

Automne, hiver, printemps, été, Suisse

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-629788>

Nutzungsbedingungen

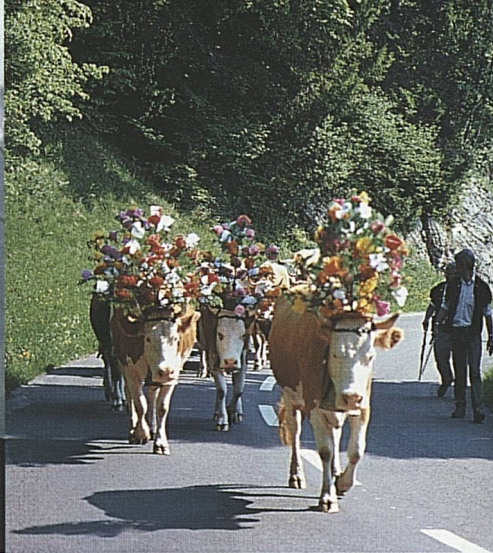
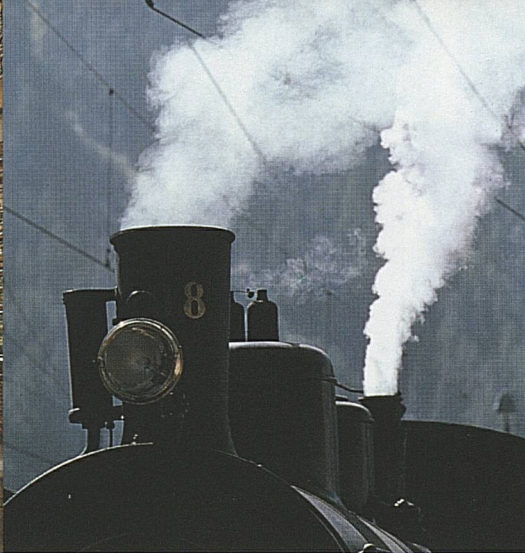
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

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.



Automne, hiver, printemps, été, Suisse.

Des points pour les congrès et les incentives en Suisse.

Au début de l'année 1997, Suisse Tourisme a été la première organisation touristique nationale à lancer en Grande-Bretagne puis en Allemagne, en France et au Benelux, un programme de fidélisation pour des organisateurs étrangers de réunions, de congrès et d'incentives en créant le Switzerland Conference & Incentive Club. Les organisateurs reçoivent des points bonus pour chaque nuitée générée en Suisse ainsi que pour chaque vol réservé sur Swissair. Ils sont récompensés par des bons pour la prochaine manifestation en Suisse ou par des «merchandise incentives» personnels. Jusqu'à fin 1997, les membres étrangers du club ont ainsi généré plus de 5000 nuitées en Suisse.

«La Suisse, parce que la ponctualité est prise au mot, le service 'First Class' exceptionnel et le goût du chocolat plus doux que partout ailleurs.» (Reiner Greza, Gestion d'événements, Novartis GmbH, Allemagne)

Best of Switzerland.

La ligne de produits Best of Switzerland vise tout particulièrement un public de pays lointains qui désire connaître en peu de temps ce que la Suisse a de mieux. La mini-brochure «Welcome to the Best of Switzerland», traduite en douze langues, est très appréciée et très demandée. Sur huit pages, elle offre un condensé des informations les plus importantes sur la Suisse, pays des vacances et des voyages.

A l'invitation de Suisse Tourisme, des équipes TV – en particulier de régions qui sont nos marchés d'avenir – ont illustré les plus beaux aspects de notre pays. Aux meilleures heures d'écoute, des téléspectateurs australiens et chinois ont ainsi pu voir à la maison les nombreux atouts dont dispose notre pays. En automne 1997, la série télévisée «Le pacte éternel» s'est terminée sur la chaîne hongroise MTV.



Pendant deux ans, deux millions de téléspectateurs ont suivi les 21 épisodes pour se familiariser avec tous les cantons suisses.

Pour la troisième fois, la campagne de promotion «Look no further. Switzerland.» a rencontré un franc succès. Elle a été réalisée en collaboration avec American Express et Swissair. Elle comprend principalement une offre d'une semaine de vacances en Suisse pour 999 dollars, y compris le vol, l'hôtel, le train ou la voiture de location. 54 000 demandes pour la brochure «Vacation Planner» ont été enregistrées, générant plus de 37 000 nuitées supplémentaires.

150 ans des chemins de fer suisses.

A l'occasion du 150^e anniversaire des Chemins de fer suisses, des représentants de Suisse Tourisme ont développé, en collaboration avec les principaux prestataires ferroviaires indigènes et étrangers, des forfaits spéciaux d'anniversaire. Via les médias, ils en ont largement informé l'opinion publique.

Par son programme spécial Suisse, le prestataire ferroviaire allemand Ameropa a obtenu une hausse de 25% du chiffre d'affaires. Ce programme a été élaboré en collaboration avec Suisse Tourisme à l'occasion de l'anniversaire des chemins de fer. La Radio bavaroise a produit un film de 45 minutes «Bahnsinnige Schweiz» (La Suisse folle de trains). Dix émissions de télévision et un total de 110 mentions dans les médias lui ont donné un large écho. Plus de 85 000 billets anniversaires pour des trains Allemagne-Suisse ont été vendus durant le premier semestre. Grâce à ce succès, l'offre spéciale à prix avantageux a été prolongée pour une durée indéterminée.

Des programmes spéciaux pour des voyages en train, mis sur pied en collaboration avec des TO britanniques et irlandais, ont généré quelque 5000 nuitées supplémentaires en Suisse. L'Amérique du Nord a informé sur l'anniversaire des chemins de fer par des émissions de télévision et de radio et de nombreux articles dans la presse écrite. L'émission TV très

suivie «Freeze Frame Switzerland» a passé une vingtaine de fois sur Travel Channel. A l'occasion de l'anniversaire des chemins de fer, Suisse Tourisme en Autriche a organisé, en collaboration avec le journal «Kurier» et le partenaire-clé Rail Tours Austria, un voyage de lecteurs de quatre jours en Suisse. Deux heures après son lancement, le voyage affichait complet. En Belgique, Suisse Tourisme a saisi l'occasion de décorer un wagon belge avec des dessins d'enfants. Pendant l'horaire d'été, le wagon circule quotidiennement sur la ligne Belgique-Luxembourg-Bâle-Milan. En Suisse, Suisse Tourisme collabore étroitement avec Railtour Suisse.

La Suisse. Pour le plaisir du bien-être.

Se détendre, profiter, se laisser gâter: lors d'un séjour de mise en forme, tous les sens sont touchés. Le corps et l'âme s'en trouvent fortifiés. Dans la deuxième édition du catalogue «La Suisse. Pour le plaisir du bien-être.», une cinquantaine d'hôtels situés dans des stations de vacances et

thermales ont présenté leurs offres par le texte et l'image. En 1997, les hôtels Wellness ont pu augmenter le nombre de leurs nuitées de 11% par rapport à l'année précédente. Près de 100 000 nuitées supplémentaires ont ainsi été comptabilisées.

La Suisse.

Pour les passionnés de festivals.

29 festivals de haut niveau avec des vedettes au rayonnement international ont figuré dans la brochure «La Suisse. Pour les passionnés de festivals.» publiée en 1997 par Suisse Tourisme. Elle a présenté aux hôtes des forfaits dans diverses catégories de prix dont la réservation est aisée. Ces offres comprenaient les entrées aux festivals et l'hébergement. De nombreux conseils et suggestions pour l'occupation du séjour avant et après les spectacles complétaient ce catalogue.

A Paradeplatz, au cœur de Zurich, la Société de Banque Suisse SBS a décoré trente vitrines avec des offres de festivals pendant un mois et demi.

