

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

Artikel: La vraie richesse de la Suisse
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629799>

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

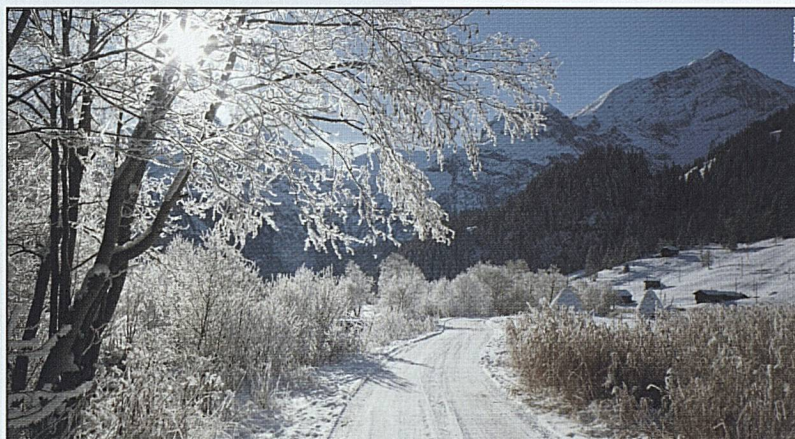
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

La vraie richesse de la Suisse.

Les tragiques événements de septembre et d'octobre 2001 faisaient escompter un recul massif, d'environ un tiers, du nombre d'hôtes en provenance des marchés d'outre-mer. C'est pour compenser ces pertes prévisibles par des hôtes supplémentaires en provenance des marchés européens, que Suisse Tourisme a conçu la campagne de relations publiques «La vraie richesse de la Suisse.».

La saison d'hiver revêt une importance capitale pour le tourisme: près de la moitié de toutes les nuitées sont imputables à l'activité hivernale, la valeur ajoutée dépasse les 50%, atteignant même 83% pour les remontées mécaniques. Des vues de paysages hivernaux fascinantes, baignant dans une atmosphère mystique, entendaient susciter l'envie d'hiver suisse, hiver authentique en version originale. La sérénité et la sécurité émanant de ces photos collaient tout à fait à l'esprit des temps. Et le texte de l'annonce promettait que «Ce que la Suisse a de plus précieux est totalement gratuit: la nature de nos montagnes». Côté gratuité, on n'était pas en reste: ceux qui désiraient goûter à l'hiver suisse en avant- et en arrière-saison recevaient, en cadeau de bienvenue, un forfait de ski gratuit dans 14 stations d'hiver parmi les plus courues grâce à l'action Skifree.

La campagne se concentrait sur les marchés proches (Allemagne, France, Italie et Pays-Bas), ainsi que sur le marché intérieur. Nous y avons fait paraître des annonces pleine page dans les principaux médias, et des affiches géantes ont été apposées dans les gares allemandes, les bus milanais et – une première – le métro parisien. 345 millions de contacts clients ont ainsi pu être engendrés tous marchés confondus.



La vraie richesse de la Suisse.

Ce qu'il y a de plus précieux en Suisse est entièrement gratuit: ce sont ses paysages naturels de montagne. Des vacances d'hiver pour tous les goûts et tous les budgets vous y attendent. Vous aimez la contemplation des cimes, les randonnées dans la neige, les descentes à ski ou en snowboard? Quelles que soient vos préférences, vous rentrerez chez vous riche de merveilleux souvenirs. Informations et réservations* auprès de Suisse Tourisme: www.MySwitzerland.com, ou numéro gratuit 00800 100 200 33. **Enfin les vacances. A vous la Suisse.**



Cette campagne planifiée et mise en œuvre en hâte a elle aussi bénéficié du soutien spontané et du concours d'une série de partenaires majeurs du secteur et d'organisations phares du tourisme. Ce qui atteste une fois de plus de la qualité de la collaboration dans le tourisme suisse: «C'est précisément dans les passes difficiles qu'il est capital de conjuguer les forces et les moyens, de faire front commun et de parler d'une seule voix», déclare Eva Brechtbühl, responsable partenaires chez Suisse Tourisme, se réjouissant que la branche ait suivi.

Une analyse des données Demoscope montre que la campagne a atteint son but: la campagne d'hiver a été consciemment perçue par près de 10% de la population dans les régions couvertes par l'enquête (la Suisse, certaines parties de la France et l'Allemagne). La campagne a bien plu ou beaucoup plu à 75% des personnes interrogées. Grosso modo, on estime qu'elle a induit 1,2 million de nuitées et généré une valeur ajoutée de CHF 240 millions.