

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

Artikel: Marketing Loisirs : les piliers du succès
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629802>

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>

Marketing Loisirs: les piliers du succès.

Les offres touristiques destinées au secteur des loisirs impressionnent par leur nombre et leur diversité. Leur «ficelage» et leur mise au point sont d'autant plus importants pour un lancement ciblé sur le marché. Les spécialistes des loisirs savent que le succès consiste ici en une addition d'expériences. C'est ce qui a poussé les principaux partenaires associés aux actuelles promotions de Suisse Tourisme à se réunir sous la bannière Marketing Loisirs.

Conçue à l'adresse des familles, l'opération de promotion «Place aux enfants.» s'appuyait sur une coopération avec deux associations: les stations familiales de Suisse et les Kids Hotels. L'objectif de cette collaboration est de répondre aux besoins du groupe cible «adultes accompagnés d'enfants» conformément aux exigences du marché ainsi que de garantir la qualité de l'offre et de l'étendre. Un autre objectif est d'accroître le nombre de stations-famille arborant le label de qualité «Familles bienvenues». Il en va de même des 17 hôtels-famille opérant sur le marché avec le label Kids Hotels. Dans le produit Suisse active (Human Powered Mobility/HPM), une coopération étroite est instaurée avec la fondation La Suisse à vélo – dont Suisse Tourisme est partenaire marketing –, la Swiss Inline Cup ainsi que la Fédération suisse du Tourisme pédestre.

L'association Swiss Cities, organisme marketing commun à 28 villes suisses, a intensifié en 2001 sa coopération avec Suisse Tourisme. Ce qui est nouveau, c'est que le Marketing Loisirs n'a pas seulement, comme jusqu'à présent,

limité son action au marketing mais assume également, depuis février, la gestion de Swiss Cities. Ce qui va permettre à Swiss Cities de s'intégrer plus étroitement à la plate-forme marketing de Suisse Tourisme et d'y jouir dorénavant d'une place et d'une présence plus marquées.

Le Marketing Loisirs a dégagé un autre produit tout à fait nouveau sous le thème «Wellfeeling.», qui réunit la multitude des offres composites de la Suisse en matière de bien-être, de cure et de balnéothérapie. Ce secteur s'appuie sur la coopération avec les Maisons de cure suisses, les Espaces thermaux suisses et la Société suisse des hôteliers.

Dans le domaine du Marketing Loisirs, Suisse Tourisme s'appuie enfin sur une étroite coopération avec les associations de transports publics, notamment les CFF et le Swiss Travel System, où Suisse Tourisme est en outre chargé de la commercialisation à l'étranger.

Seule la volonté de coopération permet l'émergence d'opérations de promotion vastes et exemplaires, qui contribuent substantiellement au profilage et à la croissance du tourisme en Suisse.