

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme  
**Herausgeber:** Suisse tourisme  
**Band:** - (2015)  
  
**Rubrik:** [Impressum]

### **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:** 07.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Sommaire.

## L'organisation marketing.

Suisse Tourisme en bref.	8
Nuitées de l'hôtellerie.	10
Retour sur 2015.	11
Réseau de ST.	12
Membres de ST.	13
Partenariats avec la branche.	14
Partenariats économiques.	15
Marketing modulaire.	16
Indicateurs marchés.	17
Enjoy Switzerland et hospitalité.	18
Grand Tour de Suisse.	19

## Stratégie marketing.

Stratégie marketing de ST.	22
Les quatre roues motrices du marketing de ST.	24

## Campagnes.

Villes.	28
Meetings.	30
Eté.	32
Hiver.	36
Campagnes thématiques.	40

## Zoom.

Offensive supplémentaire 2015.	44
Zoom sur l'Amérique du Nord.	46
Zoom sur la France.	47
ST récompensée.	48
Perspectives.	49

<b>Chiffres et organisation.</b>	<b>50</b>
----------------------------------	-----------

Suisse Tourisme.



### Editeur

Suisse Tourisme  
Tödistrasse 7, case postale  
CH-8027 Zurich

[www.MySwitzerland.com](http://www.MySwitzerland.com)  
[www.MySwitzerland.com/newsletter](http://www.MySwitzerland.com/newsletter)  
[www.MySwitzerland.com/facebook](http://www.MySwitzerland.com/facebook)  
[www.MySwitzerland.com/twitter](http://www.MySwitzerland.com/twitter)

Les coordonnées des représentations de ST à travers le monde sont consultables à l'adresse suivante:  
[www.stnet.ch/representations](http://www.stnet.ch/representations)

### Direction de projet

Daniela Bär, Sylvie Ruppli

### Maquette

Suisse Tourisme

### Textes

Matthias Mächler, diemagaziner.ch

### Photo de couverture

Col de la Furka, Valais

### Crédits photos

Couverture: KEYSTONE/WESTEND61 / Stefan Schurr  
Page 18 (Schellen-Ursli): C-Film / La Siala  
Page 48 (Goldener Delphin): Filmservice International  
Autres photos: Suisse Tourisme

### Impression

Schellenberg Druck AG, Pfäffikon ZH

### Tirage

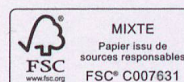
5200 exemplaires (allemand, français, italien et anglais)

### Contact

[media@switzerland.com](mailto:media@switzerland.com)



QUALITY  
Our Passion



imprimé en  
suisse