

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (2016)

Artikel: De l'analogique au numérique
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685566>

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>

De l'analogique au numérique

En 1994, le monde bascule dans l'ère nouvelle de l'Internet. Pionnier du numérique dans son domaine, Suisse Tourisme se lance très tôt dans l'aventure.

Bienvenue sur switzerlandtourism.ch, dit-on dès 1994. Un an seulement après l'ouverture du world wide web, l'Office de tourisme suisse fait ses premiers pas sur la Toile. Dès 1983 avait été formé un groupe de travail sur les «nouveaux médias pour le tourisme suisse», acte fondateur de la stratégie numérique.

Le monde du marketing en effervescence

Mais le véritable bond en avant se produit en 1999. «La façon dont une destination se présente sur le web va devenir le facteur décisif de son succès. Les vacanciers seront de plus en plus nombreux à composer leur voyage de façon virtuelle», prévoit Suisse Tourisme au moment du lancement de sa plateforme innovante MySwitzerland.com. Ce site, aujourd'hui disponible en 16 langues et adapté sur mesure pour 36 pays, permet à la Suisse touristique de se présenter sur les écrans à travers plus de 14 000 sous-pages distinctes. Le visiteur se retrouve automati-

quement aux commandes: il n'a plus qu'à «rêver, planifier... et réserver en trois petits clics». Dès le tout début, le pays de vacances qu'est la Suisse s'est invité dans cette vitrine virtuelle et y a imposé sa présence de façon constante.

L'ONST était déjà aux avant-postes autrefois dans les domaines de la radio et de la télévision. Plus tard, c'est le télex, puis le fax, qui ont permis de transmettre aux agences de voyages du monde entier des renseignements sur les horaires et les réservations de train. En Suisse, le service de renseignements téléphoniques 120 est resté en place jusque dans les années 1990, fournissant 24/24 h des idées de sorties renouvelées chaque semaine. Place désormais aux applications pour smartphone, à commencer par la plus téléchargée de toutes, le «Snow Report», ou bulletin d'enneigement pour tous les fans de sports de neige. Bien utilisés, les réseaux sociaux permettent de démultiplier l'effet de la publicité. Suisse Tourisme poursuit son inexorable transformation pour devenir une entreprise multimédia.



Promotion ciblée et glamour de la basse saison. Mannequin et ex-femme d'ambassadeur Shawn Fielding est la marraine de la campagne d'automne.



Fin de Swissair après 71 ans, avec l'atterrissage du dernier vol de ligne, le 1^{er} avril, à Zurich.

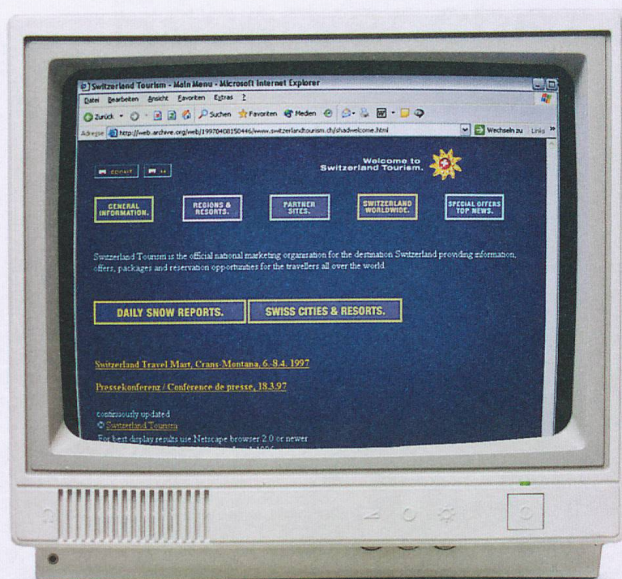
2000



2001

Les attentats aux États-Unis font s'effondrer le nombre de visiteurs. La Suisse réagit avec une campagne à destination du marché domestique et de l'Europe: «Tranquillité et sécurité dans une période troublée».

2002



Portail MySwitzerland.com: la simple page de texte de 1996 est devenue une plateforme multimédia affichant plus de 30 millions de visites par an.

