

# Séminaires

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2010)**

PDF erstellt am: **22.06.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



# Séminaires.

## Le spécialiste des congrès.

En 2010, si le tourisme de congrès a généré en Suisse environ 634 millions de francs suisses de chiffre d'affaires, ce n'est pas un hasard. Parfaitement reliée au réseau de transports internationaux, la Suisse offre des infrastructures durables et de grande qualité pour les congrès. 20 centres de conférences et 350 hôtels pour séminaires sont disponibles. D'ici à 2014, 21 nouveaux hôtels et centres de séminaires ou d'expositions devraient voir le jour.

La campagne «Séminaires.» de ST poursuit deux grands objectifs: d'une part, accéder à de nouveaux marchés et amener des congrès d'organisations internationales en Suisse, et d'autre part, convaincre des entreprises et associations ayant un lien privilégié avec la Suisse d'y organiser leurs événements. L'interlocuteur central pour les organisateurs de congrès est le Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB).



## 4 roues motrices.



## Entretenir ses réseaux.

**Allemagne** Les salons professionnels sont propices aux rencontres et contacts personnels, ce qui en fait de précieuses plateformes pour les organisateurs de congrès. C'est le cas de l'IMEX à Francfort: en mai 2010, ST a pu réaliser 368 entretiens avec des organisateurs de congrès du monde entier et leur présenter l'offre suisse. Au «Three Countries Corner» avec les Pays-Bas et la Belgique, ST a noué de précieux contacts avec de nouveaux clients potentiels.

## Promotion

Myriam Winnepenninckx (ST Belgique, à g.) présente les atouts de la Suisse au salon IMEX.



## Faits et chiffres.

Séminaires	2010
Budget	CHF 5,7 mio.
Part du budget total	6,8 %
Marchés ciblés	BE, CA, DE, FR, NL, pays nordiques, RU, UK, US
Chiffre d'affaires touristique	CHF 52 mio.
Visites sur MySwitzerland.com/meetings	168 432
Nombre de nuitées générées (KAM)	148 767
Nombre de séminaires, événements & conférences	595

Séminaires.

### E-marketing

## Le WEF en un seul clic.

**Suisse** Le Forum de Davos (WEF) est un congrès au rayonnement mondial. Le site web de la «Neue Zürcher Zeitung» est une source d'information de premier plan pour les décideurs issus de l'économie ou de la politique qui participent au forum. Avec des bannières placées sur le site de la NZZ durant le forum, ST a vanté les atouts de la Suisse en tant que destination de congrès.



### Relations avec les médias

## La francophonie: un grand plus.

**International** Les congrès internationaux sont la meilleure publicité pour la Suisse, en particulier quand ils rencontrent un écho dans le monde entier: un bon moyen de projeter une image positive et crédible de la Suisse en tant que pays organisateur de congrès, comme cela a été le cas lors du XIII<sup>e</sup> Sommet de la Francophonie, qui a réuni 34 chefs d'Etat et 3000 délégués accompagnés de nombreux journalistes à Montreux en octobre 2010. La Suisse a alors bénéficié d'une plateforme idéale pour présenter ses infrastructures de qualité, ainsi que d'autres aspects souvent décisifs dans le choix d'une destination, comme le cadre enchanteur ou la sécurité du pays.



### 700 journalistes présents

Ce grand événement à fort impact médiatique a permis à ST et ses partenaires de s'adresser aux quelque 700 journalistes présents sur place et de leur communiquer des informations, de même que du matériel audiovisuel sur la région du Léman et le reste du pays. Le grand quotidien «Le Figaro» a consacré à la Suisse touristique une partie de son cahier spécial «Francophonie». Ce supplément incluait un entretien avec Jean-François Roth, président de ST.



### Key Account Management

## Motivés pour la Suisse.

**International** Genève a accueilli en août la conférence «Trailblazers», plateforme de promotion des voyages de motivation pour le marché d'Amérique du Nord, qui a lieu tous les ans dans un pays différent. 60 organisateurs américains et canadiens y ont rencontré 78 prestataires touristiques de Suisse et d'autres pays partenaires au cours d'ateliers et de séances de réseautage. Une occasion idéale pour leur présenter la Suisse sous son meilleur jour.

