

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme

Herausgeber: Suisse tourisme

Band: - (2000)

Artikel: Une marque forte pour la branche

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629791>

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](#)

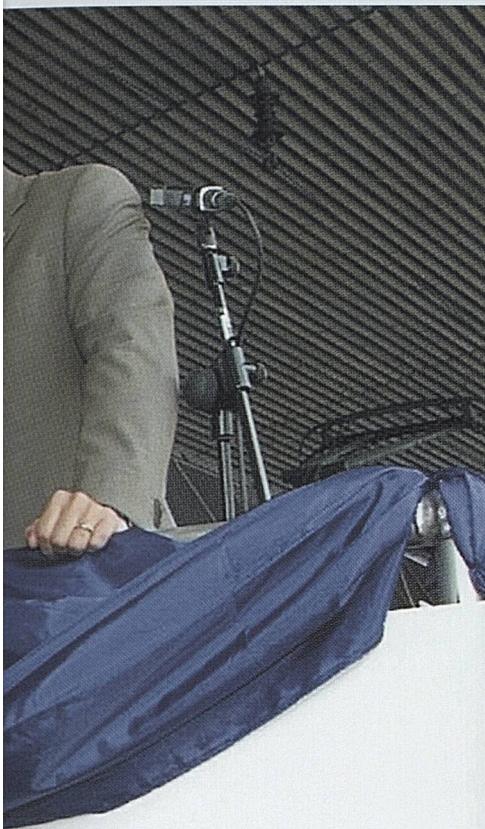
Terms of use

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>

Une marque forte pour la branche.



L'automne est servi.



Notre label, la fleur d'or, est très rapidement devenu une marque largement visible et positivement perçue. Des tests de reconnaissance réguliers attestent des taux de croissance de cinq à sept pour-cent par année.

Ce succès est à la fois une obligation et un défi. Il s'agit non seulement de promouvoir le profil touristique de la marque, mais aussi de maintenir et d'augmenter sa valeur au profit de nos hôtes et partenaires.

Notre nouvelle stratégie marketing souligne cette conviction. Une systématique de marque concise avec des instruments clairement définis confère à notre organisation une position centrale au sein de la branche. Nous sommes convaincus que notre partenariat avec la Suisse est une force importante pour nos activités marketing fructueuses à l'échelle mondiale.