

Editorial

Autor(en): **Roth, Jean François / Schmid, Jürg**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2011)**

PDF erstellt am: **17.07.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

Editorial.



Jean-François Roth,
président de
Suisse Tourisme

«Accélérer la diversification des marchés».

Que vous inspire l'effet du franc fort sur le tourisme?

C'est une grande source de frustration. Le tourisme suisse a su regagner du terrain en termes de qualité et de compétitivité au cours de ces dernières années, mais la force du franc a quasiment réduit ces avancées à néant. Cet aspect monétaire nous incite à accélérer la diversification de la clientèle touristique en renforçant notre présence sur des marchés prometteurs.

Etes-vous satisfait des décisions du Parlement concernant le financement de ST?

Oui, même si le montant du budget 2012-2015 que nous demandions n'a pas été accordé, l'augmentation par rapport à la période précédente, ainsi que le programme d'impulsion, montrent la confiance que les parlementaires placent en ST. Je leur en suis extrêmement reconnaissant.

Le programme d'impulsion 2011 était-il nécessaire?

Bien sûr. Les CHF 12 millions investis par la Confédération et 4,6 millions par les partenaires et ST ont donné à la Suisse une meilleure visibilité internationale et permis d'influencer plus de 981 000 nuitées supplémentaires, contribuant ainsi à diminuer le recul des nuitées.



Jürg Schmid,
directeur de
Suisse Tourisme

«Le courage de se remettre en question».

Quel est le succès de ST le plus surprenant pour vous en 2011?

C'est la célébrité mondiale de notre «prophète de la météo», qui peut prédire au jour près l'arrivée de la neige. En misant sur l'authenticité et un humour décalé pour la campagne d'hiver, nous avons fait preuve de courage. Le courage de sortir des sentiers battus doit continuer à nous inspirer.

Des actions de marketing insolites comportent cependant des risques...

Certes, et nous avons vécu des moments difficiles lorsque Facebook a interrompu notre campagne d'été «Vacances sans Internet» sans explications. Mais sa popularité montre que l'originalité et la volonté d'innover sont la clé du succès dans le domaine des médias sociaux.

Qu'en est-il de l'image de la Suisse vue par les touristes?

Si l'attractivité de la Suisse ne se dément pas, une large enquête auprès des hôtes nous a ouvert les yeux sur le fait que des progrès en matière d'hospitalité et d'adaptation aux besoins d'autres cultures sont absolument nécessaires. Le courage de se remettre en question sera essentiel au succès de la branche dans les années à venir.

