

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (2003)

Artikel: Chiffres clés 2003
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629766>

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>



Une tradition haute en couleur: «Chästeilete» dans le Justistal dans l'Oberland bernois.

Chiffres clés 2003.

La réalisation des objectifs en matière de chiffres clés a bien évidemment été influencée par les événements tragiques et imprévus qui se sont produits durant cet exercice. La guerre en Irak et le SRAS ont logiquement conduit à une baisse sur les principaux marchés de réservation indirects (Asie et USA), ce qui se reflète dans les nuitées influencées par le Key Account Management de Suisse Tourisme. La diminution est fort heureusement inférieure à la baisse effective enregistrée sur le marché. On peut en conclure que la loyauté des tour-opérateurs dont on s'occupe directement est élevée. La concentration sur le travail de promotion au niveau mondial a continué à être développée et avec quelque 6.5 milliards de contacts marketing et médias, le message vantant l'attrait de la Suisse dans le monde entier a été phénoménal. Grâce à ses collaborateurs chargés du

travail avec les médias dans le monde entier, Suisse Tourisme a pu générer 5 700 articles et reportages télévisés.

La source d'informations constituée par l'Internet devient de plus en plus importante et l'option qui vise à abandonner le téléphone au profit de l'Internet s'accroît. En effet, avec 8.8 millions d'internautes à la recherche d'informations pour leurs vacances, cette plateforme est devenue la source d'informations No 1 pour notre pays.

Avec une couverture de 40% des dépenses totales par des partenaires issus du tourisme et de l'économie privée, Suisse Tourisme a réussi à se mesurer avec brio à une comparaison avec d'autres organisations touristiques européennes.

Par un Insourcing ciblé (production de brochures) il a été possible de réaliser des

économies importantes. Ceci s'est toutefois répercuté de manière défavorable sur les chiffres clés «Part du marketing à l'ensemble des dépenses» ainsi que sur la «Part des frais de personnel sur l'ensemble des dépenses». Au cours de cette année également, l'effectif des membres indique à la hausse. Cela est la preuve évidente que la branche est largement bien acceptée.

Chiffres clés Suisse Tourisme	2002	2003
Contacts au niveau mondial (contacts marketing et médias)	5 458 000 000	6 500 000 000
Nuitées directement influencées (par Key Account Management)	3 540 000	3 400 000
Chiffre d'affaires touristique CHF	814 200 000	787 000 000
Web Visitors	6.2 Mio	8.8 Mio
Part du marketing à l'ensemble des dépenses (y c. frais de personnel)*	85.12%	83.67%
Degré d'autofinancement	41.0%	40.0%
Part des frais de personnel sur l'ensemble des dépenses*	27.93%	29.35%
Effectif des membres	549	601

*Par un Insourcing (production de brochures) nous produisons à un prix plus avantageux – ceci s'est toutefois répercuté négativement sur les chiffres clés.