

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme  
**Herausgeber:** Suisse tourisme  
**Band:** - (2000)  
  
**Artikel:** Bienvenue automnale!  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629774>

### **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:** 24.02.2026

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





Le 29 août 2000 a eu lieu à la grande gare de Zurich le baptême d'un important «enfant» de Suisse Tourisme.

# Bienvenue automnale!

La campagne en faveur de l'automne a été particulièrement réussie et elle est un exemple de succès pour le marketing global. Marketing global signifie diffuser un message plusieurs fois et systématiquement via tous les canaux. Dans la campagne de promotion de l'automne, nous y sommes parvenus, car la branche du tourisme s'est pour la première fois fortement engagée sous cette forme dans une action commune en faveur de l'automne. L'objectif de la campagne était d'encourager le tourisme en basse saison et ainsi d'augmenter le taux d'occupation. Il s'agissait de susciter le désir pour la période autom-

nale en Suisse, le désir pour le «plus bel automne en Europe» dont on peut jouir de tous ses sens. Trois champs d'expérience ont été créés à cette fin – la nature, la gastronomie et la culture.

Le spectaculaire lancement de la campagne lui a valu un succès particulier. Le 29 août 2000 a eu lieu à la grande gare de Zurich le baptême d'un important «enfant» de Suisse Tourisme. Shawne Fielding Borer a fonctionné en l'occurrence comme marraine et a baptisé «l'enfant» – une locomotive – du nom de «MySwitzerland.com». Habillée aux couleurs des quatre

saisons touristiques, la locomotive roule depuis lors à travers le pays afin de faire de la publicité sur les rails en faveur de la Suisse, pays de vacances et d'excursions. La locomotive est en outre équipée d'une livecam dont les images peuvent être regardées sur la page de Suisse Tourisme.

La campagne en faveur de l'automne a suscité, tant en Suisse qu'à l'étranger, une grande résonance médiatique, l'objectif des 30 millions de contacts pour la Suisse fixé au début de la campagne ayant pu être largement dépassé.