

Regarder devant soi

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2000)**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629800>

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.

Regarder devant soi.

On ne peut regarder devant soi en oubliant la qualité! Celui qui veut s'affirmer sur le plan international n'évite pas la comparaison prix-qualité. Et la prestation se définit, outre par les facteurs infrastructurels, surtout aussi par la qualité même, par le niveau du service. C'est pourquoi l'extension délimitée du programme de qualité est un objectif majeur de notre plan d'activités à venir.

Notre credo d'entreprise est aussi «Leadership thru Quality». Nous voulons convaincre et inciter à participer par la qualité et non pas en raison de la position et de la fonction. Nos plateformes de coopération et nos campagnes de marketing doivent convaincre par le contenu, la substance et la cible visée et faire en sorte qu'une participation apparaisse logique et judicieuse.

Par le contenu, l'innovation, la qualité et les coopérations visionnaires, la présence de la branche touristique doit être renforcée d'une manière générale. C'est ainsi seulement que la branche trouvera le chemin menant à la rédaction économique et s'y profilera comme une branche sérieuse disposant d'un potentiel de croissance. C'est ainsi seulement que le management et le marketing touristiques occuperont une position prioritaire dans les desiderata des diplômés des instituts reconnus de formation et de perfectionnement.

Les possibilités de développement existent pour le tourisme suisse sur plusieurs plans: le désir de vivre l'exotique, le différent fait des marchés intercontinentaux des marchés de croissance manifestes. La basse saison recèle comme auparavant un important potentiel qu'il s'agit d'exploiter. Par les routes à thème – de l'architecture au vin et à la gastronomie – et surtout par une commercialisation conséquente de

l'expérience plutôt que d'énumérer les produits, de nombreux nouveaux segments de clients peuvent être abordés. Comme par le passé, la Suisse est un produit demandé et bien positionné sur le plan international. L'expérience de la nature en Suisse, les voyages en chemin de fer, les chemins de randonnée exceptionnels et l'expérience des villes suisses où l'on trouve les avantages, mais pas les désavantages des grandes métropoles, sont uniques. Exploitions ces chances!

