

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Band: - (2010)

Rubrik: Eté

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

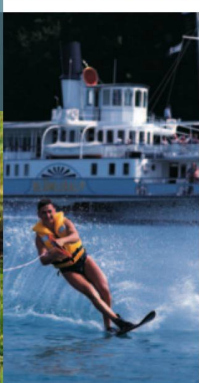
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Eté.



Faits et chiffres.

Eté	2010
Budget	CHF 34,5 mio.
Part du budget total	40,9%
Marchés ciblés	tous
Nombre de brochures distribuées	26,4 mio.
Visites sur MySwitzerland.com	8,5 mio.
Participants aux voyages de presse de ST	900
Contacts médias (lecteurs/télespectateurs/auditeurs)	3,8 mia.
Nombre de nuitées générées (KAM)	2,7 mio.

Eté.

L'été réinventé.

Les analystes de tendances sont formels: l'été est l'avenir du tourisme en Suisse. A long terme, le réchauffement climatique amènera des mois d'été plus chauds et plus secs. Les lacs et l'air frais des Alpes gagneront ainsi en attractivité et les villes suisses en charme méditerranéen. L'essor de nombreuses régions de montagne dépend aussi fortement de la réussite du renouveau de la saison touristique d'été. C'est à partir de ces réflexions que ST et la branche ont lancé une initiative de longue haleine, «Re-Invent Summer», et mis sur pied une campagne d'été 2010 présentant un riche éventail d'idées de séjours et de loisirs en ville, au bord des lacs, ainsi qu'à la montagne. L'été entame ainsi une cure de jouvence pleine de promesses. ST a proclamé 2010 «année de la randonnée».

«Année de la rando», pour les débutants et les pros

La randonnée revient en force. Fini l'image des grosses chaussettes de laine et des ampoules aux pieds. La rando est devenue synonyme de détente active et de plaisir en harmonie avec la nature. Un loisir sain et écologique, qui est aussi la plus belle façon de découvrir la Suisse, à son rythme et au contact de ses habitants, grâce à un réseau de plus de 60 000 km de sentiers balisés. Cette renaissance de la rando, expérience sensorielle et active, est en phase avec plusieurs tendances de notre société, au-delà des frontières générationnelles. L'«année de la randonnée» a pris le parti de promouvoir la rando-plaisir: une approche où la marche est prétexte à mille découvertes, qu'il s'agisse de gastronomie, de bien-être ou de culture.

32 randos d'un seul coup d'œil.

Au cœur de la campagne d'été, les 32 plus belles randonnées de Suisse, sélectionnées par ST en association avec SuisseMobile, Suisse Rando, le Club Alpin Suisse (CAS), les Remontées Mécaniques Suisses et ViaStoria. Douze de ces itinéraires ont été spécialement balisés par SuisseMobile. Le thème de la randonnée en Suisse s'est imposé en 2010 dans le monde entier grâce à un guide thématique, des brochures, un spot TV, ainsi que des offres spéciales proposées par les hôtels Bien-être, les KidsHotels et les Hôtels Typiquement Suisses.

Principaux partenaires touristiques de la campagne d'été:





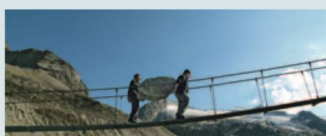
Wanted! Heidi version américaine.

Etats-Unis Depuis l'été 2010, SWISS propose un vol direct entre Zurich et San Francisco. La Suisse des livres d'images n'a jamais été aussi proche! C'est sur ce thème que ST et SWISS ont axé leur promotion à San Francisco, avec un concours pour trouver la Heidi la plus typique, en association avec l'émission radio la plus écoutée le matin, «Fernando & Greg». 30 candidates se sont affrontées pour décrocher le premier prix: un voyage au pays de Heidi, bien sûr!



En chemin avec UBS.

Suisse ST mise sur des partenaires solides. Depuis 2010, UBS est le «presenting partner» de ses campagnes d'été et d'hiver. UBS et ST sont deux entreprises bien ancrées dans le paysage suisse. Une première étape du partenariat a été lancée fin avril 2010 dans les 300 agences UBS. Les clients intéressés ont reçu la brochure «Sentiers d'évasion» qui présente les 32 plus beaux itinéraires de randonnée de Suisse et une check-list du matériel de rando à emporter. Un franc succès, avec 500 000 exemplaires distribués.



Un spot TV qui inspire la sympathie

Le spot «Eté» de ST et UBS n'a pas échappé aux téléspectateurs suisses. Diffusé en deux vagues (mai et juin), ce petit film plein d'humour vantait les mérites de la randonnée, avec un rappel de dix secondes présentant la brochure «Sentiers d'évasion» distribuée par UBS. Le résultat: dix millions de contacts en Suisse pour 250 diffusions en quatre semaines. UBS a par ailleurs placé des annonces dans les principales brochures de ST (Familles, Villes, Bien-être), invitant à emprunter de nouveaux sentiers pour découvrir les plus beaux paysages de Suisse.



Bons baisers de Suisse, le pays de la randonnée

En juin, ST et UBS ont opté pour une méthode de promotion originale en envoyant 34 000 cartes postales personnalisées pour promouvoir la brochure «Sentiers d'évasion». De plus amples informations étaient disponibles sur le site www.ubs.com/decouvrir, qui a reçu plus de 10 000 visites, tandis qu'un concours spécial organisé dans les agences UBS attirait quelque 9 000 participants. Par ailleurs, 1 200 écrans disposés dans les vitrines des agences UBS, qui diffusaient des images de montagne et de randonnée, ont aussi éveillé des vocations de randonneurs.



Atlas de la randonnée sur iPhone.

International Les 32 plus belles randos et 250 infos pratiques en quatre langues gratuitement sur votre iPhone: c'est ce que propose «Swiss Hike», l'application créée par ST, SuisseMobile et swisstopo. Elle complète la brochure et le site MySwitzerland.com/randonnee. Les itinéraires avec dénivelé peuvent être triés par durée, difficulté, éloignement et selon les possibilités de retour. Ils sont détaillés sur des cartes au 1:25 000°. Grâce au GPS, «Swiss Hike» affiche aussi les points d'intérêt, ainsi que les hôtels et restaurants le long des parcours.



Les Japonais roulent pour la Suisse.

Japon La Suisse est le pays du vélo par excellence. C'est ce message que 80 cyclistes équipés de polos et de sacs à dos aux couleurs de ST ont porté dans les rues de Tokyo, lors du principal événement cycliste du Japon. Organisée par ST et l'Association cycliste japonaise, cette initiative visait à présenter des formules alternatives de voyage en Suisse. Le chouchou des médias était Juri Hanazumi, champion du monde des coursiers 2010. Le magazine «Papersky» avait déjà consacré un hors-série complet (50 000 ex.) sur la Suisse à vélo.

L'été suisse, une œuvre d'art.

Espagne Josep Puigmartí, le dernier grand surréaliste dans le sillage de Dalí et Picasso, aime la Suisse. Il lui a rendu hommage par un grand tableau consacré au Cervin. Une œuvre créée pour l'année de la randonnée, qui trônait au cœur des conférences de presse de ST et Valais Tourisme à Madrid et Barcelone. 65 journalistes y ont reçu un avant-goût de l'air frais des montagnes avant de repartir avec une litho-souvenir numérotée et signée de l'œuvre de l'artiste. Une opération originale qui s'est soldée par 1,2 million de contacts médias.

Sentiers coréens à l'heure suisse.

Corée Les chemins de randonnée de l'île de Jeju s'appellent «olle» («vieux» en dialecte suisse allemand). ST a utilisé ce jeu de mots pour baliser ces «vieux» sentiers à la mode suisse, grâce à une coopération avec le ministère de l'Environnement. L'opération de «Suissification» des sentiers de Jeju, avec conférence de presse et défilé de mode, a généré un reportage de deux pages dans le principal quotidien coréen et figuré pendant deux jours sur le moteur de recherche NAVER.

De fleurs et d'eau fraîche.

Russie L'eau fraîche est un bien rare, cependant partout présent en Suisse. A l'occasion d'une conférence de presse sur le fleuve Moskova, ST a présenté à 60 journalistes sa campagne d'été. Pour illustrer l'importance de l'eau dans la nature, Swiss Deluxe Hotels, SWISS, Swiss Travel System et ST ont proposé aux participants de créer une composition florale pour un hôtel**** suisse. Un quiz, avec invitation à un voyage de presse pour le vainqueur, a suscité encore plus d'intérêt pour la Suisse, paradis de la nature.

Key Account Management

ST déplace des montagnes.

Pays-Bas Le Vondelpark est non seulement le parc favori des Amstello-damois, mais aussi le point le plus bas de la ville. Quel meilleur endroit pour transposer ici le décor des plus hauts sommets de Suisse, ou du moins leurs photos? Un cadre spectaculaire pour accueillir le lancement de l'été. Dans l'esprit de la nouvelle application iPhone «Swiss Hike», seules les coordonnées GPS du lieu, plutôt qu'un plan, ont été communiquées aux quelque 80 agents de voyages, partenaires et journalistes invités. Les temps forts de l'été suisse ont été présentés par Jolanda Linschooten, pro de l'aventure et véritable fan de la Suisse.

Deux ambassadrices des Alpes suisses: l'aventurière Jolanda Linschooten (à dr.) et Corinne Genoud (ST Pays-Bas).