

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme

Herausgeber: Suisse tourisme

Band: - (2016)

Artikel: Un symbole pour la branche

Autor: Strittmatter, Hermann

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685565>

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>

Un symbole pour la branche

La destination Suisse arbore fièrement sa fleur dorée, créée en 1995. Ce logo officiel confère un lustre nouveau à l'image de marque de Suisse Tourisme. C'est la première fois que la branche dispose d'un symbole unique.

Le nouveau logo a reçu le soutien du Conseil fédéral. L'idée d'une fleur aux pétales dorés, née de l'imagination du célèbre créatif Hermann Strittmatter, marque les esprits. Marco Hartmann, fraîchement nommé directeur de Suisse Tourisme, habille la branche d'une identité unique et renforce ainsi la réputation qui précède notre pays. Le nouveau logo doit permettre d'identifier la Suisse instantanément. Il symbolise à la fois la beauté naturelle, la joie, la valeur et la stabilité, notions que l'on retrouve dans les photos de paysages et l'utilisation délibérée du terme «vacances». La fleur dorée ne tarde pas à s'imposer dans la communication de tous les partenaires. La branche tout entière a enfin sa propre marque.

Nouvel habillage, nouvelle mission

L'Office national change également de nom et de structures, cédant la place à Suisse Tourisme à partir du 1^{er} mai 1995. La branche est alors en plein

essor. «Créer de la valeur ajoutée. Ensemble et pour tous»: telle est la mission que se fixe la première Journée Suisse des Vacances, organisée en 1998 à Coire. C'est le reflet du nouveau positionnement de la Suisse en tant que destination de vacances, de voyages et de congrès. L'origine du principal rendez-vous de la branche remonte à 1994: quelque 200 professionnels s'étaient alors rassemblés pour la première Journée Suisse du Tourisme et avaient défini la stratégie marketing de l'ONST. En l'espace de quelques années, le nombre de participants sera multiplié par six: en 2015, le nouveau format «Un village entier pour la Journée des Vacances», à Zermatt, attire 1200 visiteurs. Tout vient à point à qui sait attendre: que de chemin parcouru depuis la toute première campagne de l'ONST, en 1931! L'objectif logique est enfin atteint: une marque unique chapeautant et fédérant tous les acteurs du tourisme.

Suisse Tourisme.



1991

La Suisse en fête: la Confédération célèbre son 700^e anniversaire. L'arbre aux drapeaux est dévoilé au Swiss Court de Londres.

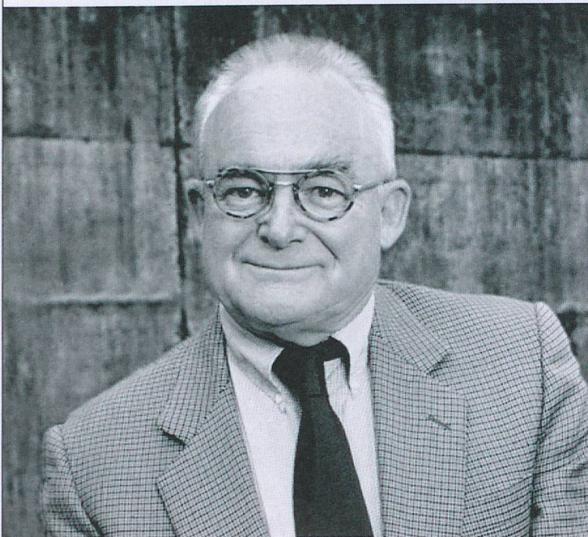
1993

75^e anniversaire de l'ONST. Parution d'un numéro spécial de la «Revue Suisse».



Fondation du Switzerland Travel Centre (STC) pour simplifier et coordonner la vente des vacances en Suisse. Trois sites jusqu'à aujourd'hui: Zurich, Londres et Stuttgart.

1998



Naissance de la fleur dorée

Hermann Strittmatter est conseiller en communication, chroniqueur et président fondateur de l'agence de publicité GGK Zürich, à l'origine du logo de Suisse Tourisme. Il revient pour nous sur l'histoire de la fleur dorée.

Votre agence de publicité, GGK, a créé la fleur dorée qui sert de logo à Suisse Tourisme depuis plus de 20 ans. Comment est née cette idée?

Ce logo s'intégrait à notre réponse à un concours pour la nouvelle campagne de Suisse Tourisme. Mon directeur créatif, Victor Zahn, et son équipe avaient livré plusieurs propositions. Le pitch: identité suisse, éclat des vacances. Tout simple. Mais le premier projet avait un côté nettement plus alpin, avec une couronne d'edelweiss.

Pourquoi l'avoir modifié?

Il évoquait semble-t-il un peu trop la randonnée en haute montagne, ce qui laissait de côté l'offre des villes de Suisse. Le mot «edelweiss» n'a pas non plus de traduction en français, ce qui n'était pas du goût de nos compatriotes romands.

Sérieusement?

Mais oui! Le plus drôle, c'est que l'épouse de Jean-Pascal Delamuraz, alors chef du Département fédéral de l'économie publique, dont dépend Suisse Tourisme, s'est exclamée: «C'est le nouveau logo? Mais que c'est joli! Un edelweiss!» Reste que la nouvelle version, la solaire «fleur dorée», est elle aussi superbement réussie. Elle est devenue l'un des symboles les plus connus de la Suisse, avec le blason national.

Ce logo est-il encore adapté pour servir de marque au tourisme suisse?

Absolument. Il serait parfaitement irresponsable de liquider un tel patrimoine et extrêmement coûteux d'en reconstituer un nouveau.

Évolution des logos de la promotion touristique suisse des origines à nos jours



Office National Suisse du Tourisme depuis les années 1930



Office National Suisse du Tourisme depuis les années 1960

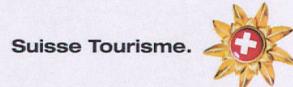


Office National Suisse du Tourisme

Office National Suisse du Tourisme depuis les années 1980 jusqu'en 1995



Premier projet de fleur dorée



Logo de Suisse Tourisme depuis 1995