

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

Artikel: Chiffres clés
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629769>

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>

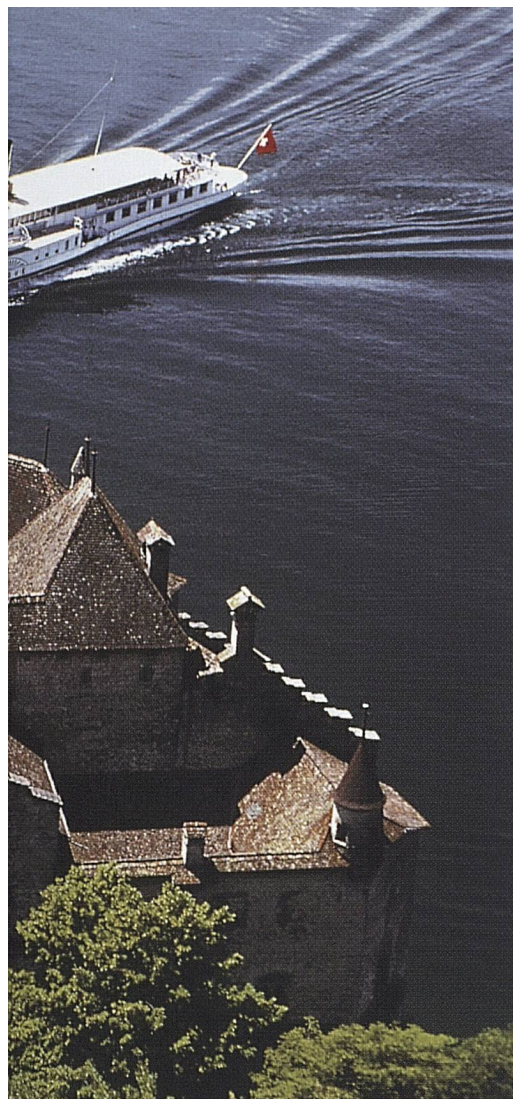


Chiffres clés.

	2000	2001
Nuitées *)	1 775 000	3 962 000
Contacts médias	2 576 300 000	4 371 000 000
Effet multiplicateur marketing *)	11.07	21.47
Chiffre d'affaires touristique ST *)	CHF 352 000 000	CHF 911 260 000
Part du marketing dans l'ensemble des dépenses (frais de personnel inclus)	82,94 %	85,29 %
Taux d'autofinancement	37 %	45 %
Part des frais de personnel dans l'ensemble des dépenses	29,93 %	28,62 %

*) Changement de système entre 2000 (nuitées supplémentaires générées exclusivement par ST) et 2001 (total des nuitées directement générées par ST). La comparaison directe est donc peu éloquent.

La part des charges d'exploitation dans l'ensemble des dépenses a continué de diminuer, ce qui a permis d'affecter davantage de moyens aux activités marketing. La part du marketing dans l'ensemble des dépenses est passée de 83 % à 85 %. Cette progression s'explique par une gestion plus performante de l'entreprise via la réduction des frais de locaux et d'administration. Le taux d'autofinancement a pu être encore amélioré de 8 % grâce à des cotisations supplémentaires, aux moyens consentis par les partenaires économiques et à des campagnes marketing menées avec des partenaires touristiques. On note globalement une évolution réjouissante au niveau des recettes partenaires. La part des frais de personnel dans les charges totales a légèrement diminué et évolue, compte tenu d'un marketing individuali-



sé et fortement axé sur les personnes dans le «key account management» et le «key media management», à un niveau sain et enviable. Au cours de l'exercice écoulé, le marketing s'est particulièrement concentré sur le «key media management», dans lequel les contacts médias ont pu être étendus à 70% par rapport à l'année précédente. Des plans d'action supplémentaires avec les voyageurs et des offres promotionnelles de partenaires touristiques, pouvant faire l'objet de réservation, ont entraîné une augmentation des nuitées induites par Suisse Tourisme en 2001. Ce faisant, les objectifs 2001 sont largement dépassés. Le chiffre d'affaires touristique généré par un franc de marketing (effet multiplicateur marketing) a augmenté pour se

fixer à près de CHF 21.50, grâce à des campagnes marketing supplémentaires ainsi qu'à des instruments marketing plus performants. Globalement, le chiffre d'affaires touristique induit par Suisse Tourisme a connu une nette augmentation. Au total, on retiendra que Suisse Tourisme a poursuivi ses gains de performance et de productivité dans les moyens mis en œuvre.

Le saviez-vous?

- La «Suisse des vacances» est représentée par Suisse Tourisme sur 20 grands portails Internet du monde entier.
- En 2001, nous avons accompagné 1344 journalistes et quelque 90 équipes télé à travers la Suisse et organisé 73 conférences médias.
- Près de 1000 images sont éditées sur swiss-image.ch, notre banque d'illustrations destinée aux médias; 17 847 téléchargements y ont été effectués au total en 2001.
- Nos effectifs se montent à 170 personnes.
- 16 000 internautes intéressés par la Suisse nous rendent quotidiennement visite sur MySwitzerland.com, où ils passent en moyenne 10 minutes et consultent 5 pages.
- Nos archives photos rassemblent 2500 clichés.
- Nous diffusons la plupart des brochures en 19 langues, voire en 43 langues pour certaines.
- Suisse Tourisme compte 540 membres et la tendance est à la hausse.
- Nous opérons sur 20 marchés par nos propres représentations et sur 14 marchés via des mandataires.
- Nous menons quelque 200 plans commerciaux avec des «key accounts».