

Tous ensemble pour faire bouger les choses

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(1999)**

PDF erstellt am: **27.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629720>

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.

Tous ensemble pour faire bouger les choses.

En 1999, d'importantes décisions politiques sont tombées. En juillet, a été créé le Secrétariat d'Etat à l'économie seco. La branche du tourisme qui relève du secteur de la Promotion de la place économique, placé sous la direction de l'ambassadrice Barbara Rigassi, peut compter sur une collaboration constructive dans le sens d'une tradition de partenariat éprouvée. Suisse Tourisme a pu convaincre le Conseil fédéral et le Parlement que seule une aide financière importante de la Confédération pouvait permettre un marketing fructueux pour le pays de vacances, de voyages et de

congrès qu'est la Suisse. Ceux-ci ont approuvé en décembre une contribution quinquennale de 190 millions de francs pour la période financière de 2000 à 2004. Suisse Tourisme saura engager ces moyens dans l'intérêt de la branche touristique et de l'économie suisse tout entières ainsi bien sûr que pour le bien-être des hôtes du monde entier.

Journée suisse des vacances: réunir des ressources et agir ensemble.

Une fois par an a lieu la Journée suisse des vacances organisée par Suisse Tou-

risme. C'est là une plate-forme de dialogue indispensable pour tous les décideurs concernés par le tourisme. La ligne de force stratégique est fixée en commun pour le pays de vacances, de voyages et de congrès qu'est la Suisse. 500 participants issus du tourisme et de l'économie ont suivi, lors de la Journée suisse des vacances, les 9 et 10 avril 1999 à Fribourg, les présentations de Suisse Tourisme sur l'orientation du marketing. Le conférencier vedette américain Philip Wolf, PhoCus Wright, Inc., s'est montré convaincant avec ses thèses concernant le «Destination Mar-



keting in a Wired World». Parmi les nouveautés, il faut signaler les workshops nationaux: Suisse Tourisme a présenté les concepts de prospection de marché définis auparavant avec les partenaires de la branche. Puis, un dialogue a été engagé avec les participants au workshop sur les priorités en matière de produits, la pondération des instruments de marketing et la mobilisation des ressources. Les conclusions tirées de ces entretiens serviront de base aux activités communes.

Les partenaires sont de plus en plus enclins à coopérer. En 1999, Suisse Tourisme a pu accroître ses recettes de marketing de 2 400 000 francs par rapport à l'année précédente, les faisant passer à 12 863 152 francs.

Rencontre touristique au sommet.

Le Conseil Suisse du tourisme, dont font actuellement partie 36 décideurs de la branche touristique et de l'économie, s'est réuni le 17 novembre 1999 à Berne. Cette manifestation qui a lieu chaque

année est l'occasion de s'entretenir avec le Comité et la Direction de Suisse Tourisme de l'avenir du tourisme en Suisse. Le thème de la réunion était «Le client en point de mire – de l'intérêt pour une destination à la réservation». Il a été tenu compte des résultats des discussions dans la planification pour la période 2001 à 2003.

www.STnet.ch

La nouvelle plate-forme de communication et de données d'information interactive www.STnet.ch connaît une utilisation intense au sein de la branche. Les prestataires touristiques y trouvent, entre autres, les activités marketing de tous les marchés, la planification, des statistiques et des études de marché, des informations d'actualité, des communiqués de presse ou des nouveautés concernant les destinations. La partie DataNetwork englobe les données saisies par les partenaires pour le bulletin des sports d'hiver, la liste des infrastructures et le calendrier des manifestations, données que les clients, à leur tour, peuvent consulter dans le monde entier via différents canaux.

Une branche soucieuse de qualité.

«La qualité, c'est comme la démocratie: elle n'existe que si tout le monde y travaille!»

C'est ce que fait Suisse Tourisme. Il y a cinq ans, Suisse Tourisme était à l'origine d'un vaste programme visant à améliorer la qualité dans le tourisme suisse. Le projet «Label de qualité pour le tourisme suisse», lancé il y a deux ans et demi avec les plus importantes associations faitières touristiques, suscite un vif intérêt. Actuellement, la branche du tourisme peut faire état de plus de 2000 «Quality-Coaches» et de la remise d'environ 500 labels de qualité. Suisse Tourisme montre l'exemple: le label du niveau 1 a pu être obtenu pour les départements de son propre siège central. Pour le printemps 2000, c'est la distinction de toute l'entreprise internationale qui est au programme. Au niveau 1 du label de qualité, l'accent est mis sur la qualité du service. Des «Quality-




Coaches» internes et spécialement formés sont responsables de son application. Le niveau 2 est axé sur la qualité de la gestion. Ici, la remise du label de qualité, contrairement au niveau 1, repose également sur des contrôles externes.

Coopérations sur tous les plans.

Il n'y a pas que sur le plan touristique que Suisse Tourisme recherche une étroite collaboration avec des partenaires. Des accords de coopération ont aussi été conclus avec d'autres représentants de l'économie. Les expériences positives vécues avec Bucherer, Swissair et les CFF ont incité Suisse Tourisme à solliciter d'autres partenaires. De nouveaux accords ont pu ainsi être signés avec Swisscom et Swiss Dairy Food.

swissair 

BUCHERER

 **SBB CFF FFS**

swisscom 

swiss **dairyfood**

