Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (1999)

Artikel: La Suisse - sous des angles nouveaux
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-629724

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: 14.07.2025

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

La Suisse — sous

Lieux de rencontre.

En collaboration avec le Switzerland Convention & Incentive Bureau SCIB, Suisse Tourisme commercialise la Suisse comme pays de congrès, de conférences et d'incentives. Le programme de fidélisation des clients «Switzerland Conference & Incentive Club» a été intensifié en 1999.

Suisse Tourisme s'occupe activement de cette clientèle, notamment en Allemagne, en Grande-Bretagne, au Benelux, en France, en Amérique du Nord et dans les pays nordiques. Visites de clients, workshops, foires spécialisées et voyages d'étude font partie du paquet des prestations. Fournir des conseils professionnels et proposer des offres taillées sur mesure facilitent le choix de la Suisse comme lieu pour tenir des réunions importantes.

Un potentiel de marché estimé à 4 millions de nuitées et un chiffre d'affaires touristique de 2 milliards de francs justifient une intensification du marketing dans le domaine des voyages d'affaires.

Par année, il faudrait pouvoir générer 150 000 nuitées supplémentaires, respectivement 75 millions de francs de chiffre d'affaires.

Les lumières de la ville.

Suisse Tourisme mise beaucoup sur l'ambiance des vacances. En l'occurrence, elle n'entend dissimuler à personne le charme des villes suisses. En décembre 1999, 25 villes suisses se sont réunies pour fonder l'association Swisscities. Dans le but de créer des synergies, elles élaborent, sous l'égide de Suisse Tourisme, un programme de marketing commun pour la promotion des voyages dans les villes. Les offres des villes occupent une bonne place dans la nouvelle présentation de Suisse Tourisme sur le Web, où elles sont

des angles nouveaux.

actualisées en permanence. Au printemps 2000, le magazine de voyages «Globo» publie d'ailleurs un supplément spécial sur les villes suisses.

The Best.

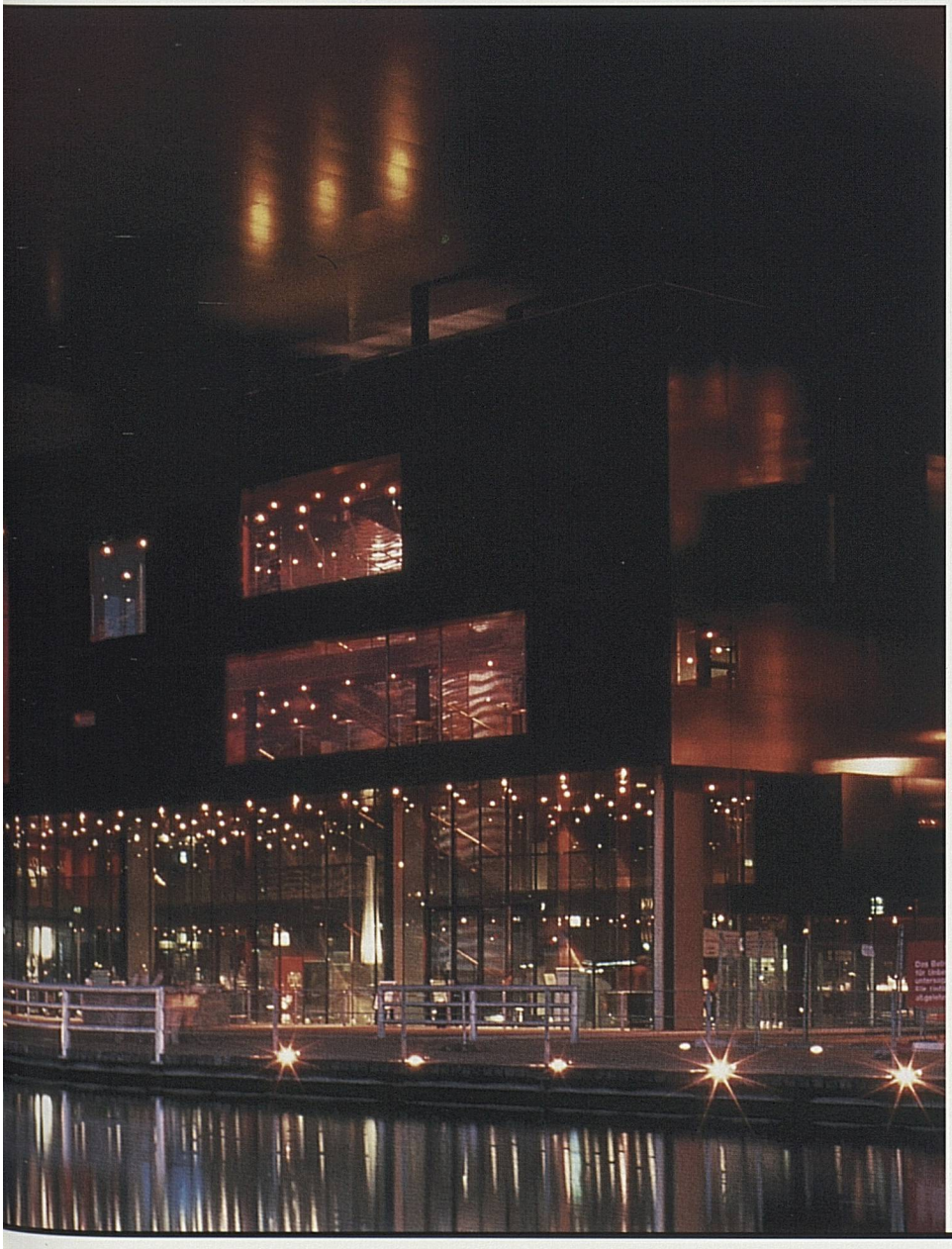
Visiter les curiosités et les lieux les plus célèbres de Suisse, c'est ce que veulent les hôtes en provenance des pays lointains. Avec Best of Switzerland, Suisse Tourisme entend d'une part attirer davantage de touristes en Suisse et, d'autre part, créer des incitations permettant de prolonger les séjours. Pour l'hôte, la brochure «Welcome to the Best of Switzerland» reste le moyen idéal pour obtenir sous forme condensée les informations les plus importantes sur le pays de vacances et de voyages qu'est la Suisse. La brochure pour l'an 2000 a fait l'objet d'un nouveau tirage en 15 langues.

Fun & Action.

La Suisse est une destination de vacances qui répond pleinement à la tendance actuelle, et plus particulièrement aux attentes des jeunes de Suisse, d'Allemagne et d'Angleterre. Les jeunes sont abordés par le biais de leur média préféré – la Toile: un clic de souris suffit pour obtenir un aperçu des offres les plus branchées. Toujours actualisés, les forfaits pour les sports en vogue, les manifestations et «city-trips» sont adaptés au budget des jeunes.

C'est avec Euro < 26, les auberges de jeunesse suisses et l'entreprise Rollerblade que Suisse Tourisme a développé des accords en matière de marketing pour améliorer le contact avec les jeunes.

Pour le groupe de produits Jeunesse, Suisse Tourisme vise une augmentation de 14 000 nuitées par an.



Bien-être.

Et pourquoi ne pas s'offrir quelques jours de détente? Avec quarante-trois hôtels Wellness et cinq centres thermaux, Suisse Tourisme propose un grand choix de programmes bien-être et santé pour tous les goûts et pour toutes les bourses. Le catalogue «Vacances bien-être» a récemment été complété pour l'an 2000 par la palette des Swiss Golf Hotels. Tant les débutants que les pros peuvent jouer seuls ou avec un entraîneur de golf professionnel expérimenté sur les divers terrains que compte notre pays.

La coopération avec l'organisation de santé Swica sera reconduite en l'an 2000. En 1999, une campagne commune avait généré 10 000 nuitées supplémentaires.

Joies de l'été.

La nature à l'état pur, l'aventure sportive et les plaisirs culturels – c'est ce que propose la Suisse en été. Des voyages de découverte à pied, de l'alpinisme à la promenade sur les rives d'un lac, les plaisirs et l'aventure du inline-skating ou du river rafting, des circuits à vélo à travers les paysages variés de la Suisse,

des moments de culture dans de charmants villages et des villes dynamiques, des vacances familiales mêlant activité et détente: le catalogue «Vacances d'été» propose une foule d'idées et d'offres dans 50 stations de vacances suisses.

Sur roues et sur roulettes.

«La Suisse à vélo», formule inaugurée en 1998 avec neuf itinéraires cyclables reliés entre eux sur une longueur totale de 3 300 km, a également été en 1999 l'une des offres de vacances les plus prisées. Les services de location et de transport de vélos se portaient garants d'un voyage sans heurts et des vacances décontractées. Les forfaits avec transfert pratique des bagages, peuvent être consultés et réservés directement sur l'Internet.

Avec des partenaires et des sponsors, Suisse Tourisme est le responsable de la coordination générale et de la réalisation du programme de marketing de «La Suisse à vélo». En novembre 1999, à Soleure, «La Suisse à vélo» a reçu le «Prix Design 99» pour son «Service Design» exemplaire.

L'inline-skating confère un sentiment de liberté lorsqu'on le pratique dans les attrayants paysages de collines et de lacs de Suisse. Dans sa campagne publicitaire, Suisse Tourisme décrit le vaste réseau d'itinéraires et le grand nombre de skateparks comme un eldorado.

Activités d'hiver.

Pentes raides pour skieurs chevronnés, pentes douces pour débutants et pour ceux qui se lancent dans un autre sport de neige, plus traditionnel ou branché. Tranquilles vallées pour randonneurs hivernaux et pour bon vivants.

L'hiver 1999 nous a appris que la nature doit être respectée, même en Suisse. Suite aux énormes quantités de neige et aux avalanches que ces dernières ont provoquées, de nombreuses stations d'hiver et leurs hôtes ont été coupés du monde extérieur des jours entiers. Dans cette situation exceptionnelle, Suisse Tourisme s'est chargé de fournir au public une information objective,

juste et d'actualité. Les médias et les représentants de la branche des voyages étrangers ont pu se convaincre sur place des mesures de sécurité prises et de l'attrait toujours existant des régions de sports d'hiver. En mars, Suisse Tourisme a lancé une campagne promotionnelle comportant des offres spéciales du printemps à la montagne, ainsi que des forfaits pour Pâques.

C'est par le Switzerland Snowsport Show que Suisse Tourisme, en collaboration avec la Fédération Suisse de Ski FSS et d'autres partenaires, a inauguré les 23/24 octobre 1999 à Lausanne, le premier hiver du nouveau millénaire. 80 000 visiteurs enthousiastes et 70 représentants des médias suisses et étrangers ont suivi cette passionnante manifestation de sports d'hiver au cœur de la vieille ville.

Suisse Tourisme a fait une publicité intense pour les sports d'hiver dans la presse écrite de Suisse, d'Allemagne et de France. Des forfaits attrayants pour des séjours brefs ou d'une semaine dans 40 stations et régions, pouvant être réservés en mode online, ont été présentés dans le catalogue «Vacances à la neige». Avec des partenaires, Suisse Tourisme a organisé plus de cent voyages pour les médias ou pour les professionnels de la branche des voyages.

Pour le semestre d'hiver 1999/2000, Suisse Tourisme entend générer 350 000 nuitées supplémentaires directement quantifiables.

Sur les rails.

Le groupe de produits Transports publics qui englobe le rail, le car postal et le bateau, joue un rôle important dans l'assortiment de Suisse Tourisme. En Suisse, les transports publics sont plus qu'un moyen de transport. A l'avenir, les possibilités d'excursions attrayantes et le confort du voyage doivent être mis en évidence.

Suisse Tourisme intègre dans son marketing de grands projets à rayonnement international: le programme de marketing pour les visiteurs de l'Expo.02 continuera à être développé; de même, la collaboration en vue des Championnats du monde de ski de 2003 à St-Moritz sera renforcée.