



# ANALYSE DES

# Remontées Mécaniques Valaisannes

# Walliser Bergbahnen

## ANALYSE

### 1. JOURNEE DE SKI DES REMONTEES MECANIQUES: RAPPORT

PROJET DE L'ECOLE SUISSE DE TOURISME  
SIERRE

MEMBRES DU GROUPE: ALLEMAND ANOUK, BAUMANN SUZANNE, BEGUELIN  
ANNE-CAROLINE, FAVRE ANNE-LAURE, GÖLLER CAROLINE, GRIEDER ANGELA,  
JEITZINER NADYA, LAUBER FABIAN, PAVLOVIC STEPHANIE,  
PESE REEM, RUH VANESSA

CHEF DE PROJET: DR. ZEITER HANS-PETER



# Table des matières

<b>TABLE DES MATIERES .....</b>	<b>2</b>
<b>RESUME .....</b>	<b>4</b>
Constatations .....	4
Propositions d'amélioration .....	4
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>5</b>
Problématique .....	5
But de l'étude.....	5
Démarche.....	6
<b>ANALYSE DE LA SITUATION.....</b>	<b>7</b>
Demande .....	7
Offre .....	7
<b>COMMENTAIRES DES TABLEAUX.....</b>	<b>8</b>
Politique des tarifs .....	8
Remarques .....	8
Période d'affluence .....	8
Statistiques de vente pour les jeunes .....	9
USP des stations .....	9
Activités proposées pour les enfants .....	9
Activités pour les jeunes .....	9
Activités pour les familles.....	9
Actions Marketing .....	10
Partenariats.....	10
<b>ANALYSE DE LA CONCURRENCE.....</b>	<b>11</b>
Concurrence .....	11



Part de marché en %.....	11
Concurrence étrangère .....	11
Concurrence destinations balnéaires (Prix, Offre, Qualité).....	11
Analyse de la concurrence autrichienne.....	12
Analyse de la concurrence française .....	13
Analyse de la concurrence canadienne et américaine .....	15
SWOT-Analyse .....	18
<b>CONSTATATIONS .....</b>	<b>19</b>
<b>MESURES .....</b>	<b>20</b>
Actions pour les familles.....	20
Manifestations .....	20
La publicité.....	20
Politique de prix.....	20
Offre .....	21
Actions pour les écoles .....	21
Actions pour les jeunes .....	21
<b>MISE EN PLACE D'UN PROJET AFIN D'AUGMENTER L'ATTRACTIVITE DES REMONTEES MECANQUES VALAISANNES .....</b>	<b>24</b>
Le Valais présenté sous un nouvel angle .....	24
Mise en place au niveau des prestataires .....	25
Conception et démarche.....	25
Marketing-Mix .....	26
Exemple Forfait semaine .....	26
Exemple 1 Forfait Week-End .....	26
Exemple 2 Forfait Week-End .....	27
Promotion/Communication .....	27
Contrôle du succès .....	27



## Résumé

Un groupe de projet de L'Ecole Suisse de Tourisme de Sierre a été chargé de réaliser une étude pour les Remontées Mécaniques Valaisannes concernant la problématique de la pratique des sports d'hiver chez les jeunes. Le travail a consisté en une analyse de la Journée à ski organisée pour la première fois pour les classes de quatrième année du canton du Valais et d'une recherche de solutions afin d'attirer les enfants et les jeunes à pratiquer un sport de glisse.

Nous avons questionné 470 écoliers de quatrième année du Valais concernant la Journée à ski ainsi que de leur comportement sportif. Les résultats de cette étude se trouvent dans le dossier séparé « Tous sur les pistes ».

Dans une seconde partie nous avons analysé les prospectus et les tarifs des Remontées Mécaniques Valaisannes et avons contacté, par e-mail, les différentes remontées mécaniques pour de plus amples informations. Les résultats nous ont mené aux conclusions ainsi qu'aux propositions d'amélioration suivantes :

### Constatations

- 82% des jeunes pratiquent le ski ou le snowboard, plus de 80% de ces derniers grâce à leurs parents.
- Une large palette d'activités est aujourd'hui à disposition des jeunes. L'offre sportive est devenue très grande et beaucoup de sports sont faciles d'accès et plus avantageux que le ski ou le snowboard. Ces derniers se trouvent en concurrence forte par rapport à d'autres sports et activités de loisirs.
- Les tarifs pour familles, jeunes, enfants et pour groupes / classes existent dans toutes les stations analysées.
- Environ 30% des abonnements vendus sont destinés aux enfants et aux jeunes
- Les stations offrent des animations spéciales pour les enfants ou pour les jeunes. Ceci est très positif car ces animations vont motiver les enfants ou les jeunes à revenir.
- Certaines stations se sentent plus concernées que d'autres par le fait que de moins en moins de jeunes se trouvent sur les pistes.

### Propositions d'amélioration

- Journée parents-enfants « Tous à ski »
- Parcours Vita dans la neige durant tout l'hiver
- Pistes et événements à thèmes
- Manifestations
- Création de nouveaux forfaits
- Tarif demi-prix pour l'abonnement journalier (enfants et jeunes)
- Création d'un catalogue tout ménage regroupant toutes les stations de ski du Valais avec les prix et les prestations (une page par station).



# Introduction

## Problématique

Durant les quinze dernières années le nombre de skieurs dans toute l'Europe a stagné. Cette évolution touche également le Valais. C'est pourquoi, les Remontées Mécaniques Valaisannes craignent que le nombre d'enfants et de jeunes qui pratiquent le ski ou le snowboard diminue. Cette tendance se démontre aussi par le fait que de moins en moins de jeunes pratiquent ces sports, bien que le nombre de jeunes dans les classes soit toujours plus élevé.

Le comité des Remontées Mécaniques Valaisannes a décidé de contrer cette tendance, si elle se confirme, en organisant plus d'activités. Durant l'hiver 2005, il a notamment organisé la première journée à ski gratuite pour les enfants en collaboration avec le département de l'instruction publique, de la culture et des sports, des sociétés de magasins de sports, des écoles de ski valaisannes, des cars postaux ainsi que d'autres entreprises de transport. Avec la campagne « Tous sur les pistes », il a invité le 21 janvier 2005 tous les élèves des classes de 4<sup>ème</sup> année primaire pour une journée à ski. Les classes pouvaient choisir elles-mêmes le lieu de leur excursion. Les organisateurs de cette action ont payé tous les frais pour le transport, la carte journalière et la location de l'équipement pour les débutants. Les écoles de ski ont donné des cours de ski gratuits :

L'Ecole Suisse de Tourisme (EST) à Sierre a proposé au comité des Remontées Mécaniques Valaisannes, d'évaluer cette 1<sup>ère</sup> journée à ski dans le cadre du cours de projet du 6<sup>ème</sup> semestre. De plus, les étudiants ont eu le devoir de répondre aux différentes questions suivantes :

- Est-il vrai que les enfants et les jeunes pratiquent moins le ski et le snowboard qu'auparavant?
- Quelles offres proposent les Remontées Mécaniques Valaisannes pour attirer les jeunes sur les pistes ? Quelles mesures prennent-elles ?
- Ces mesures sont-elles suffisantes pour redonner l'envie aux jeunes de pratiquer le ski ou le snowboard ?

## But de l'étude

Dans le cadre de ce projet, les buts suivants doivent être atteints:

- Evaluation de la 1<sup>ère</sup> journée à ski pour les écoles
- Effectuer une analyse SWOT: Enumérer les forces et les faiblesses ainsi que les chances et les dangers des remontées mécaniques.
- Proposer une stratégie marketing et des mesures à mettre en place pour motiver à nouveau les enfants et les jeunes à pratiquer le ski ou le snowboard.
- Propositions d'amélioration de l'offre.



## Démarche

Le groupe qui travaille sur le projet „Tous sur les pistes“ est composé de onze étudiants. Ils sont guidés et soutenus par le Dr. Zeiter Hans-Peter, professeur à l'Ecole Suisse de Tourisme. 14 lundis après-midi sont prévus pour cette étude.

La tâche principale consiste en la lecture de différents articles sur le sujet et l'évaluation d'après des prospectus, listes de tarifs et les sites internet des différentes remontées mécaniques. En complément deux sondages ont été réalisés:

- Questionnaire aux élèves de 4<sup>ème</sup> année primaire du canton du Valais
- Pour les informations supplémentaires, questionnaire sous forme d'E-mail aux remontées mécaniques.



# Analyse de la situation

## Demande

Les résultats du questionnaire aux élèves de 4<sup>ème</sup> primaire du canton du Valais donnent une approche globale de la demande des enfants et des jeunes. Nous n'avons pas repris tous les résultats dans ce dossier, mais vous les trouverez dans le dossier « Tous sur les pistes – sondage, hiver 2005 » qui se trouve en annexe.

## Offre

Afin de mener à bien notre étude, nous avons contacté les remontées mécaniques du Valais pour connaître leurs prestations, leur politique de prix, leur stratégie marketing par rapport aux jeunes, leurs partenariats et autres.

Nous avons recueilli et rassemblé les diverses informations qu'elles nous ont transmises. Vous trouverez en annexe les tableaux comparatifs de la plupart des stations du Valais.



# Commentaires des tableaux

## Politique des tarifs

Toutes les stations proposent des tarifs spéciaux suivant les saisons.  
Les offres suivantes reviennent systématiquement :

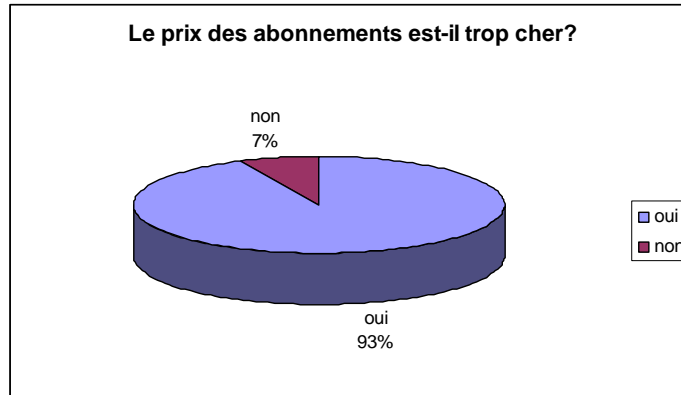
- Les tarifs familles (15% dès 4 personnes, rabais à partir du 2<sup>ème</sup> adulte,...)
- Les tarifs spéciaux jeunes (rabais 15%)
- Les tarifs spéciaux enfants (rabais 40%)
- Les tarifs groupes, écoles (rabais suivant le nombre de personnes)

Des offres forfaitaires sont proposées dans la plupart des stations.

## Remarques

Nous constatons que les remontées mécaniques offrent des prix spéciaux pour leurs clients. Par le biais de ces prix attractifs, des efforts sont manifestement faits afin d'attirer la clientèle des sports d'hiver.

Malgré ces offres, les prix des abonnements de ski restent trop élevés pour les clients. Un sondage dans la revue de presse « Tourismus Revue » montre qu'encore 93% des skieurs trouvent les abonnements trop chers. Seul 7% des sondés sont satisfaits !



Source : « hotel+tourismus revue, Nr 6, Februar 2005 »

Les personnes ayant répondu à ce sondage sont les lecteurs de « Tourismus Revue ».

## Période d'affluence

Pour toutes les stations :

- Noël
- Carnaval, le mois de février
- Pâques

Nous notons que les périodes d'affluence tombent durant les vacances scolaires. Il serait judicieux d'envisager des offres spéciales pour une clientèle non dépendante des vacances scolaires durant l'entre-saison.



## Statistiques de vente pour les jeunes

Nous avons malheureusement reçu un nombre très restreint d'informations concernant les statistiques de ces dernières années. Il nous est de ce fait impossible de faire une comparaison portant sur les années précédentes. Nous essayons de donner un bref aperçu basé sur les données de quatre stations :

- Les ventes des abonnements pour les enfants (5/6 ans à 15 ans) représentent 27 à 35% des ventes globales.
- Les ventes des abonnements pour les jeunes (15/16 ans à 19 ans) représentent 11% des ventes globales.
- Les ventes auprès des jeunes reculent de 15% pour une station

## USP des stations

18 stations sur 25 mettent en avant leur USP (Unique Selling Product). Seul un des USP est orienté vers les jeunes ou les enfants, les autres n'auront donc aucune influence directe sur ce segment.

## Activités proposées pour les enfants

17 stations sur 25 organisent néanmoins des activités pour les jeunes ou les enfants :

- Jardin des neiges
- Télési pour les enfants
- Spectacles
- Bricolages
- Après-midi pour enfant
- Luge
- Contes
- Jeux dans la neige
- Place de jeux
- Mascottes
- Animations diverses

## Activités pour les jeunes

- Snowpark
- Big air
- Concours de ski
- Concours de Freeride
- Bar des neiges

## Activités pour les familles

- Descentes aux flambeaux
- Ski nocturne
- Ambiance musicale
- Animations sur les pistes
- Soirée fondue



- Soirée bingo
- Zones pic-nic
- Chiens de traîneaux
- Bandes dessinées dans les cabines
- Garderie

## **Actions Marketing**

20 stations sur 25 envisagent des actions marketing pour attirer plus d'enfants, de jeunes et de familles.

Nous pouvons citer quelques exemples :

- Carte euro <26
- Label « famille bienvenue »
- Action SMS (toutes les dernières news envoyées par sms)
- Sponsoring d'événements pour les jeunes
- Animations dans le village
- Journée de ski gratuite pour les élèves de 4ème année
- Semaine à thèmes pour les jeunes

Par ce questionnaire auprès des remontées mécaniques, nous n'avons pas reçu des données précises au sujet de l'offre. De ce fait, nous avons l'impression qu'elles ne se font pas assez de soucis au sujet du recul du nombre de jeunes sur les pistes.

Il est à noter que six stations sur 25 ont le label « Famille bienvenue » et que ces dernières renouvellent constamment leurs actions marketing.

## **Partenariats**

Les partenariats les plus fréquents se font en général entre les remontées mécaniques, les offices de Tourisme et les écoles de ski.



# Analyse de la concurrence

## Concurrence

Notre étude se base sur l'étude des Remontées Mécaniques Suisses „Télesièges suisses – quel avenir?“

La plus grande offre sur le marché des sports d'hiver se trouve:

1. France 2. USA 3. Autriche 4. Japon 5. Italie 6. Suisse

## Part de marché en %

France et Autriche 40%

Suisse et Italie 30%

Autres 30%

## Concurrence étrangère

L'image des remontées mécaniques est bonne surtout sur le marché intérieur. Sur le marché international, la pression est plus forte.

Propositions d'amélioration :

- Les offres d'hiver comme d'été devraient être plus diversifiées
- Proposer de nouvelles offres à la mode
- Assurer l'enneigement artificiel
- Renforcer la collaboration avec des partenaires (Grands Tours Opérateurs à l'étranger)

## Concurrence destinations balnéaires (Prix, Offre, Qualité)

Source :Reisemarkt Schweiz 2002

Les citoyennes et citoyens suisses voyagent de plus en plus. Malheureusement les remontées mécaniques ne peuvent pas en profiter pleinement. Les vacances balnéaires sont devenues en règle générale meilleur marché que les vacances de ski.

C'est pourquoi nous proposons les mesures suivantes :

- Informer les clients des progrès effectués au niveau de l'impact des remontées mécaniques sur l'environnement.
- Thématiser les infrastructures et les pistes afin de faire vivre une expérience unique.
- Améliorer la qualité des services.
- Améliorer les relations publiques.
- Proposer des offres plus avantageuses, ce qui n'est possible qu'avec une meilleure collaboration avec les prestataires touristiques de la station.
- Rendre les transports publics plus attractifs et confortables (par exemple faire une offre de transport du domicile au logement de vacance)



## Analyse de la concurrence autrichienne



	<b>Sölden</b>	<b>Lech Zürs am Arlberg</b>	<b>Serfaus im Tirol</b>
<b>Animations</b>	Pas pour les enfants...mais plutôt orienté vers les jeunes	<b>Miniclub Lech</b> dès 3 ans <b>Kinderland Oberlech</b> de 2.5 – 3.5 ans <b>Jardin des neiges „little Zürs“</b> dès 3 ans <b>Royaume des enfants</b>	<b>Alpage enneigé des enfants</b> <b>Ecole de ski</b>
<b>Manifestations</b>	Théâtre Hannibal, bars	Nokia Snowparktour, Int. Lecher Mountain Trophy	
<b>Prix</b>	8-14 ans 24€, semaine: 102€ 15-19 ans: 30€, semaine: 131€	9-16 ans 23.50€, semaine 111€ 17-20 ans 35.50€, semaine 160€	7-15ans 21.50€, semaine 90€ adulte 36€, semaine 160€
<b>Offres pour les enfants</b>		<b>Kids in Zürs</b> Programme pour la semaine avec luge, visite des vaches de Zürs, disco pour les enfants, courses de ski <b>Programme supplémentaire</b> durant Noël, Carnaval et Pâques, avec visite du Père Noël, « Schnitzeljagd » et Crazy Helmet Day	<b>Tubing Park</b> pour toute la famille <b>Mini Ski Doo Parcours</b> dès 6 ans
<b>Fun &amp; Snow pour les jeunes</b>			<b>Nuit aventure</b> Ski nocturne
<b>Remarques</b>	Offre des écoles de ski pour les enfants	<b>La mascotte „Bocki“</b> est toujours présente!	



## Analyse de la concurrence française



	Val d'Isère	Chamonix	La Plagne
<b>Animations</b>	<p><b>Chien de traîneaux</b>  <b>L'Adroit Farm</b> (Production de fromages, découverte d'animaux, visite guidée de la ferme avec dégustation de fromage).  <b>Raquettes</b> (pour les 4-5 ans)  <b>Piscine</b>  <b>Patinoire</b>  <b>Spectacles d'enfants</b> (pendant les vacances scolaires)</p>	<p>Aucune offre spéciale pour les enfants pendant l'hiver. En été, par contre, d'innombrables offres sont proposées...</p>	<p><b>Crèches pour enfants</b> (Formule 1/2 journée : à l'unité 23 €, semaine 90 €  Formule 1/2 journée + repas : à l'unité 42 €, semaine 157 € Formule journée + repas : à l'unité 58 €, semaine 210 €)  <b>Jardin des neiges</b> (par groupe d'âge) (Tarifs à la semaine, sans R.M., ni matériel Formule 1/2 journée : 121 € Formule 1/2 journée + repas : 192 € Formule journée + repas : 241 €)  <b>Club enfants</b> (pour les enfants de 3 à 9 ans)</p>
<b>Manifestations</b>	<p>Cirque  Spectacles d'enfants  Ecole de ski avec feu d'artifice  Semaine de la BD Jeunesse  Descente aux flambeaux  "X box Big Day Out" (Spectacle de Snowboard)</p>	<p>Soirées avec histoires/contes  Descente aux flambeaux pour les enfants  Saut à ski pour les juniors (et seniors)  Boardercross</p>	<p>Playstation Air Games (Manifestation snowboard)  Urban Style (Manifestation freestyle)  Bouygues Freestyle Tour  SAAB Salomon Crossmax Series (Skicross)</p>
<b>Prix</b>	<p>5-12 ans: 29.50€  Semaine: 140.50€  Adulte: 39€  Semaine : 187€</p>		



Analyse des Remontées Mécaniques Valaisannes

	Prix des animations sur demande		
<b>Offres pour les enfants</b>	Village Childrens Holiday (prix au-dessus)		
<b>Fun &amp; Snow pour les jeunes</b>	Rien de spécial		<b>Club Jeunes</b> (pour les jeunes de 9 à 13 ans) (Formule matin ski + après-midi au choix ski ou surf : 305 €) <b>Club Ados</b> (pour les jeunes de 13 à 18 ans)
<b>Remarques</b>	<b>Val d'Isère</b>		



## Analyse de la concurrence canadienne et américaine



Discover our true nature



	<b>Jackson Hole</b>	<b>Whistler Mountain</b>	<b>Aspen</b>
<b>Manifestations</b>	<p><b>Slopestyle Events USASA</b> sur le domaine local. Les coureurs de la région ont la possibilité de se mesurer aux meilleurs.</p> <p><b>Halfpipe Events de la USASA Serie</b> va dans la même direction que le Slopestyle. Tous deux sont pensés pour les skieurs et les snowboarders.</p>	<p><b>King of the Rail Rail:</b> La manifestation se déroule toujours le samedi. Le vainqueur est désigné par les participants.</p>	<p><b>Winter X-Games 2005</b> Le X-Games annuel est l'événement sportif de l'hiver à ne pas manquer. Les participants du monde entier se retrouvent dans les disciplines MottoX, Ski, Snowboard et Snowmobil afin de remporter des médailles et des prix.</p>
<b>Prix</b>	<p><b>14 ans et plus jeunes</b> Journée: 34\$ 40 CHF Semaine: 158\$ 188 CHF</p> <p><b>Jeunes</b> Journée: 54\$ 64 CHF Semaine: 250\$ 297 CHF</p>	<p><b>Enfants de moins de 6 ans</b> Gratuit (accompagné d'un adulte)</p> <p><b>Jeunes 13 – 18</b> Journée: 59\$ 57 CHF Semaine: 266\$ 255 CHF</p> <p><b>Enfants 7 – 12</b> Journée: 28\$ 27 CHF Semaine: 160\$ 154 CHF</p>	



<p><b>Offres pour les enfants</b></p>	<p><b>Cody House</b>                  La “Cody house Kids Ranch” est un endroit pour les enfants où tout est „all inclusive“. Ici on propose aux parents de s’occuper de leurs enfants pendant toute la journée. Les enfants ont ainsi la possibilité de faire leurs premiers essais sur les skis avec les responsables du ranch.</p> <p><b>Fort Wyoming</b>                  Pour les petits: faire du ski dans une atmosphère de „l’ouest sauvage“. Le Fort Wyoming est une partie du kids ranch et propose une piste d’exercices pour les premiers essais sur la neige.</p> <p><b>Littel Rippers</b>                  Cours privé pour les enfants entre 5 et 6 ans, qui aimeraient commencer le snowboard. Le travail en petits groupes permet aux moniteurs de passer plus de temps avec les participants et ainsi améliorer la phase d’apprentissage.</p>	<p><b>Mountain Fun Zone</b>                  „Whistler Kids“ est le modèle type pour la pratique du ski et du snow-board, pour connaître de nouvelles personnes et pour, surtout, avoir du plaisir.</p>	
---------------------------------------	---	---	--



<p><b>Fun &amp; Snow pour les jeunes</b></p>	<p><b>Team Extrem</b>                  Les „Team Extrem“ sont des camps pour les jeunes skieurs et snowboarders qui ont déjà de l'expérience. Pendant ce camp d'une semaine, le divertissement prime avant tout. Le ski hors piste est abordé et les jeunes sont sensibilisés aux dangers de cette pratique.</p> <p><b>Park &amp; Pipe</b>                  Le meilleur endroit où les jeunes se mesurent entre eux. Le snowparc offre à chacun diverses possibilités.</p>	<p><b>Nintendo Terrain Parks &amp; Pipes on Whistler Blackcomb</b>                  Le Nintendo Parks and Pipes à Whistler Blackcomb est conçu pour tous les niveaux.</p>	<p><b>Crazy T'rain Park &amp; Pipe Pipeline Park</b></p>
--	--	---	--



## SWOT-Analyse

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offre de stations de ski variée et abondante</li> <li>▪ Ski sur glacier - Expérience ski d'été et sécurité de l'enneigement</li> <li>▪ Enneigement artificiel sur presque tous les domaines</li> <li>▪ Infrastructures bien développées</li> <li>▪ Temps de déplacement court jusqu'aux stations</li> <li>▪ Marques connues (Zermatt, Crans-Montana,...)</li> <li>▪ Beautés du paysage et nature pure</li> <li>▪ Richesses culturelles (traditions et coutumes)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plus cher que les vacances balnéaires et visites de villes</li> <li>▪ Vacances d'hiver moins importantes que l'été</li> <li>▪ Offres insuffisamment connues</li> <li>▪ Manque d'offre avec sport à la mode</li> <li>▪ Collaboration insuffisante entre les remontées mécaniques</li> <li>▪ Collaboration insuffisante avec les prestataires de services (Hôtels, TO, Ecole de ski,...)</li> <li>▪ Offres forfaitaires insuffisantes</li> <li>▪ Infrastructures parfois trop vieilles et donc plus concurrentielles</li> <li>▪ Enneigement artificiel coûteux</li> <li>▪ L'image de la „Suisse chère“</li> </ul>
Chances	Risques
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promouvoir des pistes et des installations à thèmes: Pistes Hollywood et musique près des installations</li> <li>▪ Changer la politique des prix (plus de forfaits familles, enfants gratuit jusqu'à 9 ans)</li> <li>▪ Profiter des nouveaux sports à la mode (nouvelles offres)</li> <li>▪ Transport des voitures par le train meilleur marché</li> <li>▪ NLFA</li> <li>▪ Last Minute</li> <li>▪ Manifestations pour les jeunes (Jump Contests, Concerts etc)</li> <li>▪ La mode de la croix suisse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Résultats négatifs</li> <li>▪ Pas assez de moyens financiers pour la réalisation de pistes à thèmes</li> <li>▪ Impact sur l'environnement trop élevé avec les sports à la mode et l'augmentation des infrastructures</li> <li>▪ Fermeture des tunnels de montagne</li> <li>▪ Vieillesse de la population</li> </ul>

Source:

Etude "Die Bergbahnen im Kanton Wallis", Klaus Zurschmitten, Stefan Gehring; 2004  
 Etude Schweiz Tourismus „Reisemarkt Schweiz“; 2002



## Constatations

Le questionnaire aux élèves de 4ème année ainsi que le questionnaire par E-mail aux remontées mécaniques ont démontré que:

- Le ski et le snowboard sont encore appréciés chez les jeunes élèves valaisans. Comparé à il y a quelques années, le choix des différents sports est considérablement plus grand. Les enfants et les jeunes ne pratiquent plus uniquement un sport mais plusieurs.
- Le rôle des parents influence la pratique du ski chez les jeunes. Plus de 80% des enfants questionnés ont commencé le ski avec leurs parents. Les remontées mécaniques du Valais devraient prendre en compte cet aspect lors de la planification de leur plan marketing.
- Les journées à ski et les camps de ski scolaires sont en forte diminution à cause des restrictions budgétaires. Les économies communales et cantonales provoquent la suppression des camps de ski.
- Les Remontées Mécaniques Valaisannes sont conscientes de la forte concurrence et doivent proposer des offres concurrentielles. Elles devraient également attirer les jeunes par des offres et animations spéciales.

Afin de convaincre les enfants et les jeunes à pratiquer le ski dans les années futures, les Remontées Mécaniques Valaisannes devraient concentrer leurs efforts marketing sur les trois segments suivants:

- Familles
- Ecoles
- Jeunes



# Mesures

## Actions pour les familles

Lors de nos différentes analyses des stations, nous avons pu constater que la majorité des stations proposaient différents plans d'action pour les familles et les enfants. Néanmoins il faudrait encore élargir davantage les offres et mettre l'accent sur la publicité locale et nationale.

## Manifestations

### Idées pour le développement des actions familles :

- Jeux de piste en permanence (genre parcours Vita) et le meilleur résultat de la saison serait récompensé.
- Snow park, relais parents enfants
- Course de ski parents enfants
- Journée parents enfants « tous à ski »
- Cours de ski « familles »
- Spectacle en haut des pistes

## La publicité

- Elaborer une meilleure publicité dans les villes de Suisse Romande, Suisse Alémanique ainsi que dans les pays voisins afin qu'elles se sentent plus concernées.
- Créer un catalogue tout ménage qui regrouperait toutes les stations de ski du Valais avec les prix et les prestations (une page par station).
- Continuer les actions publicitaires à la télévision car celles-ci ont touché un large public cet hiver.
- Faire de la publicité directe en élaborant une base de données avec les coordonnées des clients.

## Politique de prix

- Baisse généralisée des abonnements familles, enfants et jeunes et augmentation des tarifs « normaux ».
- Un jour par mois, proposer une journée demi-tarif pour parents et enfants, les abonnements doivent être achetés ensemble (enfants moins de 16 ans).
- Forfait famille « tout compris » : trajet en train, hébergement, abonnement de ski, location du matériel ou autres : Offre Rail Away.
- Plus de possibilités d'acheter les forfaits et abonnement de ski sur Internet et donner des avantages à ce système.
- Etablir les prix en fonction des remontées mécaniques ouvertes (exemples : si seul 50% des remontées sont ouvertes, offrir un rabais).



## Offre

Si une attente se crée au bas des remontées mécaniques, ou une panne du système, prévoir une animation. (Exemple : la mascotte de la station viendrait divertir les enfants).

Des offres devraient être proposées dans tous les domaines de la chaîne de service.

- Hôtel : chambres aménagées « enfants »
- Remontées mécaniques : adaptation des prix et animation
- Transports : adaptation des prix, personnes accompagnant les enfants jusqu'à destination
- Restaurant : aménagement d'un coin enfant
- Ecole de ski : cours de ski familles
- Garderie : plus de flexibilité dans les horaires

Une meilleure collaboration entre les différents prestataires de service de la station est donc primordiale.

## Actions pour les écoles

### Journées à ski

Suite au succès de la Journée « Tous sur les pistes » organisée le 21 janvier 2005 en Valais pour toutes les classes de quatrième année, il serait judicieux de la reconduire à nouveau pour les prochaines années. Nous proposons un élargissement au canton de Vaud dans un premier temps puis aux autres cantons non-alpins par la suite.

### Partenariat station – école

Une station établit un partenariat à long terme avec une école et par ce fait invite chaque année quelques classes pour découvrir les plaisirs du ski. Une somme modique peut être demandée aux enfants pour la participation. La station profite ainsi de se faire de la publicité auprès des enfants et indirectement auprès de leurs parents.

### Championnat écolier inter-cantonal

Quelques écoles viennent défendre leurs couleurs, pendant une journée, dans une station déterminée au début de la saison d'hiver.

Une somme modique peut aussi être demandée aux enfants participant à ce championnat.

### Concours scolaire– le prix est une journée à ski !

Les écoliers dessinent leur journée idéale sur les pistes de ski et l'auteur du meilleur dessin de chaque classe est récompensé de la manière suivante :

1 journée à ski pour 2 adultes et 2 enfants dans une station partenaire du concours.

## Actions pour les jeunes

### Organiser des Events et en tirer profit

Les jeunes bénéficient actuellement d'une multitude de possibilités de loisirs et de pratique de sports. Cela complique la tâche des stations de ski désirant attirer les jeunes sur les pistes.



En outre, l'accès aux stations de ski est limité pour les jeunes habitant la plaine et les villes. Une journée à ski est un investissement non seulement financier mais également un investissement de temps.

Pour cette raison, les stations de ski se doivent de proposer des offres attrayantes afin de convaincre les jeunes que les pistes de ski sont des terrains de jeux idéaux.

L'organisation d'évènements est primordiale pour attirer les jeunes en station. Les sports à tendance fun comme le freestyle et le freeride ainsi que ses différentes disciplines (halfpipe, slopstyle, boardercross, etc) offrent une excellente plate-forme aux remontées mécaniques afin de séduire les jeunes sur les pistes. Les jeunes désirent assister ou participer à des shows spectaculaires et « cools », comme ils les nomment. L'ambiance de collégialité qui règne lors de ces shows n'est pas à négliger. En effet, l'essentiel n'est pas l'esprit de compétition mais le moment agréable passé en compagnie des amis. Pour ce genre d'activité, les jeunes sont disponibles à déboursier quelques dizaines de francs.

### **Manifestations sportives (ski ou snowboard)**

Comme l'ont démontré les expériences menées cet hiver, l'organisation d'évènements tels que Boardercross, halfpipe et freeride, exerce un grand pouvoir d'attraction sur les jeunes.

### **Evènements avec programme phare**

L'organisation d'évènements est importante mais il est nécessaire également que le programme soit adapté à la demande des jeunes. Tous les jeunes ne sont pas des férus de sport. Il faut proposer à cette catégorie de jeune, un programme alternatif, se terminant si possible par une grande fête. Par exemple, on pourrait imaginer le programme suivant : Waterslide Contest le matin, puis concert d'un groupe local le soir ou alors mettre sur pied une compétition de slalom géant.

Il est également important de prévoir un forfait „jeune“, incluant la nuitée dans une auberge de jeunesse, la nourriture, un abonnement de ski à tarif préférentiel ainsi que l'accès aux différentes manifestations.

### **Politique de prix pour les jeunes**

Comme l'a démontré l'évaluation faite auprès des remontées mécaniques, les stations valaisannes ont accordé un rabais de 15% à 30% du tarif normal pour les jeunes. Cette réduction de prix a cependant été ressentie comme « normale ». En effet, cet argument n'est pas assez fort et ne peut donc être un parfait élément de marketing.

Des mesures sur les prix ont donc été entreprises afin de séduire les jeunes à revenir sur les pistes :

#### **1. Chaque premier samedi du mois, abonnements à moitié prix**

Les jeunes skieurs auront la possibilité de skier à moitié prix chaque premier samedi du mois durant toute la saison d'hiver. En effet, le samedi est un jour idéal car beaucoup de jeunes ont la possibilité d'aller à la montagne. De plus, ce jour là, les pistes ne sont pas utilisées à leur maximum car c'est un jour de départs et d'arrivées en station. Ces actions seront conduites par les stations de ski valaisannes et coordonnées par les Remontées Mécaniques Valaisannes.

#### **2. Forfait abonnement de ski et nuitée**

Cette proposition exige une collaboration entre les hôtels et les remontées mécaniques ainsi qu'une participation de l'office du tourisme pour la vente de ces forfaits.



Les jeunes se verront offrir un forfait comprenant 2 journées de ski et une nuit d'hôtel. Les offres auront un rabais de 30% du prix de chaque prestation. Nous espérons ainsi attirer les jeunes des grandes villes et de plaine. Cette offre est avant tout intéressante pour l'entre saison.

**3. Action pour améliorer l'entre saison: une carte journalière achetée, une carte offerte**

Pour séduire davantage les jeunes par rapport au prix, nous pouvons imaginer l'action suivante durant l'entre saison : à l'achat d'une carte journalière, nous offrons au jeune une autre carte gratuite. Cette dernière doit être utilisée dans cette même période.

**4. Evénement de sport de glisse**

Beaucoup de jeunes sont attirés par les grands événements. Ils voyagent pour ceci et ne viennent en général jamais seuls. En collaboration avec Valais Tourisme et les Remontées Mécaniques du Valais, une « carte événementielle » pourrait être lancée. Avec cette carte, le jeune client a le droit à une réduction de 20% sur le prix de l'abonnement journalier et sur l'entrée.



# Mise en place d'un projet afin d'augmenter l'attractivité des Remontées Mécaniques Valaisannes

## Le Valais présenté sous un nouvel angle

Que diriez-vous de vacances à ski mais « à Hollywood »? Ou flâner à travers les paysages sauvages d'Amérique? Nous avons élaboré une proposition qui pourra certainement inspirer les Remontées Mécaniques Valaisannes.

Afin de présenter l'offre des pistes de ski de manière plus attractive, nous introduisons en Valais le système de «pistes à thèmes». Il s'agit ici d'un réaménagement du domaine skiable entier par rapport au thème choisi. Pour ce faire, tous les prestataires comme les écoles de ski, les magasins de sport, les employés des remontées mécaniques et des hôtels ainsi que de l'office de tourisme doivent collaborer et prendre part activement.

Comment cela fonctionne-t-il?

Chaque saison, un thème phare est choisi par les responsables des Remontées Mécaniques Valaisannes pour le canton du Valais.

Par exemple:

- ♪ Hollywood
- ♪ Rock 'n' Roll
- ♪ Animaux
- ♪ Jungle
- ♪ Musique
- ♪ Continents
- ♪ Moyen-Age
- ♪ Amérique
- ♪ Monde
- ♪ Indiens et Cowboys
- ♪ Ferme
- ♪ Cirque
- ♪ Age de la pierre
- ♪ Ville Campagne Rivière

La forme de la mise en pratique du thème donné est définie par chaque remontée elle-même, étant donné que les moyens financiers jouent un rôle déterminant dans la décision et la mise en place.

Pour une coordination et une information optimales, il est important que les remontées mécaniques s'inscrivent déjà à la fin de la saison d'hiver pour l'année suivante auprès des Remontées Mécaniques Valaisannes. Grâce aux séances d'information et au contact constant entre les remontées mécaniques, le travail à double est ainsi évité.

### Le Valais musical – La mise en pratique

Etant donné que les valaisans apprécient les valeurs traditionnelles et la musique, nous avons décidé de vous présenter un exemple concret et applicable lié à l'inoubliable Elvis Presley.



## Mise en place au niveau des prestataires

### Remontées Mécaniques

Des photos et posters d'Elvis sont affichés dans les cabines et les téléphériques. Les abonnements de ski et les brochures sont décorés avec des symboles musicaux ou dans notre exemple avec des informations liées à Elvis. Forfaits, pistes et infrastructures sont adaptés: par exemple „Descente - Girls, Girls, Girls“, „Ski-lift - Blue Moon“, „Piste - I love you because“ (possibilité d'organiser des mariages avec l'aide des Remontées Mécaniques), „Mystery Train“ pour les trains-métro, „Piste - Milkcow Blues Boogie“ etc.

Bien entendu, des souvenirs d'Elvis sont vendus (par exemple des porte-clefs, des casquettes, T-shirts etc., lesquels seront imprimés avec le logo de la station en question).

### Hôtels

La décoration est aménagée dans les chambres ou dans les divers endroits publics de l'hôtel, comme par exemple dans l'hôtel „Rock“ à Zurich ([www.ziczac.ch](http://www.ziczac.ch)). Les employés sont habillés en conséquence.

### Restaurants/Bars

Durant les semaines „Elvis alive“, des représentations, soirées « Elvis » et concerts gratuits des sosies d'Elvis sont organisés. Les espaces de fête sont décorés et les serveurs/serveuses portent un costume d'Elvis. Les restaurants proposent des menus ainsi que des boissons Elvis (par exemple : Heartbreak Drink).

### Ecoles de ski (après discussion avec Swiss Snowsports)

L'habillement est adapté, les semaines/heures de cours de ski peuvent être nommées différemment. Le guichet ou le bureau sont décorés de posters d'Elvis.

Des démonstrations à thèmes des professeurs de ski/snowboard ont lieu une fois par semaine ou pendant les semaines/week-end.

## Conception et démarche

### Analyse de la situation

Le fait de thématiser des pistes s'est jusqu'à maintenant réalisé uniquement dans quelques stations. Cependant la décoration des installations et l'habillement des collaborateurs d'une station n'ont encore jamais été changés. C'est pour cela qu'il vaut sûrement la peine de tester ce projet pilote.

### Public-cible

Jeunes 12-25 ans des marchés cibles des Remontées Mécaniques :  
Suisse, Allemagne, Grande-Bretagne, BeneLux, France

### Buts

- ♫ Nous voulons créer un nouveau UAP (Unique Advertising Proposition) pour le Valais.
- ♫ Nous voulons gagner de nouveaux clients et montrer aux clients fidèles que les remontées mécaniques sont innovatrices, flexibles, dynamiques et à la mode.
- ♫ Nous voulons améliorer notre offre.



- ♪ Nous voulons que les personnes parlent de notre station et rédigent des articles sur cette dernière. Nous voulons susciter l'attention avec cette campagne.
- ♪ Nous voulons motiver nos collaborateurs.
- ♪ Nous voulons enthousiasmer les jeunes à vivre de manière nouvelle les sports de glisse.
- ♪ Nous voulons améliorer notre image.
- ♪ Nous voulons générer davantage de recettes et ainsi obtenir un plus grand bénéfice
- ♪ Nous voulons rester concurrentiels.

## Marketing-Mix

### Produit

Le produit est la destination ou la station de ski thématisée.

### Politique de prix

Les offres suivantes devraient être adaptées en fonction du budget des jeunes et des étudiants. Cela veut dire que les offres forfaitaires seraient 10-15% meilleur marché. Avec des « petits plus », le public-cible serait davantage attiré. Les offres ne sont valables que les semaines lors desquelles des événements particuliers ont lieu.

### Exemple Forfait semaine

## Semaine - Elvis alive

Forfait pour les 16 – 24 ans

- ♪ 7 nuits dans un hôtel/appartement
- ♪ Abonnement de ski pour 6 jours
- ♪ Entrée gratuite pour le concert d'Elvis dans la salle de gymnastique
- ♪ Réductions sur les boissons ou le repas dans les bars/restaurants
  - ♪ Bon pour le „bar à neige“
- ♪ Tests de ski, télémark, snowkiting ou snowboard gratuits
- ♪ CD à choix ou 1 souvenir gratuit (T-Shirts, carte d'autographe, etc.)

### Exemple 1 Forfait Week-End

## Jailhouse Rock

Forfait Week-End pour les 16 – 24 ans

- ♪ 2 nuits dans un hôtel
- ♪ Abonnement de ski pour 2 jours
- ♪ Invitation pour une „Soirée Lord of the Board“ dans la salle communale, dans un restaurant ou sur les pistes (par exemple : pendant le ski nocturne)
- ♪ Réductions sur un abonnement de ski journalier d'une destination valaisanne au choix
  - ♪ Bon pour le „bar à neige“



## Exemple 2 Forfait Week-End

# Love Me Tender

Forfait Week-End pour les couples entre 18 – 30 ans

- ♪ 2 nuits dans un hôtel
- ♪ 2 entrées pour la piscine/Wellness
- ♪ 2 jours cours de danse Rock `n` Roll dans la salle communale
  - ♪ 2 bons pour une boisson dans un bar/restaurant
  - ♪ Dîner romantique „aux chandelles“ dans un restaurant

## Promotion/Communication

- ♪ Campagne d'affichage en collaboration avec Valais Tourisme dans la Suisse
- ♪ Offres RailAway, Suisse
- ♪ Présence aux foires, Suisse, Allemagne GB, BeneLux et France avec Valais Tourisme?
- ♪ Présence dans les événements internationaux importants (Style Sessions, freestyle.ch, courses World Cup, concerts, etc.)
- ♪ Spots TV sympa! CH, Allemagne, GB, BeneLux et France
- ♪ Prospectus
- ♪ Présence sur les sites spécifiques comme [www.bestofsnow.ch](http://www.bestofsnow.ch)
- ♪ Flyers
- ♪ Newsletter Elvis
- ♪ Journal des invités d'Elvis
- ♪ Ton DVD personnel „Vacances Elvis“ (avec photos comme toi sur la „Piste - In the Ghetto“ (photo prise et gravée par les remontées mécaniques)
- ♪ Concours

## Contrôle du succès

- ♪ Le feedback des collaborateurs
- ♪ Sondage auprès des hôtes
- ♪ Evaluation des articles de presse
- ♪ Rapport annuel des remontées mécaniques
- ♪ Statistiques (Nuitées, bénéfice et augmentation du chiffre d'affaire, etc)

