

# Temps forts en 2016

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2016)**

PDF erstellt am: **18.09.2024**

## **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.

# Temps forts en 2016.



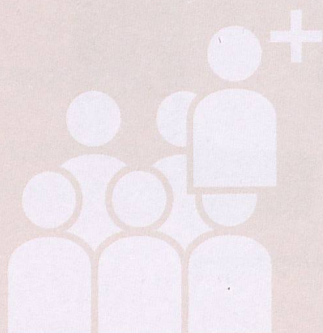
# 797

+ 13 par rapport à 2015

## Meetings

Les efforts du Switzerland Convention & Incentive Bureau ont permis la tenue de nombreuses réunions, manifestations et conférences en Suisse.

[Suite de la lecture page 18](#)



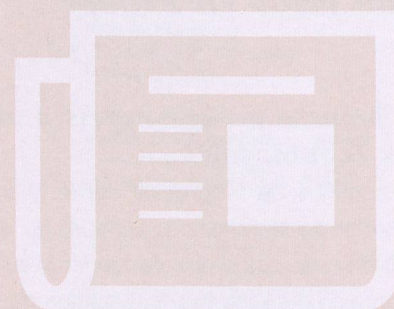
# 6,34 mio.

+ 850 000 par rapport à 2015

## Contacts clients de haute qualité

Les contacts clients par l'e-newsletter, le centre d'appels, MySwitzerland.com et les voyageurs sont en constante augmentation.

[Suite de la lecture page 10](#)



# 2196

+ 296 par rapport à 2015

## Excellente couverture dans les médias

À la une: la Suisse a fait l'objet de 2196 reportages dans les médias du monde entier.

[Suite de la lecture page 11](#)



# 2,66 mio.

+ 410 000 par rapport à 2015

## Contacts dans les réseaux sociaux

Le nombre d'abonnés et de followers de Suisse Tourisme dans les réseaux sociaux continue d'augmenter (Facebook 1 858 326, Twitter 1 710 181, YouTube 94 299, Pinterest 18 515, Instagram 141 673, Tumblr 2057, LinkedIn 11 788, Vine 909, Google+ 4955, Weibo 276 043, Ren Ren 162 056, WeChat 5510).

Le hashtag **#AMOUREUXDELAUSISSE** a été utilisé 102 000 fois.

[Suite de la lecture page 10](#)

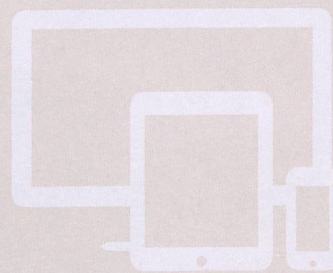
4,70 mio.  
 - 0,12 mio. par rapport à 2015



## Key Account Management (KAM)

Suisse Tourisme a directement influencé 4,7 millions de nuitées par le biais des tour-opérateurs.

[Suite de la lecture page 11](#)



30,17 mio.  
 + 3,34 mio. par rapport à 2015

## Visites sur MySwitzerland.com

En 2016, le site MySwitzerland.com a enregistré plus de 30 millions de visites. Un nouveau record.

[Suite de la lecture page 10](#)

### Projets avec les partenaires.

344 369



## Swiss Travel Pass

Jamais autant de Swiss Travel Pass n'avaient été émis qu'en 2016. Ce billet tout compris, destiné aux voyageurs individuels étrangers, donne accès à l'ensemble du réseau de transports publics en Suisse.

## Grand Tour

290 000

## Nuitées supplémentaires grâce au Grand Tour

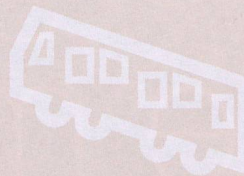
Dès sa deuxième saison, le Grand Tour de Suisse a atteint un taux de notoriété de 43%. Il a attiré de 45 000 à 55 000 visiteurs selon les estimations.



40 320

## Nuitées supplémentaires via Coopération

Le magazine hebdomadaire de Coop s'est associé à Suisse Tourisme pour proposer des idées de sorties et des offres d'hôtels aux voyageurs suisses.



367 500

## Billets A/R avec l'action montagne UBS

Tout l'été, jusqu'à fin octobre 2016, les clients d'UBS ont eu la possibilité de découvrir 35 des plus belles destinations des Alpes suisses avec les remontées mécaniques pour 10 francs seulement.