



Sterowanie przemysłem spotkań w Krakowie:

ocena i monitorowanie wpływu ekonomicznego przemysłu spotkań na gospodarkę Krakowa przy wykorzystaniu dobrych praktyk ze Szwajcarii.

PROJEKT WSPÓŁFINANSOWANY PRZEZ SZWAJCARIĘ W RAMACH SZWAJCARSKIEGO PROGRAMU WSPÓŁPRACY Z NOWYMI KRAJAMI CZŁONKOWSKIMI UNII EUROPEJSKIEJ



Valais Tourism Observatory

Swiss good practice of tourism monitoring tools



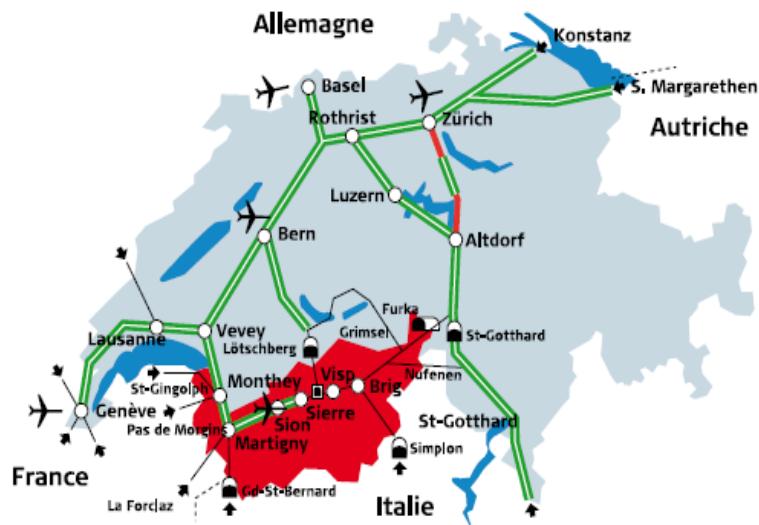
Observatoire Valaisan
du Tourisme

Katarzyna Klimek
HES-SO Valais Wallis
Institute of Tourism
Sierre, Switzerland

Valais, land of welcome

Location

- In south-west Switzerland
- Center place of Europe, between France, Italy, Germany and Austria
- 5224 km²
- Rhône Valley, 150 km from the Rhône glacier to Lake Geneva



les Alpes-Source



Valais in figures



Two new 5* hotels in Valais :
Top : „W“ hotel in Verbier
Bottom: Hotel Omnia in Zermatt

❖ Tourism offer:

- **Number of hotels:** 799 (35,000 beds) => 13% of Swiss hotels' offer
- **More than 4 million hotel overnights**
- **Average occupancy rate:** approx. 45% (hotels)
- **Total number of tourist beds** (hotels + second homes) : 340,000
- **STourki lifts:** 574 installations

❖ Economic impact of tourism in Valais :

- **Tourism turnover : 5.54 CHF milliards**
- **Considerable indirect effects (spin-offs) i.e.** tourism added value: 3.0 CHF milliards
- =>**25% of cantonal GDP**
- **Jobs in tourism : 30'000 => 27% of total employment**

Meeting infrastructure

Number of hotels: 799 (35,000 beds)

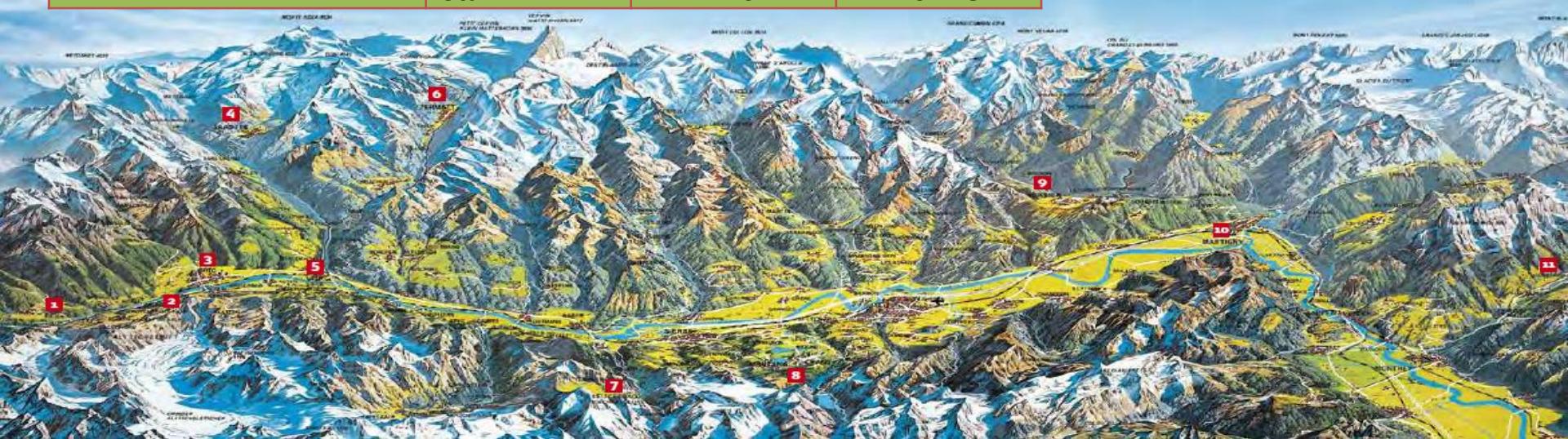
=> 13% of Swiss hotels' offer

120 hotels in Valais are MICE establishments
(15% of the total offer)

MICE hotels in Valais	Hotel category	Number of hotels	Number of beds
120	Hotels 3*	71	5379
	Hotels 4*	38	3732
	Hotels 5*	11	1337
	Total	120	10'448

MICE destinations in Valais

1. Fiesch (Aletsch Arena)
2. Riederalp (Aletsch Arena)
3. Brig
4. Saas-Fee
5. Visp
6. Zermatt - Matterhorn
7. Leukerbad
8. Crans-Montana
9. Verbier - St-Bernard
10. Martigny
11. Champéry



Monitoring of MICE tourism in Valais

The monitoring of business tourism is based on existing tool on national level - STNET MICE meeting date base.

Frequency

1	annual
2	biennial
3	triennial
4	irregular

Type of meeting

20	Meeting
21	Conference
22	Congress
23	Seminar
24	Event
25	Further Education
26	Product Presentation
27	Incentive
28	Cultural- / Sport Event
30	Trade Shows
31	Public Exhibition
29	Other

Participants

1	1 - 10
2	11 - 20
3	21 - 30
4	31 - 40
5	41 - 50
6	51 - 60
7	61 - 70
8	71 - 80
9	81 - 90
10	91 - 100
11	101 - 110
12	111 - 120
13	121 - 130
14	131 - 140

Type of Business

9	Automotive
10	Pharmaceutical
11	Medicine
12	Trade / Finance / Banking / Insurance
13	Telecommunication / IT
14	Services
15	Logistics
16	Politics/Law
17	Food/Agriculture
18	Science
19	Others

Type of Meeting planner

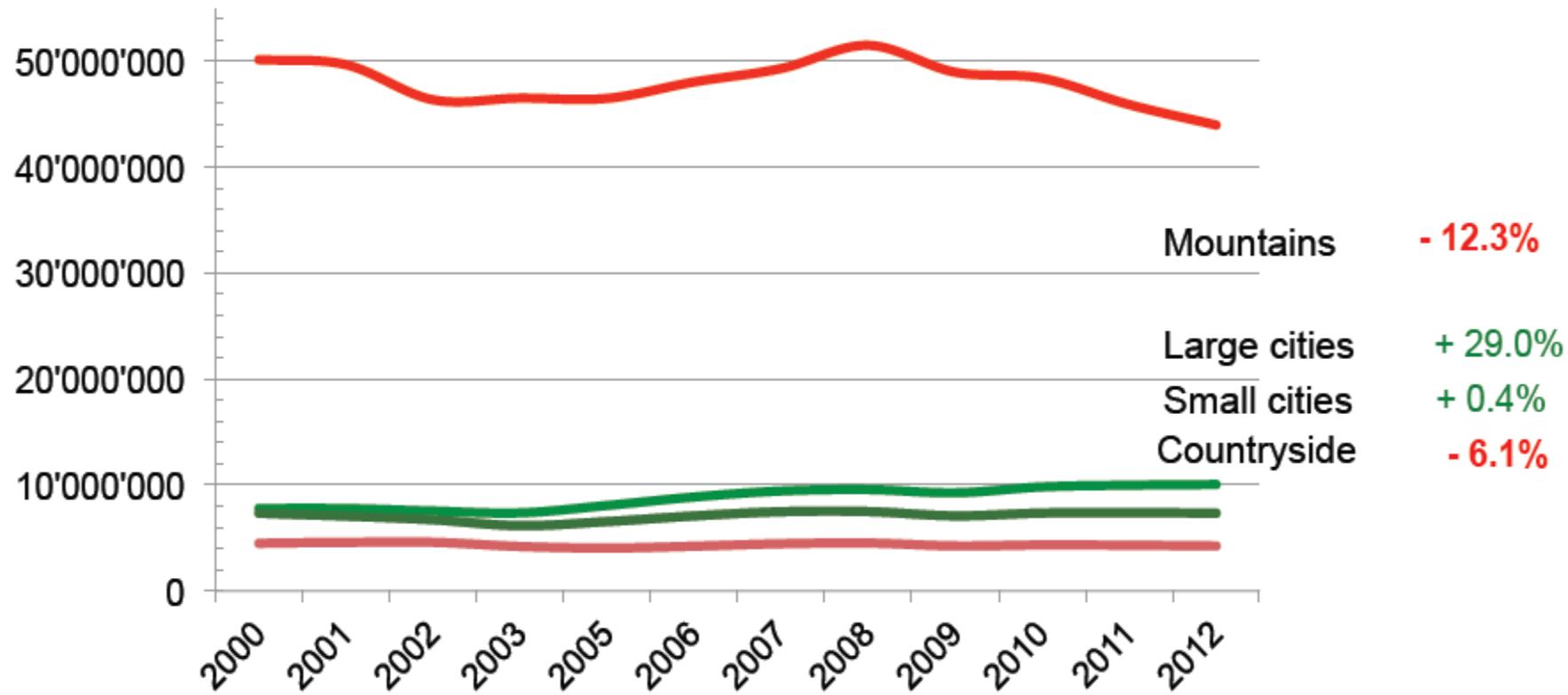
5	Corporate Company direct
6	Association direct
7	Agency / PCO
8	other

Origin_of_participants

1	International (over 20% from outside of Switzerland)
2	National (less than 20% from outside of Switzerland or Switzerland only)



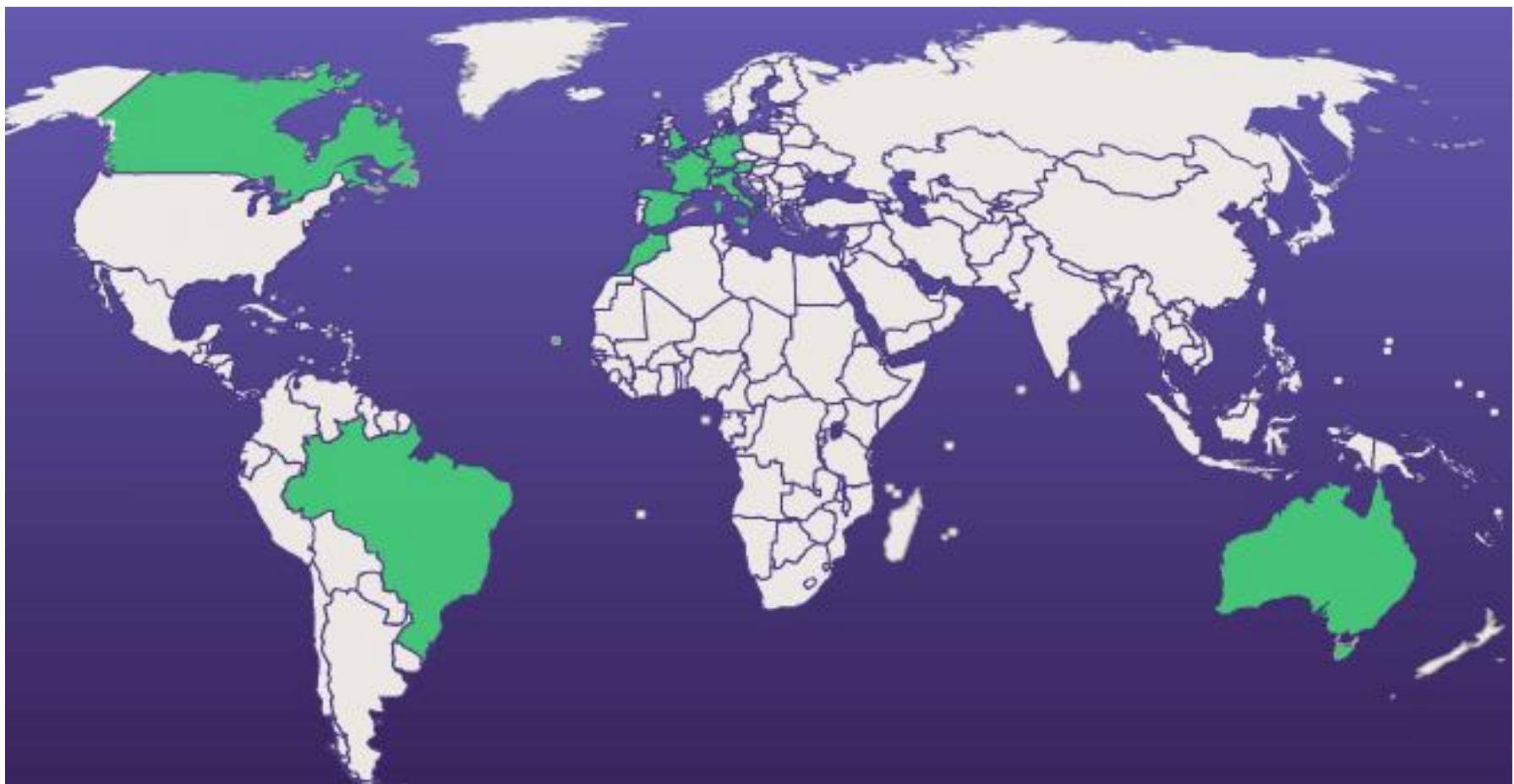
Overnights by tourism zones.



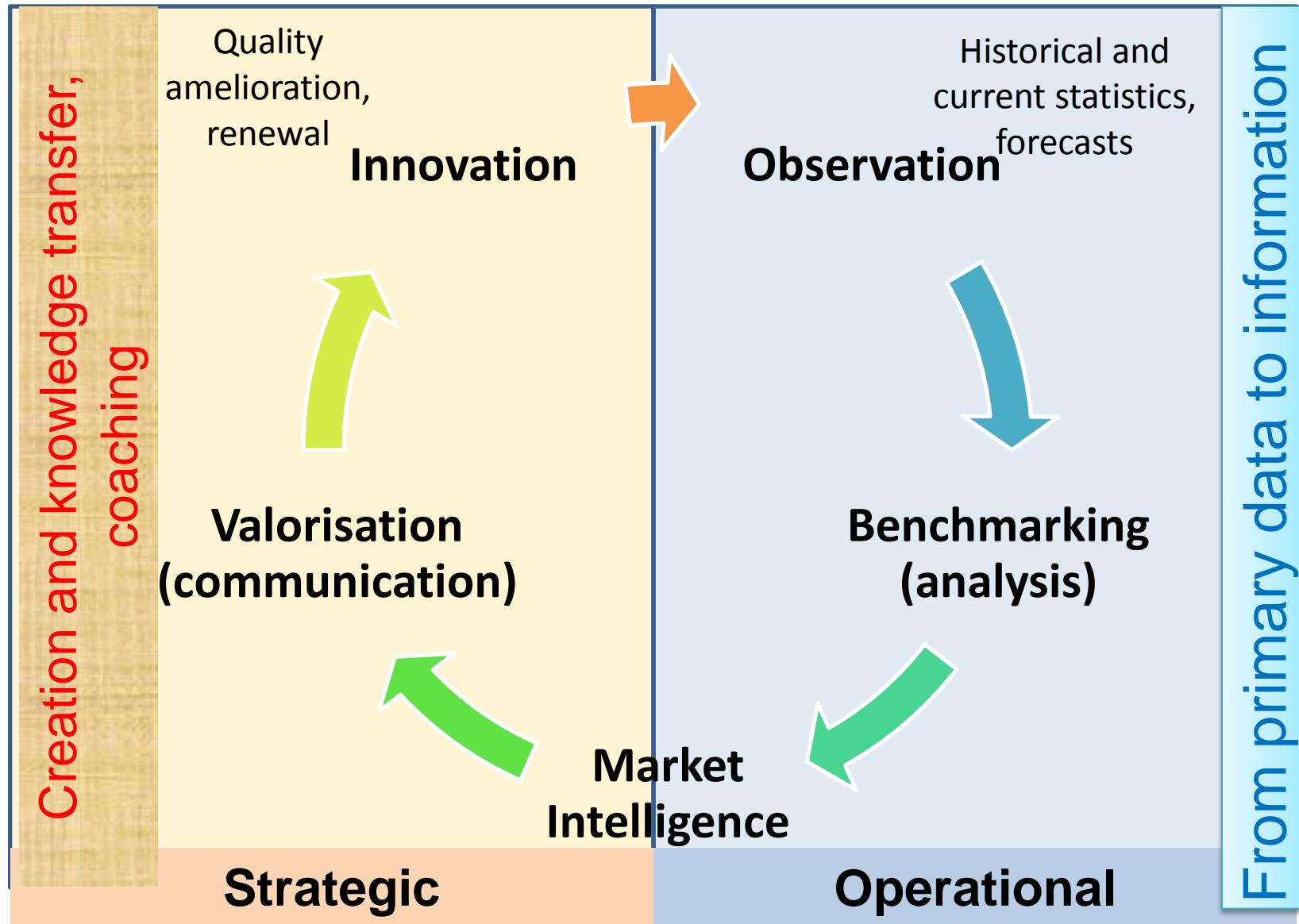
Chronology

- **December 2009:** Idea of an Tourism Observatory in Valais
- **Autumn 2010:** Survey on necessity of creation of an observatory
- **Oct. 2010-Mai 2011:** Analysis of foreign observatories
- **End December 2011:** Approval by the government of the Valais of the creation of an Observatory
- **Spring 2012:** Start of the work on the realization of an Observatory in Valais
- **End November 2012:** Press conference on the Official Launch of the Observatory

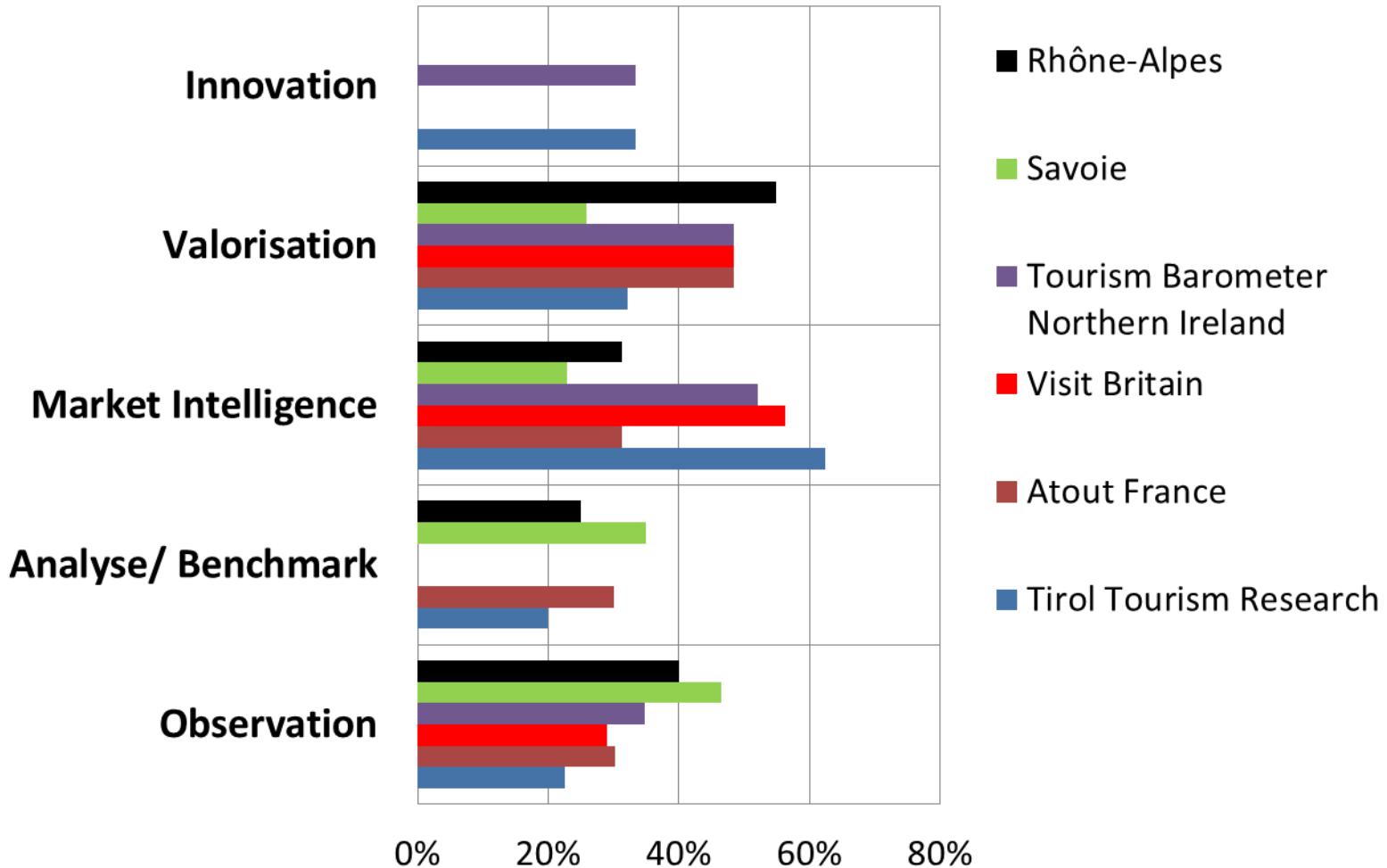
Observatories round the world



The steps of an Observatory



Elements of the 5 best Observatories

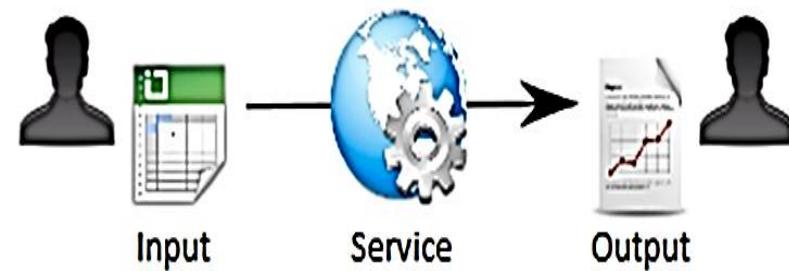
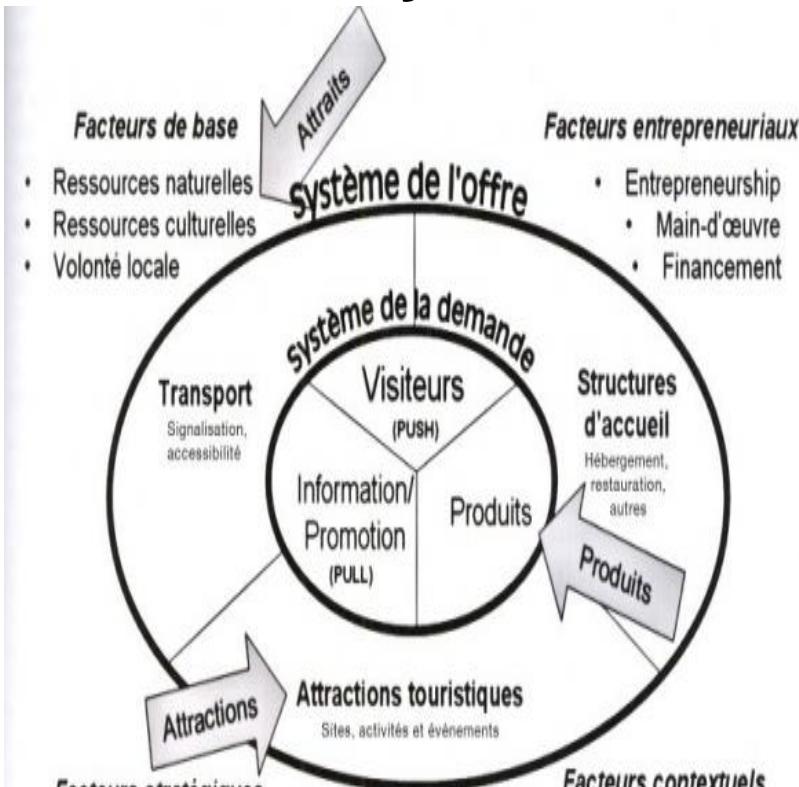


The role of Valais Tourism Observatory

- The role of **Valais Tourism Observatory** is to observe and analyze the phenomenon of tourism on the basis of reliable data in a the long term perspective

- 5 fields of observation:**

- Supply** (tourism offer in accomodation, attraction sector)
- Demand** (overnights in hotels and flats/alternative accommodation, frequentation of cable ways, parks, museums, tourism attractions etc., with clear definitions, socio-economic environment of tourism elaboration of direct and indirect statistics)
- The socio-economic environment of tourism** (demography, population, employment rate, consumption index etc.)
- Marketing** (marketing new products, e-tourism, benchmark study of the competition, analysis, forecasts, surveys)
- Innovation**



1.) Data on the Supply

- Accomodation sector
- Touristic Activities
- Tourist Offices and similar agencies
- Shops and services
- Transport
- Other enterprises

Main data suppliers (I)

Cars Postaux	Fréquentation mensuelle de certaines lignes touristiques (Valais Romand)
Grands distributeurs (Migros - Coop)	Nombre de tickets de caisse par points de vente
Citi / TOMAS / Deskline /Interhome / Vacando / Reka	Nombre d'appartements de vacances pouvant être loués
	Nombre d'arrivées adultes / enfants et provenance
	Nombre de nuitées adultes / enfants et provenance
HESTA (statistiques hôtelières)	Nuitées et arrivées (nombre et provenance)
	Durées de séjour
	Taux d'occupation chambre et des lits
Destinations / Offices du tourisme	Nuitées commerciales nombre et provenance
	Taxes de séjour forfaitaire (montant total)
	Taxes d'hébergement (montant total)
Données marco-économique	Taux de change (F, Euro,\$) et volatilité des taux de change
	Taux de chômage pays OCDE
	Taux d'inflation
	Cours boursiers et volatilité des cours boursiers
Météo	Conditions météorologiques (cantonales et régionales)
SkiData / Remontées mécaniques	Nombre de journées skieurs
	Nombre de points consommés sur la Valais Ski Card
	Chiffres d'affaires
Usines d'incinération des déchets	Quantités mensuelles (en tonnes) de déchets ménagers incinérés par commune
Divers	Musées nombre de visiteurs des musées
	Calendrier des vacances et jours fériés des principaux marchés européens
	Nuitées des régions concurrentes (Tyrol, Savoie, Haute-Savoie, Sud Tirol)

Main data suppliers (II)

Service des affaires intérieures et communales	Découvert et fortune par habitants
	Endettement par habitants
	Marge nette autofinancement
Office cantonal de la statistique et de la péréquation	Population résidente permanente
	Nouveaux logements par types
Observatoire de l'emploi	Taux de chômage
	Recensement des entreprises
	Places vacantes
Service cantonal des contributions	Nombre de résidences secondaires par commune
	Valeurs fiscales des résidences secondaires par commune
Service des routes et cours d'eau	Trafic horaire moyen sur les axes routiers(TJM) - Canton
	Trafic horaire moyen sur les axes routiers(TJM) - Routes Nationales
Communes	Inventaire des infrastructures générales + sportives, touristiques et culturelles

c.a. 2000 entities

(1.1) Tourism Inventory of the Valais



Exhaustive data on the touristic supply in every municipality of the canton of Valais

2010: based on a survey by 136 municipalities

2015: based on our future datawarehouse data

(1.2) Tourism Barometer : Online Survey about last season

How did the turnover of your enterprise evolved between August 2012 and 2013?

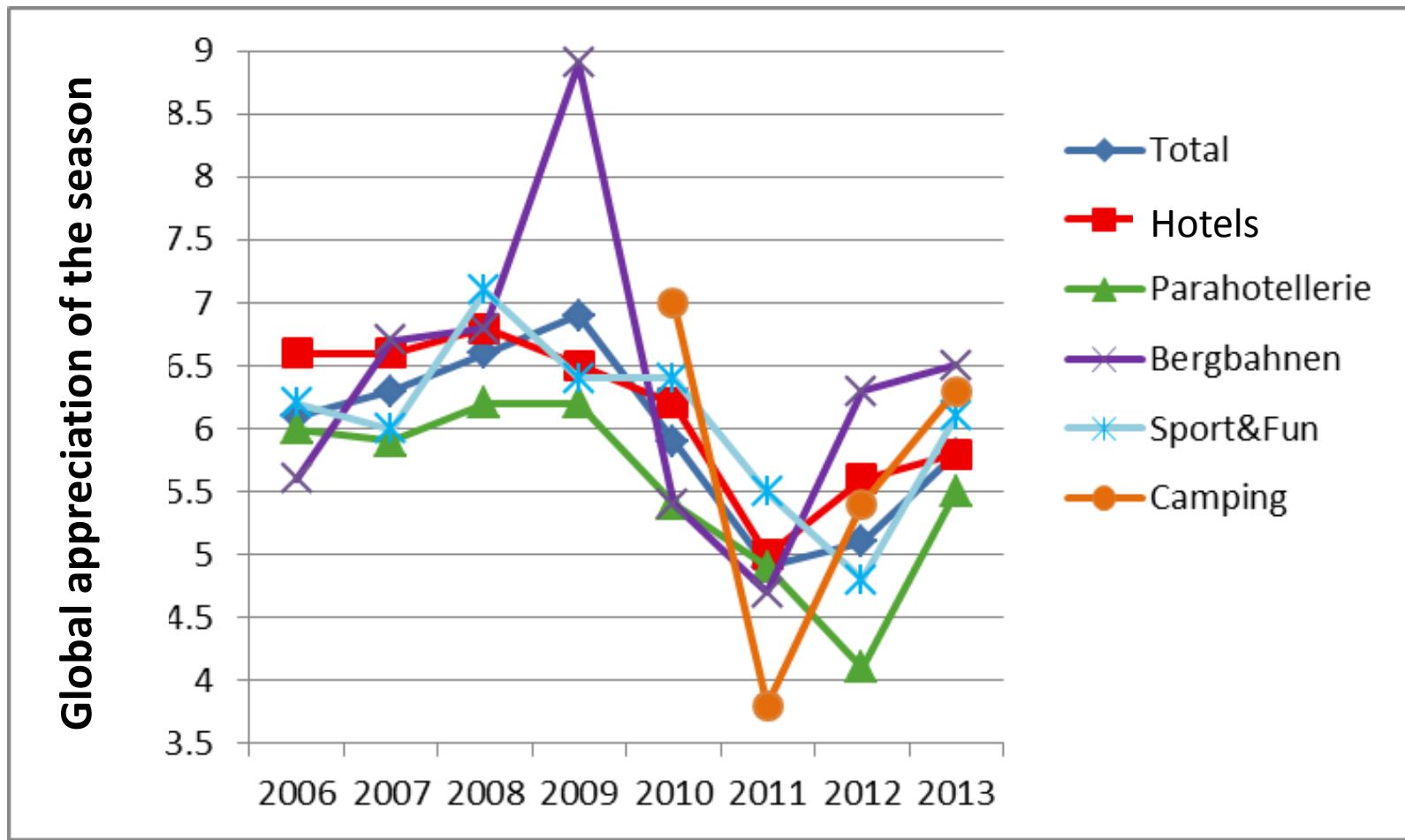
What is your global appreciation of the summer season?

For hotels and appartments sector: What is the state of reservation for next winter?

1.2) Tourism Barometer : Global Appreciation Summer

Scale 1 (very poor) to 10 (excellent)	Hotels	Flats, chalets	Cableways	Sport & Fun	Camping
Aletsch	5.0	6.3	6.0	4.5	
Brig / Belalp					
Chablais	6.3		7.0	7.3	
Crans-Montana	7.3				
Goms	6.0	6.3	8.0	7.0	
Grächen / St-Niklaus					
Leukerbad	7.3	4.7			
Lötschental	5.3		5.0		
Région de Martigny	6.5	6.5			7.0
Nendaz	9.0	7.0	8.0	7.0	
Ovronnaz		4.8	6.0		
Pays du St-Bernard	1.5		4.5		8.5
Rund um Visp	7.5	4.5	4.0		
Saas-Fee / Saastal	6.1		7.0		
Sierre-Anniviers	3.7	5.0	7.0	6.0	7.0
Région de Sion	5.1	4.5		5.0	4.3
Vallée du Trient					
Verbier / Val de Bagnes	5.5	6.6	8.0		
Zermatt	5.8		9.0	5.0	
Average Destinations	5.8	5.5	6.5	6.1	6.3
Weighted average					
Valais					5.8

(1.2) Tourism Barometer : Appreciations Summer 2006-2013



1.2) Tourism Barometer : Overnights Forecast

Month	Our Forecasts		
	Swiss	Foreigners	Total
November 2013	-9.8%	-5.1%	-9.4%
December 2013	-8.7%	-3.0%	-6.1%
January 2014	0.2%	-0.1%	0.1%
February 2014	-2.0%	1.4%	-0.5%
March 2014	-1.5%	-16.1%	-10.0%
April 2014	19.8%	22.3%	17.5%
May 2014	1.0%	-2.4%	-0.5%
Winter 2013/14 (Nov.-Apr.)	-0.8%	-2.1%	-1.4%
Dec. 2013- Feb. 2014	-3.0%	-0.3%	-1.7%

1.3) Google reputation



2.) Data on the Demand

- Basic data (i.e. overnights, arrivals, country origin of tourist) for hotels, campings, youth hostels and partly flats and chalets (for some mountain resorts)
- Other data on public transports and touristic activities (Skidata and mean daily turnover by region, annual number of visitors in museums, train/bus tickets)
- Frequentation of welcoming and touristic information boards
- Indirect indicators

(2.2) Indirect Data

- Average hourly traffic on main roads (counting)
- Number of tickets sold at cash desks of supermarkets
- Tons of garbage
- Climate Data

3.) Socio-economic data

- Basic: Exchange rate, official holidays
- Debt and wealth of the resident population, Cash flow of a municipality
- Unemployment rate, permanent and seasonal jobs
- Census of enterprises (name, number, etc.)
- Number and fiscal values of second homes

(4.) Marketing

(4.1) Knowledge on Clients

- Knowledge of characteristics and behavior of clients
- Knowledge of motivation and expectation of clients
- Knowledge of touristic behavior of inhabitants

4.1. Clients' survey

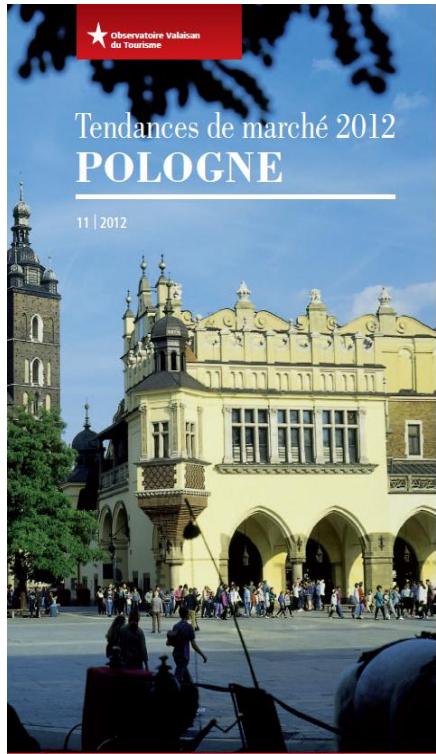
Importance in the eyes of our visitors



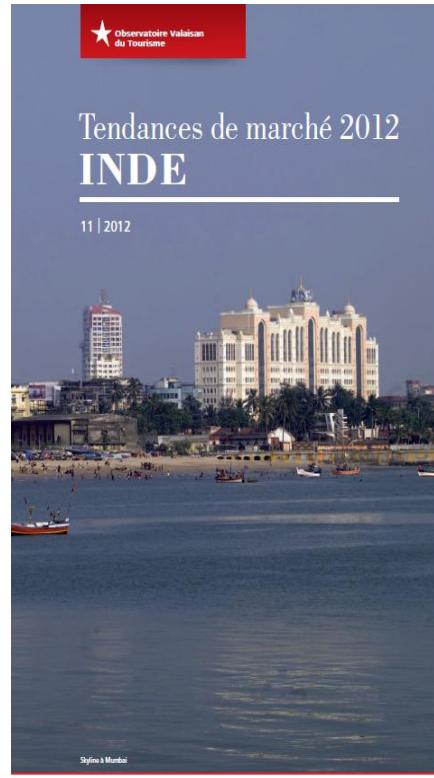
	sum	wint
Beauty of the landscape	81%	78%
Peacefulness	72%	71%
Atmosphere in the resort	67%	78%

Top Swiss study- Polyquest 1998

4.2) Country Market Trends

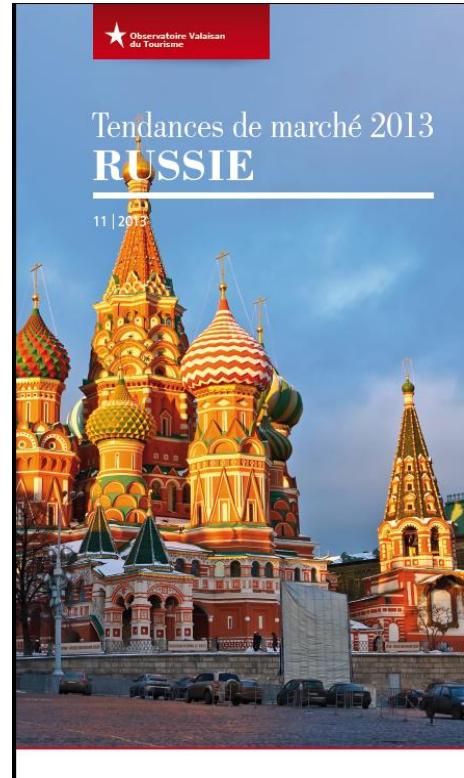


Tendances de marché 2012



Skyline à Mumbai

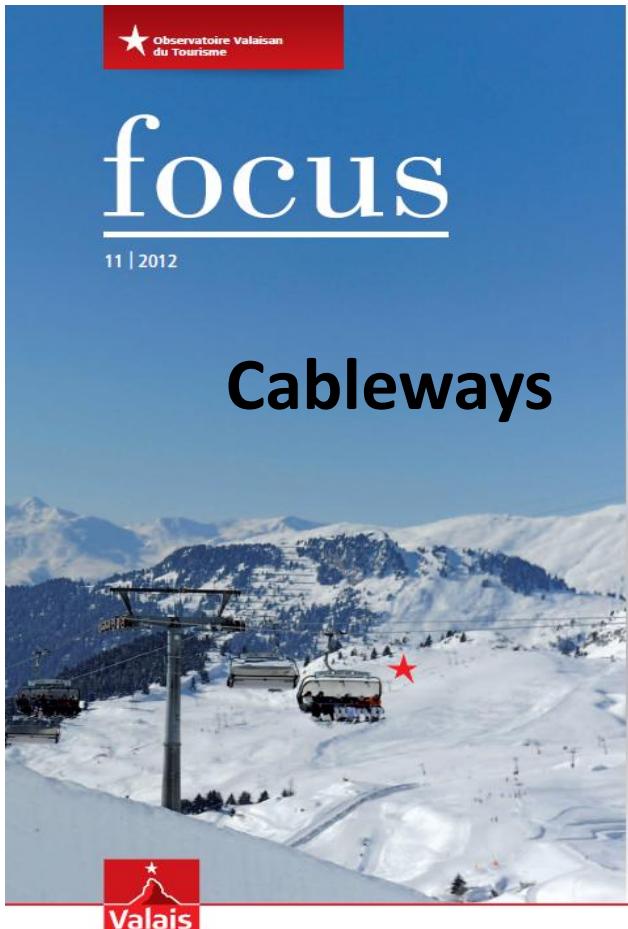
Tendances de marché 2012



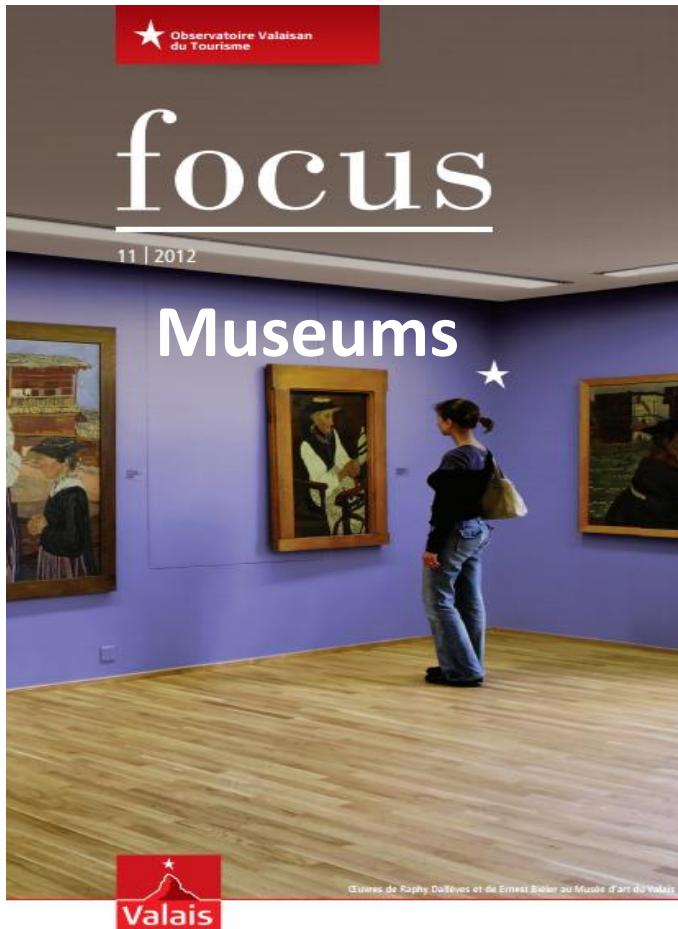
Tendances de marché 2013



4.3) Focus Studies



Remontées mécaniques 2012



Musées 2012

4.4) Comparisons between Valais and other tourist markets

COMPARAISON ENTRE MARCHÉS



CLASSEMENT DES PRINCIPAUX MARCHÉS EN VALAIS | ÉVOLUTION DEPUIS 2005 | DURÉE MOYENNE DU SÉJOUR ET DÉPENSES JOURNALIÈRES | TYPE D'HÉBERGEMENT PRIVILÉGIÉ | PARTS DE MARCHÉ DU VALAIS

En complément des fiches synthétiques dédiées à chaque marché, cette page propose une comparaison entre les différents pays de provenance sur des aspects clés. Par soucis de lisibilité, nous avons décidé de confronter 12 marchés, qui représentent ensemble 94,7% de toutes les nuitées 2011 en Valais. Ces marchés sont les 11 plus importants en termes de nuitées, auxquels nous avons ajouté la Chine dû à sa croissance rapide et son potentiel pour le futur.

Classement des principaux marchés en Valais

Ce classement tient compte des nuitées dans les hôtels, chalets & appartements en Valais en 2011 car les chiffres pour les chalets & appartement en 2012 ne sont pas encore complets.

PART DU TOTAL DES NUITÉES 2011 EN VALAIS SELON LE PAYS DE PROVENANCE

Suisse	50,6%	Scandinavie	2,0%
Allemagne	15,3%	Amérique du nord	1,7%
Royaume-Uni	5,7%	Italie	1,2%
Pays-Bas	5,6%	Russie	1,2%

4.5.) New trend in tourism infrastructure



The screenshot shows a web browser displaying a news article from the Observatoire Valaisan du Tourisme. The article is titled "Focus sur l'hôtellerie de luxe en Suisse" and discusses significant investments in the luxury hotel sector, specifically mentioning the Valais region. The article includes a photograph of a modern, illuminated hotel building at night.

Observatoire Valaisan du Tourisme

OBSERVER ANALYSER VEILLER SOUTENIR FR

Accueil > Blog Tourisme

Retour à la liste

Focus sur l'hôtellerie de luxe en Suisse

D'IMPORTANTS INVESTISSEMENTS: LE VALAIS EN PROFITE

06.05.2014

infrastructures touristiques investissement Hotels

f Share 0 g Google + 0 t Tweet 0 in Share 0

W Verbier (Quelle :<http://www.wverbier.com/fr/gallery>)



Ces dernières années, il a beaucoup été question du dynamisme de l'hôtellerie dans les zones urbaines de la Suisse. Pourtant, les investissements ne se sont pas limités aux villes: dans l'espace alpin, des projets ont été et sont encore réalisés, à hauteur de plusieurs milliards de francs. À Davos-Klosters, face au centre de congrès agrandi, s'est ouvert le Hilton Garden Inn en novembre 2012. Quelque 50 millions de francs ont été investis dans cet établissement de 148 chambres, équipé de cinq salles de conférences.

4.6.) Management & E-Tourism

Le tourisme bénéficiaire de la fin de la standardisation et de la production de masse

24.03.2014

hôtellerie



Véritable pilier de l'industrie touristique, l'hébergement hôtelier a connu, au cours des dernières décennies, une prospérité qui a surtout profité aux chaînes hôtelières. Ce succès s'explique essentiellement par la capacité des chaînes hôtelières à rassurer le consommateur grâce à leur réputation.



Benchmarking des applications mobiles des stations romandes

02.12.2013

benchmark marketing stations de ski applications mobiles gamification



Après avoir réalisé des benchmarking de l'utilisation de Facebook et de Twitter par les destinations valaisannes, nous présentons dans cet article un benchmarking des applications mobiles des principales stations de sports d'hiver de Suisse Romande, entre 2012 et 2013. Cette analyse vise à offrir des pistes de développement aux professionnels du tourisme, concernant l'utilisation des applications mobiles en matière de fidélisation et de rétention de clientèle.

Comparaison internationale de la compétitivité des destinations

ALPES SUISSES VS TYROL - COMPARAISON BASÉE SUR L'APPRÉCIATION QUALITATIVE DE L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE VÉCUE PAR LES VISITEURS

02.09.2013

Tyrol Valais qualité Compétitivité Alpes suisses

Pour sortir des analyses purement quantitatives, nous proposons ici une comparaison entre le Valais (Alpes suisses) et le Tyrol basée d'une part sur l'expérience concrète d'une famille valaisanne en villégiature au Tyrol et d'autre part sur une vaste enquête de satisfaction orientée sur des critères qualitatifs.

Die Raiffeisen Aktion «Mitgliederangebot Wallis»: die Bilanz einer Marketing-Offensive für den Kanton

20.06.2013

marketing 2012 Raiffeisen

Im Jahr 2012 führte die Mitgliederaktion von Raiffeisen ins Wallis. Mit diesem exklusiven Angebot konnten 1,7 Millionen Genossenschafterinnen und Genossenschafter von Raiffeisen zum halben Preis ins Wallis reisen, übernachten und zahlreiche Ausflüge in die Berge geniessen.



CHARGER PLUS D'ARTICLES

(4.7) Tourism News

Innovation et nouveaux produits - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Innovation et nouveaux produits

Back Forward  http://www.tourobs.ch/fr-ch/tendances/produits-et-activites/innovation-et-nouveaux-produits.aspx

Most Visited Getting Started Latest Headlines

EN DIRECT CHIFFRES ANALYSES TENDANCES BONS PLANS FR

Accueil > Tendances > Produits et activités > Innovation et nouveaux produits

Innovation et nouveaux produits

26 AOÛT 2014 TOURISME: RANDO AVEC NUITÉES. LE TOUR DE MIDI EN VALAIS



La randonnée sur plusieurs jours à la côte. À la demande croissante s'adapte l'offre qui se mue en forfaits réservables en ligne. Le Tour des Dents du Midi suit le mouvement.

See it on [Scoop.it](#), via [Innovation and trends in tourism](#)

25 AOÛT 2014 SKIFT GLOBAL FORUM: RIDING BICYCLES AND THE JOY OF SLOW TRAVEL



With countries bragging about their ever-faster trains it seems counterintuitive that some travelers would look for a way to slow down their transportation.

4.7) Tourism News

Comportements_conso_touristique | Scoop.it - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

Comportements_conso_touristique | Sco... +

Back Forward http://www.scoop.it/t/comportements-conso-touristique

Reload Stop Google Home ImTranslator

Most Visited Getting Started Latest Headlines

Scoop.it! Resources Plans Try Business You are the content you publish. Join Free

Comportements_conso_touristique Follow 252 views | +0 today

Comportements_conso_touristique Curated by CatherineKlimek

Drones are great for showing off a trip - just don't mess about in China

From www.tnooz.com - Today, 1:12 PM

"Clearly 2014 is the year of the drone. And why shouldn't it be given the uniqueness and general high quality of lots of the content."

Thomas Cook signs deal to keep an eye on hotels via social monitoring

From www.tnooz.com - Today, 1:11 PM

"Thomas Cook has agreed a multi-year deal with TrustYou to keep a check on the online reputation of its 45,000+ hotel partners."

Will travel blogging as we know it

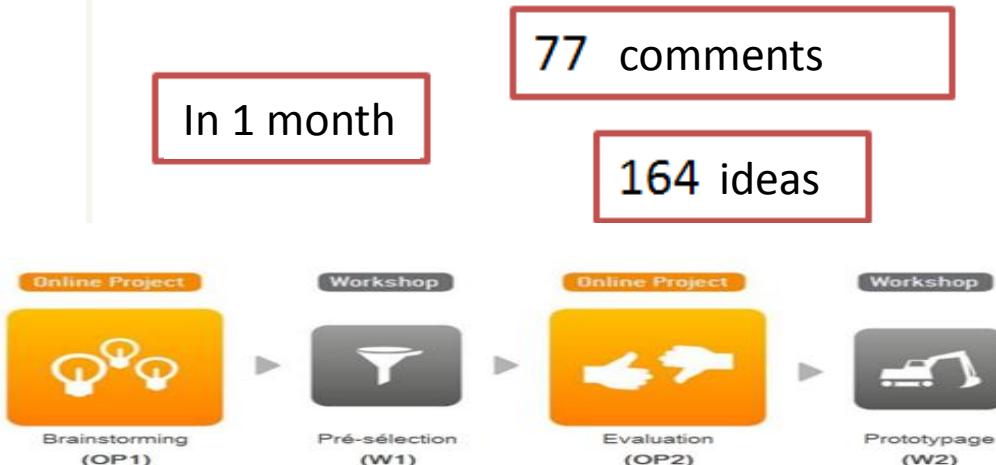
IE Tab +

5.) Impuls to Innovation

□ Open Innovation via iBrain

Challenge context «What are the innovative ideas for the tourism of tomorrow in the Valais?»

Sur le projet tourism-futures



- 773 Visits from the Valais
- 336 Visits from the neighbour state
- 193 Visits from Zurich

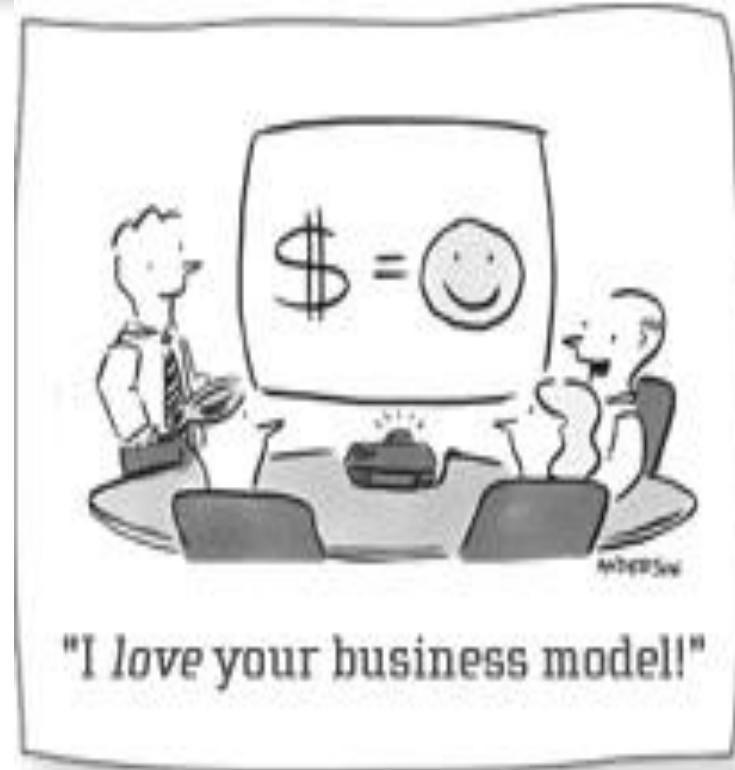
5.) Impuls to Innovation

The 10 retained ideas after the evaluation process :

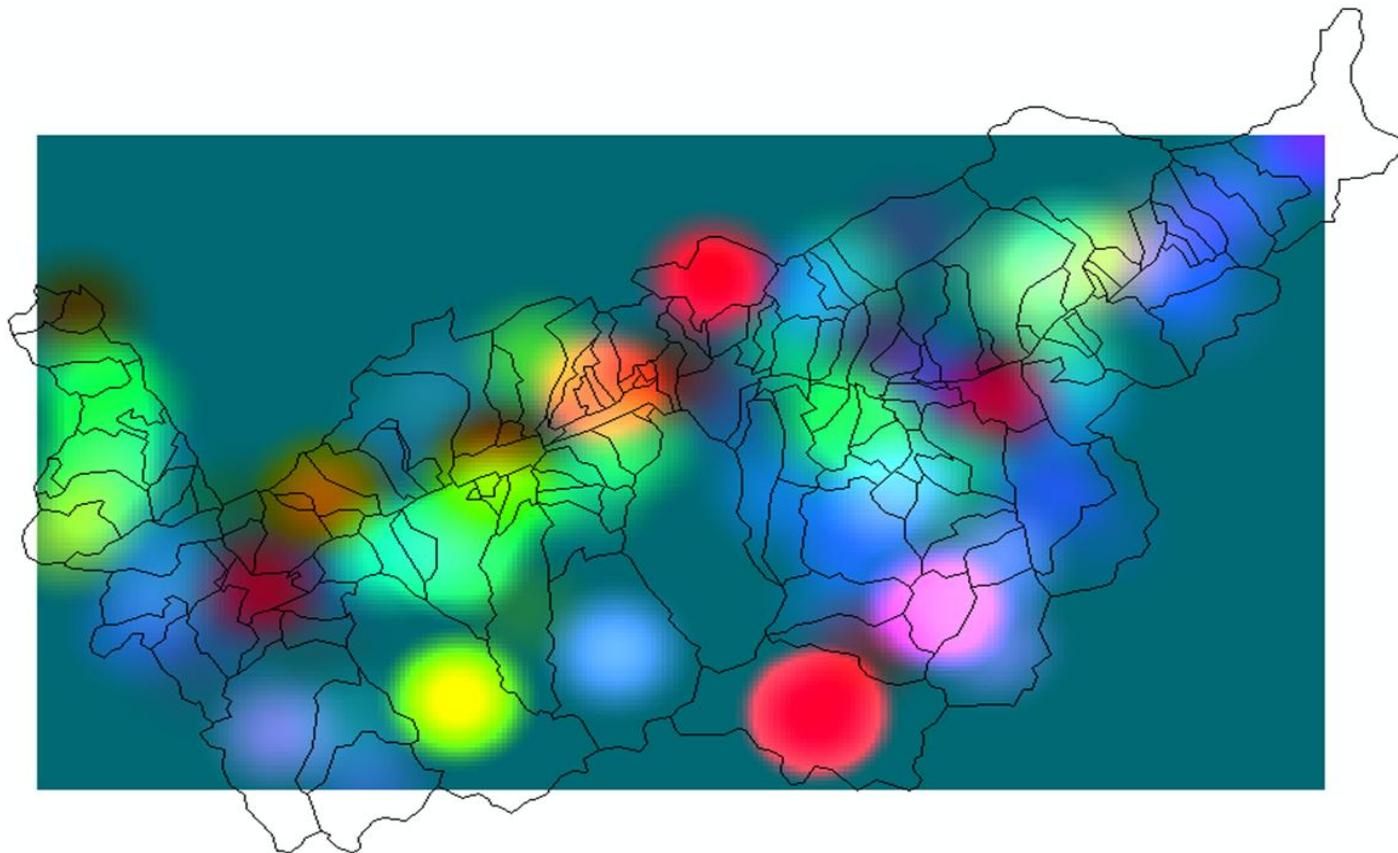
- Valais Experience
- Participative innovation for the destinations (1st price)
- Clients Valais ambassadors
- Web exchange Platform for second homes
- Tourism for seniors without barriers
- Rent of second home with a hotel
- Culinary (wine) hikes
- Use of historical heritage for creating «emo-animation» for leisure and MICE tourists
- Leisure Navigation on the Rhône river
- Cyclo-tourism

5.1) Support to enterprises

- Analysis of business plans applied on the marketing of the flats and chalet supply
- The Tourism Observatory of the Valais coaches enterprises in the process of optimization of **their business models**



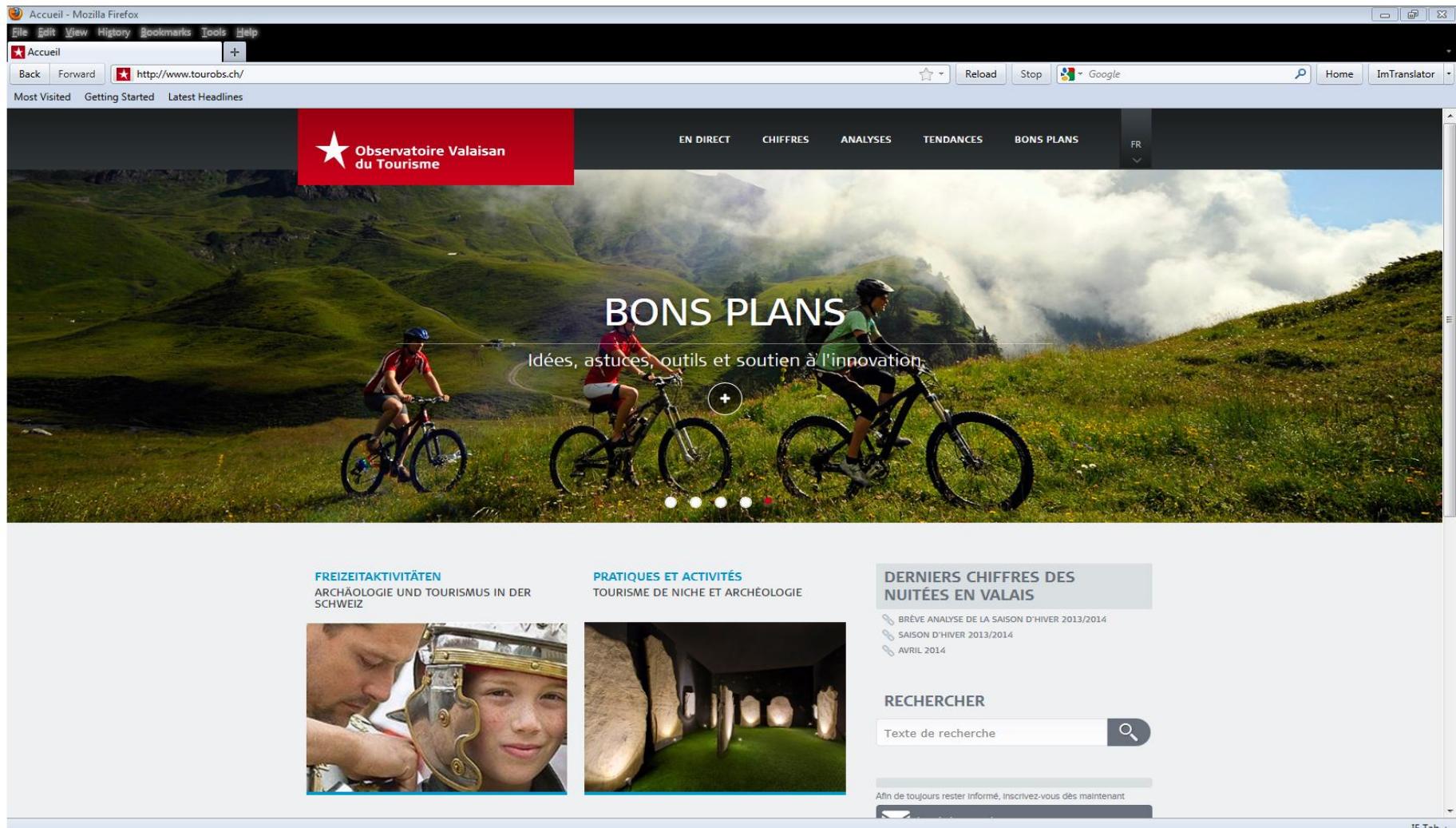
5.2) Representation of touristic facts on a map



6.) Communication, valorization

- Website www.tourobs.ch basic version with the first information has been activated at the end of 2012
- Events organization in favour of the branch (workshops – days with special topics)
- Press conferences

6.1.) Observatory Website



The screenshot shows the homepage of the Observatory website. At the top, there's a red header bar with the text "Observatoire Valaisan du Tourisme". Below this, the main menu includes "EN DIRECT", "CHIFFRES", "ANALYSES", "TENDANCES", and "BONS PLANS". A language switcher "FR" is also present. The main banner features a scenic mountain landscape with three cyclists. The text "BONS PLANS" is prominently displayed, followed by the subtitle "Idées, astuces, outils et soutien à l'innovation". Below the banner, there are two sections: "FREIZEITAKTIVITÄTEN" (Archaeology and Tourism in Switzerland) and "PRATIQUES ET ACTIVITÉS" (Niche Tourism and Archaeology). Each section has a small image: one of a person working on a helmet and another of a display of ancient artifacts. To the right, there's a sidebar for "DERNIERS CHIFFRES DES NUITÉES EN VALAIS" with links to winter season reports. A search bar and a newsletter sign-up button are also visible.

<http://www.tourobs.ch>

Conclusion, final notes

- **Implementation of tourism observatory allows us:**
 - ✓ Keep **listening** and **be on the service** of the tourism branch actors
 - ✓ To be **proactive** rather than **reactive** to the changes and challenges
 - ✓ Enhance **dynamism** and **innovation** in tourism sector
 - ✓ To **give more credibility for the tourism** in comparison to other economic sectors (-> lobbying)

Future challenge :

- Study the possibility to implement Tourism Observatory in Cracow using good practices from Switzerland

Thank you for your attention
Dziękujemy za uwagę.

PROJEKT WSPÓŁFINANSOWANY PRZEZ SZWAJCARIĘ W RAMACH
PROGRAMU WSPÓŁPRACY Z NOWYMI KRAJAMI CZŁONKOWYMI

HES-SO Valais Wallis
Techno-Pôle 3, 3960 Sierre
+41 27 606 90 97 • info.ito@hevs.ch • www.hevs.ch

