

[Главная](#) > Отдых в Швейцарии: чем привлечь туристов?

Отдых в Швейцарии: чем привлечь туристов?|Comment attirer les touristes en Suisse?

Автор: Татьяна Гирко, Берн, 29. 09. 2015.



© NashaGazeta.ch

Несмотря на сильный франк, швейцарский гостиничный бизнес надеется на удачный зимний сезон, делая ставку на оригинальность своих предложений.|

Malgré la force du franc, les hôteliers suisses espèrent à une bonne saison hivernale en misant sur l'originalité dans leurs offres.

На прошлой неделе Национальный совет проголосовал за увеличение финансовой поддержки швейцарской туристической отрасли, которая оказалась в числе наиболее пострадавших секторов экономики после [отказа](#) Национального банка от поддержания валютного курса. Напомним, что Федеральный совет разработал соответствующий пакет мер на 2016-2019 годы еще весной этого года. Среди вынесенных на суд парламента предложений значилась поддержка федерации Switzerland Tourism в размере 220,5 млн франков. Однако Национальный совет решил не ограничиваться этой суммой, подняв планку финансирования до 230 млн франков.

Основным аргументом в пользу увеличения государственной помощи является слишком сильная национальная валюта, ставшая причиной [снижения конкурентоспособности](#) швейцарских курортов (которые и раньше не входили в категорию бюджетного отдыха) на фоне их европейских соседей. Однако, как это часто бывает, кардинальное решение проблемы подоспело не сразу, и к моменту рассмотрения досье в Национальном совете франк успел немного [ослабеть](#). При этом некоторые эксперты даже предрекают возврат к прежнему курсу CHF 1,20 : 1 EUR уже в следующем году.

В ожидании помощи государства швейцарскому туристическому сектору пришлось самостоятельно искать способы привлечь клиентов, все чаще посматривающих в сторону конкурентов. Так, федерация Switzerland Tourism этим летом разработала специальную [программу](#) по привлечению местного населения, покупательная способность которого не пошатнулась в связи с укреплением франка.

Снижение интереса иностранных туристов сказалось и на представителях гостиничного сектора Конфедерации. «Первый спад мы почувствовали этим летом», – отмечает вице-президент Ассоциации Hotelleriesuisse Пьер-Андре Мишу. Его слова подтверждает официальная статистика: за первое полугодие число ночевков европейских путешественников в швейцарских отелях уменьшилось на 8%.

По мнению Пьера-Андре Мишу, второго удара по туристической отрасли следует ожидать этой зимой. Прошлый горнолыжный сезон чуть не сорвался из-за [отсутствия снега](#), а в этом году к возможным капризам погоды добавится финансовый фактор. При этом, пока государственная поддержка не подоспела, владельцам отелей и курортной инфраструктуры приходится рассчитывать только на собственные силы.

Так, еще летом гостиницы швейцарской Ривьеры в сотрудничестве с организацией Montreux-Vevey Tourisme разработали акцию с шутливым названием «Bonne Nuit, Suisse» («Спокойной ночи, Швейцария»). В рамках ее проведения предусмотрены три специальных предложения: третья ночь в отеле – всего за один франк; приведи друга и получи скидку 50%; «встретимся через год» – бесплатная ночь в отеле для посетителей, которые забронировали не менее двух ночей в этом году. Акция проходит в три этапа с 1 августа 2015 по 28 февраля 2016 года.

С оригинальной идеей выступил и горнолыжный курорт Саас-Фе, предложив своим посетителям в наступающем сезоне мысленно вернуться на 30 лет назад. Организаторы акции не только ждут клиентов, облаченных в куртки и штаны по последнему писку моды образца 1980-х годов, но надеются также привлечь публику расценками на подъемники и аренду

жилья 30-летней давности.



Обратно в 80-е © Keystone

Одна из [самых больших](#) в Швейцарии и Европе зон катания «Четыре долины», объединяющая высокогорные курорты Вербье, Ненда, Вейзонна и Тион, помимо традиционных скидок на сезонные абонементы до 12,5%, в этом году собирается регулировать цены на подъемники в зависимости от посещаемости курортов. О внедрении стратегии формирования цен, получившей название yield management и заключающейся в оценке и влиянии на поведение потребителя (продавать в правильное время по правильной цене), газете Le Temps рассказала руководитель по маркетингу зоны катания «Четыре долины» Вирджини Барра Шелкер.

Таким образом, швейцарский туризм находится в активном поиске способов привлечь и, главное, удержать своего клиента в преддверии зимнего сезона. При этом обычное снижение цен – эффективный, но далеко не единственный метод в арсенале отельеров и горнолыжных курортов.



Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий
