

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme

**Herausgeber:** Suisse tourisme

**Band:** - (1998)

**Artikel:** Mouvement. Transparence : succès

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629761>

### **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>**

# Mouvement.

# Transparence. Succès.

Pour Suisse Tourisme, le succès signifie : apporter la réussite aux partenaires, aux «stakeholders» et aux prestataires. Cela veut dire, influer sur le nombre total des nuitées dans l'hôtellerie et la parahôtellerie suisse ainsi que sur le chiffre d'affaires global du tourisme. D'un autre côté, il s'agit d'encourager de manière directement mesurable la demande et de renforcer pour les hôtes, avec des exigences individuelles, la valeur du label de la destination Suisse en tant que pays idéal de vacances, de voyages et de congrès.

Selon l'arrêté fédéral du 16 décembre 1994, Suisse Tourisme a pour mandat d'encourager la demande pour la Suisse, pays de vacances, de voyages et de congrès. A cette fin, Suisse Tourisme élabore chaque année une planification à moyen terme s'étendant sur trois ans ainsi qu'une planification annuelle

avec des objectifs clairement définis. La planification pour la période de 1999 à 2001 prévoit d'influer directement jusqu'en l'an 2001 sur sept millions de nuitées et ainsi de générer directement un chiffre d'affaires touristique de 1,4 milliard de francs. Chaque franc investi dans le marketing doit induire pour la branche un chiffre d'affaires douze fois supérieur. Durant l'exercice 1998, on est parvenu à influer directement sur 940 000 nuitées. Ainsi l'objectif annuel a été dépassé de 40 pour-cent.

Suisse Tourisme attache de l'importance à la transparence. Le nouveau modèle d'entreprise développé en 1998 montre la mécanique du succès de l'activité de Suisse Tourisme ainsi que les ordres de grandeur de gestion appropriés, lesquels sont fixés sous la forme d'indicatifs financiers et non financiers. De la sorte, le rendement et l'efficacité

des moyens engagés peuvent être démontrés.

La conception et la réalisation de programmes de marketing prometteurs nécessitent une garantie des moyens financiers. Un marketing touristique commun, à l'échelle mondiale, permet d'atteindre la plus grande efficacité. Suisse Tourisme entend intensifier les coopérations avec les partenaires du tourisme et de l'économie et vise une augmentation des moyens de marketing. Ces quatre dernières années, le rapport entre les frais généraux fixes et les frais de marketing a pu être inversé en faveur du marketing. Les moyens de marketing engagés par Suisse Tourisme représentent aujourd'hui une part de 60 pour-cent – une référence pour la branche.

## Le modèle d'entreprise.

