

Editorial

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

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2014)**

PDF erstellt am: **17.08.2024**

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.



Jean-François Roth, président de Suisse Tourisme

«Progresser dans un contexte difficile.»

La stratégie duale de ST se justifie-t-elle encore?

L'abandon du cours plancher de l'euro début 2015 représente un bouleversement pour le tourisme. Néanmoins, la clientèle de la zone euro constituant toujours 36,2% des nuitées des touristes étrangers en 2014, il est clair que ST doit rester actif sur ces marchés, tout en affichant une présence toujours plus marquée de la destination Suisse sur des marchés moins touchés par la force du franc. L'ampleur de cette crise dépendra aussi du marché intérieur. Toute la branche doit s'unir pour affronter ses concurrents.

Qu'attendez-vous pour 2015?

Un énorme défi attend la branche touristique en 2015: protéger ses parts de marché et continuer à progresser en termes de qualité et d'innovation, dans un contexte économique particulièrement défavorable. Mais je reste confiant. Tous les acteurs de la branche sont unis pour travailler de concert à la recherche de solutions.

Un message en particulier qu'il vous tient à cœur de transmettre à la branche?

Plus que jamais, il faut que la branche soit unie et mette de côté les intérêts particuliers. La situation est trop grave et la Suisse trop petite pour que l'on se disperse.



Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme

«Un savant équilibre entre vitesse et détente.»

Quel projet marketing de ST vous a particulièrement plu en 2014?

Notre collaboration avec le photographe Yann Arthus-Bertrand. Pour notre campagne «Panoramas», il a réalisé «la Suisse vue du ciel», des photos aériennes qui ont été exposées et admirées dans le monde entier, de Paris à Rio en passant par Moscou et New York. Ce projet, qui a démarré en France, visait à contribuer à renforcer la visibilité de la Suisse à travers le monde.

Que pensez-vous de la rapide mutation que connaît le marketing touristique?

Avec les réseaux sociaux, tout est encore plus connecté: nous devons être encore plus vigilants, encore plus réactifs. Cela exige des ressources humaines supplémentaires, mais j'y vois surtout un potentiel énorme pour un marketing intelligent, qui consiste à s'adresser à nos hôtes de façon plus ciblée et personnalisée, sur les plates-formes qui leur conviennent, et à leur proposer les expériences qu'ils recherchent. (Voir aussi la rubrique «Perspectives», p. 49)

Le tourisme d'hiver a fêté ses 150 ans. Comment voyez-vous l'avenir?

La Suisse devra s'efforcer de concilier une double attente de ses visiteurs sur les pistes: d'une part la vitesse et, d'autre part, la détente, pour mieux répondre aux besoins des seniors et des familles de plus en plus concernés par la sécurité.