

TUI Suisse poursuit sa croissance et démarre l'année 2026 avec des perspectives positives

- ***L'Égypte et les Maldives surfent cet hiver sur la vague du succès***
- ***Intérêt précoce pour l'été 2026, principalement auprès des familles***
- ***Nouvelles offres supplémentaires pour les vols et les hôtels***
- ***Évolution continue grâce à la modernisation et à la transformation numérique***

Zurich, le 15 janvier 2026. Les voyages ont la cote auprès des Suissesses et des Suisses. Cela s'est déjà reflété durant la saison d'été 2025, que TUI Suisse a clôturée avec succès grâce à une forte demande – en particulier dans le domaine des vacances balnéaires et au niveau des réservations réalisées par ses propres marques d'hôtels et de clubs. La marque All Inclusive TUI Magic Life a enregistré une croissance supérieure à 20%, suivie par le club Premium Robinson avec plus de 15%, ainsi que les TUI Kids Clubs, destinés aux familles, avec une progression de plus de 10%.

Cette évolution positive s'inscrit également dans la continuité pour l'année touristique 2026. «Les grandes tendances de l'année précédente persistent», déclare Philipp von Czapiewski, directeur général de TUI Suisse. «La demande pour les vacances balnéaires, forme de voyage la plus populaire, ne faiblit pas, tandis que la Grèce, destination phare, se rapproche une fois encore d'un nouveau sommet historique. Dans le cadre de notre stratégie de croissance, nous avons renforcé notre offre pour 2026 en anticipant avec davantage de capacités de vol et de nouveaux hôtels. Cela a été très bien accueilli par notre clientèle, ce qui nous permet d'aborder la future saison estivale avec optimisme.»

L'Égypte et les Maldives surfent cet hiver sur la voie du succès

TUI Suisse tire aussi un bilan intermédiaire positif pour la saison d'hiver actuelle. Au cours de cette période, les clients de TUI sont traditionnellement attirés par le soleil. Les destinations hivernales classiques garantissant un ensoleillement optimal, telles que l'Égypte, les Canaries, la Thaïlande et les Maldives, arrivent en tête du classement des destinations les plus prisées. L'Égypte et les Maldives sont en passe d'atteindre un nouveau pic de réservations.

Top 5 des destinations de l'hiver 25/26

Court et moyen-courriers

Long-courriers

- | | |
|---------------------|---------------------------|
| 1. Égypte | 1. Thaïlande |
| 2. Îles Canaries | 2. Maldives |
| 3. Îles du Cap-vert | 3. Émirats Arabes Unis |
| 4. Turquie | 4. République dominicaine |
| 5. Maroc | 5. Mexique |

Lancement anticipé de la saison d'été 2026 avec une forte demande émanant des familles

Dès le mois de juin 2025, TUI a lancé les réservations pour une grande partie de son programme d'été 2026 et n'a cessé d'étoffer son offre avec des vols supplémentaires et de nouveaux hôtels de marque TUI. Le fait de pouvoir réserver tôt et la sécurité de planification qui en découle sont particulièrement appréciés des familles: leur part représente actuellement plus de 40% des réservations. Actuellement, les réservations continuent d'augmenter, notamment grâce à des réductions attractives pouvant atteindre 40% pour les réservations anticipées jusqu'au début du mois de mars. Les îles grecques sont particulièrement demandées et on constate, par rapport à l'année précédente, une forte hausse de réservations. L'Égypte connaît elle aussi une forte croissance, avec des taux à deux chiffres, principalement grâce à son rapport qualité-prix attractif.

Top 5 actuel des destinations pour l'été 2026Court et moyen-courriers

1. Antalya
2. Crète
3. Majorque
4. Égypte
5. Rhodes

Long-courriers

1. USA
2. Thaïlande
3. Maldives
4. Île Maurice
5. Tanzanie

Une offre de vols plus importante au départ des aéroports suisses

Pour l'été 2026, TUI a encore augmenté ses capacités au départ de Genève, Bâle et Zurich. Au départ de Zurich, les destinations très prisées en Grèce, en Turquie, aux Baléares, en Égypte et à Chypre seront desservies plusieurs fois par jour. Une nouvelle liaison aérienne avec Chair Airlines vers Araxos/Patras offre à la clientèle TUI un accès direct deux fois par semaine à un large portefeuille d'hôtels dans l'ouest du Péloponnèse. Le nombre de places disponibles au départ de Bâle est également en augmentation: Bodrum est désormais desservie deux fois par semaine par la compagnie aérienne AJet. Les clients au départ de Genève bénéficient de capacités supplémentaires vers la Turquie, tandis que les voyageurs au départ de Berne peuvent, comme l'année dernière, rejoindre sept destinations de vacances populaires sur des vols court et moyen-courriers avec Helvetic Airways.

Croissance constante des marques propres de clubs et d'hôtels

Les marques hôtelières propres à TUI, qui devraient passer de plus de 460 établissements

actuellement à 600 à moyen terme, constituent le principal moteur de croissance de l'entreprise. Pour l'été 2026, les marques très appréciées TUI Magic Life, Robinson et TUI Kids Clubs ont déjà pris un excellent départ, avec pour objectif de dépasser le taux de réservations de l'année précédente. Les clients suisses peuvent se réjouir de l'ouverture de nombreux nouveaux établissements:

- Grâce à de nouveaux vols vers Araxos/Patras, les clients ont pour la première fois un accès direct au Robinson Kyllini Beach Club.
- Nouveauté dans le portefeuille de TUI Magic Life: le Club Redsina Sharm el Sheikh, desservi deux fois par semaine depuis Zurich depuis novembre 2025.
- TUI Blue élargit son offre pour les familles, notamment avec le TUI Blue Pardu sur la côte sud de la Sardaigne. Par ailleurs, TUI Blue ouvre dans trois hôtels de la Méditerranée des salles sensorielles spéciales pour les familles ayant des enfants neurodivers.
- Dans le segment du luxe, la marque The Mora poursuit son expansion: outre The Mora Zanzibar, les clients ont la possibilité depuis novembre 2025 de découvrir l'oasis désertique au bord du Sahara tunisien dans The Mora Sahara Tozeur.

TUI Suisse Ltd
Hagenholzstrasse 60
8050 Zürich
Schweiz
www.tui.ch

Évolution continue grâce à la modernisation et à la transformation numérique

Parallèlement à la croissance de son offre, TUI s'engage à renforcer continuellement son développement organisationnel dans le cadre de sa stratégie d'entreprise. D'une part, TUI Suisse met en œuvre une modernisation méthodique de son réseau d'agences en Suisse: plus de 80 % des sites ont déjà été réaménagés selon le nouveau design corporate et offrent un environnement de travail et de conseil ultramoderne. D'autre part, TUI poursuit sa transformation numérique, y compris l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) dans tous les domaines de l'entreprise. Dans le secteur des ventes, l'intégration innovante entre le service personnalisé et le service numérique joue depuis longtemps un rôle central et fait l'objet d'améliorations continues. Par ailleurs, les applications basées sur l'IA font de plus en plus leur apparition dans le quotidien professionnel. Aujourd'hui déjà, l'IA permet d'optimiser divers processus, tels que le traitement accéléré des réclamations des clients ou l'analyse de leurs commentaires. TUI mise délibérément sur l'interaction entre l'homme et la technologie. Afin de permettre aux collaboratrices et collaborateurs d'utiliser l'IA de manière productive et de les motiver à le faire, TUI investit en permanence dans la formation et le perfectionnement. L'objectif est de préparer les équipes à un monde du travail de plus en plus marqué par l'IA et de leur donner la possibilité d'exploiter activement le potentiel de leur propre domaine de travail.