

# La Magie de l'automne - une saison revalorisée

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2001)**

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629773>

## **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.

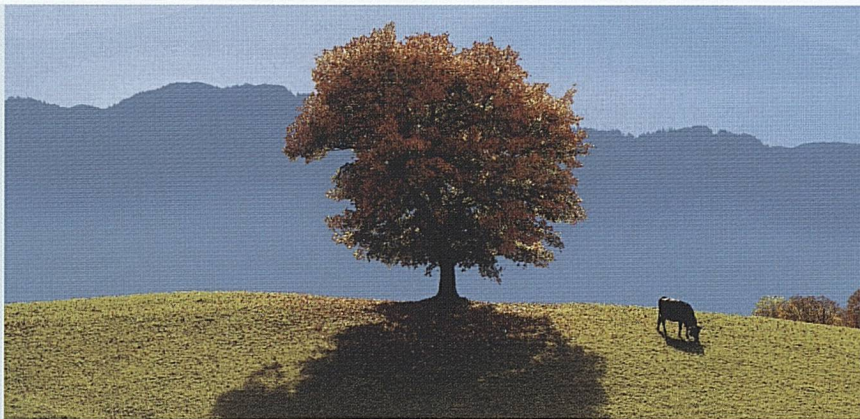
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **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.



# La Magie de l'automne — une saison revalorisée.



L'automne en Suisse est une saison dorée, l'époque idéale pour faire des excursions et découvrir le paysage naturel et culturel helvétique. Les régions et destinations invitent à découvrir la Suisse à travers le tourisme pédestre, via un réseau réétudié de sentiers «découverte». Mais l'automne est également l'époque des récoltes, des fêtes (des vendanges) et d'une offre culturelle étendue, allant du yodel en passant par le blues. Plus de 400 de ces «splendeurs automnales» ont été élaborées pour les différents canaux de communication (notamment la brochure d'automne et Internet) et proposées aux hôtes – également, en partie, pour réservation directe.

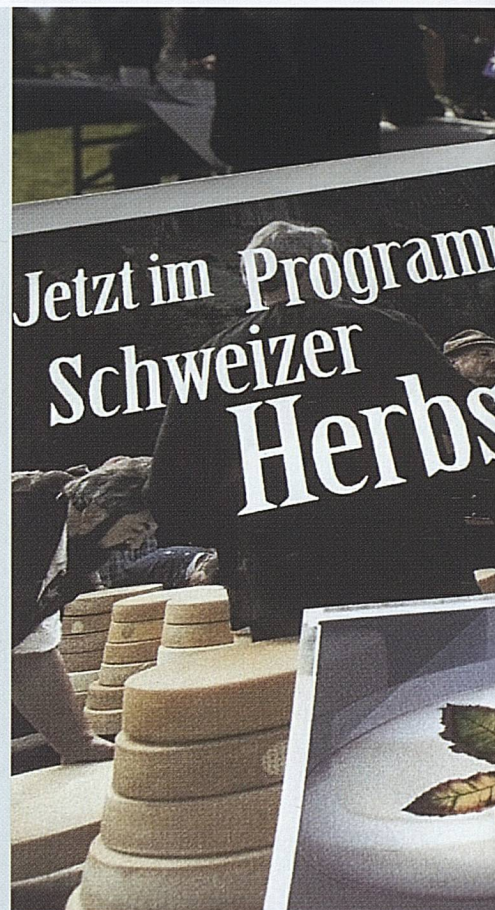
«La Magie de l'automne.» était une offensive axée sur l'hospitalité: on a ainsi vu les chemins de fer de montagne offrir à leurs passagers de succulentes pommes en guise d'en-cas, les hôtels grisons disposer dans les chambres le «Scarnuz Grischun», une corbeille de spécialités du terroir local, le chef cuisinier emmener les hôtes sur le marché d'automne, l'instituteur du village servir de guide dans les splendides forêts d'automne ou les paysans convier les vacanciers à un petit déjeuner d'automne sur l'alpage. Tout ce zèle était sous-tendu par un concours national récompensant les meilleures idées aptes à promouvoir l'automne et ayant pour objectif de renfor-

cer l'image de la Suisse conviviale tout en fournissant aux hôtes un vrai petit plus, une petite «gâterie» d'automne.

Les chiffres de la campagne sont importants: un quart de million de brochures ont été distribuées par Railtour/RailAway, 2000 gares ont reçu les affiches «La Magie de l'automne.» Interhome et Migros ont écrit à des milliers de clients et distribué des flyers dans les 56 principales filiales Migros. Pour la première fois, des affiches assorties de présentoirs à dépliants ont été utilisées dans les trams de six villes.

Et un magazine d'un quart d'heure sur les vacances d'automne a également été diffusé pour la première fois sur Globe TV dans cinq grilles de télé locales.

En Allemagne, la campagne s'est voulue agressive et visible en des lieux stratégiques à forte fréquentation: la plus grande affiche d'Allemagne (250 m<sup>2</sup>) a été mise en place dans la gare centrale de Francfort. Des mégaposters ont également été employés dans les villes d'Allemagne du Sud comme Stuttgart ou Munich. Une campagne de petites annonces a délivré le message de bienvenue en automne dans différents journaux (FAZ, Süddeutsche Zeitung, Welt am Sonntag et Welt). La brochure concomitante à la campagne était contenue dans des encarts joints aux



magazines Stern, Spiegel, Geo-Saison et Feinschmecker. 20 éminences médiatiques ont été familiarisées sur place à l'offre vacances de l'automne suisse et ont suscité de nombreux comptes-rendus dans la presse. La brochure d'automne figurait enfin dans tous les vide-poches des sièges des avions Crossair desservant l'Allemagne.

«L'entre-saison d'automne recèle encore un important potentiel de croissance, ce qui explique que Suisse Tourisme y investisse une somme globale de CHF 1,8 million, devant générer un chiffre d'affaires d'environ 35 millions», précise Jörg P. Krebs, responsable marketing Loisirs chez Suisse Tourisme, pour donner la mesure des choses.



Chaque franc investi en marketing doit rapporter 22 francs de chiffre d'affaires en automne. Tel est l'objectif de l'opération de promotion «La Magie de l'automne.» qui propose cette année trois univers à expérimenter: la nature, la gastronomie et la culture.

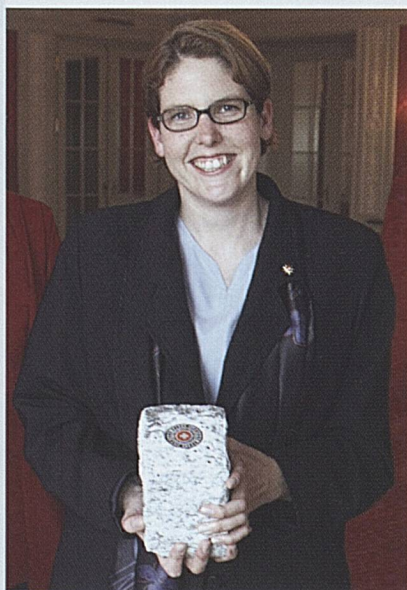


### Partenaires

Opération de promotion fortement axée sur le partenariat, «La Magie de l'automne.» a été largement soutenue par la Société suisse des hôteliers, GastroSuisse, la Fédération suisse du tourisme, auxquels sont venus se joindre depuis cet automne l'Union des transports publics et les Remontées mécaniques suisses. Tous, des associations aux opérateurs individuels, se sont activement engagés en faveur de cette opération et ont offert aux hôtes des «gratifications d'automne» sous de multiples formes.

### Les sentiers «découverte» en vogue

Par exemple l'histoire du Ziger (sérac) sur la «Ziger Highway» à Mollis. Ou l'histoire des axes de transit à travers les Alpes sur la Via Spluga, de Thusis à Chiavenna. Que ce soit le «Windrädliweg» (chemin des moulins à vent) du Toggenbourg, le «sentier des papillons» en Obwald, le «sentier des épouvantails» dans les vignobles surplombant Morges ou le long des traces des sauriens sur le Monte San Giorgio: tout suscite la soif de promenades automnales.



### Une distinction méritée

Le 30 octobre 2001, Ladina Giovanoli, responsable du produit Automne 2000, s'est vu décerner le Milestone du tourisme suisse par l'hotel + tourismus revue. Ce prix lui a été attribué en tant que nouvelle venue pour son professionnalisme, mais aussi pour son engagement personnel dans la conception et la mise en œuvre réussies de la promotion d'automne 2000. Suisse Tourisme se voyait simultanément récompensé par le Milestone pour la bienveillance dont il honore la jeune génération.

