

# Meetings

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2012)**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

## **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.

# Meetings.

## Renforcer l'international.

Rien de tel qu'un congrès pour remplir un hôtel. ST cible les marchés émergents (Chine, Inde, Brésil), ainsi que l'Europe et l'Amérique du Nord.

Meetings et congrès représentent près d'un cinquième des nuitées en Suisse. Au nom de ST, le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), composé de 23 experts, promeut la Suisse comme destination de congrès et a pour objectif d'attirer des manifestations d'entreprises et d'associations internationales de plusieurs jours.

Switzerland Convention  
& Incentive Bureau.



Une plate-forme de communication interactive: Caroline Pidroni, ST Amérique du Nord (de dos), répond à la presse.



## Etats-Unis.

**La Suisse présente ses atouts sur 80 m<sup>2</sup>.**

IMEX America est le plus grand salon nord-américain dans le domaine des meetings, événements et voyages de motivation et, avec 8400 participants, une plate-forme de marketing majeure. ST y a orchestré une présence en force avec 13 partenaires suisses sur 80 m<sup>2</sup>. Un jeu-concours ludique et l'espace lounge ont retenu l'attention des visiteurs, étape primordiale pour déboucher sur un entretien.

## Faits et chiffres.

| Meetings   | 2012          | 2011          |
|--|---------------|---------------|
| Budget   | CHF 6,2 mio.  | CHF 5,8 mio.  |
| Part du budget total                             | 6,2 %         | 6,2 %         |
| Chiffre d'affaires touristique                   | CHF 65,0 mio. | CHF 60,3 mio. |
| Visites sur MySwitzerland.com/meetings           | 259 333       | 177 789       |
| Nombre de nuitées influencées (KAM)              | 259 333       | 172 422       |
| Séminaires, congrès et événements organisés      | 710           | 664           |
| Nombre de demandes d'offres traitées par le SCIB | 1191          | 1366          |
| Tous les montants y c. programme d'impulsion     |               |               |

## Chine.

### Voyage d'étude en Suisse.

En 2012, le SCIB a renforcé sa présence dans les villes de Beijing, Shanghai, Hongkong et Guangzhou, notamment à travers des formations pour les agences spécialisées dans les voyages de motivation et d'autres décideurs. Le SCIB a, en outre, proposé un voyage d'étude à 12 organisateurs de voyages de motivation à Zürich, Lucerne et sur le Tittlis. Une initiative qui a immédiatement débouché sur des contrats.



Participants chinois au voyage d'étude lors de leur excursion au Tittlis.

”L'événement MICE m'a convaincu des atouts de la Suisse.”

Serguei Porotikov, Aviatour Business Travel

## Suisse.

### Un rapport essentiel.

Le «Meetings Report Switzerland» constitue la première grande enquête sur le segment des meetings (à partir de 10 participants) réalisée à l'échelle nationale. Il montre que celui-ci génère 19 % des nuitées de l'hôtellerie (6,6 mio.). La plupart des manifestations se déroulent en ville, où elles représentent plus d'un tiers des nuitées. Le marketing à l'étranger et les investissements dans l'hôtellerie d'affaires revêtent donc une importance cruciale pour positionner la Suisse en tant que destination de choix sur ce segment.



## Russie.

### Quiz et voyage gourmand.

ST a invité 110 spécialistes russes des meetings à Moscou pour leur présenter les nombreuses possibilités de voyages de motivation dans les régions de Genève et de Flims-Laax-Falera. Deux événements ont été organisés, accompagnés d'une démonstration culinaire et d'un quiz permettant aux participants de découvrir la Suisse des meetings en s'amusant. Des manifestations originales très réussies qui ont généré 140 000 contacts médias, plusieurs demandes d'offres et même un voyage à Montreux avec 75 participants et 300 nuitées.