

TUI Suisse sur la voie de la croissance avec un fort pic des réservations et de belles perspectives pour une saison d'été 2025 réussie

- ***Nette augmentation des réservations en hiver et en été***
- ***Les clients n'ont jamais réservé aussi tôt et s'assurent ainsi de prix attractifs***
- ***Les destinations autour de la Méditerranée sont les favorites***
- ***Le portefeuille d'hôtels appartenant à TUI est plus vaste que jamais***
- ***Le développement en tant qu'entreprise et employeur attractif est au centre des préoccupations***

Zurich, le 23 janvier 2025. La demande de voyages reste forte. Après une saison estivale 2024 réussie et une demande record pour les destinations les plus prisées – la Turquie et la Grèce – TUI Suisse a démarré la saison d'hiver 2024/25 avec un début de réservation prometteur. Le voyageur poursuit résolument sa croissance et propose, pour l'hiver comme pour l'été 2025, le plus vaste et le plus diversifié portefeuille de vacances de son histoire. La courbe des réservations augmente également de manière significative pour la saison estivale. En effet, de nombreux clients se sont décidés plus tôt que jamais à réserver leurs vacances d'été.

«Cette forte demande nous réjouit beaucoup et montre que nous sommes sur la bonne voie avec notre stratégie produit et la croissance de notre portefeuille», déclare Philipp von Czapiewski, managing director de TUI Suisse. «Jamais autant de clients n'ont réservé aussi tôt le voyage de leur choix pour la prochaine saison d'été à des prix attractifs. Notre stratégie qui consiste à réserver les produits plus d'un an à l'avance porte donc ses fruits. Nous nous attendons à ce que la demande reste élevée dans les semaines à venir, d'autant plus que nous proposons jusqu'à fin février des réductions intéressantes allant jusqu'à 40% pour les réservations anticipées.»

Les destinations méditerranéennes maintiennent leur position de favorites en été

Les vacances balnéaires demeurent la forme de voyage préférée de la clientèle TUI en été. Les destinations autour de la Méditerranée jouissent d'une bonne croissance du nombre de clients et arrivent en tête du classement 2025. Antalya est le leader incontesté, suivie de Majorque et des îles grecques de Crète, Kos et Rhodes. Les pays lointains connaissent également une croissance prometteuse. Les États-Unis occupent la première place, suivis par la Thaïlande, qui enregistre la plus

forte croissance des réservations. La destination tendance Zanzibar s'est hissée à la troisième place, juste devant les Maldives et les Émirats arabes unis.

La plus vaste et la plus diversifiée offre de possibilités de vacances

Afin de proposer un produit adapté à tous les groupes cibles, TUI n'a jamais offert autant de possibilités de voyage vers les destinations de vacances les plus prisées pour la saison estivale 2025. Le voyageur a ainsi étoffé son offre de vols au départ des aéroports suisses de Bâle, Berne, Genève et Zurich, et a ajouté une nouvelle destination, Monastir en Tunisie, au départ de Berne.

TUI mise sur une croissance continue, surtout concernant l'offre de ses propres marques d'hôtels destinée à tous les segments de clientèle. Ses propres marques d'hôtels sont au cœur de la stratégie de différenciation et doivent être étendues à moyen terme de plus de 400 à 600 établissements. Ainsi, de nouveaux hôtels des marques TUI Blue et TUI Kids Club viendront compléter le portefeuille cet été, tandis que de nombreux établissements rénovés de Robinson et RIU rouvriront leurs portes. Les formats de club avec des prestations All Inclusive comme Robinson, TUI Magic Life et TUI Kids Club sont particulièrement appréciés des familles suisses. L'offre de TUI Suisse comprend désormais le nouveau concept d'appartements «TUI Time To Smile», qui propose des complexes d'appartements 4 étoiles équipés de manière moderne et situés dans des endroits plaisants, qui peuvent être réservés exclusivement chez TUI.

Focus sur le développement de l'entreprise et le renforcement de l'attractivité en tant qu'employeur

Dans le cadre de sa stratégie, TUI Suisse mise sur une croissance continue et un développement constant dans tous les domaines de l'entreprise. L'accent est mis sur la numérisation. Outre l'intégration ciblée du suivi personnel et numérique dans la distribution, TUI promeut également l'implémentation de nouveaux outils numériques dans différents domaines de l'entreprise. Grâce à de nouveaux outils et à l'intelligence artificielle (IA), diverses activités de service ont déjà pu être améliorées et les processus optimisés, ce qui aide considérablement les collaboratrices et collaborateurs dans leur travail quotidien.

Une autre priorité de TUI est l'optimisation ciblée de tous les sites dans toute la Suisse. «Nous investissons de manière conséquente dans la modernisation de notre réseau de filiales et créons dans tous nos stores un environnement optimal pour nos clients et nos collaborateurs», souligne Philipp von Czapiewski. «Afin de renforcer davantage notre attractivité en tant qu'employeur, nous investissons cette année dans un nouveau site avec un concept de bureau moderne et agréable pour nos collaboratrices et collaborateurs au siège principal de Zurich.»

L'année dernière, TUI a équipé chaque mois une nouvelle filiale de son concept moderne de corporate design TUI. Ce concept comprend un aménagement spatial agréable ainsi que des postes de travail ergonomiques et un nouvel équipement numérique. La modernisation se poursuivra cette année. À l'été 2025, TUI déplacera son siège actuel vers le quartier d'affaires moderne de Zurich Oerlikon. Avec ce déménagement, TUI offrira à ses plus de 130 collaborateurs du siège principal un environnement de travail contemporain, axé sur les besoins modernes et des conditions de travail optimisées. De plus, l'immeuble répond aux normes technologiques, économiques et écologiques les plus modernes et satisfait aux exigences les plus élevées en matière de durabilité.

À propos de TUI Suisse

TUI Suisse Ltd. est l'une des plus grandes entreprises touristiques sur le marché suisse. En tant que généraliste du voyage, TUI est un fournisseur de voyages et d'expériences de haute qualité qui propose le plus grand et le plus large portefeuille de produits touristiques sur le marché suisse au meilleur rapport qualité-prix. Le portefeuille de produits s'étend des voyages forfaitaires aux croisières, locations de voitures et de camping-cars, en passant par les circuits et les activités sur le lieu de vacances. En plus de la marque principale TUI, les marques airtours et Cruisetour font partie de l'entreprise. La distribution est assurée par 49 filiales en Suisse alémanique et romande et par le portail en ligne www.tui.ch ainsi que par plus de 450 agences de voyages partenaires dans toute la Suisse.

TUI Suisse Ltd. est une société affiliée à 100% à TUI Group. En tant que l'un des principaux groupes touristiques mondiaux, il offre des services intégrés sous un même toit. TUI Group possède plus de 400 hôtels et complexes hôteliers avec des marques Premium telles que RIU, TUI Blue et Robinson, ainsi que 17 bateaux de croisière propres, dont le MS Europa et le MS Europa 2 dans la classe de luxe, des navires d'expédition, la flotte Mein Schiff de TUI Cruises ainsi que les bateaux de croisière de Marella Cruises en Grande-Bretagne. Le groupe compte également des marques de tour-opérateurs leaders et des plateformes de commercialisation en ligne dans toute l'Europe, 5 compagnies aériennes avec plus de 130 avions modernes pour les moyens et longs courriers et plus de 1200 agences de voyages. La responsabilité globale pour une action économique, écologique et sociale durable est au cœur de la culture d'entreprise. La TUI Care Foundation, initiée par TUI, mise sur les effets positifs du tourisme, sur l'éducation et la formation ainsi que sur le renforcement des normes environnementales et sociales avec des projets dans 25 pays. Elle soutient ainsi les destinations de vacances dans leur développement.

TUI Suisse Ltd
Friesenbergstrasse 75
Postfach
8036 Zürich
Schweiz

www.tui.ch