

Как курс франка сказался на швейцарском туризме | Comment la force du franc avait influencé le tourisme suisse

Auteur: Ольга Юркина, [Цюрих](#), 24.02.2011.



В прошлом году швейцарский туризм процветал. Во многом благодаря местным жителям (© Keystone)

Туристический офис Швейцарии подвел итоги прошлого года и сделал прогнозы на будущий. Одним из главных стратегических направлений маркетинговой «экспансии» для привлечения путешественников объявлена Россия.

En dépit d'une situation défavorable due à la force du franc suisse tout au long de l'année 2010, le tourisme suisse a fait preuve d'une bonne compétitivité.

Comment la force du franc avait influencé le tourisme suisse

Несмотря на силу франка на протяжении большей части 2010 года, швейцарский туризм проявил необыкновенную стойкость и конкурентоспособность. Количество

ночевки в отелях возросло на 1,7% по сравнению с 2009 годом, во многом благодаря самим швейцарцам, путешествующим по собственной стране, а также туристам из Китая, Индии и стран Персидского залива. Юрг Шмид, директор Швейцарского туристического офиса (Suisse Tourisme), одну из главных причин успеха видит и в финансировании сферы: «Инвестиции на улучшение инфраструктур и услуг гостиничной сферы (около 1,3 миллиарда франков в год) и горнолыжных курортов (387 миллионов в 2010 году на оборудование подъемников), а также слабая инфляция, внесли свой вклад в усиление конкурентоспособности швейцарского туризма на протяжении последних лет».

Однако падение евро, который за два года потерял 23% стоимости по отношению к франку, так или иначе притормозило рост популярности Швейцарии среди туристов из европейских стран. Так, в 2010 году на 3,2% по сравнению с 2009 годом уменьшилось количество остановок в Швейцарии туристов из Германии, Франции, Италии, Нидерландов и Бельгии – пяти главных «рынков» еврозоны. Хотя туристы из этих стран позаботились о 49,3% всех ночевки зарубежных посетителей альпийской страны в 2010 году. В общем и целом, 33% ночевки в отелях и гостиницах Швейцария обязана туристам из стран Евросоюза.

Уменьшение потока туристов из Европы компенсировалось ростом популярности Швейцарии в глазах путешественников из Китая (+48,8%), Индии (+21,1%) и стран Персидского залива (+13%). Эти три рынка, так же как Россия (+2,9%) и Испания (+0,6%) представляют собой целевые направления маркетинга швейцарского туризма в ближайшие годы.

Помогли родному туризму и швейцарцы: они позаботились о 15,7 миллионах ночевки, зарегистрированных в отелях в 2010 году, то есть о 34,5%. Количество путешествующих по собственной стране швейцарцев в среднем увеличилось на 2,2%.

К слову, в 2010 году швейцарцы поставили рекорд по количеству ночевки и поездок по собственной стране – это второй лучший результат после 2008 года (более 15,8 миллионов ночевки). Таким успехом среди местного населения Suisse Tourisme обязан, прежде всего, возрождению делового туризма в городах. Количество деловых поездок в крупные швейцарские города возросло на 6% по сравнению с 2009 годом.

Однако длительность поездок по Швейцарии в среднем уменьшилась. Если в 1992 году средняя продолжительность путешествия по стране швейцарцев и зарубежных туристов составляла 2,9 дней, то в 2010 году она уменьшилась почти на 25% и достигла 2,2 дня. Эти данные отражают существенные изменения в поведении туристов за последние двадцать лет: теперь путешествующие совершают гораздо более частые, но и более короткие поездки.

Таким образом, дабы количество ночевки и процент занятости отелей оставался на том же уровне, Швейцария нуждается в притоке большего количества туристов. По словам Юрга Шмида, «подобная эволюция привычек путешественника подчеркивает для швейцарского туризма стратегическую важность привлечения все большего количества потенциальных гостей и необходимость извлечь выгоду из потенциала роста, открытого новыми рынками».

Результаты опроса, проведенного Suisse Tourisme среди членов нового сообщества,

объединяющего предприятия побочной отрасли гостиничного бизнеса – организацию молодежных баз и отелей Швейцарии, Bed & Breakfast Switzerland, кемпинги TCS, агентств путешествий Interhome и Reka – показывают, что торговый оборот и количество ночевки в этой сфере туризма оставались стабильными на протяжении 2010 года. Вместе эти организации, предлагающие особый тип путешествий (базы, кемпинги, снятие дома или квартиры) позаботились о 5 миллионах ночевки на территории Швейцарии в 2010 году.

Если прошлый год выдался прибыльным и удачным, то не столь радужными выглядят прогнозы Suisse Tourisme. Показатель «упадка» – декабрь месяц, в котором на 7,4% уменьшился приток иностранных туристов, но на 2,6% возросло количество поездок по стране местных жителей. Вывод Suisse Tourisme: нестабильность евро по отношению к франку, наблюдаемая в эти месяцы, скажется на количестве зарубежных посетителей в Швейцарии. Остается надеяться, что сами швейцарцы и дальше активно и с удовольствием будут путешествовать по своей стране.

В то же время, Швейцарский туристический офис по приблизительным подсчетам экспертов должен считаться с уменьшением количества ночевки на 2-3% в этом году. А потому его руководство приветствует решение Федерального совета отвести туристической сфере дополнительные 24 миллиона франков на 2011-2012 года, которое должно быть одобрено Парламентом. «С одной стороны, с целью стимулировать внутренний рынок и его стабилизирующий эффект», - поясняет Юрг Шмид. – «С другой, чтобы повысить привлекательность швейцарского туризма и максимально использовать его потенциал в тех странах, где на нем не сказывается колебание евро». Видимо, в последнюю категорию входит и Россия.

[швейцария туризм](#)

Статьи по теме

[Директор Швейцарского офиса по туризму вернулся на свое место](#)

[Изобретатель швейцарского горного туризма – родом из Санкт-Морица](#)

[Новости туризма: за все нужно платить](#)

[В Швейцарии практикуется «туризм абортов»](#)

[В кризис кемпинг предпочитают отелю «люкс»](#)

[100 лучших отелей Швейцарии](#)

[Michelin 2011 в Швейцарии: история с продолжением](#)

[Как провести незабываемую ночь в Швейцарии?](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/node/11371>