

Marketing affaires : MICE fait des petits

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-629805>

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 Affaires: MICE fait des petits.



Remise du prix «Best Event in Europe» par SCIB. De g. à d. l'ex-Miss Belgique (présentatrice), Barbra Albrecht, responsable du Marketing Affaires, avec des représentants de GVST Event Management.

Le SCIB (Switzerland Convention & Incentive Bureau) est une organisation à but non lucratif placée sous la tutelle de Suisse Tourisme qui commercialise la Suisse en tant que destination pour les congrès, les séminaires, les incentives et autres manifestations.

Dans le cadre de ses attributions, le SCIB a conclu avec Suisse Tourisme une stratégie commune de marketing produit dans le secteur «Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions» (MICE). Avec un potentiel commercial estimé à 4 millions de nuitées annuelles et des dépenses quotidiennes de CHF 500 par personne, ce segment représente un chiffre d'affaires touristique potentiel annuel de CHF 2 milliards.

L'objectif prioritaire demeure d'accroître le taux de notoriété de la Suisse en tant que terre d'hébergement de congrès, de conférences et d'incentives. L'offre suisse est, à cet effet, vendue activement sur les marchés prioritaires aux organisateurs de telles manifestations, autrement dit aux entreprises internationales, agences spécialisées et associations internationales. Ces organisateurs bénéficient d'un bureau de

Le secteur «Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions» (MICE) recèle un fort potentiel pour le tourisme en Suisse, qui sera désormais davantage mis à profit.

centralisation des demandes, sont régulièrement démarchés et peuvent découvrir les produits lors de voyages d'étude en Suisse. Ils reçoivent des informations régulières sur les nouveautés et sont conviés à des manifestations clients ou à des workshops. En septembre, le SCIB a ouvert sur MySwitzerland.com le système de consultation Venue-Finder, qui permet de trouver rapidement et aisément des lieux de congrès, de réunion et de séminaires dans toute la Suisse et d'entrer directement en contact avec les lieux éligibles. La «meeting destination Suisse» est présente aux principaux salons et

collabore étroitement avec les médias spécialisés. Tout concourt donc à ce que la Suisse ne puisse être omise lors de la sélection de manifestations. Ce qui semble fonctionner: en 2001, on a observé, sur les différents marchés, une augmentation de plus de 50% par rapport à l'année précédente du nombre de demandes de devis transitant par le bureau de centralisation SCIB. Le nombre de nuitées directement induites a crû de 150%. Un début encourageant pour le marketing des «Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions» (MICE).



Des clients hollandais cuisinent des plats suisses.

Cuisine alléchante

La Suisse en tant que destination de réunion a été activement vendue lors d'une manifestation clients qui s'est tenue en novembre 2001 à La Haye et à Bruxelles. Y étaient conviés les responsables de grands congrès, de séminaires et de voyages incentives d'entreprises internationales, associations et organisations, des organisa-

teurs professionnels ainsi que des agences spécialisées. Fil conducteur de la manifestation, depuis la louche en bois ornant l'invitation jusqu'au livre de recettes émaillé de photos souvenirs en post-parution: l'excellence de la cuisine suisse. Après des ateliers d'information, des présentations et des discussions, le point d'orgue informel de l'événement était la visite d'un studio culinaire. Les hôtes y ont passé un tablier orné du slogan «Switzerland. Where the World Meets.» et ont préparé en groupes un dîner suisse sous la baguette de toques renommées. La foule de cuisiniers n'a pas gâté la sauce: les convives, enthousiastes, déclaraient avoir rarement aussi bien mangé. Et formulaient des demandes concrètes pour des congrès, des séminaires et des voyages incentives: les efforts des deux dernières années ont porté leurs fruits.