

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme

Herausgeber: Suisse tourisme

Band: - (2001)

Artikel: "Wow Switzerland." Miss Inde en Suisse

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629812>

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>



De g. à d. Sara Corner, Miss India World 2001, Celina Jaitly, Miss India Universe 2001, Mademoiselle Maheshwari, Miss India Asia-Pacific 2001.

«Wow Switzerland.»

Miss Inde en Suisse.

De 20 à 25 millions de personnes ont suivi dans les médias indiens le voyage des trois Miss Inde en Suisse.

Le sous-continent indien est un des marchés d'avenir les plus fascinants pour Suisse Tourisme. Depuis des années, le nombre des nuitées de touristes venus de ce pays gonfle avec un taux de croissance à deux chiffres. Même si le nombre de clients reste encore une infime partie de ceux qui viennent d'Europe, le potentiel est énorme chez le milliard d'habitants de l'Inde. La Suisse est le pays le plus populaire en Inde après la Grande-Bretagne. Cette attirance repose essentiellement sur le fait que le paysage naturel de la Suisse constitue l'une des coulisses exotiques préférées de la production cinématographique locale pour ses innombrables films et vidéos. Les Indiens y apprennent à connaître la Suisse et souhaitent voyager un jour dans cet univers de rêve: un vœu que près de 100 millions d'entre eux peuvent d'ailleurs se permettre financièrement.

Cette présence représente un énorme capital qu'il convient de soigner. L'occasion s'en est présentée en avril 2001 avec l'organisation d'un voyage en Suisse de la Miss India World 2001, Sara Corner, de la Miss India Universe 2001, Celina Jaitly, et de Mademoiselle Maheshwari, Miss India Asia-Pacific. Kuoni/SOTC India, Times of India et Suisse Tourisme avaient invité les trois dames avec une équipe de photographes et de journalistes en Suisse centrale, à Genève et dans le Pays de Vaud. Au programme: séances photo sur le Titlis et à Glacier 3000, mais aussi visite chez les joailliers de Genève et de Lucerne.

C'est avec les meilleurs souvenirs de leur voyage en Suisse et de l'hospitalité rencontrée partout ici que les invitées ont quitté notre pays. En mai, le journal Times of India publiait un encart de quatre pages «Wow Switzerland», faisant

partager ce voyage à 8,1 millions de lecteurs. Peu de temps après, le magazine Femina sortait un reportage photo de quatre pages sous le titre «Swiss Misses». D'autres articles ont paru dans la presse indienne. Dans l'ensemble, Suisse Tourisme escompte que 20 à 25 millions de lecteurs en Inde ont suivi le voyage des trois reines de beauté en Suisse.

Différentes régions touristiques, les entreprises de transport suisses, le Palace de Lucerne ainsi que Le Montreux Palace, les magasins et Présence Suisse ont permis ce voyage, opération qui a été récompensée par un écho médiatique retentissant: une multitude de contacts clients d'une valeur inestimable ont ainsi été générés.