



/ RAPPORT DE GESTION

2025/2026



/INDEX

04	MOT DU PRÉSIDENT
04	MOT DU PRÉSIDENT DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VERBIER ET DE VERBIER TOURISME SA
08	MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME SA
10	PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER
11	PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER TOURISME SA
12	ORGANIGRAMME DE VERBIER TOURISME SA
14	RAPPORT DES STATISTIQUES 2025/26
20	RAPPORT D'ACTIVITÉ
21	INFORMATION ET ACCUEIL
25	ANIMATIONS
28	PROMOTION
42	ÉCOSYSTÈME DIGITAL
44	VIP PASS
46	COORDINATION LOCALE
50	DÉVELOPPEMENT ET ÉVÉNEMENTS
55	NOS ASSOCIATIONS FAÏTIÈRES
56	NOUS SOMMES VERBIER TOURISME
58	REMERCIEMENTS
61	GLOSSAIRE

IMPRESSUM
Rédaction: Verbier Tourisme SA
Graphisme: Grand Partenaires
Photographies: Verbier Tourisme / Melody Sky / Cyril Perregaux / Lorenz Richard / Andreas Busslinger / Jey Crunch / Aurélien Gay / Loïs Gabriagues / Audi
Disponible uniquement en version numérique

/MOT DU PRÉSIDENT



/ MOT DU PRÉSIDENT DE VERBIER TOURISME ET DE LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT

L'exercice 2025/2026 confirme la solidité du modèle touristique de Verbier et s'inscrit dans la continuité de la stratégie de développement de notre région visant à renforcer notre positionnement de destination de montagne durable et attractive durant les quatre saisons. Les résultats obtenus au cours de cet exercice démontrent une dynamique positive en termes de fréquentation, d'événementiel, de promotion touristique et de partenariats locaux. Grâce à une fréquentation élevée, une offre événementielle riche, des investissements structurants et une stratégie centrée sur le tourisme durable quatre saisons, la destination dispose de bases solides pour poursuivre sa croissance et renforcer sa position parmi les principales stations alpines européennes.

Verbier bénéficie d'une image forte sur les marchés suisse et internationaux, soutenue par une offre diversifiée combinant sports d'hiver, tourisme estival, gastronomie, événements de qualité. Il est également très important que le tourisme profite à tous les habitants de notre Commune et que nous gardions notre identité. Nous voulons renforcer la collaboration avec l'APAGE et l'agro-tourisme qui sont essentiels pour garder notre authenticité.

La saison estivale 2025 s'est très bien déroulée, aidée par une météo favorable. La canicule qui s'est établie en plaine et dans les pays voisins, encourage les gens à passer leurs vacances en montagne pour rechercher un peu de fraîcheur. Cette tendance va se renforcer et nous attendons avec impatience la fin de la phase II du centre sportif « activités aquatiques » qui va vraiment renforcer notre offre. L'hiver 2025/2026 a vu une très forte fréquentation avec relativement peu de chute de neige mais une météo incroyable. La saison s'est clôturée avec la Patrouille des glaciers et le nouvel événement END Session.

Je relève une fois encore la qualité exceptionnelle de préparation des pistes réalisée par Teléverbier SA.

En termes de nuitées, nous enregistrons une hausse de 2.8 % pour la destination, (La Tzoumaz + 3 %, Val de Bagnes + 7.50 % et Verbier + 2 %) soit globalement 1'745'083 nuitées. A noter que les nuitées forfaitaires représentent environ 65 % des nuitées annuelles. Pour la para-hôtellerie et hôtellerie (pour Verbier uniquement), la clientèle suisse représente 29 %, en hausse de 2.70 %, stabilité avec nos hôtes provenant du Royaume uni, 18 %. Nous notons une très forte augmentation des hôtes provenant de l'Amérique du Nord (USA et Canada) avec une hausse de 17.80 %. Ce marché est devenu notre 3^{ème} marché en termes de nuitées et

a supplanté la France et le Bénélux. Est que l'arrivée d'investisseurs américains à Crans-Montana a placé Verbier et le Valais sur la mappemonde ? La Scandinavie progresse fortement, + 10.50 %. Ce qui me réjouit beaucoup est la forte progression des nuitées hôtelières estivales + 17.40 % /+ 7'151, la parahôtellerie est en légère progression. Comme annoncé à moultes reprises, le panachage de destinations de provenance est un grand avantage pour notre région.

Nous avons de nouveau pu compter sur de nombreux événements pour renforcer l'attraction de notre destination. La plupart sont organisés en été car sans des événements en nombre et de qualité, il serait difficile d'attirer des gens chez nous car la compétition en été est vive et rude. L'exercice 2025 du Verbier Festival a été une réelle réussite et à la fin de la saison d'hiver, la patrouille des glaciers a rempli la station. L'événement de clôture de la saison, E.N.D Session avec les concerts gratuits d'Ofenbach et Kavinsky ainsi qu'une offre intéressante de Télèvesbier SA pour le ski a été un réel succès. Bravo et merci à tous les partenaires qui ont fait l'effort de rester ouvert jusqu'à la fin de la saison et ainsi donner une très belle image de notre destination.

En termes de promotion, nous sommes allés à Copenhague fin septembre 2025 et avons rencontré de nombreux partenaires, des médias, des propriétaires R2. Ce voyage a été organisé en collaboration avec le Palp festival. Après nous être rendus à Londres, Bruxelles, Copenhague, nous allons revoir notre stratégie et privilégier les rencontres en cercle plus restreint.

Les comptes de Verbier Tourisme bouclent avec un bénéfice de CHF 2'896.-. A noter la forte progression de la taxe de promotion touristique, + CHF 186'000.- + 10.50 % qui confirme l'attractivité en termes économiques de notre Commune Val de Bagnes.

Au niveau, RH, nous avons engagé un nouveau responsable marketing – promotion et adjoint à la direction M. Jonathan Besse. Il a commencé son activité le 1er février 2026 et a déjà trouvé ses marques. Je lui souhaite plein succès dans son activité et surtout beaucoup de plaisir.

De nombreux projets sont en cours à Verbier, projets publics et privés. Ceux-ci devraient encore améliorer l'accueil de nos clients et la qualité de vie de nos habitants qui a toujours été un de nos objectifs prioritaires. La problématique des logements pour nos saisonniers qui jouent un rôle capital pour notre destination doit être pris à bras le corps par nos autorités politiques, Verbier Tourisme peut aider, épauler mais la Commune doit décider, avancer.

À fin avril, nous avons entrepris la rénovation totale de la réception de notre office du tourisme. Travaux importants qui étaient nécessaires afin d'accueillir nos hôtes et habitants dans un cadre élégant, chaleureux et professionnel, à l'image de Verbier.

Nous devons également être à l'écoute de notre jeunesse qui veut pouvoir rester habiter dans notre belle vallée, et trouver un juste milieu entre activités touristiques et vie locale.

Les personnes qui décident de venir s'établir dans le Val de Bagnes sont bien entendu les bienvenues mais ont également des devoirs, et doivent respecter nos coutumes et notre façon de vivre. De nombreux conflits, frictions peuvent être résolus en communiquant de façon ouverte et acceptant les avis contraires.

La saison d'été 2026 vient de débuter, et la canicule qui sévit dans toute l'Europe devraient convaincre les vacanciers à venir chez nous, chercher un peu de fraîcheur. Par contre, les conflits au Moyen-Orient ont freiné la demande des visiteurs provenant des marchés lointains. On en voit déjà des prémices.

Les défis & tâches qui nous attendent :

1. Développer encore l'offre estivale
2. Poursuite des investissements dans les infrastructures (pouvoirs publics)
3. Augmenter la valeur ajoutée du tourisme pour nos partenaires locaux
4. Renforcer la durabilité
5. Offrir des conditions cadres de qualité pour nos habitants et nos employés

Je tiens à remercier notre directeur Simon Wiget, tous les employés de Verbier Tourisme pour la qualité de leur travail durant l'année écoulée, merci à tous les membres du comité de la SDV et du conseil d'administration de Verbier Tourisme SA pour leur engagement et leur soutien, merci à Télèvesbier SA et à la Commune de Val de Bagnes pour leur étroite collaboration tout au long de l'année et enfin merci à vous chers partenaires qui faites vivre notre destination tout au long de l'année.



Florian Michellod
Président
de la Société de développement
de Verbier et de Verbier Tourisme SA



**L'exercice 2025/2026 confirme la solidité
du modèle touristique de Verbier.**

Florian Michellod, président de VTSA et de la SDV

/ MOT DU DIRECTEUR DE VERBIER TOURISME SA

On dit souvent qu'il faut 3 ans après la création ou la restructuration d'une entreprise pour atteindre une stabilité qui permette de se reposer sur des bases solides et se concentrer sur le développement des prestations. La clôture de ce 3^{ème} exercice confirme cet adage, Verbier Tourisme est désormais « sur les rails » et peut compter sur une organisation adaptée aux besoins et aux enjeux du tourisme du Val de Bagnes.

Si le niveau atteint s'avère très satisfaisant et motivant, ce ne fut pas pour autant un exercice facile, car même si les derniers ajustements paraissent plus faciles à gérer que la création d'une entité, l'expression « le diable se cache dans les détails » ne sort pas de nulle part. Cette phase importante est d'autant plus challenging que la motivation des équipes peut se retrouver amoindrie après 2 ans de restructuration durant lesquels elles ont été très sollicitées (d'autant que les 3 années qui ont précédé la création de Verbier Tourisme ont, elles aussi, été assez intense en termes de changements et de réorganisation).

L'important travail RH engagé durant l'exercice précédent s'est ainsi révélé très utile et efficace, ayant permis la mise en place d'un cadre de travail adapté, la création d'une dynamique participative motivante et l'ancrage d'un esprit d'équipe fondamental pour ne pas relâcher l'effort dans la dernière ligne droite. Ce fut d'autant plus important qu'il nous restait une grande mission fondamentale à mener à bien : la transversalisation du marketing et l'intégration de cette composante dans toutes nos activités. Au lieu de prendre

cette mission comme une énième tâche à finaliser, nous avons utilisé cette mission et sa transversalité pour donner encore plus de sens au travail en cours et motiver les équipes.

Notre stratégie marketing repose sur 4 piliers principaux qui se retrouvent dans tous les départements de Verbier Tourisme, apportant un cadre partagé et de la cohérence à nos actions.

- Le premier est la marque « Verbier Pure Energy », avec ses valeurs, son univers graphique et éditorial, son positionnement, ... La marque constitue en quelque sorte la « personnalité » de la destination qui doit transparaître dans toutes nos activités.
- Le deuxième est un focus « data management », destiné à optimiser notre pilotage et notre efficacité, ainsi qu'à fournir des données et des analyses utiles aux partenaires touristiques. Nous avons mis en place une stratégie de collecte et d'utilisation de données internes et externes, avec un tableau de bord transversal pour les activités de Verbier Tourisme et un observatoire du tourisme pour la destination.
- Le troisième est la création d'actions marketing innovantes et impactantes, afin d'apporter une visibilité optimale à la destination et différencier Verbier de ses concurrents. De l'habillage du Manneken Pis en skieur de Verbier aux campagnes de promotion qui ne laissent personne indifférent, cette approche marketing permet d'optimiser l'efficacité de nos actions.

- Le quatrième pilier est le lien local, le développement et l'entretien des relations avec et entre nos partenaires. Entretenir des collaborations saines avec nos partenaires est un des fondements d'un office du tourisme, mais c'est aussi une mission complexe dans un écosystème aussi varié. Nos actions contribuent également au développement des collaborations entre les acteurs touristiques, favorisant une dynamique collective très motivante et efficace.

Nous avons la chance d'avoir une équipe très performante qui a considérablement augmenté ses collaborations internes et la transversalité au quotidien, augmentant par là-même considérablement son efficacité et la qualité des prestations de Verbier Tourisme. Le travail de team building, la précision du cadre dans lequel les équipes évoluent, les adaptations managériales et l'ajustement salarial destinée à arriver progressivement à un niveau similaire à celui de la Commune nous ont permis de stabiliser nos ressources humaines et de développer une cohésion interne appréciée.

Afin de pouvoir répondre efficacement aux défis actuels et à venir dans un environnement qui se digitalise de plus en plus, ainsi que de permettre de mettre en œuvre le pilier « data » de manière adaptée à nos ambitions, nous avons également créé un département « écosystème digital » qui se révèle très utile et efficace.

L'arrivée de Jonathan Besse en février dans une fonction multiple, comme responsable du département promotion,

en charge de la transversalité marketing et avec la mission d'adjoint à la direction, complète efficacement un team de management qui a vu ses tâches considérablement évoluer depuis 2020. Ce poste particulier est destiné à apporter un suivi plus régulier et réactif aux équipes et me permettre de me consacrer de manière plus efficace aux enjeux stratégiques de Verbier Tourisme, ainsi qu'aux besoins relationnels divers et variés inhérents à ma fonction.

En 6 ans, nous avons créé une entité performante et utile, tant pour les clients de la destination que pour ses acteurs touristiques, politiques et institutionnels. Verbier Tourisme a ainsi atteint ce rôle clé de « catalyseur touristique » et de « pôle de compétence au service des acteurs de la destination », apportant ainsi une dynamique fédératrice et des services adaptés aux besoins des différentes parties prenantes.

Le tourisme a toujours évolué et le rythme actuel est très soutenu, nécessitant agilité, innovation et pertinence dans les choix stratégiques. Verbier Tourisme est l'outil adapté à ces enjeux, avec l'environnement si particulier du Val de Bagnes dans toutes ses composantes, notre futur est bright.



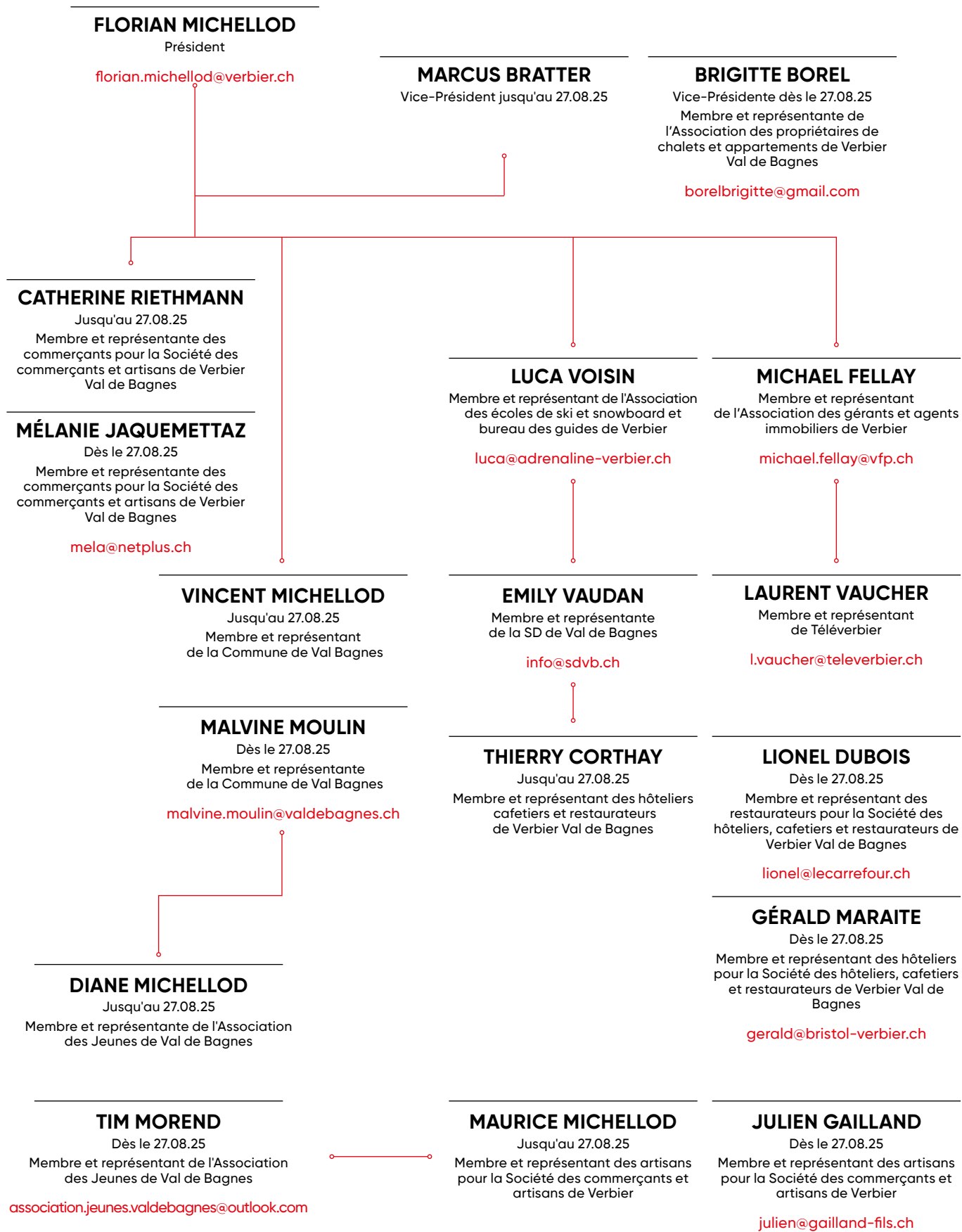
Simon Wiget
Directeur de Verbier Tourisme SA



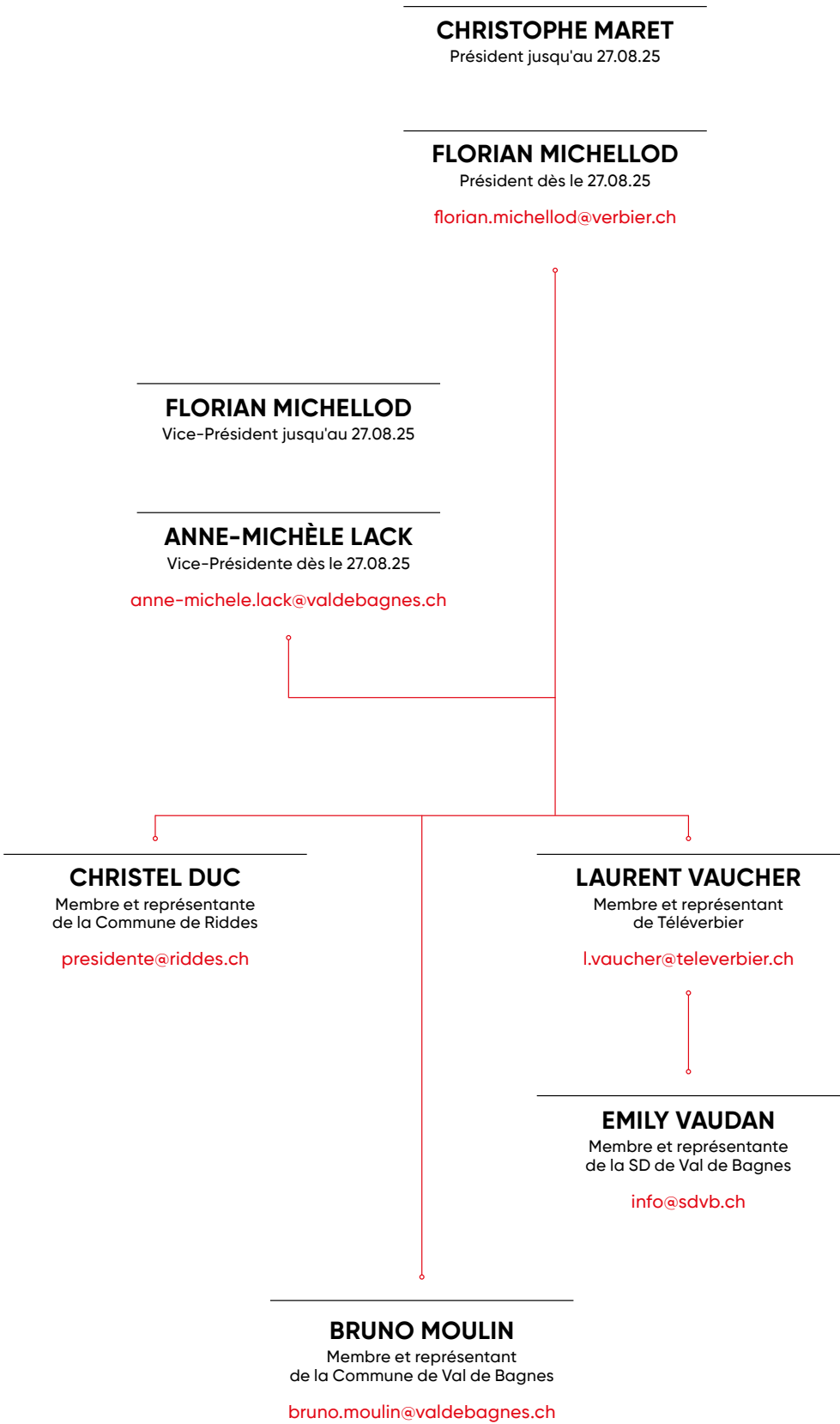
Le tourisme a toujours évolué et le rythme actuel est très soutenu, nécessitant agilité, innovation et pertinence dans les choix stratégiques.

Simon Wiget, directeur de Verbier Tourisme SA

/ PRÉSENTATION DU COMITÉ DE LA SD DE VERBIER



/ PRÉSENTATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VERBIER TOURISME SA



Dr. David J. Williams is a professor of psychology and director of the Center for the Study of Ethical Development at the University of Minnesota. He is also a member of the National Academy of Sciences and the National Academy of Medicine. He has published numerous books and articles on the topics of moral development, moral education, and the role of religion in society.



JEFF MANENTI
Reponsable
terrain



**TOM
GAVILLET**
Terrain

LUCIENNE ROH
Ranger - été

**TOM
GAVILLET**
Terrain

/ RAPPORT DES STATISTIQUES

/ évolutions des nuitées globales / répartitions des nuitées touristiques 2025-2026 / répartitions des nuitées annuelles / nuitées parahôtelières et hôtelières hors forfaits - Verbier / nuitées parahôtelières et hôtelières / taxes / financement VT /



VERBIER VAL DE BAGNES LA TZOUMAZ

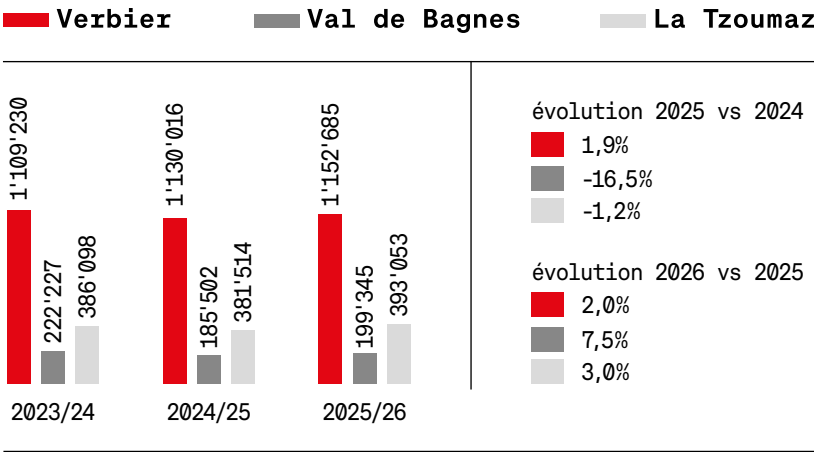
L'année 2025/2026 enregistre une hausse des nuitées hôtelières et para-hôtelières sur l'ensemble de la destination Verbier, Val de Bagnes et La Tzoumaz. Le Val de Bagnes retrouve notamment des niveaux comparables à ceux enregistrés avant les laves torrentielles de l'été 2024, qui avaient temporairement coupé l'accès au Haut Val de Bagnes et à ses hébergements, en particulier dans la parahôtellerie. La clientèle de résidents secondaires reste elle aussi fidèle et nombreuse, avec une légère hausse par rapport à l'année précédente (1'150'000 nuitées en 2025/2026 vs 1'145'640 en 2024/2025).

Sur le plan méthodologique, cette édition introduit un changement majeur : toutes les données hôtelières et para-hôtelières de Verbier et du Val de Bagnes ont été rétroactivement recalculées à partir de l'Observatoire du Tourisme, incluant les années 2023/2024 et 2024/2025. Les chiffres diffèrent donc des rapports précédents, mais reposent désormais sur une base homogène permettant des comparaisons fiables. Les données 2024/2025 sont légèrement supérieures à celles publiées l'an dernier, en raison de transmissions différées de certains hébergeurs.

La répartition par pays d'origine a également été revue et actualisée. Les marchés principaux sont désormais listés individuellement, suivis d'un agrégat « Reste du monde ».

Rappelons enfin que les forfaits locataires R2, propres à Verbier, constituent depuis l'année dernière une catégorie distincte, séparée de la parahôtellerie hivernale.

/ ÉVOLUTIONS DES NUITÉES GLOBALES

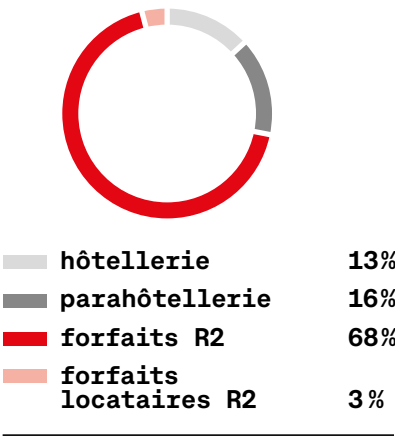


/ RÉPARTITIONS DES NUITÉES ANNUELLES 2025/2026

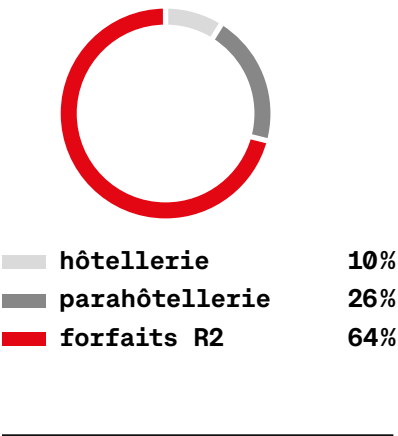
		HÔTELLERIE		PARAHÔTELLERIE		FORFAITS R2		FORFAITS LOCATAIRES R2	
		%	Nuitées	%	Nuitées	%	Nuitées	%	Nuitées
VERBIER	Hiver	68%	102'846	66%	117'172	75%	588'810	100%	38'700
	Été	32%	48'103	34%	60'784	25%	196'270	0	0
	Total	100%	150'949	100%	177'956	100%	785'080	100%	38'700
VAL DE BAGNES	Hiver	53%	10'272	25%	13'357	75%	95'550		
	Été	47%	8'971	75%	39'345	25%	31'850		
	Total	100%	19'243	100%	52'702	100%	127'400		
LA TZOUMAZ	Hiver	61%	1'587	69%	105'866	75%	178'140		
	Été	39%	1'015	31%	47'065	25%	59'380		
	Total	100%	2'602	100%	152'931	100%	237'520		
DESTINATION	Hiver	66%	114'705	62%	236'395	75%	862'500	100%	38'700
	Été	34%	58'089	38%	147'194	25%	287'500	0%	0
	Total	100%	172'794	100%	383'589	100%	1'150'000	100%	38'700

/ RÉPARTITIONS
DES NUITÉES ANNUELLES

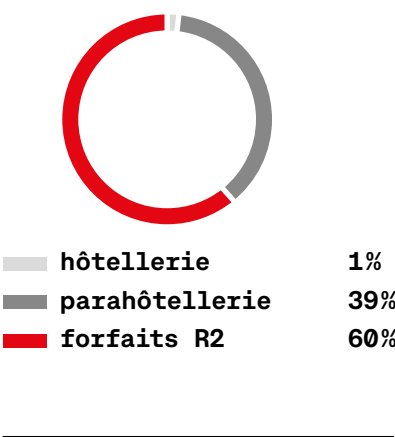
VERBIER
2025/2026



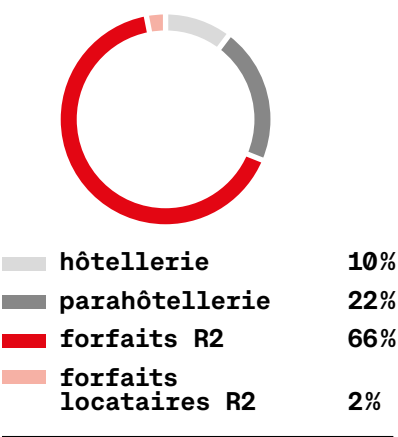
VAL DE BAGNES
2025/2026



LA TZOUMAZ
2025/2026



DESTINATION
2025/2026



La répartition par pays d'origine a été revue. Jusqu'ici, les marchés étaient regroupés en trois catégories (A, B et C) selon le pourcentage de nuitées qu'ils génèrent pour la destination et leur importance historique. À partir de cette année, les principaux marchés sont listés individuellement, suivis d'un regroupement « Reste du monde ».

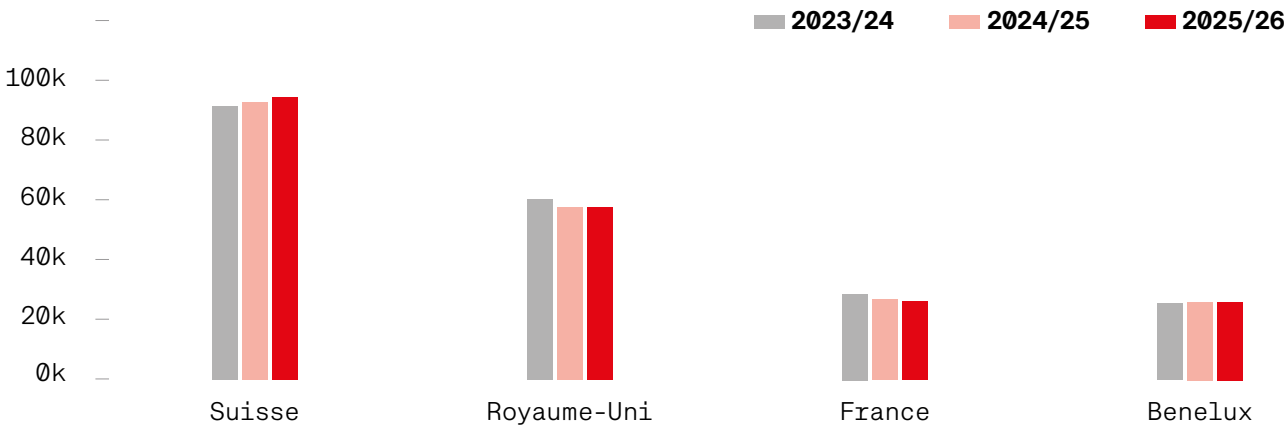
L'année 2025/2026 enregistre une hausse globale de 4.1% des nuitées, portée par une progression quasi générale des marchés. La Suisse, en légère progression de 2.7%, demeure le premier marché pour Verbier, représentant 29% des nuitées totales.

L'Amérique du Nord (31'924 nuitées) se hisse devant la France (26'543 nuitées) et le Bénélux (25'637 nuitées) grâce à une forte hausse de 17.8%. À l'inverse, le Brésil (-4.8%) et le marché Greater China (-9.4%), regroupant la Chine, Taïwan et Hong Kong, enregistrent un recul après une année précédente particulièrement favorable.

	23/24	24/25	25/26	PART DE MARCHÉ	25 vs 24	26 vs 25
Suisse	88'584	92'293	94'797	29%	4.2%	2.7%
Royaume-Uni	58'727	57'961	57'875	18%	-1.3%	-0.1%
France	28'662	27'042	26'543	8%	-5.7%	-1.8%
Bénélux	24'752	25'901	25'637	8%	4.6%	-1.0%
USA/Canada	26'266	27'097	31'924	10%	3.2%	17.8%
Scandinavie	17'515	16'811	18'583	6%	-4.0%	10.5%
Brésil	1'857	2'694	2'565	1%	45.1%	-4.8%
Greater China (Chine, Taïwan, Hong Kong)	2'388	3'053	2'765	1%	27.8%	-9.4%
Italie	5'302	4'659	5'377	2%	-12.1%	15.4%
Allemagne	11'462	9'752	10'941	3%	-14.9%	12.2%
Espagne	6'613	4'952	5'652	2%	-25.1%	14.1%
Australie	3'169	3'855	5'266	2%	21.6%	36.6%
Reste du Monde	53'573	39'903	40'980	12%	-25.5%	2.7%
Total	328'870	315'973	328'905	100%	-3.9%	4.1%

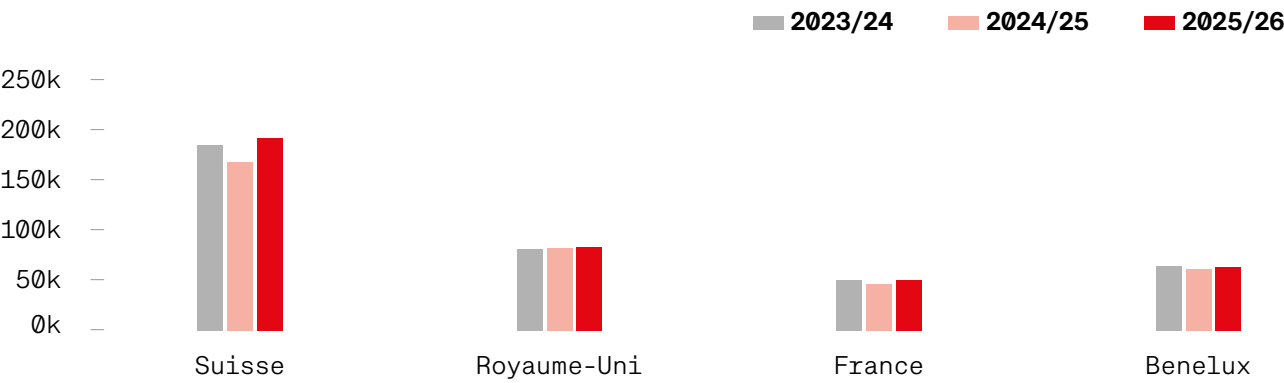
/ NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

HORS FORFAITS – VERBIER



/ NUITÉES PARAHÔTELIÈRES ET HÔTELIÈRES

HORS FORAITS – TOTAL DESTINATION



	23/24	24/25	25/26	PART DE MARCHÉ	25 vs 24	26 vs 25
Suisse	173'461	159'958	179'398	32%	-7.8%	12.2%
Royaume-Uni	75'525	77'105	77'752	14%	2.1%	0.8%
France	46'103	43'147	45'067	8%	-6.4%	4.4%
Bénélux	60'310	58'498	59'094	11%	-3.0%	1.0%
USA/Canada	32'626	34'705	38'976	7%	6.4%	12.3%
Scandinavie	21'061	20'013	23'665	4%	-5.0%	18.2%
Brésil	1'882	2'861	2'845	1%	52.0%	-0.6%
Greater China (Chine, Taiwan, Hong Kong)	2'456	3'653	3'114	1%	48.7%	-14.8%
Italie	7'827	7'228	7'790	1%	-7.7%	7.8%
Allemagne	33'904	30'252	33'631	6%	-10.8%	11.2%
Espagne	9'367	7'745	8'961	2%	-17.3%	15.7%
Australie	4'077	4'734	6'407	1%	16.1%	35.3%
Reste du monde	80'776	68'698	69'683	13%	-15.0%	1.4%
Total	549'375	518'597	556'383	100%	-5.6%	7.3%

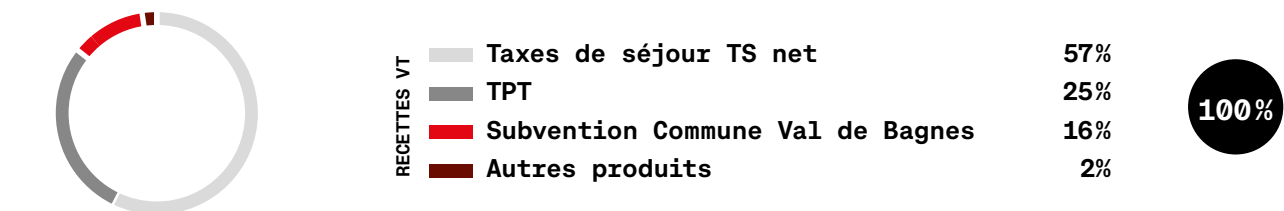
Pour Verbier, Val de Bagnes et La Tzoumaz, la Suisse reste également en tête du classement avec 32% de part de marché.

La quasi-totalité des marchés affichent une progression ou restent stables. Seul Greater China connaît un recul marqué (-14.8%, soit une baisse de 539 nuitées), tandis que le Brésil reste relativement stable avec un léger recul de 0.6% (16 nuitées de moins).

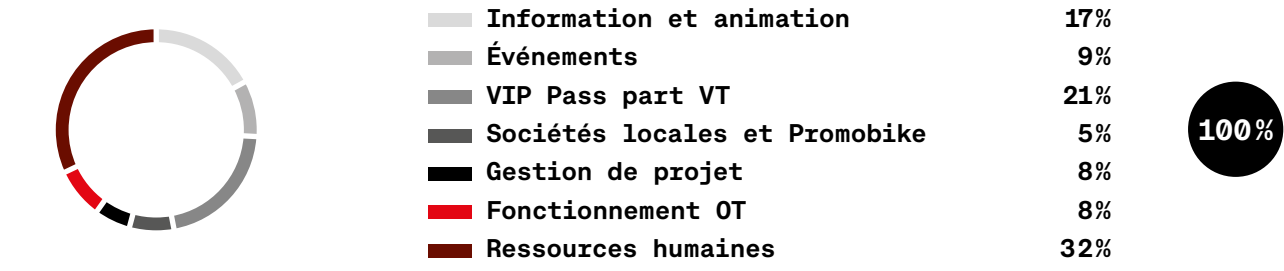
En général, la destination enregistre une hausse des nuitées de 7.3%.

/ RAPPEL FINANCIER

SOURCE DE FINANCEMENT DE VT



UTILISATION DE LA TS VT



/ RAPPORT D'ACTIVITÉ

/ information et accueil / animations / promotion / écosystème digital / vip pass / coordination locale / développement événement /



/ INFORMATION ET ACCUEIL

L'équipe en charge de l'accueil et de l'information est composée de 5 EPT et d'un stagiaire MPE ainsi qu'une apprentie employée de commerce. Elle est renforcée par 4.8 EPT durant l'été. Les périodes d'entre-saisons, plus calmes, sont mises à profit pour actualiser nos cartes, brochures et supports digitaux. Pendant les hautes saisons, les équipes se consacrent pleinement à l'accueil et à l'information des visiteurs.

VERBIER

9'655 visiteurs ont été accueillis en juillet ; une fréquentation stable par rapport à 2024. Pour rappel, l'année 2024 avait enregistré une baisse de 9 % par rapport à 2023. En août, nous avons comptabilisé 8'178, un léger recul par rapport à 2024 et 2023.

LE CHÂBLE

Après une hausse de la fréquentation durant l'été 2024, l'année 2025 marque un léger recul. La fréquentation reste toutefois supérieure à celle de 2023. En juillet, 5'083 clients ont été accueillis et 5'162 en août.

FIONNAY

L'année a de nouveau été impactée par une lave torrentielle en juin. La réouverture de la route en juillet a toutefois permis le retour des visiteurs, avec 1'540 personnes accueillies entre juin et septembre. La fréquentation est en hausse par rapport à 2023, qui comptait 1'163 visiteurs.

/HOW TO VERBIER ET CARTES

Les éditions hiver et été de notre brochure « How to Verbier » ont été mises à jour et adaptées à notre nouvel univers de marque. Les cartes des activités, été comme hiver, ont également été actualisées dans le même esprit. Dans une démarche de durabilité, et pour répondre à une clientèle de plus en plus tournée vers le digital, nous réduisons progressivement le nombre de brochures imprimées.



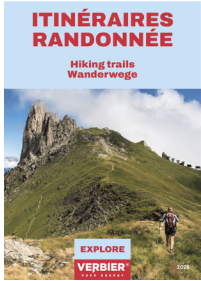


8'000 ex.
exemplaires en hiver



5'500 ex.
exemplaires en été

CARTE RANDONNÉE ÉTÉ



12'000 ex.

40 suggestions
d'itinéraires pour
tous les niveaux

CARTE VTT



8'000 ex.

11 suggestions
d'itinéraires pour
tous les niveaux

CARTE HAUT VAL DE BAGNES



6'500 ex.

20 suggestions
d'itinéraires de randonnées
et 3 itinéraires de vélo

Sensibilisation sur le savoir-vivre
en nature . Mise en avant d'infor-
mations sur les sites naturels et le
patrimoine.

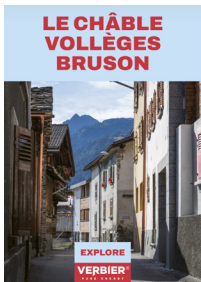
CARTE ACTIVITÉS HIVERNALES



10'000 ex.

17 itinéraires raquettes
3 pistes de ski de fond
5 itinéraires de ski de
randonnée
5 itinéraires de
randonnées hivernales

CARTE LE CHÂBLE – VOLLÈGES – BRUSON



4'000 ex.

9 suggestions d'itinéraires de randonnées
et 7 itinéraires de vélo

Mise en avant d'informations sur les sites naturels, les activités
culturelles et agritouristiques.



Verbier bénéficie d'une image forte sur les marchés suisses et internationaux, soutenue par une offre diversifiée combinant sports d'hiver, tourisme estival, gastronomie, événements de qualité.

Florian Michellod, président de VTSA et de la SDV

/ ANIMATIONS

/ ÉTÉ 2025

Les animations du « Brunch à l'alpage de Sery » et de la « Visite du barrage de Mauvoisin » ont retrouvé leur itinéraire initial à la suite des intempéries de l'été 2024.

Les inscriptions aux animations ont été timides en début de saison, notamment en raison de températures fraîches pour la période. L'affluence augmente dès la mi-juillet et c'est surtout durant le mois d'août que la fréquentation atteint son pic.

L'ensemble des animations sur inscription a réuni **322** participants. L'équipe a réaménagé les dates du programme en proposant les activités lorsqu'elles rencontraient leur public. Cela a permis de laisser la place à d'autres animations d'éclore durant les mois de septembre et octobre, comme les week-ends à la Comba ou encore « Découverte e-bike à Verbier ».

À la Tente du Parc de Loisirs, l'ambiance est toujours aussi festive et amusante ! Cette infrastructure permet d'offrir de nombreux divertissements variés au fil des six semaines d'animation pour nos jeunes hôtes, qu'ils soient locaux ou visiteurs. Entre nos prestataires habituels et nos nouvelles collaborations, les activités ont ravi tous les âges.

En parallèle, le parcours de Célestin le bouquetin a fait peau neuve avec 15 nouvelles questions et une mise à jour des visuels, incluant le parcours de Suzette la vachette, aux couleurs de l'univers de marque.

En automne, le concours de dessin d'Halloween était également de retour, avec plusieurs belles et terrifiantes réalisations à la clé et de jolies boîtes de cadeaux pour les dix gagnants.



/ HIVER 2025/26

Comme à son habitude, l'équipe d'animation a maintenu ses animations traditionnelles: le Père Noël dans les rues, l'apéro du Nouvel An ou celui avec la Guggen de Bagnes lors des vacances de Carnaval.

La patinoire du Parc de Loisirs a accueilli, pour la 4^e année consécutive, Buffet Sonore. Les DJ's s'y sont installés durant les fêtes de fin d'année pour le plus grand bonheur des habitués. Des soirées jukebox, blind test et années 80 ont complété le programme afin de dynamiser l'ambiance.

Suzette la vachette s'est également déplacée à la patinoire durant les vacances de Noël-Nouvel An et de Carnaval, à la rencontre des familles, pour prendre des photos souvenirs avec un grand nombre d'admirateurs et distribuer des petits cadeaux à l'effigie de Verbier.



Du côté de la salle de la Comba, les enfants et les familles s'y sont divertis durant trois semaines et quatre week-ends. Grâce à ValaisFun, Coquino et Prosess Concept, châteaux gonflables, mini-karts, tir à l'arc, univers du cirque, trampolines et bien d'autres jeux ont été mis à disposition. L'agenda a dû être adapté pour la semaine de Pâques en raison de travaux planifiés dans la salle.

Le programme d'animations s'est terminé au mois d'avril avec la Rue de Médran piétonne, fermée par tous les temps et animée sous le soleil par UNLTD, Pall Mall et le Shed, ainsi que par les deux chasses aux œufs: celle du dimanche, avec une deuxième édition autour de la Place Blanche, et celle d'Augustin le lapin à travers la station.



En cours d'hiver, l'équipe d'animation s'est également attelée à la réalisation de plusieurs nouveaux goodies à l'effigie de Suzette la vachette.

3

Semaines
à la salle de la Comba

4

week-ends
à la salle de la Comba

2

chasses aux œufs



01.12 - 30.04

/ PROMOTION

/ exercice 2025-2026 / marchés / campagnes promotionnelles / relations médias / travail des marchés / production de contenu / écosystème digital / communauté digitale / partenariats commerciaux et sponsoring /



/ EXERCICE 2025-2026

L'exercice 2025-2026 s'inscrit dans la continuité du travail entrepris ces dernières années pour renforcer la notoriété et l'attractivité de Verbier sur ses marchés prioritaires. À travers nos campagnes, nos relations médias, notre production de contenu, nos activations et nos partenariats, nous avons poursuivi une ambition claire : promouvoir une destination authentique, dynamique et inspirante.

Cette année a également permis d'affiner notre compréhension des différents marchés et de leur potentiel de développement. Ce travail de fond nous aide aujourd'hui à orienter plus efficacement nos investissements et à préparer les opportunités de demain.

Les résultats présentés dans les pages suivantes illustrent autant la portée de nos actions que la force du travail collectif mené avec nos partenaires, nos ambassadeurs et l'ensemble des équipes de Verbier Tourisme.

/ MARCHÉS

La Suisse demeure notre principal marché, tandis que le Royaume-Uni, la France et le Benelux continuent de jouer un rôle central dans la fréquentation de la destination.

Parallèlement, plusieurs marchés présentent un fort potentiel de développement. Les pays nordiques et l'Amérique du Nord bénéficient d'une clientèle à fort pouvoir d'achat particulièrement sensible aux expériences alpines premium proposées par Verbier. La Chine poursuit progressivement sa reconstruction, tandis que les premiers tests réalisés au Brésil ont montré des résultats encourageants.

Ces observations confortent notre stratégie : consolider nos marchés historiques tout en développant progressivement notre présence sur des marchés à fort potentiel afin de diversifier notre clientèle et soutenir la croissance future de la destination.

/ CAMPAGNES PROMOTIONNELLES

L'exercice 2025-2026 a été marqué par deux campagnes complémentaires, l'une estivale menée en partenariat avec Valais/Wallis Promotion, l'autre hivernale portée par Verbier Tourisme.

ÉTÉ 2025. CAMPAGNE VALAIS BIKE

Pour l'été 2025, Verbier a participé à la campagne Valais Bike, conduite par Valais/Wallis Promotion sur une période de près de cinq mois. La campagne s'articulait autour de trois axes: positionnement bike, mise en avant des destinations et promotion des Championnats du Monde UCI Mountain Bike 2025. Au global, la campagne Valais Bike a généré plus de 50 millions de contacts, plus d'un million de clics et près de 200'000 visites qualifiées, toutes destinations confondues.

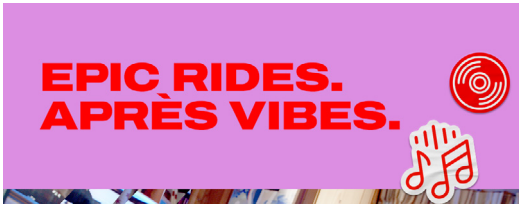
HIVER 2025-2026

La campagne hiver s'inscrit dans la continuité des campagnes "This is Verbier" et "Make it Verbier". Cette troisième phase du concept des contrastes a été développée à partir des assets existants, enrichis avec le nouvel univers de marque. Le fil conducteur: rappeler la pure energy de Verbier, du ski à l'après-ski, valoriser la possibilité de skier jusqu'à fin avril, mettre en avant l'offre gastronomique du Val de Bagnes et le caractère festif du village. Articulée autour des personnages iconiques Emma, Monique et le Berger, la campagne a décliné des messages percutants sur l'ensemble des marchés ciblés.

Au niveau international, les formats digitaux ont été déployés sur YouTube et Meta en deux vagues, sur les marchés suisse (FR et DE), Benelux et Nordics. Une activation sur les marchés français et italiens était prévue; elle a été volontairement suspendue en janvier par solidarité et sens des responsabilités, dans un contexte alpin qui appelait à la retenue. La vague 2 a permis de rebondir sur les marchés déjà activés et de tester pour la première fois le marché brésilien à Sao Paulo, avec des résultats très satisfaisants. Au niveau national, présence renforcée à Zurich, Genève, Lausanne et dans les grandes gares suisses via affichage digital et physique.

Niveau national: présence renforcée sur tous les canaux physiques et digitaux, en Romandie comme en Suisse alémanique. Top priorités: Zurich (7 écrans ePanel en centre-ville), Genève (habillage tram prolongé sur 6 semaines), Lausanne (DOOH animés et affichage OOH dans les parkings Inovil), ainsi que les grandes gares suisses via les formats eBoard et escalator (Lausanne, Genève, Bâle, Neuchâtel, Berne, Zurich).

Niveau local et régional: visuels dans des médias régionaux et de proximité, campagne dédiée à la promotion des programmes d'animations, présence sur les canaux locaux tout au long de l'année.



ÉVOLUTION

	Personnes touchées	Impressions	Vidéos vues	Clics
Exercice 21/22	7.1M / 35 ROI	19M	7.6M	166'732
Exercice 22/23	4.8M / 30 ROI	10.8M	5.35M	152'931
Exercice 23/24	5.5M / 34 ROI	9.9M	4.3M	135'431
Exercice 24/25	7.07M / 34.5 ROI	19.7M	5.4M	183'687
Exercice 25/26	6.47M+ / 34.9 ROI	20.06M	2.92M	66'292

La baisse du nombre de clics s'explique par une orientation délibérée vers des objectifs de notoriété plutôt que de conversion. Les résultats obtenus sur les KPIs de notoriété sont solides: 20.06 millions d'impressions cumulées, un taux

de complétion vidéo supérieur à 91% sur YouTube et une fréquence moyenne d'exposition de 3.16 fois par personne sur Meta.

WORLD SKI AWARDS

Verbier confirme son statut de référence du ski suisse. Pour la septième fois en huit ans, la destination a été élue meilleure station de ski de Suisse aux World Ski Awards 2025, grâce à une mobilisation remarquable de ses partenaires, de ses

habitants et de ses passionnés, en Suisse comme à l'étranger. Sur la scène internationale, Verbier s'est hissée sur le podium mondial avec Kitzbühel et Val Thorens remporte le titre.

/ RELATIONS MÉDIAS

INTRO

Cette année notre travail auprès des médias s’est poursuivi sur nos marchés principaux. Nous avons axé nos efforts sur plusieurs thématiques phares: les familles, l’agritourisme et le freeride. Notre but étant d’accroître notre audience tant auprès du grand public via des médias généralistes que de se démarquer auprès d’audiences plus spécifiques via des médias spécialisés.

CHIFFRES GLOBAUX

2024/25 - 2025/26	282	234	Parutions
	129	94	Journalistes accueillis
	40	35	Voyages de presse (individuel ou en groupe)
	115	253	Millions de personnes touchées (audience)
	147'000	160'000	CHF d'investissement pour les accueils
	4.7	4.5	Millions d'équivalence publicitaire estimée
	32	28	ROI (équivalence pub pour CHF 1.- investi)

CHIFFRES PAR MARCHÉS

	Audience (millions)	Parutions
Royaume-Uni	20	129
France	14	24
Bénélux	207	63
Autres	11	18

DEUX EXEMPLES D'ACCUEILS

Accueil Adult & Child – UK

En juillet, nous avons organisé un accueil de groupe axé sur les familles avec une particularité: les journalistes sont venus avec un de leurs enfants pour découvrir la destination en été . Au programme: camping, via ferrata, tyrolienne, trottinette et l'Espace nature.

Accueil Freeride – BE

Nous avons profité de l’Xtreme pour inviter un groupe de journalistes pour non seulement assister à l’événement, mais aussi découvrir différents terrains et aspects de la culture freeride.

ÉVÉNEMENTS MÉDIA

Pour développer et diversifier notre réseau de contacts médias sur nos marchés clés, nous avons pris part à plusieurs rencontres médias. L’un à Gand en septembre pour cibler le marché belge néerlandophone, et le second à Dublin en février.



/ TRAVAIL DES MARCHÉS

COPENHAGUEN'S CALLING

Après Bruxelles et Londres, Verbier Tourisme a poursuivi sa série d'activations internationales avec Copenhagen's Calling, organisée du 12 au 14 septembre 2025 à Copenhague, en collaboration avec le PALP Festival et plusieurs partenaires de la destination.

Pendant deux soirées publiques au cœur du quartier de Nyhavn, un bateau privatise s'est transformé en mini-croisière « Rocklette » : une scène flottante mêlant concerts rock, raclette et bières brassées spécialement pour l'événement. Imaginé avec le PALP Festival, ce concept original a permis de faire découvrir l'univers de Verbier – Val de Bagnes à un public danois et international dans une ambiance festive et décalée.

Dans le même esprit, une soirée privée organisée à bord du bateau a réuni des propriétaires danois de résidences secondaires, des médias, des tour-opérateurs, des représentants de Suisse Tourisme Scandinavie, de l'Ambassade de Suisse au Danemark ainsi qu'une douzaine de partenaires de la destination.

À travers cette opération, Verbier Tourisme souhaitait renforcer la présence de Verbier – Val de Bagnes sur le marché scandinave, de créer de nouveaux contacts B2B et B2C, de fédérer les acteurs locaux et de faire rayonner l'esprit de la destination à travers un concept original mêlant culture, musique et gastronomie alpine.



48
résidents secondaires et clients
fidèles scandinaves accueillis

1789
participants aux événements
publiques

12
partenaires de la destination
présent

13
contacts B2B (médias, TO, agences)

426K
Impressions sur nos réseaux sociaux



VALAIS NETWORK

La collaboration avec Valais Network s'est poursuivie en 2025 au travers de deux temps forts. Organisé à La Marina, « Verbier meets Neuchâtel » a permis à Téléverbier, à la Commune de Val de Bagnes et à Verbier Tourisme de présenter leurs activités et axes de développement respectifs aux entreprises locales. À cette occasion, Verbier Tourisme a

notamment mis en avant ses différentes actualités et projets : nouveau positionnement de marque, programmation des grands événements estivaux et projet « Copenhagen's Calling ». En complément, le 4^e Gala de Verbier, tenu au W Verbier, a réuni 150 entrepreneurs romands dans un cadre propice au networking et aux échanges économiques.

CYCLE WEEK

Dans le cadre de la Cycle Week à Zurich, Verbier a pris part au stand de Valais Wallis Promotion, aux côtés des destinations valaisannes hôtes des Championnats du Monde MTB UCI 2025. Cette présence a permis de promouvoir concrètement Verbier auprès d'un public ciblé, à travers

des échanges directs avec les visiteurs, des renseignements sur nos offres, itinéraires et activités, ainsi que la distribution de brochures. L'événement a également offert l'opportunité de s'inscrire dans une démarche collective de mise en valeur du Valais comme destination VTT.

SALON DESTINATIONS NATURE

Le Salon Destinations Nature, tenu du 12 au 15 mars 2026 aux Portes de Versailles à Paris, a accueilli 49'350 visiteurs (+5% par rapport à 2025). Verbier Tourisme y était présent aux côtés du Pays du Saint-Bernard et d'Horizon Nature, auprès

d'une clientèle parisienne plus jeune et plus orientée bike et randonnée douce que le public du Salon du Randonneur de Lyon. Une analyse des conversions permettra d'évaluer la pertinence d'une future participation.

ACCUEILS FAM TRIPS

7
agences et tours opérateurs

14
personnes

4
marchés différents (UK, USA, Canada)

/ PRODUCTION DE CONTENU

Le contenu est au cœur de notre stratégie de communication. Chaque publication a pour objectif de transmettre une émotion, raconter une expérience ou apporter une information utile à notre communauté.

Une règle simple guide notre travail au quotidien : un contenu doit être soit inspirant, soit divertissant, soit utile. S'il ne répond à aucun de ces critères, il n'est pas publié.

Parmi les centaines de contenus produits cette année, certains ont particulièrement marqué notre communauté :

100K

Le passage du cap symbolique des 100'000 abonnés sur Instagram a été célébré avec une activation sur les pistes mettant en scène d'imposants ballons "100K". L'occasion de remercier notre communauté à travers un concours dédié.

110'000

impressions
Plateforme: Instagram

SAINT-VALENTIN

À l'occasion de la Saint-Valentin, nous sommes allés à la rencontre des visiteurs dans la rue de Médran avec une animation simple et conviviale autour de cadeaux et de surprises à gagner.

52'000

impressions
Plateforme: Instagram

1^{ER} AVRIL

Pour notre traditionnel poisson d'avril, nous avons lancé la fausse association "Skiers Love Snowboarders", destinée à aider les snowboarders dans les passages plats. Un concept volontairement absurde qui a suscité de nombreuses réactions et un fort engagement.

50'000

impressions
Plateforme: Instagram, Facebook et TikTok

TIKTOK

TikTok a confirmé son importance dans notre stratégie de contenu. La plateforme nous permet d'explorer des formats plus spontanés, créatifs et incarnés, souvent réalisés avec la participation des équipes de Verbier Tourisme. Cette

approche plus authentique contribue à renforcer notre proximité avec les nouvelles générations et à donner un visage humain à la destination.



/ COMMUNAUTÉ DIGITALE

Instagram, TikTok, Facebook, YouTube et LinkedIn sont au cœur de notre présence digitale. Chaque plateforme est utilisée de manière complémentaire pour valoriser la destination auprès de publics variés. Notre stratégie repose sur des contenus authentiques, inspirants et immersifs qui mettent en lumière les paysages, les expériences et les acteurs de Verbier, du Val de Bagnes et de La Tzoumaz.

Au-delà de leur rôle de vitrine, les réseaux sociaux nous permettent de renforcer l'engagement de notre communauté tout en développant notre visibilité auprès de nouvelles audiences.

SCANNE ICI
POUR UN ACCÈS
À TOUTES NOS
PLATEFORMES



ÉVOLUTION DES ABONNÉS SUR NOS RÉSEAUX SOCIAUX

178'250

Le nombre total de followers sur l'ensemble de nos réseaux sociaux.

					
30.04.2026	101'400	42'965	15'180	5'405	13'300
30.04.2025	89'325	40'530	13'935	4'705	13'100
31.10.2024	78'900	39'070	8'354	4'422	12'800
31.10.2023	70'300	37'000	2'215	3'273	11'100
31.10.2022	64'300	36'300	1'536	2'820	8'300
31.10.2021	49'171	33'412	-	2'110	5'206
31.10.2020	39'873	32'037	-	1'326	1'841



/ PARTENARIATS COMMERCIAUX ET SPONSORING

PARTENARIATS COMMERCIAUX

Les partenariats commerciaux et les activités de sponsoring constituent des leviers stratégiques majeurs pour le rayonnement de Verbier Tourisme. Ils offrent des opportunités accrues de visibilité, permettent de valoriser des récits authentiques et favorisent la mise en place d’actions marketing créatives ainsi que l’animation de la station à travers divers événements.

Verbier se réjouit de pouvoir compter, depuis de nombreuses années, sur l’engagement d’Audi en tant que partenaire officiel, ainsi que sur le soutien de Faction, Sungod et Fjörk Merino, notamment dans le cadre d’activations et de collaborations. La destination est également fière d’accompagner les talents de la Verbier Racing Team et du Freeride Club Verbier, ainsi que de soutenir ses ambassadeurs :

AMBASSADEURS SPORT

SKI & FREERIDE

JUSTIN MURISIER
GÉRALDINE FASNACHT
XAVIER DE LE RUE
LUC RODUIT
DENIS CORTHAY
GABIN JANET
MARGAUT DUMONT

SKI ALPINISME

ARNAUD GASSER
AURÉLIEN GAY

VÉLO

LUDO MAY
SIMON PELLAUD

TRAIL RUNNING

EMILIE VAUDAN

GOLF

KIM ET MORGANE MÉTRAUX
LÉO ANDEER

AMBASSADEURS POUR PROJETS AUDIO-VISUELS

MARIUS PERRAUDIN
SYBILLE BLANJEAN - LIAM RIVERA
COLINE BENNINGER
JÉRÔME CAROLI
MAUDE BESSE - ELISABETH GERRITZEN



/ ÉCOSYSTÈME DIGITAL

INTRO

Cet exercice 2025/26 marque une étape structurante: la création du département Écosystème Digital au sein de Verbier Tourisme en janvier 2026. Un signal clair que le digital n'est plus un outil parmi d'autres, mais un pilier à part entière de la stratégie de destination. Plutôt que d'agir dans l'urgence, le département a posé des fondations méthodiques: cartographier avant d'optimiser, auditer avant de refondre, former avant de déployer. Ce travail de fond, souvent invisible, conditionne la qualité de tout ce qui suivra.

Depuis sa création, le département a conduit une cartographie complète de l'écosystème digital de Verbier Tourisme. L'exercice a permis de recenser l'ensemble des outils en place: gestion de la relation client (Nurtik), système d'information touristique (Apidae), moteur de réservation (Openbooking), taxe de séjour (Feratel), écrans de diffusion (Spinetix), conseiller en séjour (Roadbook), cartographie (Guidos), et bien d'autres, d'en comprendre les usages réels, les connexions existantes et les angles morts. Ce travail transversal, impliquant l'ensemble des départements de Verbier Tourisme, constitue le socle de toutes les décisions d'optimisation à venir.

SEO / AEO – RÉFÉRENCER, C'EST ÊTRE TROUVÉ. RÉPONDRE, C'EST ÊTRE CHOISI.

L'exercice a été marqué par un travail de fond sur le référencement, mené à deux niveaux complémentaires. Un audit SEO interne a permis d'analyser l'ensemble du site verbier.ch: structure, balises, maillage, performances pour identifier les pages prioritaires et établir une feuille de route d'optimisation. En parallèle, un audit externe a apporté un regard indépendant et validé les orientations stratégiques retenues.

Au-delà du SEO classique, le département a intégré les principes de l'AEO – Answer Engine Optimization. La façon dont les moteurs de recherche fonctionnent a changé: ils ne cherchent plus, ils répondent. Notre

contenu doit faire de même. Concrètement, cela se traduit par un outil de pilotage des pages internet: un fichier unique centralisant toutes les pages à refaire, les éléments essentiels par page (structure, balises, type de contenu) et une checklist intégrée pour les rédacteurs. L'objectif: garantir un contenu AEO-ready dès la première version, et non a posteriori.

Le suivi de ces efforts est assuré par un Performance Tracker mensuel, qui mesure la visibilité, le trafic et les positions des pages stratégiques du site. Pour piloter, pas seulement mesurer.

CHIFFRES CLÉS

DA 58
Autorité de domaine verbier.ch
(source: Moz – audit SEO interne, mars 2026)

4'400
domaines référents

+2
positions gagnées en position moyenne Google (11,4 → 9)

+461 %
de visites depuis ChatGPT (699 → 3'921 visites)

~40'000
clics récupérables avec la réintégration webcam/météo (estimation basée sur analyse GSC)

REFONTE DU SITE INTERNET

Après plusieurs mois de travaux, le nouveau verbier.ch a été mis en ligne en juillet 2025. Plus qu'une refonte graphique, c'est un changement de paradigme: le site devient un outil de service, de conversion et d'inspiration, connecté en temps réel aux données de la destination.

Parmi les nouveautés majeures: l'implémentation du nouvel univers de marque, le lancement de l'IA Suzette, assistante de séjour disponible à tout moment. Les travaux se poursuivent avec la mise à jour des pages existantes, la construction de portail, et, à venir, le portail Inspiration (blog).

CRM – MIEUX CONNAÎTRE POUR MIEUX PARLER

La gestion de la relation client a franchi une nouvelle étape avec la création d'une nouvelle segmentation et la mise en place de formulaires d'acquisition ciblés. L'objectif est de

qualifier progressivement la base de contacts existante pour passer d'une communication de masse à une communication pertinente, au bon moment, pour la bonne personne.

ROADBOOK – LA DESTINATION DANS LA POCHE

L'outil de conseiller en séjour Roadbook poursuit sa montée en puissance avec la digitalisation de l'accueil en cours. Il permet à nos hôtes de préparer et personnaliser leur séjour

en autonomie, en complément du conseil humain proposé dans nos offices du tourisme.

VERBIER PARTNER LAB – PRÉPARER LES PARTENAIRES AU DIGITAL DE DEMAIN

La création du Verbier Partner Lab constitue l'un des projets phares de cet exercice. Programme de montée en compétences digitales à destination des partenaires TPT, développé en collaboration avec Valais Digitourism pour la période 2026-2029, il repose sur quatre piliers.

Les Workshops & Ateliers proposent des formations progressives sur trois thématiques: IA, réseaux sociaux et relation client, déclinées en niveaux Essentiel et Avancé et par secteurs: Restauration & Hôtellerie, Commerces & Boutiques, Agences immobilières et Prestataires. Les premières dates sont fixées en juin et septembre 2025. Le Hub Partenaires met

à disposition un espace de ressources en ligne avec coaching individuel, accessible depuis verbier.ch toute l'année. Verbier Insights est une newsletter mensuelle enrichie d'une édition annuelle spéciale, livrant données clés, tendances de marché et recommandations opérationnelles aux partenaires. Enfin, la Conférence Prospective – événement annuel de vision – positionne Verbier comme destination pionnière sur les enjeux digitaux du tourisme.

Le Verbier Partner Lab est lancé officiellement début juin 2025, avec une identité visuelle propre positionnée comme sous-marque de Verbier Tourisme.

CHIFFRES CLÉS

4
piliers du programme

3
thématiques de formation (IA · réseaux sociaux · relation client)

2026-2029
horizon du programme

1
lancement: juin 2025

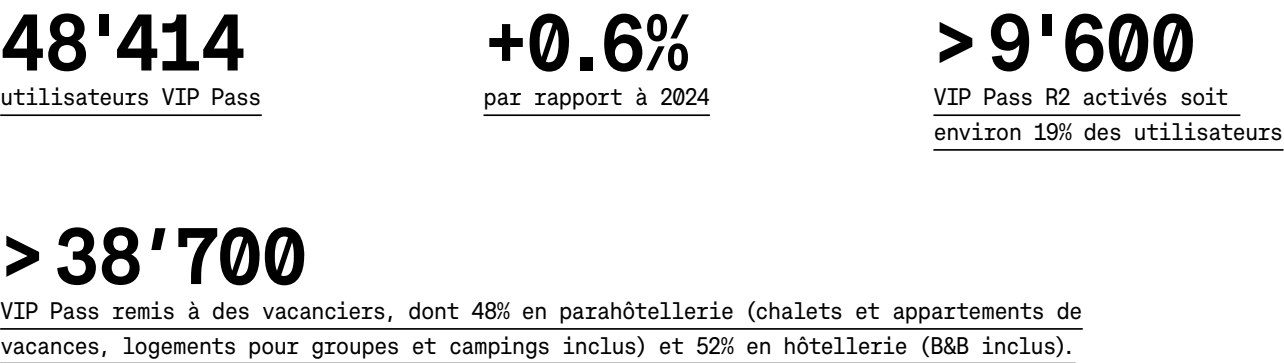
/ VIP PASS

La stabilisation constaté l'an dernier se confirme cette année. En effet en 2025 le nombre d'utilisateurs de notre carte d'hôte est de 48'414 qui correspond à quelques centaines près à l'année 2024.

Notre envie de digitaliser toujours plus le VIP Pass a continué en 2025 et la part de VIP Pass digitaux se situe à 50% pour les VIP Pass fait dans nos offices et à 44% pour la totalité des VIP Pass distribués dans notre destination. Le format digital est généralement bien accepté, la version papier reste tout de même privilégiée, notamment pour des enfants désirant profiter des offres sans téléphone portable.

La mobilité sur l'ensemble du territoire est toujours très attractive avec le VIP Pass grâce aux gratuités des installations Le Châble – Mayens de Bruson – La Pasay, Le Châble – Verbier – Les Ruinettes et Verbier – Savoleyres – La Tzoumaz, les lignes de bus TMR, le train RegionAlps Le Châble – Sembrancher et la navette Fionnay – Cabane Brunet.

LE VIP PASS EN CHIFFRES



UNE IMPLICATION DE TOUS

VERBIER TOURISME
ADMINISTRATION
DIRECTION
INFORMATION
PROMOTION
ANIMATIONS
ÉCOSYSTÈME DIGITAL
COORDINATION LOCALE
DÉVELOPPEMENT ÉVÉNEMENT
TERRAIN

HÉBERGEURS
OT LA TZOUMAZ
COMMUNES



VACANCIERS
PROPRIÉTAIRES R2

Plus de 15 partenaires participants ont proposé plus de 50 activités et ont contribué au succès du VIP Pass 2025. Téléverbier, TMR, Regionalps, 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, etc. ainsi que tous les prestataires de Riddes - La Tzoumaz et les prestataires d'activités sollicités dans le cadre des activités hebdomadaires et ponctuelles organisées par notre équipe animation. Nous les en remercions chaleureusement !

Une excellente collaboration avec La Tzoumaz

Le VIP Pass est réalisé en collaboration avec l'OT de La Tzoumaz, qui organise ses offres avantageuses en collaboration avec ses prestataires locaux. Pour le plus grand plaisir des sportifs, des familles et des amoureux de la nature, l'ensemble de nos hôtes et propriétaires de résidences secondaires peut en bénéficier en été. Nous remercions toute l'équipe de l'OT de la Tzoumaz ainsi que la Commune de Riddes pour la fructueuse collaboration !



LIEN UTILE

Infos, offres VIP Pass et conditions générales sur verbier.ch/vip-pass



/ COORDINATION LOCALE



/ entretien touristique extérieur / lauréats des Verbier - Val de Bagnes Awards 2025 /

La coordination locale a, cette année encore, mis l'accent sur les liens internes à la destination afin trouver des synergies en faveur de la notoriété et de la fréquentation de la destination tout en mettant le parcours clients au centre de nos préoccupations.

En tant que point de contact privilégié des entreprises de Val de Bagnes qui contribuent à la taxe de promotion touristique communale (TPT), l'équipe Coordination locale mène différentes actions en leur faveur.

Actions :

- Mise en œuvre de prestations de base en faveur des entreprises TPT disponibles sur l'espace qui leur est dédié verbier.ch/espace-partenaires
- Pilotage et coordination du VIP Pass
- Gestion de partenariats locaux dans le cadre du VIP Pass et des soutiens locaux selon règlements et conventions ad hoc
- Organisation des séances partenaires pour la préparation des saisons d'été et d'hiver
- Coordination avec les associations faïtières et les services communaux
- Rédaction et diffusion des newsletters partenaires hebdomadaires
- Conduite de sondages thématiques
- Gestion des demandes et rencontres de partenaires locaux, visites de nouveaux établissements TPT
- Organisation de la Clean Up Tour en collaboration avec le service de l'environnement de la Commune de Val de Bagnes, Summit Foundation et le Verbier Bike Festival
- Organisation de la remise des prix des Verbier-Val de Bagnes Awards
- Organisation d'un apéritif de remerciement pour les résidents secondaire
- Etc.



**RECEVEZ LA NEWSLETTER
PARTENAIRES!**

Les partenaires et entreprises TPT
peuvent s'inscrire gratuitement via

verbier.ch/espace-partenaires ou via
partenaires@verbiertourisme.ch

64

newsletters
partenaires
envoyées

1'554

partenaires
TPT

ENTRETIEN TOURISTIQUE
EXTÉRIEUR

Comme chaque année, notre équipe édilité a assuré d’importants travaux de montage, démontage et entretien coordonnés avec la Commune. Ces efforts contribuent au bon fonctionnement de notre destination, comme pour l’installation de la patinoire du parc de loisirs, des enseignes

en bois #VERBIER, l’entretien du parcours Vita, des places de pique-nique et du balisage des chemins pédestres aux alentours de la station de Verbier, 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



/ LAURÉATS DES VERBIER –
VAL DE BAGNES AWARDS 2025

Pour la 4^e année consécutive, une cérémonie de récompense et de remerciement a été organisée en faveur de nos partenaires lauréats de prix d’importance cantonale, nationale voire internationale. Voici les lauréats qui furent félicités début janvier lors d’une réception à la fromagerie d’Etiez :

- | | | |
|--------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| • Fromagerie d’Etiez | • Chalet d’Adrien | • La Grange |
| • Fromagerie de Lourtier | • La Table d’Adrien | • Kanpāna |
| • Fromagerie de Verbier | • Le Spa du Chalet d’Adrien | • Raphaël Thoos |
| • Alpage de La Chaux | • Bramble Ski | • Leo Trippi |
| • Ferme des Praz | • Les Elfes International | • The Verbier Spirit Company |
| • Alpage du Lein | • École Suisse de ski de Verbier | • Ibex Gin |
| • W Verbier | • The New No.14 Verbier | • Téléverbier |
| • W Verbier le Spa | • L’Ecurie | • Verbier Tourisme |
| • Hôtel Cordée des Alpes | • Taratata | |

/ DÉVELOPPEMENT ET ÉVÉNEMENTS

/ rangers / collaboration sdvb / développement événementiel / événements /



INTRODUCTION

À l'image des exercices précédents, de nombreux projets ont occupé l'équipe en 2025-26:

- Pilotage de « Copenhagen's calling »
- Observatoire du tourisme
- Événements
- April. But Make it Verbier!
- Patinoire du parc de loisirs
- Etude de développement de l'itinéraire de la Planie
- Décoration du territoire
- Rangers
- Durabilité
- Mise en place de totems d'information touristique
- Collaborations avec la SDVB pour le développement de nouvelles activités touristiques
- Etc.

Quelques projets seront présentés plus précisément dans les pages qui suivent.

RANGERS

2025 marque la troisième année d'activité du service de Rangers sur le territoire de la Commune de Val de Bagnes. Leur engagement s'est étendu du 1er avril au 31 octobre 2025. Pour rappel, leur mission principale est de sensibiliser les visiteurs à une cohabitation harmonieuse avec l'environnement naturel de la destination.

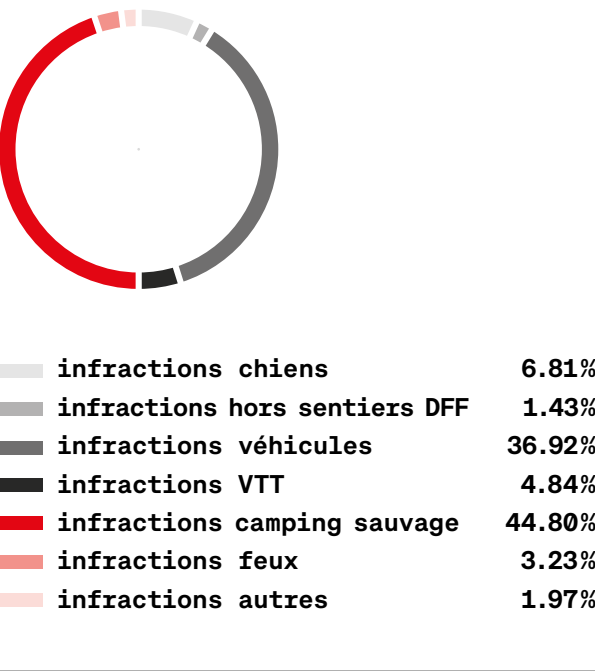
La majorité des activités et interventions des Rangers se concentrent dans la zone des 3 cols (Lein, Tronc, Planches) et le Haut Val de Bagnes. Ces zones qui requièrent, de par leur forte fréquentation et spécificités de protection, une attention particulière en termes de sensibilisation des visiteurs au respect de la nature et à l'adoption de comportements adéquats.

CHIFFRES CLÉS

3 rangers pour un taux de travail maximal de 160% durant le pic de fréquentation (juin à septembre)

61% des heures effectuées dans les zones protégées réserves forestières et District Franc Fédéral)

INFRACTIONS RECENSÉES, PAR TYPE



COLLABORATION SDVB

Dans le cadre de la collaboration avec la Société de développement du Val de Bagnes, Verbier Tourisme assure un rôle de coordination pour la mise en œuvre des manifestations soutenues, qu'il s'agisse de soutien logistique, de liaison avec les organisateurs ou de lien avec les entités locales. En 2025, trois projets ont été menés dans ce cadre.

La Coop Rando Famille a tenu sa troisième édition le dimanche 20 juillet dans les Mayens de Bruson, proposant aux familles une balade thématique et ludique. Le 24 mai, Oddicy a invité ses participants à une chasse aux mystères à travers la nature du Haut Val de Bagnes. Enfin, Discovery, une animation interactive permettant d'explorer

la région de manière autonome et ludique, était disponible au barrage de Mauvoisin tout au long de l'été. L'activité sera reconduite en 2026 dès la réouverture de la route de Mauvoisin.



DÉVELOPPEMENT ÉVÉNEMENTIEL – APRIL. BUT MAKE IT VERBIER!

En 2026, pour la deuxième année consécutive, le mois d'avril a vibré au rythme des événements dont plusieurs s'inscrivaient dans le cadre du programme de proactivité de Verbier Tourisme. Ce programme répond aux ambitions du Master Plan Tourisme, et notamment à l'objectif d'étendre notre activité touristique en dynamisant la fin de saison d'hiver.

Ainsi, le Verbier Air Show et la Snow Glow, qui avaient vu le jour en 2025, ont été reconduits cette année.

2026 marque la naissance d'un événement de clôture unique : E.N.D Session. Cette journée, organisée en collaboration avec Soldout Production et Téléverbier, a su mêler ski et fête sur les pistes de La Chaux avant de se prolonger en après-ski géant sur la place de l'Ermitage. Les performances survoltées de Kavinsky et Ofenbach ont fait danser et chanter quelque 5400 personnes qui se sont retrouvées au centre de Verbier pour célébrer la fin d'un hiver riche et inoubliable.



ÉVÉNEMENTS

Comme les années précédentes, le territoire de Val de Bagnes et la station de Verbier ont accueilli, en 2025, des milliers de participants venus des quatre coins du monde pour vivre des expériences variées durant nos événements : s’émouvoir au son de la musique classique, se dépasser sur les courses trail ou VTT, exercer ses papilles aux goûts de nos raclettes, se déhancher sur des rythmes électro ou encore écarquiller ses yeux devant les descentes vertigineuses sur les pentes enneigées de nos montagnes.

Une course de VTT enduro, Enduro2 – limitée à 400 coureurs répartis en équipe de deux – a vu le jour début juillet.

Les inscriptions ont été complètes en quelques heures après l’ouverture en ligne, et la provenance des coureurs témoigne du succès international de l’événement : 28% venaient du Royaume-Uni, 13% de Belgique et 11% d’Italie. La Suisse, les Pays-Bas, la France, l’Allemagne et d’autres nations étaient également représentées. En outre, 84% des participants visitaient Verbier pour la première fois. Ces chiffres soulignent le rôle crucial de nos événements pour accroître notre visibilité à l’internationale et renforcer notre notoriété.

LES CHIFFRES CLÉS



/ NOS ASSOCIATIONS FAÎTIÈRES

SOCIÉTÉ DES HÔTELIERS, CAFETIERS ET RESTAURATEURS DE VERBIER VAL DE BAGNES (SHCR)

Président
Lionel Dubois
lionel@lecarrefour.ch

Vice-président
Gérald Maraite
gerald@bristol-verbier.ch

ASSOCIATION DES ÉCOLES DE SKI, DE SNOWBOARD ET DES BUREAUX DES GUIDES DE VERBIER

Président
Luca Voisin
luca@adrenaline-verbier.ch

ASSOCIATION DES GÉRANTS ET AGENTS IMMOBILIERS DE VERBIER (AGIV)

Président
Michael Fellay
michael.fellay@vfp.ch

ASSOCIATION DES TAXIS DE VERBIER

Présidente
Gréty Vogel
info@vogel-transports.ch
www.verbiertaxi.ch

SOCIÉTÉ DES COMMERÇANTS ET ARTISANS DE VERBIER VAL DE BAGNES (SCAV)

Présidente
Mélanie Jacquemettaz
info@scav-verbier.ch
www.scav-verbier.ch

ASSOCIATION DES JEUNES DE VAL DE BAGNES

Président
Maxime Picchio
association.jeunes.valdebagnes@outlook.com

ASSOCIATION DES PROPRIÉTAIRES DE CHALETS ET D'APPARTEMENTS DE VERBIER VAL DE BAGNES (APCAV)

Présidente
Brigitte Borel
info@apcav.ch
www.apcav.ch

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE VAL DE BAGNES

Présidente
Martine Tristan
info@sdivb.ch

NOUS SOMMES VERBIER TOURISME

créatifs

professionnels

passionnés

accueillants

positifs

persévérants

dynamiques

consciencieux

impliqués

ambitieux

REMERCIEMENTS

NOUS TENONS À REMERCIER CHALEUREUSEMENT POUR LEUR PRÉCIEUX SOUTIEN : NOS 1'554 ENTREPRISES ET PRESTATAIRES QUI S'ACQUITENT 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 8 ASSOCIATIONS FAÎTIÈRES MEMBRES DE LA SD VERBIER : ASSOCIATION DES ÉCOLES 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 · ASSOCIATION DES JEUNES DE VAL DE BAGNES · NOS 6 ACTIONNAIRES DE VT SA : COMMUNE DE RIDDES · COMMUNE DE SEMBRANCHER · COMMUNE DE VAL DE BAGNES · SD DE VAL DE BAGNES · SD DE VERBIER · TÉLÉVERBIER





/ GLOSSAIRE

AESSBGV

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

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 clients finaux

CHF

Francs suisses

CRM

Gestion de relation client (customer relation management)

DA

Domaine Authority est un score de classement des moteurs de recherche

DFF

District franc fédéral

DOOH

Digital Out-of-Home ou affichage extérieur numérique

EPT

Équivalent plein temps

Ex.

Exemplaires

GCC

Pays du Golfe persique (Gulf cooperation council)

IA

Intelligence Artificielle

KPI

Key Performance Indicator ou indicateur clé de performance

MPE

Maturité professionnelle économie

MTB

Moutainbike

OOH

Out Of Home ou affichage publicitaire extérieur traditionnel et physique

OT

Office du tourisme

R1

Résident principal

R2

Propriétaire de résidence secondaire

ROI

Retour sur investissement

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)

SEO

Search Engine Optimization ou référencement naturel

ST

Suisse Tourisme

TMR

Transports Martigny Région

TPT

Taxe de promotion touristique

UCI

Union cycliste internationale

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

