Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (1997)

Artikel: Des frontières? Nous n'en connaissons pas
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-629756

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

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

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.

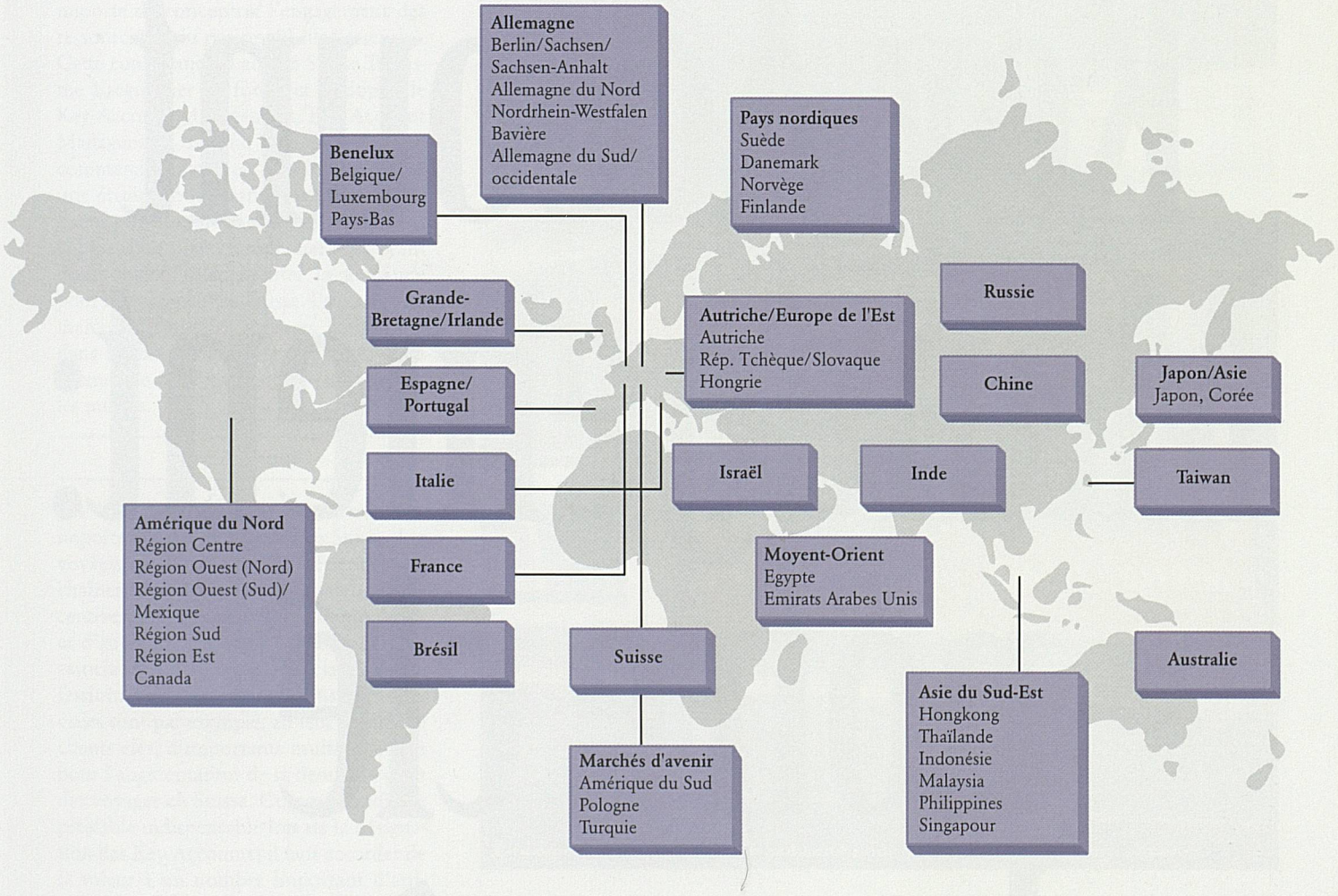
Suisse Tourisme a ouvert à Londres sa propre agence de voyages commerciale. En tant qu'agence de voyages incoming de Suisse Tourisme, le Switzerland Travel Centre STC vend les forfaits pour la Suisse aux Britanniques depuis le 1er juin 1997. Sur la péninsule ibérique, Suisse Tourisme collabore depuis 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.