

# Nos partenaires

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-629803>

## **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.

# Nos partenaires.

La collaboration avec des partenaires de l'économie a pu s'étendre encore. De la sorte, on a pu aussi augmenter encore les recettes pour le marketing international. Les accords de coopération profitent aux deux parties; en particulier, les forces et moyens réunis et ainsi les activités et campagnes planifiées en commun de manière conséquente profitent aux clients.

SDM offre des services tels que Call Centers & E-commerce pour des sociétés qui promotionnent les offres touristiques suisses par leurs canaux de distribution. Suisse Tourisme est actionnaire de SDM SA et détient 33% du capital action.

Grâce à sa force marketing et son réseau international, Suisse Tourisme fait figure de partenaire attractif. Suisse Tourisme entretient des partenariats stratégiques avec les entreprises suivantes:

**swissair** 

 SBB CFF FFS

**swisscom** 

swiss **dairyfood**

 **CROSSAIR**

**BUCHERER**

**Europcar**



## Le Conseil suisse du tourisme

Le Conseil du tourisme est un important comité consultatif et «Sounding Board» qui, dans son dialogue avec Suisse Tourisme, discute de l'organisation stratégique future, des chances ainsi que des défis de l'avenir. La rencontre 2000 était axée sur le thème «La famille comme groupe-cible», respectivement sur la campagne prévue en faveur des familles. Les présentations d'orateurs de premier plan et de connaisseurs du segment des familles – on mentionnera surtout l'exposé introductif de Christian Lässer, sous-directeur de l'Institut des services publics et du tourisme de l'Université de St-Gall – et la discussion qui a suivi ont fourni des suggestions utiles pour l'organisation de la campagne 2001 en faveur des familles.

### ST on Tour

Suisse Tourisme cherche le dialogue avec les partenaires. Pour la première fois, toute la direction s'est rendue dans les 12 régions touristiques afin de discuter avec ces dernières et leurs plus importantes destinations et prestataires des questions en suspens concernant l'organisation du marketing, le déroulement des activités internationales et les possibilités d'amélioration dans la collaboration. Cette nouvelle plate-forme pour partenaires, baptisée «ST on Tour», a été bien accueillie; elle permet une plus grande transparence et crée la confiance.



# Chiffres indicatifs.

	1999	2000
Nuitées	1 300 000	1 775 000
Contacts avec les médias	1 000 000 000	2 576 300 000
Marketing leverage	CHF 15,68	CHF 18,95
Chiffre d'affaires touristique ST	CHF 275 000 000	CHF 352 000 000
Rapport dépenses d'exploitation/marketing	1:3,96	1:4,86
Part du marketing au total des dépenses (y compris frais de personnel)	79,84%	82,94%
Degré d'autofinancement	38%	37%
Part des dépenses de personnel au total des dépenses	28,35%	29,93%