

Chiffres clés

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-629769>

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.



Chiffres clés.

	2000	2001
Nuitées *)	1 775 000	3 962 000
Contacts médias	2 576 300 000	4 371 000 000
Effet multiplicateur marketing *)	11.07	21.47
Chiffre d'affaires touristique ST *)	CHF 352 000 000	CHF 911 260 000
Part du marketing dans l'ensemble des dépenses (frais de personnel inclus)	82,94%	85,29%
Taux d'autofinancement	37%	45%
Part des frais de personnel dans l'ensemble des dépenses	29,93%	28,62%

*) Changement de système entre 2000 (nuitées supplémentaires générées exclusivement par ST) et 2001 (total des nuitées directement générées par ST). La comparaison directe est donc peu éloquent.

La part des charges d'exploitation dans l'ensemble des dépenses a continué de diminuer, ce qui a permis d'affecter davantage de moyens aux activités marketing. La part du marketing dans l'ensemble des dépenses est passée de 83% à 85%. Cette progression s'explique par une gestion plus performante de l'entreprise via la réduction des frais de locaux et d'administration. Le taux d'autofinancement a pu être encore amélioré de 8% grâce à des cotisations supplémentaires, aux moyens consentis par les partenaires économiques et à des campagnes marketing menées avec des partenaires touristiques. On note globalement une évolution réjouissante au niveau des recettes partenaires. La part des frais de personnel dans les charges totales a légèrement diminué et évolue, compte tenu d'un marketing individual-

sé et fortement axé sur les personnes dans le «key account management» et le «key media management», à un niveau sain et enviable. Au cours de l'exercice écoulé, le marketing s'est particulièrement concentré sur le «key media management», dans lequel les contacts médias ont pu être étendus à 70% par rapport à l'année précédente. Des plans d'action supplémentaires avec les voyageurs et des offres promotionnelles de partenaires touristiques, pouvant faire l'objet de réservation, ont entraîné une augmentation des nuitées induites par Suisse Tourisme en 2001. Ce faisant, les objectifs 2001 sont largement dépassés. Le chiffre d'affaires touristique généré par un franc de marketing (effet multiplicateur marketing) a augmenté pour se

fixer à près de CHF 21.50, grâce à des campagnes marketing supplémentaires ainsi qu'à des instruments marketing plus performants. Globalement, le chiffre d'affaires touristique induit par Suisse Tourisme a connu une nette augmentation. Au total, on retiendra que Suisse Tourisme a poursuivi ses gains de performance et de productivité dans les moyens mis en œuvre.

Le saviez-vous?

- La «Suisse des vacances» est représentée par Suisse Tourisme sur 20 grands portails Internet du monde entier.
- En 2001, nous avons accompagné 1344 journalistes et quelque 90 équipes télé à travers la Suisse et organisé 73 conférences médias.
- Près de 1000 images sont éditées sur swiss-image.ch, notre banque d'illustrations destinée aux médias; 17 847 téléchargements y ont été effectués au total en 2001.
- Nos effectifs se montent à 170 personnes.
- 16 000 internautes intéressés par la Suisse nous rendent quotidiennement visite sur MySwitzerland.com, où ils passent en moyenne 10 minutes et consultent 5 pages.
- Nos archives photos rassemblent 2500 clichés.
- Nous diffusons la plupart des brochures en 19 langues, voire en 43 langues pour certaines.
- Suisse Tourisme compte 540 membres et la tendance est à la hausse.
- Nous opérons sur 20 marchés par nos propres représentations et sur 14 marchés via des mandataires.
- Nous menons quelque 200 plans commerciaux avec des «key accounts».