

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (2001)

Artikel: Campagnes 2001 : le coeur de notre travail
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629771>

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: 06.02.2026

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

Campagnes 2001: le cœur de notre travail.



Le travail de Suisse Tourisme est marqué par des campagnes d'affichage vantant la Suisse comme destination de vacances qui sont entrées dans l'histoire. Privilégier majoritairement les affiches pour promouvoir cette image serait toutefois trop onéreux et d'une faible efficacité. Suisse Tourisme mise aujourd'hui sciemment sur une communication déclinée par thèmes et par segments en faveur de la marque et des produits. Les campagnes sont généralement conçues conjointement avec tous les opérateurs et partenaires touristiques et orchestrées sur les marchés en veillant à coordonner l'ensemble des canaux de communication et de vente.

Sur la base d'une analyse ciblée du marché, Suisse Tourisme définit les grandes lignes d'action de son travail – ses campagnes de fond. La transposition en termes communicatifs de ces campagnes en affiches, encarts, imprimés, mailings et divers contenus pour MySwitzerland.com ne constitue que la partie visible d'un long processus. Car loin d'avoir la communication pour seul objectif, les campagnes de fond

servent avant tout à l'élaboration continue d'une offre haut de gamme, sollicitée et unique. Chez Suisse Tourisme, nous sommes soucieux de contribuer, à travers nos campagnes de fond, à la haute qualité et à la conformité des produits touristiques de la Suisse par rapport aux exigences du marché.

L'année 2001 a été marquée par trois campagnes de fond: la campagne «**Place aux enfants.**» entendait valoriser le segment des familles en tant qu'hôtes. La campagne «**La Magie de l'automne.**» visait à dynamiser la saison d'automne, fort attrayante en Suisse. Enfin, c'est pour compenser les pertes de fréquentation en provenance des marchés d'outre-mer par une progression de la fréquentation européenne que nous avons conçu la vaste opération d'hiver «**La vraie richesse de la Suisse.**»



La légendaire promotion image de la Suisse en tant que destination de vacances a cédé la place à des campagnes plus concentrées. Orchestrées en partenariat avec les opérateurs touristiques et les distributeurs, elles permettent un positionnement ciblé de la Suisse en tant que destination de vacances tout en structurant et en promouvant l'offre en question. Tous les partenaires conjuguent ainsi leurs messages et leurs moyens en vue d'obtenir un impact maximal.

Conseils pour l'automne à l'écoute du client.



Affiche hivernale sur un bus de Milan.