

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

Artikel: L'événement profession
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629809>

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>

L'événement profession.

Journée Suisse des vacances

Le jour fixe des échanges dans la branche touristique est la Journée Suisse des vacances. Elle a rassemblé 600 professionnels du tourisme les 26 et 27 avril à Interlaken.

Suisse Tourisme y a présenté sa stratégie pour les années à venir. Le plus grand défi posé à ce secteur est le cycle infernal Qualité, Structure, Profit et Moyens finan-

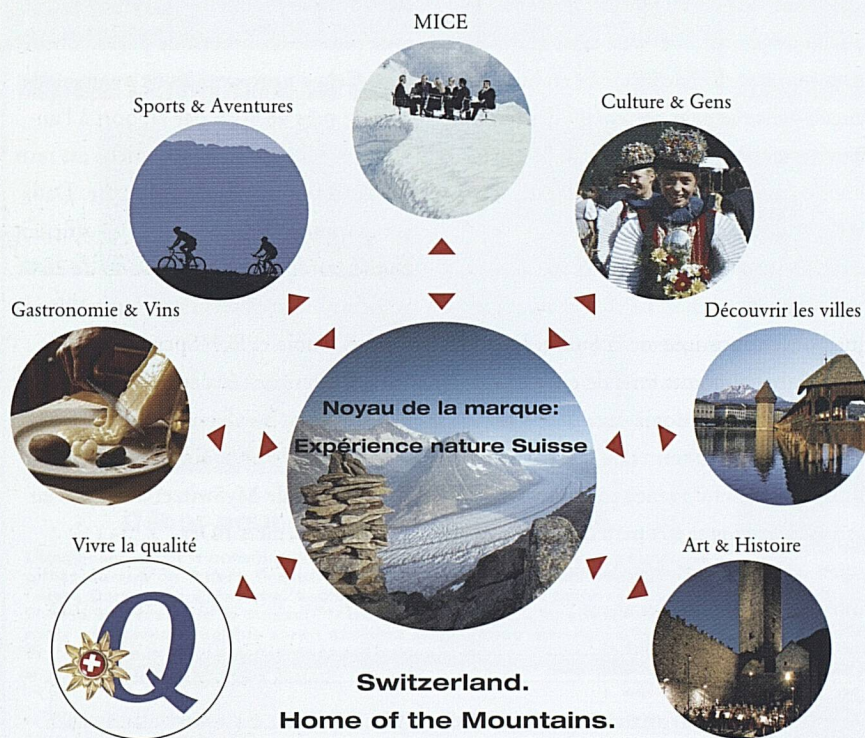
ciers. La mutation enregistrée dans les comportements en matière de vacances et de voyages se poursuit sans discontinuer: la durée des séjours baisse, la fidélité perd du terrain, les décisions concernant les vacances sont prises dans des délais toujours plus brefs, la distance entre le domicile et les vacances devient de moins en moins importante et l'e-information devient de plus en plus de l'e-commerce.

L'espoir ne pouvant faire office de stratégie, Suisse Tourisme a revu son positionnement. Au cœur du marché, la découverte de la Suisse et de ses richesses naturelles, avec pour composantes essentielles l'aventure sportive, la découverte des villes, la gastronomie et les vins, la culture et les hommes, l'art et l'histoire, sans oublier la qualité.

Suisse Tourisme se concentre sur le suivi des marchés ci-après: les six marchés vedettes de proximité, les marchés lointains de premier plan, les marchés d'avenir, tels que l'Inde, l'Asie du Sud-Est, la Corée, la Russie, les pays de la CEI ou ceux du Golfe, et enfin les marchés électroniques.

Dans les segments Clients, l'accent est mis dans le domaine des familles, des foyers à double salaire sans enfants, des plus de cinquante ans et sur le secteur des entreprises. Dans la stratégie Produit, la mi-saison, les offres couvrant toute l'année (wellness, découverte des villes), la parahôtellerie et les activités estivales sont renforcées et mises en valeur sans concession. En ce qui concerne son travail de marketing, Suisse Tourisme applique plusieurs principes: «L'information vers le client plutôt que le client vers l'information», «Rapport qualité/prix au lieu de bon marché», «Communauté au lieu d'isolation» et «Des mondes de découvertes au lieu de catalogues-produits».

Positionnement de la marque Suisse Tourisme



Stratégie marketing de Suisse Tourisme

