

# Mouvement. Transparence : succès

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(1998)**

PDF erstellt am: **14.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629761>

## **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.

# Mouvement. Transparence. Succès.

Pour Suisse Tourisme, le succès signifie : apporter la réussite aux partenaires, aux « stakeholders » et aux prestataires. Cela veut dire, influencer sur le nombre total des nuitées dans l'hôtellerie et la parahôtellerie suisse ainsi que sur le chiffre d'affaires global du tourisme. D'un autre côté, il s'agit d'encourager de manière directement mesurable la demande et de renforcer pour les hôtes, avec des exigences individuelles, la valeur du label de la destination Suisse en tant que pays idéal de vacances, de voyages et de congrès

Selon l'arrêté fédéral du 16 décembre 1994, Suisse Tourisme a pour mandat d'encourager la demande pour la Suisse, pays de vacances, de voyages et de congrès. A cette fin, Suisse Tourisme élabore chaque année une planification à moyen terme s'étendant sur trois ans ainsi qu'une planification annuelle

avec des objectifs clairement définis. La planification pour la période de 1999 à 2001 prévoit d'influer directement jusqu'en l'an 2001 sur sept millions de nuitées et ainsi de générer directement un chiffre d'affaires touristique de 1,4 milliard de francs. Chaque franc investi dans le marketing doit induire pour la branche un chiffre d'affaires douze fois supérieur. Durant l'exercice 1998, on est parvenu à influencer directement sur 940 000 nuitées. Ainsi l'objectif annuel a été dépassé de 40 pour-cent.

Suisse Tourisme attache de l'importance à la transparence. Le nouveau modèle d'entreprise développé en 1998 montre la mécanique du succès de l'activité de Suisse Tourisme ainsi que les ordres de grandeur de gestion appropriés, lesquels sont fixés sous la forme d'indicatifs financiers et non financiers. De la sorte, le rendement et l'efficacité

des moyens engagés peuvent être démontrés.

La conception et la réalisation de programmes de marketing prometteurs nécessitent une garantie des moyens financiers. Un marketing touristique commun, à l'échelle mondiale, permet d'atteindre la plus grande efficacité. Suisse Tourisme entend intensifier les coopérations avec les partenaires du tourisme et de l'économie et vise une augmentation des moyens de marketing. Ces quatre dernières années, le rapport entre les frais généraux fixes et les frais de marketing a pu être inversé en faveur du marketing. Les moyens de marketing engagés par Suisse Tourisme représentent aujourd'hui une part de 60 pour-cent – une référence pour la branche.

## Le modèle d'entreprise.

