

# Marketing Loisirs : les piliers du succès

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

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

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629802>

## **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.

# Marketing Loisirs: les piliers du succès.

Les offres touristiques destinées au secteur des loisirs impressionnent par leur nombre et leur diversité. Leur «ficelage» et leur mise au point sont d'autant plus importants pour un lancement ciblé sur le marché. Les spécialistes des loisirs savent que le succès consiste ici en une addition d'expériences. C'est ce qui a poussé les principaux partenaires associés aux actuelles promotions de Suisse Tourisme à se réunir sous la bannière Marketing Loisirs.

Conçue à l'adresse des familles, l'opération de promotion «Place aux enfants.» s'appuyait sur une coopération avec deux associations: les stations familiales de Suisse et les Kids Hotels. L'objectif de cette collaboration est de répondre aux besoins du groupe cible «adultes accompagnés d'enfants» conformément aux exigences du marché ainsi que de garantir la qualité de l'offre et de l'étendre. Un autre objectif est d'accroître le nombre de stations-famille arborant le label de qualité «Familles bienvenues». Il en va de même des 17 hôtels-famille opérant sur le marché avec le label Kids Hotels. Dans le produit Suisse active (Human Powered Mobility/HPM), une coopération étroite est instaurée avec la fondation La Suisse à vélo – dont Suisse Tourisme est partenaire marketing –, la Swiss Inline Cup ainsi que la Fédération suisse du Tourisme pédestre.

L'association Swiss Cities, organisme marketing commun à 28 villes suisses, a intensifié en 2001 sa coopération avec Suisse Tourisme. Ce qui est nouveau, c'est que le Marketing Loisirs n'a pas seulement, comme jusqu'à présent,

limité son action au marketing mais assume également, depuis février, la gestion de Swiss Cities. Ce qui va permettre à Swiss Cities de s'intégrer plus étroitement à la plate-forme marketing de Suisse Tourisme et d'y jouir dorénavant d'une place et d'une présence plus marquées.

Le Marketing Loisirs a dégagé un autre produit tout à fait nouveau sous le thème «Wellfeeling.», qui réunit la multitude des offres composites de la Suisse en matière de bien-être, de cure et de balnéothérapie. Ce secteur s'appuie sur la coopération avec les Maisons de cure suisses, les Espaces thermaux suisses et la Société suisse des hôteliers.

Dans le domaine du Marketing Loisirs, Suisse Tourisme s'appuie enfin sur une étroite coopération avec les associations de transports publics, notamment les CFF et le Swiss Travel System, où Suisse Tourisme est en outre chargé de la commercialisation à l'étranger.

Seule la volonté de coopération permet l'émergence d'opérations de promotion vastes et exemplaires, qui contribuent substantiellement au profilage et à la croissance du tourisme en Suisse.