Zurich, le 19 octobre 2023

**Le marché japonais placé sous la responsabilité de Paolo Lunardi.**

**Paolo Lunardi, jusqu’à présent Head of Trade Relations chez Suisse Tourisme (ST) Amérique du Nord, prendra la direction de la représentation de ST à Tokyo. Les hôtes japonais, qui ont généré 389’000 nuitées hôtelières en 2019, revêtent une importance historique pour le tourisme suisse. Aujourd’hui encore, ils constituent une clientèle jouant un rôle important en raison de leurs dépenses comparativement très élevées durant leurs séjours en Suisse.**

Les touristes japonais ont été parmi les premiers hôtes asiatiques à séjourner en Suisse. Au Japon, Heidi est, par exemple, une icône suisse qui a eu, depuis des décennies, une influence sur le tourisme dans notre pays. En 2019, dernière année «normale» avant la pandémie, ces hôtes ont généré 389’000 nuitées\*. Avec un montant de dépenses quotidiennes moyennes de CHF 300 par jour et par personne, ils comptent parmi les touristes les plus enclins à la dépense en Suisse\*\*.

Les conséquences de la pandémie sur les comportements de voyage au Japon continuent de se faire sentir. A cela s’ajoutent des préoccupations géopolitiques (réduction de l’offre de vols en raison de la guerre en Ukraine) et économiques (faiblesse du yen). Autant de raisons qui expliquent la reprise encore partielle des nuitées hôtelières (2022: 84’000 nuitées / -79% par rapport à 2019). Malgré tout, la Suisse reste bien positionnée au Japon et se classe même, depuis la fin de la pandémie, parmi les destinations de vacances les plus appréciées à l’étranger.

*\* Statistique de l’hébergement touristique, Office fédéral de la statistique.*

*\*\* Monitoring du Tourisme Suisse (MTS), ST 2017.*

**Vaste expérience du marketing touristique pour Tokyo**

À la suite du départ de la responsable actuelle du marché japonais, Sara Roloff, qui quittera ST à la fin de l’année, son poste a fait l’objet d’un recrutement. Après un processus de sélection intense, c’est Paolo Lunardi qui a été choisi pour occuper ces fonctions au Japon. Tessinois d’origine, il est diplômé de l’école supérieure de tourisme et d’hôtellerie de Bellinzone et a débuté sa carrière professionnelle en 2009 chez ST en tant que stagiaire à New York. Il a ensuite occupé différents postes, tant auprès de partenaires touristiques, comme Ticino Turismo et Zürich Tourisme, qu’au sein de plusieurs représentations de ST à l’étranger. Ses domaines d’activité jusqu’à présent ont couvert toute la gamme de la promotion touristique suisse: marketing, relations avec les médias, gestion des réseaux sociaux et relations commerciales. C’était dernièrement le cas, Paolo Lunardi travaillant actuellement pour ST à New York en tant que «Head of Trade Relations». Selon Simon Bosshart, responsable des marchés Est et membre de la direction de ST, «Paolo Lunardi a approfondi tous les aspects des activités du marketing touristique, aussi bien chez nous qu’auprès de partenaires sectoriels importants. Je suis heureux qu’un professionnel du tourisme talentueux prenne la tête de notre importante représentation au Japon».

Paolo Lunardi prendra ses nouvelles fonctions à Tokyo dès le 1er décembre 2023 et aura sous sa responsabilité deux collaboratrices. Avec elles, il veillera, en particulier, à promouvoir l’attractivité de la Suisse touristique pour les jeunes générations. Au Japon, ST oriente ainsi de plus en plus ses futures activités de marketing vers le segment des «affluent Millenials».

 **Portrait de Paolo Lunardi** (© Suisse Tourisme)

***Suisse Tourisme (ST)***

*ST est une corporation de droit public chargée par la Confédération de promouvoir l’offre touristique pour la Suisse, pays de voyages, de vacances et de congrès sur le plan national et international. L’accent est mis sur le développement et la mise en œuvre de programmes de marketing visant à stimuler la demande et à valoriser une image de marque forte de la Suisse touristique, entre modernité et authenticité. ST travaille en étroite collaboration avec la branche du tourisme, qui contribue à environ la moitié de son budget. L’autre moitié est constituée de fonds fédéraux. Ses activités sont gérées selon des critères d’économie d’entreprise axés sur la satisfaction des clients et les besoins du marché. ST compte quelque 280 collaboratrices et collaborateurs (255 ETP),
réparti-e-s dans 36 bureaux établis dans 23 marchés à travers le monde.*

**Pour de plus amples informations, contacter:**

Véronique Kanel, Porte-parole

Tél. +41 (0)44 288 13 63, veronique.kanel@switzerland.com

Communiqués de presse et informations sur: [MySwitzerland.com/medias](http://www.myswitzerland.com/medien)