

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme

Herausgeber: Suisse tourisme

Band: - (1997)

Artikel: Nous ouvrons la voie pour l'avenir

Autor: Marty, Dick F. / Hartmann, Marco

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629733>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.02.2026

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

Nous ouvrirons la voie pour l'avenir.



Marco Hartmann et Dick F. Marty.

Commençons par l'essentiel: en 1997, la tendance s'est inversée. Elle est devenue positive après six ans de faiblesse. Les éclaircies annoncées prudemment au début de l'année se sont muées en une réjouissante zone de haute pression. Suisse Tourisme est parvenu à redresser la barre.

Le succès de la branche touristique ne va pas de soi. Seuls quelques rares secteurs de l'économie suisse ont pu annoncer une légère amélioration en 1997. Les conditions-cadres de la branche touristique suisse se sont même détériorées au cours des derniers mois. Dans de nombreux pays, les prévisions conjoncturelles ne promettent guère de succès. Des pays avantageux appâtent le touriste avec des offres à prix discount, la pression de la concurrence s'accroît en raison de surcapacités. Nous nous mouvons dans un marché touristique de plus en plus dynamique et global.

En 1997, avec des partenaires de la branche, Suisse Tourisme a conçu et réalisé avec succès de nombreux programmes de marketing qui se fondent sur la demande. Ils sont efficaces et faciles à réserver. Des produits classiques ou répondant aux tendances actuelles figurent dans les offres «Vacances intéressantes pour familles», «Une nuit offerte» (action de goodwill), «La Suisse. A la neige, 32 raisons de s'éclater», 150 ans des chemins de fer suisses, Best of Switzerland, congrès/incentives, wellness, festivals et vélo.

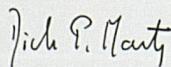
Tous les produits doivent répondre aux exigences de qualité les plus élevées. Il s'agit de promouvoir ensemble et activement la qualité au lieu de se défendre de manière passive et isolée. En novembre 1997, le «Label de qualité pour le tourisme suisse» a été lancé à Bâle à l'occasion de l'IGEHO, Salon international de la restauration collective, de l'hôtellerie et de la restauration. Ce projet unique est le fruit de la collaboration exemplaire avec les importantes organisations touristiques de Suisse.

Au cours des années à venir, il s'agira de consolider la reprise de 1997. L'année 1998 est placée sous le signe du lancement de la «Suisse, pays du vélo». Elle doit aussi concrétiser la volonté d'amener un maximum d'entreprises au «Label de qualité pour le tourisme suisse». La mise en place de la société Switzerland Destination Management, centrale d'information et de réservation pour l'ensemble de l'offre touristique suisse, offrira à notre pays un avantage, au plan mondial, par rapport à la concurrence internationale. L'adaptation en cours de la planification triennale aux exigences changeantes de nos hôtes entraînera un repositionnement. «Vacances = Suisse» est le sens profond du message. C'est un refus du tourisme de masse qui positionne la Suisse comme destination de qualité.

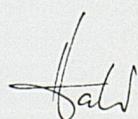
Le tourisme doit également devenir actif dans le domaine politique. Avec le taux spécial à durée limitée de la taxe sur la valeur ajoutée et le crédit fédéral pour la promotion de l'innovation, nous avons pu enregistrer les premiers succès, encore modestes. Nous nous trouvons devant d'importantes tâches: la question de l'Europe, les Accords de Schengen ou le crédit-cadre pour Suisse Tourisme pour les années 2000 à 2004. Il s'agit d'ancrer dans la conscience de la politique, de l'économie et de l'opinion publique la dynamique économique globale de la branche du tourisme, son importance pour l'économie nationale et ses chances pour la Suisse.

D'importantes options ont été prises en 1997. Nous savons tous que les objectifs communs ne peuvent être atteints que par le dialogue et la coopération. Suisse Tourisme s'engage en faveur d'un large programme de renouvellement du tourisme suisse qui se traduira par une amélioration substantielle de sa compétitivité. Pour résoudre les problèmes tels qu'on les rencontre dans l'hôtellerie et les remontées mécaniques, il faut consentir des investissements élevés et surtout adopter de nouvelles approches stratégiques. Nous avons besoin de structures qui nous aident à devenir suffisamment souples, performants et aptes à répondre aux vœux de nos clients pour assumer les défis en matière de politique, de marketing, d'offre et de financement.

L'équipe de Suisse Tourisme est ouverte à ce qui est nouveau et non conventionnel. Nous voulons remporter des succès dans le monde entier. En restant novateurs et courageux dans notre travail quotidien, nous ne devons cependant pas oublier d'observer le marché, de nous adresser aux clients qui, arrivant des quatre coins du monde, désirent visiter pendant quelques jours la Suisse, ce pays de voyages dont la beauté est unique.



Dick F. Marty
Président
Suisse Tourisme



Marco Hartmann
Directeur général
Suisse Tourisme

