

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme  
**Band:** - (1996)

**Vorwort:** L'année touristique 1996 pourrait [...]  
**Autor:** Hartmann, Marco

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 19.10.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**





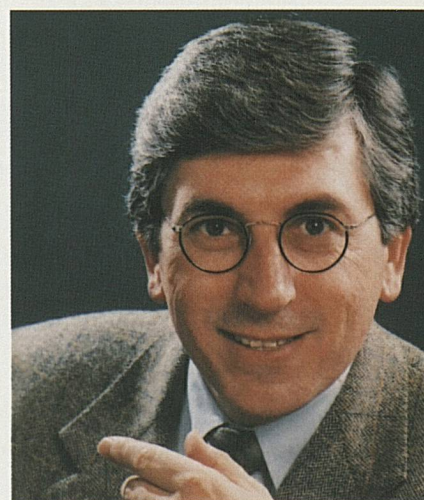
L'année touristique 1996 pourrait être désignée à juste titre comme une année des espoirs déçus. Le recul des recettes globales et du nombre de nuitées ainsi que la perte de parts de marché caractérisent le tourisme en Suisse – cela dans une période où le marché du tourisme est considéré dans le monde entier comme une branche en expansion. Personne ne le contestera: la globalisation de l'économie et les conditions-cadres modifiées ont créé de nouvelles situations pour le marché et la concurrence, ainsi que des changements dans les habitudes des consommateurs. Les perspectives pour l'ensemble de la branche touristique suisse appellent un jugement réservé. A la fin de l'année, il est vrai, une lueur est apparue à l'horizon. La saison hivernale 1996/97 a bien commencé. Les conditions climatiques et la situation moins tendue sur le front des devises évoluent à notre avantage. Toutefois, des améliorations de taux de change ne permettent pas à elles seules de surmonter à long terme les obstacles auxquels doit faire face le tourisme suisse. Mais des conditions-cadres favorables assurent suffisamment nos arrières pour nous permettre d'envisager l'avenir avec élan.

En 1996, Suisse Tourisme s'est trouvé confronté à nombre d'innovations et à du s'adapter aux conditions modifiées du marché. Nous n'avons pas craint de nous demander de manière critique comment nous pouvons, en tant qu'organisme de marketing international, mieux nous adapter aux exigences des conditions-cadres et

nous conformer davantage au marché. Convaincus que les méthodes de «business as usual» n'apporteraient pas la relance, nous avons entrepris les changements nécessaires et fixé de nouveaux points forts. La planification continue à moyen terme sur trois ans montre le chemin: Le recul des recettes touristiques et des nuitées doit être rapidement stoppé pour qu'on retrouve à moyen terme le chemin de la croissance. Nous devons davantage axer notre action sur des campagnes qui, manifestement, favorisent la demande, nous focaliser encore plus tout en restant flexibles et capables d'apprendre. Pour le marketing, il faut passer du soin apporté à l'image de la marque Suisse au développement et à la promotion d'offres plus conformes au marché du point de vue de la qualité et des prix des voyages, vacances et congrès en Suisse, ainsi qu'à la simplification des moyens (électroniques) de réservation.

Nous continuons à nous engager pleinement pour que le tourisme helvétique prenne un nouveau départ dynamique. Nous avons déjà atteint plusieurs objectifs et nous poursuivons sur cette voie en collaborant activement avec nos nombreux partenaires de l'économie touristique et au sein des pouvoirs publics. Nous remercions chacun de sa collaboration énergique et engagée.

Marco Hartmann



Marco Hartmann

Directeur général Suisse Tourisme