

Villes

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2010)**

PDF erstellt am: **13.09.2024**

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.



Villes.

Un baromètre conjoncturel.

Les villes de Suisse ont la cote. Elles combinent charme cosmopolite à une culture liée au terroir: la garantie d'une qualité de vie optimale. Souvent situées au bord de l'eau ou en pleine nature, riches de leur passé historique, elles font d'excellents points de départ pour des excursions en montagne ou dans les villes voisines grâce à l'excellent réseau ferroviaire. En étant souvent les premières à pâtir des crises, elles jouent aussi un rôle d'indicateur conjoncturel. En été 2010, ce sont elles également qui ont enregistré les premiers signes de la reprise, avec +6% de nuitées. C'est pourquoi ST accorde une attention particulière à la campagne «Villes», qui cible en priorité les marchés de proximité, ainsi que l'Espagne et le Royaume-Uni. Art, architecture, événements, shopping et design sont au cœur des efforts de marketing.

Principaux partenaires de la campagne «Villes»:

Basel
Culture Unlimited.

BERN

GENÈVE
UN MONDE EN SOI

Lausanne
CAPITALE OLYMPIQUE

LUGANO
swiss mostromantic style

LUZERN
FACEBME

St.GallenBodensee
découvrir vivre apprendre

winterthur
tourismus

zürich
downtown switzerland

4 roues motrices.



Riches en art et en architecture.

International Sur de petits territoires, les villes suisses marient tendances, design et cadre naturel propice à la détente. Tel est le message de la brochure «Villes» destinée à l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie, la France et l'Espagne. Un encart dans des magazines haut de gamme (tirage: 2,5 millions) est venu, dans ces pays, illustrer les chefs-d'œuvre classiques et contemporains de l'art et de l'architecture.

Promotion



Faits et chiffres.

Villes	2010
Budget	CHF 9 mio.
Part du budget total	10,7 %
Marchés ciblés	BE, CH, DE, ES, FR, IT, RU, UK, US (y c. CA)
Nombre de brochures distribuées	2,7 mio.
Visites sur MySwitzerland.com	5,6 mio.
Participants aux voyages de presse de ST	320
Conférences de presse en Suisse et à l'étranger	14
Contacts médias (lecteurs/télespectateurs/auditeurs)	1,4 mia.

E-marketing

«City Guide»: suivez l'iPhone!

International Les villes suisses sont riches en attractions, commerces et manifestations. Grâce à l'application iPhone «City Guide» créée en 2010 pour Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lucerne, Lugano et Zurich, les flâneurs sont servis: plans de ville consultables hors connexion, itinéraires interactifs et thématiques par GPS, hôtels, restaurants, toilettes et automates pour les devises situés à proximité et bien plus encore. Le tout, disponible en allemand, anglais, français et espagnol (selon les villes).



Relations avec les médias

Visite ludique à Fribourg et Berne.

International 31 journalistes venus des principaux marchés de ST ont savouré des «Swiss Cities Delights» au cours d'un voyage de presse original: circuit-découverte de Fribourg sous forme d'un parcours de golf ou rencontre intime avec Berne à travers des entretiens avec des Bernois «pur jus», qui ont vanté avec humour tous les charmes de leur ville.



La Suisse en 1^{re} classe, naturellement.

International En juillet, ST et les Swiss Deluxe Hotels ont organisé un voyage intitulé «Luxury Switzerland» pour 44 journalistes issus de 22 pays. Le long d'un itinéraire placé sous le signe du luxe, mais aussi du naturel et de l'authenticité, les rendez-vous les ont menés à Gstaad, Bâle, Genève, Lucerne et Zurich.



Key Account Management

«Villes suisses», première!

France Les villes suisses font leur cinéma: 70 voyageurs et 45 journalistes ont été invités à une soirée cinéma à Paris durant laquelle les villes de Suisse ont littéralement crevé l'écran. Courts-métrages sur les attractions urbaines et présentations ont fait découvrir la Suisse sous un jour nouveau aux professionnels du pays voisin. Une soirée organisée par ST en collaboration avec sept villes suisses, les Chemins de fer rhétiques, TGV Lyria et Swiss Travel System.

