

GRINDELWALD 

EIGER



4^{ème} Forum du Tourisme Biel / Bienne
28 octobre 2019

Exemple pratique «Eigerness» Un projet fructueux dans l'Oberland bernois

Birgit Fritz-Egger
Directrice de l'association Eigerness
PM Eigerness Grindelwald Tourisme



1. Le début
2. L'idée (conception, association, marque)
3. Lignes directrices & philosophie
4. Financement & ancrage territorial
5. Événements marquants



„NUR WER SELBST BRENNT,
KANN FEUER
IN ANDEREN ENTFACHEN.“

Augustinus

1. Le début



- 2005: Workshops tourisme / hôtellerie
16 Workshops / Workshop «Wellness»
- **Novembre 2006: création de l'association Eigerness, 8 membres fondateurs**
- 2007: événements médiatiques en hiver et en été pour le lancement de la marque «Eigerness»
- 2007: contribution Milestone (☹)
- 2007: entrée dans l'union des paysans



2. Le terme «Eigerness»



Bildquelle Speedy Füllemann / «Eigerness Kalender 2014»

Le terme **Eigerness** signifie «se sentir bien au pied de la face nord de l'Eiger». Cela concerne les histoires, les expériences variées et vivantes et la découverte des racines et des traditions qui peuvent toutes prétendre au titre «Original Grindelwald».

Domaines

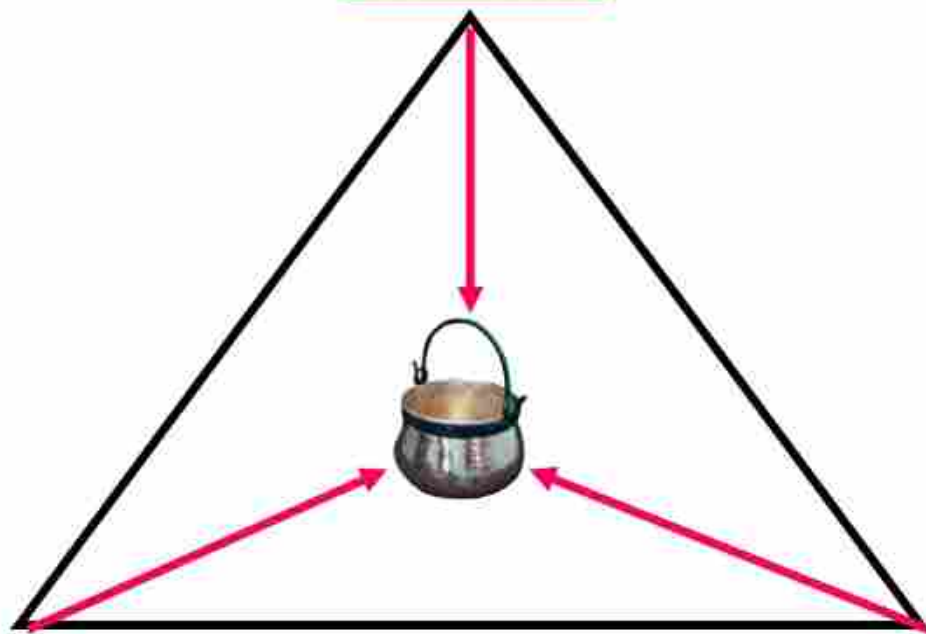
culinaire
savoir-vivre
design & artisanat
outdoor



2. L'association Eigerness

*Das klassische „Dreibein“
hält den Kessel in der richtigen Position über dem Feuer*

Landwirtschaft



Tourismus

Gewerbe

Membres:

env. 120 membres issus de l'agriculture, du tourisme et du secteur industriel

Donateurs:

Entreprises de logistique, Holzwärme Grindelwald AG, association «Wir Grindelwalder», privés

Comité:

Directeur, président, membres du comité, assesseurs



2. L'association Eigerness

- **est une association de personnes** qui soutiennent activement le concept «Eigerness» à Grindelwald.
- L'association est une **plateforme neutre** pour la promotion de **produits locaux, de services et d'offres. L'authenticité** des ressources, des matières premières et des personnes est une condition de base pour toutes les offres.
- **L'idée de l'«Eigerness» comme élément unificateur**
D'une part, la qualité de l'offre renforce le lien des hôtes à Grindelwald et, d'autre part, le fait de regarder «plus loin que le bout de son nez» renforce la collaboration des différents groupes d'intérêt au sein de l'association.
- **Derrière chaque offre, expérience ou produit se trouve une personne avec son histoire.** Cette personne joue un rôle primordial. La reconnaissance personnelle et les relations respectueuses sont des éléments essentiels pour l'association «Eigerness».



2. La marque «Eigerness»



Rütikopf

est un label de qualité.

Lorsque le label est utilisé, l'hôte, l'acheteur ou le vendeur est assuré de trouver des éléments «Original Grindelwald» dans les ressources, les matières premières ou les personnes.

3. Lignes directrices



Bildquelle Speedy Füllemann / «Eigerness Kalender 2020

3. Ligne directrice «Vision»



- Augmenter la valeur ajoutée dans la vallée
- Générer et fidéliser les clients (analyse des segments / parts)
- Lancer et mettre sur pied des projets d'importance régionale afin de promouvoir l'image de Grindelwald
- Exploiter de nouveaux domaines:
 - **Thèmes**
 - **Produits**
 - **Segments de clientèle**



3. Ligne directrice «Rôle»



- Assurer la qualité de la marque
- Entretenir la plateforme de l'Association
- Initier et promouvoir des projets
- Approfondir et étendre le réseau
- Mettre à disposition les ressources nécessaires
- Identifier l'originalité et les valeurs de Grindelwald



3. Ligne directrice «Mission»



Nous sommes les ambassadeurs des moments uniques qui se vivent dans la région de Grindelwald.

Nous nous adressons à des «fans» de Grindelwald qui sont:

- **Ouverts et curieux**
- **Apprécient les traditions**
- **Respectueux envers les hommes et la nature**
- **Enthousiastes et qui apprécient les histoires**
- **Fins gourmets**
- **Sociables et ouverts au contact**
- **Proches de la nature**
- **Communicatifs et qui partagent leurs expériences**
- **Engagés (deviennent donateurs)**
- **Joyeux et bons vivants**

3. La philosophie «Eigerness»



Bildquelle Speedy Fülleemann / «Eigerness Kalender 2017»



DURABLE

En consommant ou utilisant des produits certifiés «Eigerness», chaque consommateur soutient durablement l'avenir de notre village unique et inspirant.

PERSONNEL

On retrouve derrière chaque offre ou produit une personne «d'ici» qui transmet de manière personnelle et authentique les valeurs, les traditions, le développement et l'histoire de Grindelwald.

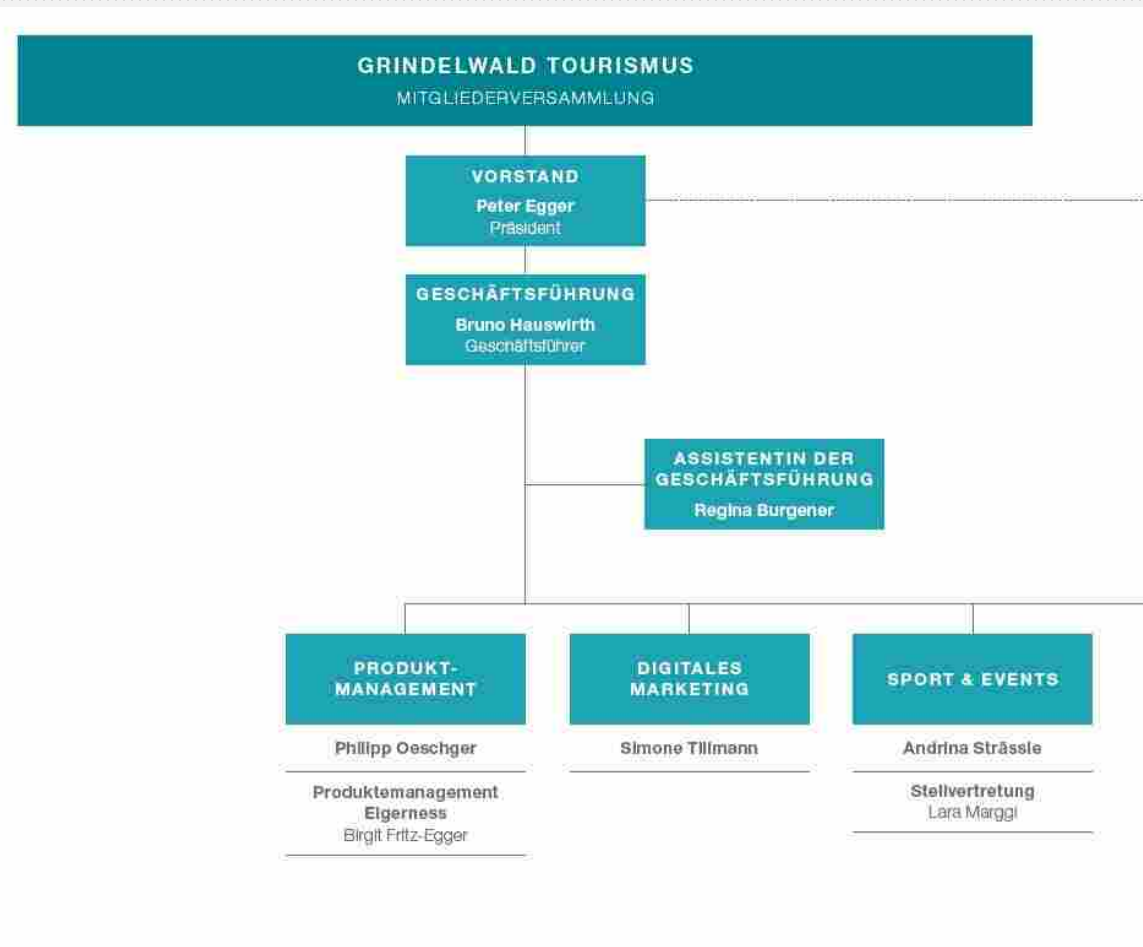
CREATION DE LIENS

«Eigerness» est un liant et un pilier important de notre économie. De nouvelles idées et impulsions sont discutées et développées au sein du réseau «Eigerness». En consommant «Eigerness», les acheteurs et les hôtes soutiennent activement ces liens.



4. Financement & ancrage

- Financement de départ en 2006 grâce à la commission de l'agriculture et de l'économie (10'000 CHF)
- Cotisations des membres (CHF 50 / an)
- Contributions des utilisateurs de la marque (CHF 20.-/ an)
- Dons (réguliers)
- Soutien de Grindelwald Tourisme (financier et depuis 2013 implémentation d'un manager de produit «Eigerness»)
- Ev. retour financier de projets



5. Événements marquants



Bildquelle Speedy Füllemann / Viehschau 2012





2012 ANNEE DE L'HÔTELERIE





- Workshop «Time for a match» en février, avec le hockeyeur professionnel Beat Cattaruzza
- Interviews personnels avec les partenaires hôteliers en automne 2012
- Résultat: implémentation d'un manager de produit «Eigerness» chez Grindelwald Tourisme



2014 ECHANGE «WITUS»



witus
Wirtschaft & Tourismus

GRINDELWALD ⁺
EIGER



- «Année de perspectives» (ST)
- Travail sur la stratégie de l'association Eigerness
- Conseil d'administration officiel pour l'association



**2014 VERNISSAGE DU LIVRE
GRINDELWALDER BERGFÜHRER AUSSICHTEN**



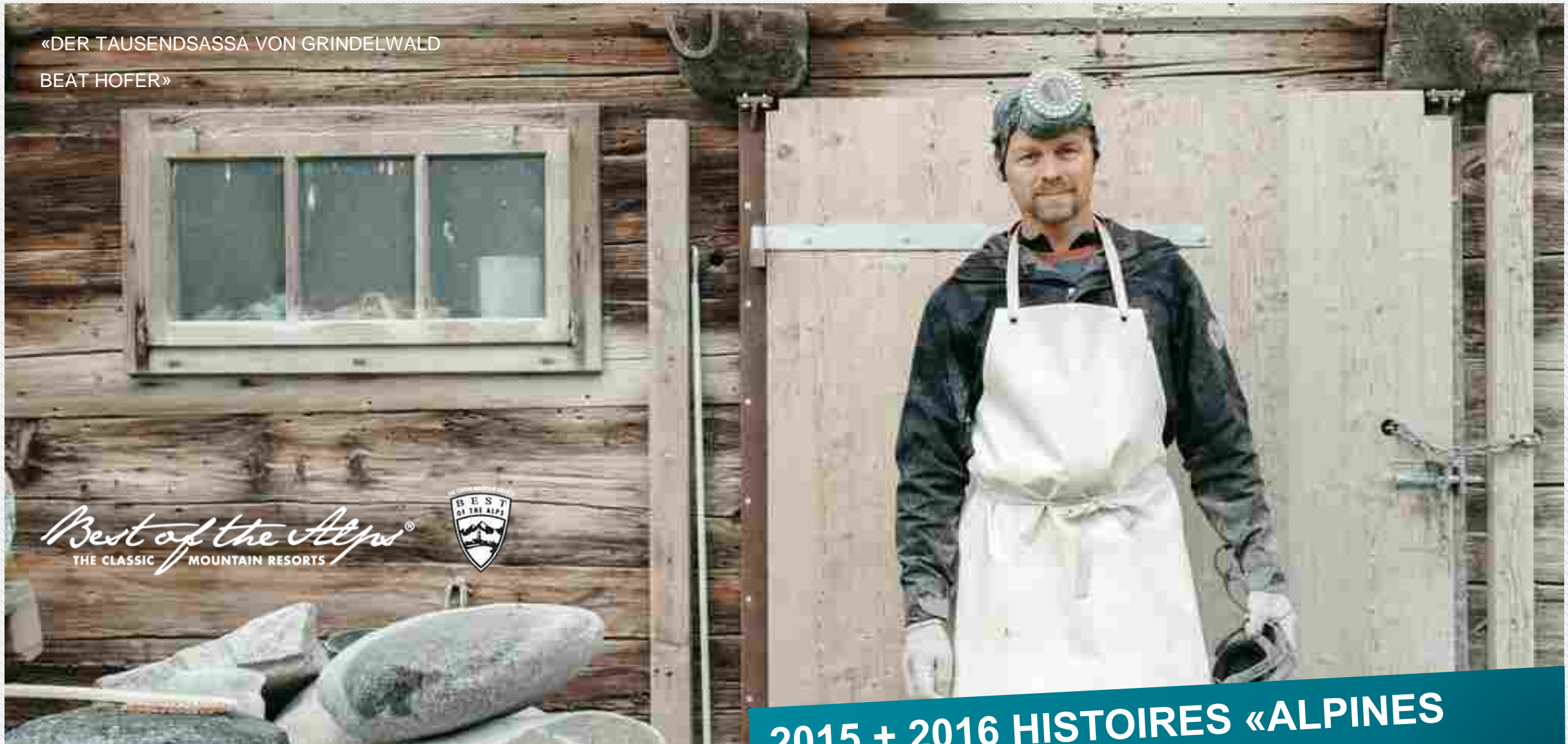
Bergführerverein · 3818 Grindelwald

GRINDELWALD ⁺
EIGER



- «Année de perspectives» (ST)
- 2013 / 2014 travail rédactionnel
- Juin 2014 vernissage
- Le livre est disponible dans différents points de vente (allemand / anglais)

«DER TAUSENDSASSA VON GRINDELWALD
BEAT HOFER»



Best of the Alps
THE CLASSIC MOUNTAIN RESORTS



**2015 + 2016 HISTOIRES «ALPINES
INGREDIENTS»**



GRINDELWALD 
EIGER

«L'HELICOPTERE ATTERIT DEVANT LA PORTE»

MARC ZIEGLER



Rütikopf

A black and white portrait of an elderly man with a mustache, looking slightly to the right. He is wearing a dark jacket over a collared shirt. The background is dark and out of focus, with a window visible on the left side.

«PRENDRE SOIN DE L'ANCIEN»

RUEDI BHEND

«L'AMOUR INCONDITIONNEL DE M. ROTH POUR SON TRAIN»

PETER ROTH



- En 2 ans, 16 histoires «Alpine Ingredients» de personnes de la région de Grindelwald aux missions et parcours de vie hors du commun.
- www.eigerness.ch
- www.bestofthealps.com



**2016 BAPTÊME DU «EIGER
BERGFÜHRER CHÄS»**



Eiger milch
GRINDELWALD

GRINDELWALD ⁺
EIGER



- Lancement officiel/ baptême du «Grindelwalder Bergführer Chäs» dans la face nord de l'Eiger (événement média)
- Fête du village



**2018 OUVERTURE D'UN MAGASIN
«EIGERNESS»**





- 2017 création de la coopération «Eigerness-Laden» avec 8 coopérateurs (association Eigerness est 1 coopérateur).
- 2018 ouverture / vente de produits essentiellement locaux
- Eigerness = Philosophie (!)
- Promotion régulière avec des producteurs et formation des employés



Alpenglühien

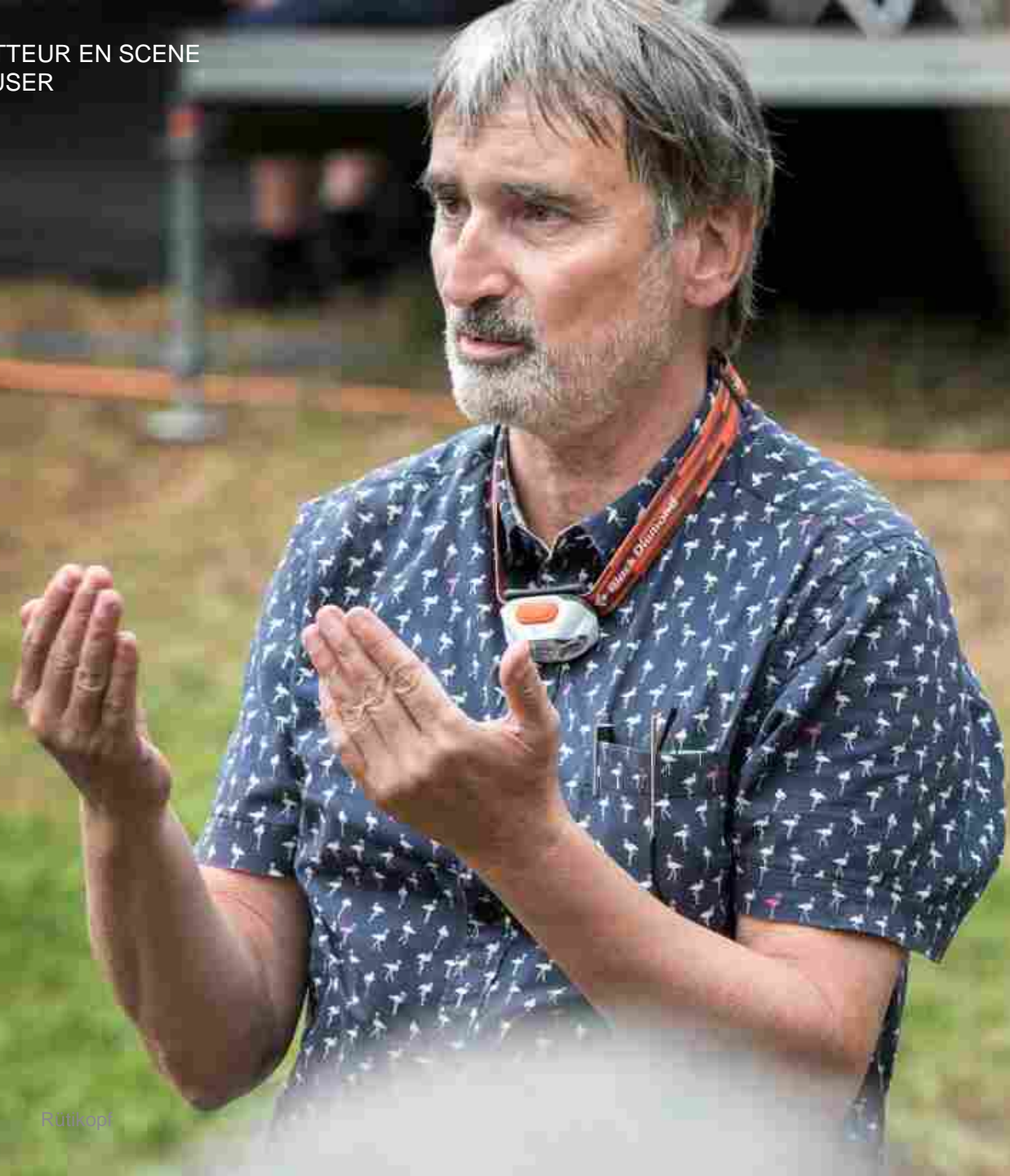
Theaterproduktion mit Musik

2019 «ALPENGLÜHEN»



GRINDELWALD ⁺
EIGER

AUTEUR ET METTEUR EN SCENE
JÜRG FANKHAUSER













MISE EN SCENE DU GLACIER



Rütikopf

6'000 SPECTATEURS





- Début en 2015 / planification au sein du comité de l'Eigerness
- Création de l'association «Jungfrautheater» en novembre 2016
- 14 représentations du 9 août au 7 septembre 2019. Sponsors principaux: commune et Grindelwald Tourisme
- 100 participants de la vallée / 6'000 spectateurs
- Taux d'occupation 90% / budget de la production 600'000 CHF
- Le projet se termine avec un résultat positif et a nécessité d'aucune garantie de déficit



Berner
Fachhochschule

GRINDELWALD ⁺
EIGER




Eiger Milch
GRINDELWALD ⁺



**DE 2018 JUSQU'À...
PROJET AGRIFOOD & TOURISME**

GRINDELWALD ⁺
EIGER

- 
- 2018 / 2019 analyse «Foodies»
 - Soutien du SECO et OFAG
 - Phases 1 et 2 sont terminées
 - Phases 3 et 4 (mesures/ réalisation) prévues dès l'hiver 2020

„Mach es wie die Briefmarke.
Sie sichert sich den Erfolg
durch die Fähigkeit,
an einer Sache festzuhalten
bis sie ankommt.“

Josh Billings

Birgit Fritz-Egger

Verein Eigerness
www.eigerness.ch
info@eigerness.ch

GRINDELWALD 
EIGER

