

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

Artikel: Perspectives
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629819>

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>

Perspectives.

Une année de prouesses s'annonce

L'année 2002 est riche en promesses exceptionnelles pour Suisse Tourisme: l'ONU a déclaré 2002 «Année internationale de la montagne». Suisse Tourisme saura faire valoir son point fort, à savoir les montagnes et la nature exceptionnelle de la Suisse: la campagne d'été prévue fera prendre conscience d'une façon éclatante du caractère unique des sites montagneux de la Suisse. A peine existe-t-il un autre pays qui abrite des montagnes dramatiques, mais franchissables, à la fois inviolées et accessibles, solitaires et éminentes. A peine existe-t-il un pays dont les montagnes ont joué et jouent encore un rôle primordial dans l'histoire du tourisme. «Switzerland. Home of the Mountains.», c'est aussi le positionnement international de la campagne, qui sera la plus grande campagne de Suisse Tourisme. L'authenticité du paysage montagneux suisse, parfaitement desservi sur le plan touristique, répond à la tendance actuelle, assoiffée d'aventures. Profitons de l'occasion, ensemble nous aurons de plus grandes chances!

L'ouverture de l'Expo.02 sera un autre événement jalon, non seulement pour la région des Trois Lacs dans le Mittelland, mais aussi pour la commercialisation de la Suisse. L'Expo.02 est une excellente raison pour apprendre à connaître les autres régions voisines ou moins connues et d'autres facettes de la Suisse. Mais au niveau international aussi, l'Expo.02 commence à rencontrer un écho positif et transmet au monde l'image d'une Suisse moderne, étonnante et multiple.



En 2002, nous encouragerons encore les coopérations au sein de la branche. Le passé a prouvé combien le petit pays touristique qu'est la Suisse peut devenir grand et se voir couronné de succès grâce à des partenariats puissants. Il s'agira de continuer sur cette voie dans le travail de détail au quotidien.

Une toute nouvelle gamme de produits va venir enrichir le marché et présenter les perles de notre pays dans un nouvel éclat: les itinéraires thématiques. Ces produits focalisent l'intérêt autour de thèmes précis et conçus pour chevaucher plusieurs destinations. La gamme débutera avec la route «Luxe et design», suivie de «Gastronomie et viticulture» et de «Art et architecture». Une toute nouvelle

approche qui aborde un gros potentiel dans les segments des marchés respectifs.

Enfin, nous allons mettre en place de nouvelles agences en Australie et dans les Emirats (Dubai) et conforter notre présence en Russie, en Chine, en Suède, en France, en Italie (Rome), aux Etats-Unis, au Japon et en Asie du Sud-Est. Tout cela pour modérer au maximum les effets négatifs de la réduction du réseau international de ventes de Swissair et renforcer la promotion internationale de la Suisse.