

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme  
**Herausgeber:** Suisse tourisme  
**Band:** - (2000)

**Artikel:** Nos partenaires  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629803>

#### 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>**

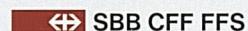
# Nos partenaires.



La collaboration avec des partenaires de l'économie a pu s'étendre encore. De la sorte, on a pu aussi augmenter encore les recettes pour le marketing international. Les accords de coopération profitent aux deux parties; en particulier, les forces et moyens réunis et ainsi les activités et campagnes planifiées en commun de manière conséquente profitent aux clients.

SDM offre des services tels que Call Centers & E-commerce pour des sociétés qui promotionnent les offres touristiques suisses par leurs canaux de distribution. Suisse Tourisme est actionnaire de SDM SA et détient 33% du capital action.

Grâce à sa force marketing et son réseau international, Suisse Tourisme fait figure de partenaire attractif. Suisse Tourisme entretient des partenariats stratégiques avec les entreprises suivantes:



BUCHERER



## Le Conseil suisse du tourisme

Le Conseil du tourisme est un important comité consultatif et «Sounding Board» qui, dans son dialogue avec Suisse Tourisme, discute de l'organisation stratégique future, des chances ainsi que des défis de l'avenir. La rencontre 2000 était axée sur le thème «La famille comme groupe-cible», respectivement sur la campagne prévue en faveur des familles. Les présentations d'orateurs de premier plan et de connasseurs du segment des familles – on mentionnera surtout l'exposé introductif de Christian Lässer, sous-directeur de l'Institut des services publics et du tourisme de l'Université de St-Gall – et la discussion qui a suivi ont fourni des suggestions utiles pour l'organisation de la campagne 2001 en faveur des familles.

### ST on Tour

Suisse Tourisme cherche le dialogue avec les partenaires. Pour la première fois, toute la direction s'est rendue dans les 12 régions touristiques afin de discuter avec ces dernières et leurs plus importantes destinations et prestataires des questions en suspens concernant l'organisation du marketing, le déroulement des activités internationales et les possibilités d'amélioration dans la collaboration. Cette nouvelle plate-forme pour partenaires, baptisée «ST on Tour», a été bien accueillie; elle permet une plus grande transparence et crée la confiance.



# Chiffres indicatifs.

	1999	2000
Nuitées	1 300 000	1 775 000
Contacts avec les médias	1 000 000 000	2 576 300 000
Marketing leverage	CHF 15,68	CHF 18,95
Chiffre d'affaires touristique ST	CHF 275 000 000	CHF 352 000 000
Rapport dépenses d'exploitation/marketing	1:3,96	1:4,86
Part du marketing au total des dépenses (y compris frais de personnel)	79,84%	82,94%
Degré d'autofinancement	38%	37%
Part des dépenses de personnel au total des dépenses	28,35%	29,93%