

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

Artikel: A chaque marché sa Suisse
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629811>

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>

A chaque marché sa Suisse.

Tous les ans, la diversité des produits vendus par la Suisse sur les 34 marchés de Suisse Tourisme déclenche le même étonnement. La créativité, une foule d'idées et des partenariats étroits se conjuguent pour donner naissance à des campagnes et à des promotions qui véhiculent la beauté de la Suisse touristique vers des millions d'hôtes actuels et futurs, en suscitant leur enthousiasme.

Suisse Tourisme commercialise les offres touristiques de la destination Suisse dans 34 pays, avec des outils de marketing et de communication élaborés selon le «Key Account Management» pour les intermédiaires commerciaux (voyagistes et agences de voyages) et le «Key Media Management» pour les médias d'un marché. Mais Suisse Tourisme entre également en contact direct avec les clients par le biais de toutes sortes de canaux de communication: par la publicité diffusée dans les campagnes, par les brochures, par MySwitzerland.com, par des événements et des promotions, par des mailings, mais aussi par les trois centres téléphoniques de Switzerland Destination Management. Au gré de ce mix de marketing et de communication, des tâches identiques peuvent être abordées de façon très diverse. Les pages suivantes documentent pour vous le travail accompli sur les marchés traditionnels, mais aussi sur les marchés d'avenir du sous-continent indien, de la Russie, des Etats de la CEI ainsi que des pays du Golfe. Ces marchés se développent chaque année avec un taux croissance à deux chiffres. Aucune raison de se reposer sur ses lauriers, une bonne au contraire de mettre à profit ce potentiel important avec rigueur et continuité.

L'Internet n'a toujours rien perdu de son importance pour la commercialisation touristique en 2001, bien au contraire. Nous avons remanié le site MySwitzerland.com sur une plate-forme entièrement nouvelle pour qu'il demeure le portail leader mondial du tourisme. Les nouvelles plates-formes destinées aux marchés japonais et coréen montrent bien les possibilités d'individualisation que recèle Internet.

