

# Construire en visant un objectif

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(1999)**

PDF erstellt am: **22.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629719>

## **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.

# Construire en visant un objectif.

L'objectif est clairement défini. 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. Suisse Tourisme opère toujours selon une planification s'étendant sur une période de trois ans. Pour la période de 2001 à 2003, Suisse Tourisme entend créer par ses propres activités plus de 4,8 milliards de contacts dans le monde, générer 5,7 millions de nuitées supplémentaires directement quantifiables et réaliser un chiffre d'affaires touristique de 1,1 milliard de francs. Suisse Tourisme met tout en

œuvre pour que le nombre total de nuitées dans le tourisme suisse atteigne à nouveau le niveau élevé du début des années quatre-vingt-dix. A l'époque, on avait pu dénombrer 78 millions de nuitées dans l'hôtellerie et la parahôtellerie. A l'avenir, malgré un durcissement du contexte concurrentiel international, la Suisse doit aussi faire partie des destinations de voyages principales et innovantes.

Comme chacun le sait, plusieurs chemins mènent à Rome – ou mieux encore, au pays de vacances qu'est la Suisse. Les objectifs ambitieux ne pourront être atteints toutefois qu'en étroite

collaboration avec les partenaires de la branche. Différentes possibilités de coopération s'offrent aux partenaires et aux prestataires touristiques. Participer au programme de marketing intégral de Suisse Tourisme pourra s'effectuer en fonction des besoins du prestataire et par étapes, selon un système modulaire qui se compose du programme de base, des présences supplémentaires sur les marchés et des programmes spécifiquement liés aux produits et programmes individualisés.

Suisse Tourisme assure pour tous les intéressés un programme de marketing de base intégré. Des prestations telles



### Le modèle de coopération marketing.

que l'infrastructure pour les foires, les workshops, les brochures ou les travaux d'édition peuvent être choisies en sus. Là peuvent être développés des programmes de produits que les spécialistes des marchés de Suisse Tourisme élaborent avec des experts de la branche. Pour les partenaires sélectionnés et importants tels que les destinations ou les régions, qui sont intéressés à utiliser leurs propres présentations et conceptions sur les différents marchés, des programmes individualisés sont à disposition: les connaissances, les expériences et les moyens de Suisse Tourisme et de ses partenaires seront rassemblés et des objectifs et des formules élaborés sont développés ensemble pour une prospection ciblée et réussie du marché.

Programmes individualisés	Destinations	Régions	Chemins de fer/Partenaires de l'économie	Chaînes hôtelières
<b>Programmes produits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swisscities</li> <li>• Expo.02</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transports publics</li> <li>• SCIB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swisscom</li> <li>• Swiss Dairy Food</li> </ul>	
<b>Autres présences sur les marchés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Foires</li> <li>• Manifestations médias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• STE Switzerland Travel Experience/Road Shows</li> <li>• Direct-Mailings</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offres spéciales dans les brochures</li> <li>• Offres spéciales sur Internet</li> </ul>	
<b>Programme marketing de base (mission de base)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès au marché international</li> <li>• Etudes de marché et de tendances</li> <li>• Présence médias internationale</li> <li>• Canaux de distribution</li> <li>• Présence sur Internet</li> <li>• Information clients</li> <li>• Promotion de la qualité</li> <li>• Label Suisse</li> </ul>			

