

Des frontières? Nous n'en connaissons pas

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(1997)**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629756>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Des frontières? Nous n'en connaissons pas.

Suisse Tourisme se concentre sur tous les marchés disposant du potentiel le plus élevé quant au nombre d'hôtes et aux perspectives de chiffre d'affaires. Le marché le plus important reste la Suisse elle-même, suivie de l'Allemagne, des autres marchés européens, de l'Amérique du Nord et de l'Asie ainsi que d'autres marchés d'avenir.

Dans les groupes de pays les plus importants, Suisse Tourisme est présent avec ses propres équipes marketing ou des mandataires. L'encadrement professionnel des clients, le travail ciblé avec les médias et les relations avec les professionnels des voyages font partie des tâches à accomplir sur les différents marchés. Dans les autres marchés disposant d'un potentiel, Suisse Tourisme intensifie la collaboration avec les délégués commerciaux des ambassades suisses. En raison du choix plus ciblé et plus avantageux des endroits, l'engagement des moyens pour le réseau des offices de Suisse Tourisme à l'étranger a pu être réduit de deux millions de francs ces trois dernières années.

Nouvelles structures du réseau mondial de marketing.

Suisse Tourisme a ouvert à Londres sa propre agence de voyages commerciale. En tant qu'agence de voyages incoming de Suisse Tourisme, le Switzerland Travel Centre STC vend les forfaits pour la Suisse aux Britanniques depuis le 1^{er} juin 1997. Sur la péninsule ibérique, Suisse Tourisme collabore depuis avril 1997 avec Sergat SA à Barcelone sur la base d'un mandat. On a travaillé activement durant l'année 1997 à attribuer des mandats pour 1998 dans les pays nordiques et à Taiwan.

Collaboration avec le Département fédéral des affaires étrangères DFAE.

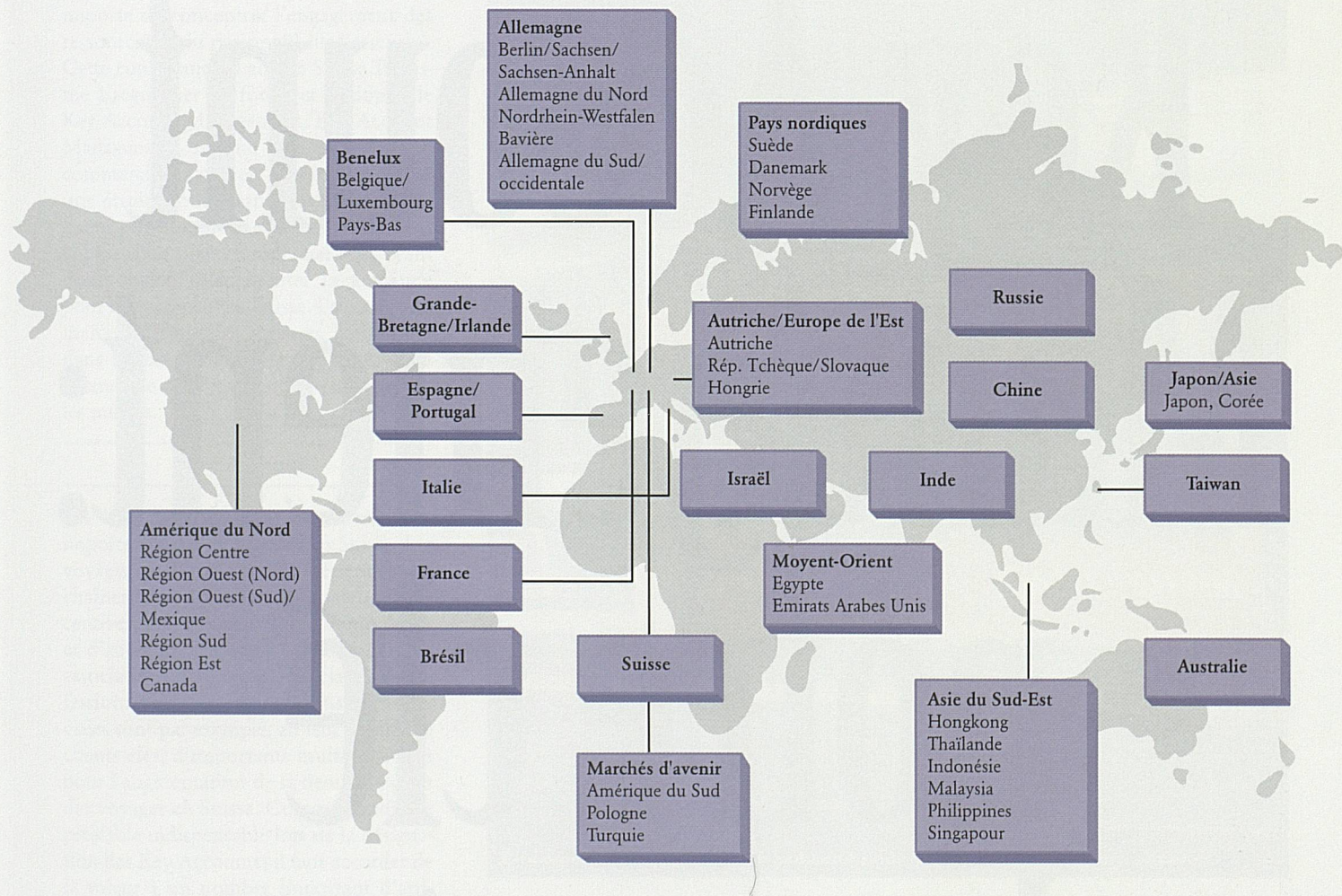
Dans les pays dont le potentiel pour les voyages à l'étranger augmente et dans lesquels Suisse Tourisme n'a ni représentation propre ni mandataire, les délégués commerciaux locaux s'engageront à l'avenir à découvrir de nouveaux potentiels

d'hôtes et à accroître le volume des voyages en Suisse. Un groupe de travail réunissant des représentants de l'OSEC, de Suisse Tourisme, de l'Office fédéral du développement économique et de l'emploi OFDE, du Département fédéral des affaires étrangères DFAE, l'Office fédéral des affaires économiques extérieures OFAEE, et placé sous la présidence commune de l'OFAEE et du DFAE, a voté en septembre 1997 un projet-pilote au Brésil pour examiner la possibilité de services touristiques spécifiques fournis par les délégations commerciales.

«Switzerland Network Convention».

«Switzerland Network» est un bon exemple de collaboration réussie avec des représentants étrangers de la branche des voyages. Avec «Switzerland Network», Suisse Tourisme s'engage depuis une année dans de nouvelles voies sur le marché nord-américain. L'objectif est de former les candidats d'un programme en deux étapes comme





agents de voyages compétents et hautement qualifiés, d'ouvrir de nouveaux canaux de distribution pour les prestataires suisses, de positionner plus fermement le label touristique Suisse dans la zone nord-américaine et enfin d'augmenter le nombre des voyages en Suisse.

Après avoir suivi la première partie du programme de formation (étude à domicile intensive avec test final), 120 agents de voyage nord-américains sélectionnés ont séjourné en Suisse, du 15 au 22 septembre 1997, pour la deuxième partie. Outre un voyage d'étude individuel, la formation sur place comportait la participation à la «Switzerland Network Convention». Cette réunion, qui s'est déroulée du 16 au 18 septembre 1997 à St-Moritz, faisait office de plate-forme pour des workshops et des entretiens avec des prestataires suisses.

Les candidats qui ont réussi sont admis comme membres de «Switzerland Network» à titre de spécialistes de la Suisse.

«Switzerland Network» est un authentique succès. Les candidats de ce cours novateur ont réalisé en 1997 plus de 11000 nuitées supplémentaires. Cette formation, qui fera date, a été désignée en Amérique du Nord comme le meilleur programme de fidélisation d'une

destination de vacances. Les réservations pour des voyages en Suisse dans les agences de voyages dont les représentants sont membres de «Switzerland Network» ont triplé.

«Je travaille dans la branche du voyage depuis 1983. Ce cours est le meilleur entraînement que j'aie jamais eu auparavant!» (Ms. Elli O'Toole, Edelweiss Travel, South Lake Tahoe, California).

«Ce programme de formation était le plus informatif et le plus apprécié de mes 20 ans de carrière comme agent de voyages. Merci!» (Mr. Varoujan Meneshian, American Express, Los Angeles, California).

«Switzerland Travel Experience STE».

L'objectif de «Switzerland Travel Experience STE» est de présenter la Suisse en tant que pays de vacances et de voyages, conjointement avec des partenaires suisses, sur des marchés potentiels et existants et de nouer des contacts avec les tour-opérateurs et les responsables des médias les plus importants.

En novembre 1997, une délégation de responsables touristiques suisses a visité

pendant deux semaines l'Inde et la Chine. Par des présentations, des workshops et des réceptions, il a été possible de mieux faire connaître la Suisse aux représentants de la branche des voyages ainsi qu'aux médias. Les manifestations ont été organisées en étroite collaboration avec Swissair. Avec respectivement 400 et 450 visiteurs du secteur du tourisme, les manifestations ont connu un succès total tant en Inde qu'en Chine.

«Les dieux ont gâté la Suisse: toutes les beautés du monde sont réunies dans ce pays.» (Jiang Hua, Directrice Internationale, CNTA, Pékin).

Foires.

Suisse Tourisme fait bénéficier ses partenaires de plates-formes promotionnelles idéales dans les foires internationales les plus importantes. C'est ainsi qu'il a participé en 1997 à de nombreuses foires spécialisées et grand public telles qu'ITB à Berlin, BIT à Milan, MITCAR à Paris, WTM à Londres, Vakantie à Utrecht, EIBTM à Genève, MITT à Moscou ou IT&ME à Chicago.