

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (1997)

Artikel: Le marketing de Suisse tourisme déuple le chiffre d'affaires des vacances
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629754>

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

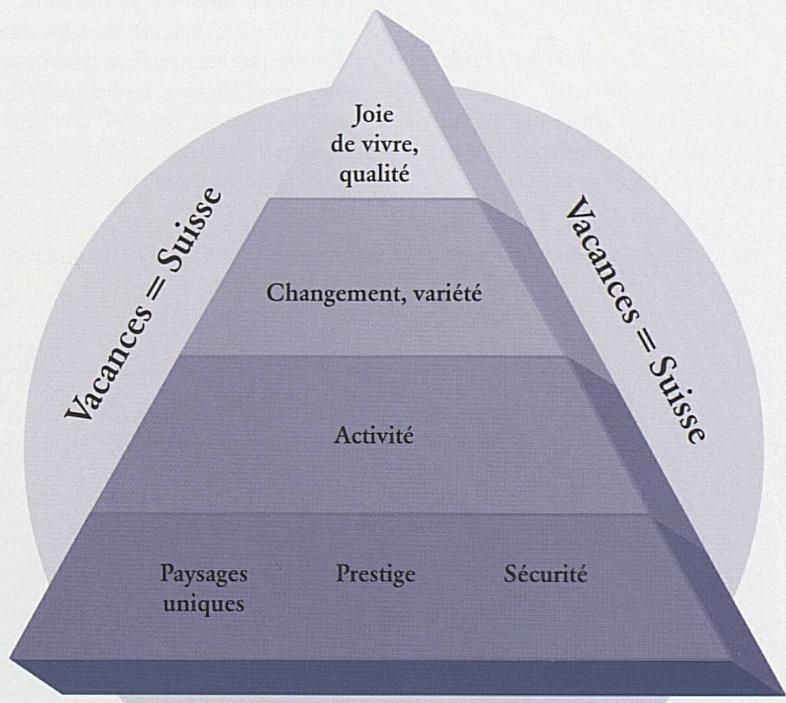
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Le marketing de Suisse Tourisme dé

En dépit d'un contexte toujours plus difficile et d'une pression concurrentielle grandissante, l'objectif de Suisse Tourisme est de toujours figurer parmi les 15 premières destinations de voyages du monde au tournant du siècle et d'atteindre 5,1 mio. de nuitées supplémentaires d'ici l'an 2000.

Suisse Tourisme doit poursuivre son développement en tant qu'entreprise de marketing de pointe sur une base internationale. Il s'agit, preuves à l'appui, de fournir à la Suisse des hôtes supplémentaires et d'augmenter le chiffre d'affaires touristique.

Pour atteindre cet objectif, il faut un positionnement clair en tant que destination de qualité, une focalisation sur tous les marchés et groupes-cibles générant le plus grand nombre d'hôtes et disposant du potentiel le plus élevé pour l'avenir et de bonnes perspectives de chiffre d'affaires. La concentration sur des outils de marketing favorisant la demande et un marketing de partenariat actif sont indispensables. L'argent engagé par Suisse Tourisme dans le marketing doit permettre au minimum de décupler le chiffre d'affaires.



Vacances = Suisse



Double le chiffre d'affaires des vacances.

L'assortiment des produits de la Suisse: des plus classiques aux plus actuels.

En 1997, Suisse Tourisme a conçu de nombreux programmes marketing intégrés, tournés vers la demande et efficaces et les a mis en œuvre avec succès. En même temps, ont été offerts des produits classiques et répondant aux tendances actuelles. Au centre de ces activités se trouvaient les trois grandes campagnes «Vacances intéressantes pour familles», la promotion d'été «Une nuit offerte» et la promotion d'hiver «La Suisse. A la neige, 32 raisons de s'éclater».

De nombreuses possibilités pour des aventures en famille et des offres transparentes et adaptées aux familles à des prix attractifs ont fortement augmenté la demande pour ce type de vacances. Le succès de la promotion d'été en avant- et après-saison – les hôtes réservant trois nuits avec petit déjeuner se voyaient offrir la quatrième – a combattu l'image de cherté de la Suisse et a attiré davantage d'hôtes en Suisse. Dans «La Suisse. A la neige, 32 raisons de s'éclater», toute la

commercialisation était axée sur le ski, le snowboard, les randonnées hivernales, la luge et le ski de fond. Toujours en collaboration avec des partenaires, Suisse Tou-

risme a mis en œuvre d'autres programmes de marketing: rail, congrès/incentives, Best of Switzerland, wellness, festivals, vélo.

