prix d'une
- **L'offre de l'ESS avec sa Kids Bike League**: 5 jours pour 4
- **L'offre du barrage de Mauvoisin**: -50% sur la visite
- **Bowland Martigny**: deux entrées pour le prix d'une

Afin de promouvoir la mobilité sur l'ensemble du territoire communal, des offres gratuites telles que la télécabine Le Châble - Bruson, le train RegionAlps Le Châble - Sembrancher et la navette Fionnay - Cabane Brunet ont été reconduites. Elles ont été étoffées avec une nouvelle offre de navette estivale reliant Sembrancher au Col des Planches, un projet pilote dont la 1^{ère} phase test fut réalisée 7 jours sur 7 du 15 juillet au 15 août.



LIEN UTILE

Toutes les infos actuelles du VIP Pass se retrouvent ici



LE VIP PASS EN CHIFFRES

48'497

utilisateurs VIP Pass

+ 24%

d'augmentation par rapport à 2019
(dernier VIP Pass normal) et +2%
par rapport à 2021 (VIP Pass+)

> 9'800

VIP Pass R2, soit env. 20% des
utilisateurs (22% en 2021, 24%
en 2019)

17

partenaires participants

5

nouveaux avantages

Le VIP Pass est un projet majeur et transversal impliquant tous nos partenaires et acteurs touristiques situés sur l'ensemble de notre territoire communal, du Haut Val de Bagnes au Mont-Chemin en passant par la Croix de Cœur.

UNE IMPLICATION DE TOUS

ADMINISTRATION
DIRECTION
INFORMATION
PROMOTION
ANIMATIONS
COORDINATION LOCALE
TERRAIN



VACANCIERS
PROPRIÉTAIRES R2
HABITANTS R1

Plus de 17 partenaires participants ont proposé plus de 50 activités et ont contribué au succès du VIP Pass 2022.

L'OT de La Tzoumaz, Téléverbier, TMR, Regionalps, les taxis de Val de Bagnes, le Verbier Festival, le Centre sportif de Verbier, l'École Suisse de Ski, le Golf Club de Verbier, le Musée de Bagnes et ses maisons du patrimoine, la Bibliothèque de Bagnes, Inspire Yoga, le jardin alpin Flore-Alpe, Bowland, la Fondation Barry, la Fondation Pierre Gianadda, les Celliers de Sion, etc. ainsi que tous les prestataires d'activités sollicités dans le cadre des animations organisées.

Nous les en remercions!

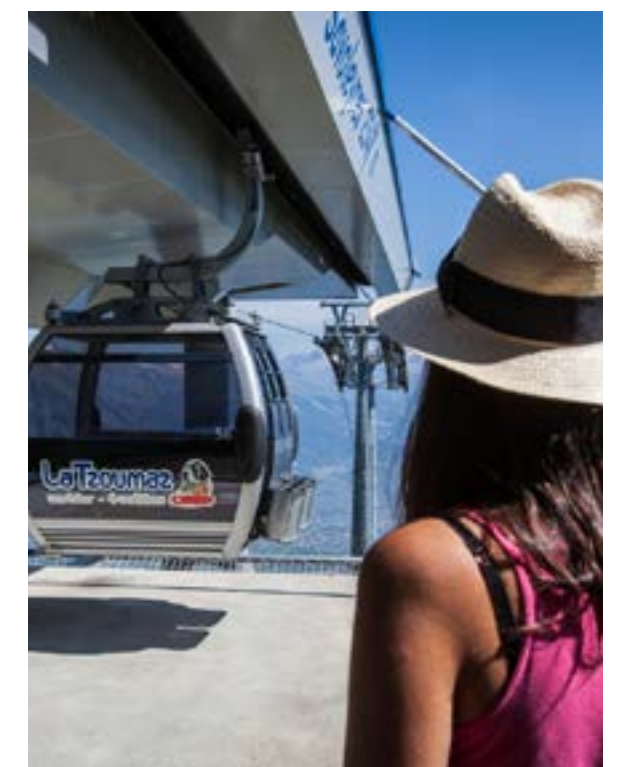
En collaboration avec l'OT de La Tzoumaz

Le VIP Pass est un projet phare réalisé en collaboration avec l'OT de La Tzoumaz qui assure la coordination d'une quinzaine d'offres différentes, dont l'ensemble de nos hôtes et propriétaires de résidences secondaires a pu bénéficier l'été dernier. Parmi celles-ci figurent notamment la gratuité du téléphérique entre Isérables et Riddes, le tronçon de Car Postal entre La Tzoumaz et Isérables ainsi que des animations à prix avantageux pour les sportifs, les familles et les amoureux de la nature. Nous remercions toute l'équipe de l'OT de la Tzoumaz pour la fructueuse collaboration!

« Pour l'été 2022, nous avons gardé toutes les offres du VIP Pass+ des étés 2020 et 2021 (années COVID-19), soit 15 activités dont la majorité fut proposée à 50%. Les animations de l'automne ont toujours beaucoup de succès.

Notre bilan du VIP Pass reste positif, même si les remontées mécaniques de La Tzoumaz sont fermées en semaine dès la fin août, et définitivement après le troisième week-end de septembre. Cela rend le VIP Pass moins attractif à cette période, malgré le fait que les remontées mécaniques restent ouvertes sur Verbier. »

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



/ COORDINATION LOCALE

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



Durant le 2^e hiver marqué par le COVID-19 ainsi que les mois suivants, le travail de la coordination locale a démontré tout son sens, permettant de renforcer les collaborations avec les partenaires locaux dans un contexte très exigeant. Cette importance particulière accordée aux liens internes entre les acteurs touristiques s'est traduite par une recherche active de synergies et de mutualisation des investissements en faveur de la notoriété et de la fréquentation de la destination.

À l'écoute des entreprises situées sur le territoire communal de Val de Bagnes qui contribuent à la taxe de promotion touristique communale (TPT), VT a mené de nombreuses actions en leur faveur.

Actions :

- Mise en œuvre de prestations de base en faveur des entreprises TPT
- Élaboration et mise en œuvre de conventions de partenariats
- Rédaction de newsletters
- Conduite de sondages partenaires thématiques
- Coordination avec les associations faitières et les services communaux
- Participation à la cellule de crise COVID-19
- Charte COVID-19 et FAQ pour partenaires locaux
- Coordination des prestataires participants au VIP Pass (voir pages précédentes)
- Coordination de projets et de collaborations phares (voir pages suivantes)
- Gestion des demandes et rencontres de partenaires locaux
- Visite de nouveaux établissements TPT
- Reconduite de la Clean Up Tour avec Summit Foundation en collaboration avec le Centre sportif de Verbier et le service de l'environnement de la Commune de Val de Bagnes
- Collaboration avec la SHCR lors de l'AG de l'Association hôtelière valaisanne
- Et de nombreuses autres collaborations et soutiens de sociétés locales comme le camp juniors du FC Bagnes, l'Inspire Yoga Festival et la réception de l'Union internationale des guides de montagne par les Guides de Verbier.



OÙ S'ANNONCER ?

Les partenaires locaux peuvent s'inscrire à notre newsletter partenaires via notre adresse **partenaires@verbiertourisme.ch**

67

newsletters partenaires envoyées

1'300

partenaires TPT, soit +10%

/ PROJETS ET COLLABORATIONS PHARES

PROJET DE DÉVELOPPEMENT HAUT VAL DE BAGNES

En 2022, nos réflexions sur le développement du HVB se sont poursuivies et ont été accueillies favorablement par le Conseil communal et le Conseil général. Leurs approbations concernent notamment les projets d'une nouvelle place de jeux à Fionnay et de la rénovation du bâtiment de l'ancienne école abritant l'OT à Fionnay à l'horizon 2023-26.

En partenariat avec les Forces motrices de Mauvoisin et notre département animation, des visites de l'intérieur du mur du Barrage de Mauvoisin ont été organisées durant l'été. Deux accompagnateurs en moyenne montagne ont été formés pour accompagner les visiteurs. Les quatre journées agendées ont trouvé leur public et seront reconduites en 2023.

Après la phase pilote initiée en 2021 par VT, la navette touristique Fionnay-Cabane Brunet a été reconduite par la commune, tous les week-ends de juin à septembre et 7 jours sur 7 en juillet et août. Le nombre de voyageurs a plus que doublé par rapport à l'année précédente, ce qui confirme l'intérêt que suscite la mobilité douce dans cet environnement naturel.

63%

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

Plus de 1'700

personnes accueillies à bord de la navette Fionnay-Cabane Brunet, soit + 142% par rapport à 2021



PROJET PILOTE AVEC LE BOSS DES BOSSES

Après le soutien ponctuel accordé au projet pilote des Elfes International en 2021, notre choix s'est porté sur le projet pilote du Boss des Bosses, que nous avons soutenu afin de l'aider à développer sa dimension de festival freestyle.

Organisée le 23 mars sur une piste de bosses façonnée exprès pour l'occasion, entre le Mayentzet et la yourte Le 1936, cette course atypique a du potentiel, notamment auprès des entreprises et des marques locales qui peuvent s'en servir comme plateforme de visibilité et de team building.

Avec un esprit par et pour les saisonniers et les locaux, cette course par équipe vise une attractivité élevée grâce notamment à la présence de skieurs freestyle de la Coupe du monde. Pour ce projet original et dynamique, VT a mis en réseau les partenaires locaux et a agi en tant que relais de communication.



CUBE 365

Grâce à la collaboration étroite entre la SDVB, la Cabane Brunet et le Bureau des Métiers valaisan, le Cube 365 a pris ses quartiers dans le Haut Val de Bagnes durant l'été 2022.

Le Cube 365 est une chambre insolite et éphémère, créé à l'occasion du bicentenaire du Valais, qui rayonne chaque année dans des lieux en pleine nature, proches des alpages et des activités de tourisme doux du canton.

Ce projet fut un succès, avec un taux d'occupation de 95%. Les hôtes désireux d'évasion et de nature ont pu y vivre une expérience unique en profitant du paysage à 360° et d'un promontoire panoramique dominant le Val de Bagnes.

>100

nuitées entre juin et octobre

<200

hôtes accueillis



COLLABORATION AVEC GUIDOS

Notre collaboration avec la start-up valaisanne Guidos s'est poursuivie et nous a permis de proposer une fonctionnalité de guide virtuel, disponible via Internet et smartphone, pour tous les cyclistes qui désirent choisir leur prochain itinéraire en fonction de leur profil et de leurs préférences.

Tous nos itinéraires de randonnée pédestre et de trail running y ont été rajoutés. Ainsi, la fonctionnalité Guidos est devenu le guide virtuel outdoor à disposition des sportifs.

45

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

49

itinéraires de randonnée pédestre et de trail running



OÙ TROUVER ?

Nos itinéraires avec Guidos se retrouvent ici



VTT



Rando / Trail



PROJET INTERREG SKIALP

VT, le Pays du St-Bernard, les Guides de Verbier 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, l'édition d'une carte avec une sélection d'itinéraires pour chaque région ainsi qu'une présentation du projet devant la presse en 2021, deux ski-tests spécialisés pour le ski de randonnée et un voyage presse sur la Haute Route ont été organisés en 2022. Le groupe de travail a clôturé le projet en juin, avec un bilan satisfaisant qui confirme les excellents liens entretenus avec nos voisins du PSB et d'Aoste.

3
régions

2
pays

45
itinéraires dont 3 étapes
italo-suisse de la Haute Route



COLLABORATION AVEC LE GOLF CLUB VERBIER

Depuis plusieurs années, une étroite collaboration est menée avec le Golf Club de Verbier qui contribue au succès de notre destination sportive. Le partenariat comprend notamment un soutien à l'organisation de tournois à caractère touristique, comme le *Pro Am Verbier* (tournois amical entre professionnels et amateurs) et la *Coupe de l'amitié, découverte et terroir*. L'objectif poursuivi est de mutualiser les différents efforts de marketing, comme VT cherche à le faire avec d'autres partenaires intéressés

48
tournois sont organisés chaque année par le GCV

6
after works organisés par le GCV aux Moulins



ENTRETIEN TOURISTIQUE EXTÉRIEUR

Notre équipe édilité a assuré un nombre important de travaux de montage, de démontage et d'entretien coordonnés avec la commune. Ces efforts ont contribué au bon fonctionnement de notre destination. Ce fut le cas notamment pour l'installation de la patinoire du parc de loisirs, des enseignes en bois #VERBIER, la gestion des décorations de Noël, l'entretien du parcours Vita et des places de pique-nique, l'entretien et le balisage des chemins pédestres aux alentours de la station, ainsi que pour de nombreuses contributions aux événements majeurs (voir pages suivantes).

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



/ SÉANCES PARTENAIRES

Chaque début de saison, une préparation optimale est assurée avec nos acteurs touristiques locaux. Nous organisons deux séances partenaires par année qui permettent de faire le point sur les thèmes les plus importants :

Informations communales

- Fonctionnement sur le territoire communal
- Gestion des mesures COVID-19
- Sécurité
- Projets

Informations des remontées mécaniques

- Nouveautés et particularités de la saison à venir
- Mesures COVID-19

• Projets

Informations touristiques

- Nouveautés et particularités de la saison à venir
- Établissement de certificats COVID-19
- Calendrier des animations et manifestations

Informations des associations faïtières

- Actualités et communications importantes

/GESTION DES ÉVÉNEMENTS

La formalisation de la gestion événementielle débutée en 2021 avec la Commune de Val de Bagnes a suivi son cours. L'outil digital d'évaluation annoncé dans notre précédent rapport de gestion a vu le jour et a pu être testé par l'ensemble de la Commission Événements, menant à des travaux de finition qui arrivent à bout touchant au moment de la rédaction du présent rapport. L'utilisation de cet outil par la commission permet une analyse systématique et objective de chaque projet sollicitant un soutien financier.

Les contraintes liées à la pandémie de COVID-19 se sont prolongées durant l'hiver 2021/22, ce qui a nécessité des adaptations de la part de certains organisateurs, à l'image du Polaris redimensionné en novembre 2021, ou du Verbier Art Summit virtuel en février 2022. Elles ont même engendré certaines annulations d'événements.

En été 2022, les restrictions sont tombées et les événements de grande ampleur ont pu reprendre, en dépendant toutefois des changements d'habitudes de la clientèle provoqués par la pandémie. Parmi les particularités événementielles de l'été, figurent l'arrivée du Verbier Wine Festival début juillet, l'acquisition du Trail Verbier Saint-Bernard par le groupe UTMB, et l'association entre Bagnes Capitale de la Raclette et Fromarte pour les Swiss Cheese Awards fin septembre.

3'736'725

montant total de soutien en CHF alloué aux événements en 2022

20

événements soutenus en 2022, et plusieurs projets avortés (COVID-19 notamment) pour lesquels le montant accordé n'a pas été payé

3 CATÉGORIES
D'ÉVÉNEMENTS SOUTENUS



/ 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. »

Jürgen Taudien,
président de l'AGIV

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

« Nous sommes très reconnaissants des efforts conjoints entrepris avec Verbier Tourisme, la Commune de Val de Bagnes, TMR et notre association afin d'améliorer l'accueil des familles sur la place de rassemblement des cours collectifs au trou N°17. Notre action continue. »

Luca Voisin,
président de l'AESSBGV

SHCR

Société des hôteliers, cafetiers et restaurateurs de Verbier Val de Bagnes
• Fondée dans les années 60
• Une centaine de membres

« La station de Verbier, élue meilleure station de ski du monde, cela doit tous nous motiver, hôteliers, restaurateurs et tenanciers de bar, à fournir le meilleur accueil et service possible pour nos hôtes. Sans relâchement, malgré les difficultés de recrutement et de logement du personnel que nous connaissons. La tâche est ardue, mais notre métier est une vocation, et nous donnerons le meilleur possible. Merci à tous nos membres de la SHCR. »

Thierry Corthay,
président de la SHCR

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

« En 2022, de nombreux projets se sont réalisés afin de toujours offrir un meilleur accueil à nos visiteurs nationaux et internationaux dans le Val de Bagnes, avec les soutiens de Verbier Tourisme et de la Commune de Val de Bagnes. »

Bertrand Goltz,
président de la SDVDB

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

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

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

NOUS SOMMES VERBIER TOURISME

créatifs



professionnels



accueillants

positifs

persévérants

passionnés



consciencieux

impliqués

ambitieux

dynamiques



REMERCIEMENTS
NOUS TENONS À REMERCIER CHALEUREUSEMENT POUR
LEUR PRÉCIEUX SOUTIEN : NOS 1'300 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

c/c

Compte courant

CEO

Directeur général (Chief executive officer)

CHF

Francs suisses

CRM

Gestion de relation client (customer relation management)

EUR

Euros

Ex.

Exemplaires

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)

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

SDVB

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

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

