

Le produit : orienté vers le client, adapté au marché

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(1996)**

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629751>

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.

LE PRODUIT: ORIENTÉ VERS LE CLIENT, ADAPTÉ AU MARCHÉ.



Sans offre adéquate, pas de demande. Désirs, besoins, conceptions de qualité et de confort chez les divers groupes-cibles sont déterminants pour le développement de l'offre. Les groupes-cibles dans le tourisme suisse peuvent se subdiviser en touristes venant des marchés existants, surtout répartis en hôtes d'été, d'hiver, de villes, de culture, de santé et familles. Les touristes des marchés d'avenir, le plus souvent d'outre-mer, parcourent plutôt les itinéraires classiques des curiosités ou «Best of Switzerland». Les voyages en train en particulier jouissent d'une grande popularité. Venant du monde entier, des voyageurs d'affaires se rencontrent en outre en Suisse pour des conférences, congrès et foires.



Paquets attractifs des offres
Vélo, Festival et Bien-être.

Groupes cibles et offres

Catégorie d'hôtes	Offre classique	Offre en vogue
(mio. de nuitées)	(exemples)	(exemples)
Hôtes Été (20)	Marche, famille, repos, été en montagne	Vélo, golf, inline, aventure, fun
Hôtes Hiver (20)	Ski, carving, ski de fond, luge, marche, famille	Snowboard
Clients Affaires (10)	Congrès, conférences, voyages d'affaires privés, formations	Incentives
Best of Switzerland (8)	Circuits, sightseeing, events	«Specials» Rail
Santé (4)	Offres de cure, cliniques privées	Wellness/ Bien-être
Voyages Villes (4)	Visite des villes	Events, city breaks
Voyages Culturels (4)	Art, folklore, musées	Festivals Impressionismus

En 1996, Suisse Tourisme a mis l'accent sur les segments en vogue Bien-être, Vélo, Golf, Festivals et Snowboard pour dynamiser l'image de la Suisse et ouvrir de nouveaux marchés. De même, on a veillé à moderniser l'offre classique, à l'améliorer et en faire la promotion.

La Suisse. Pour les passionnés de festivals.

De magnifiques manifestations culturelles se déroulent également dans les décors uniques des beautés naturelles de la Suisse. Avec la parution d'une brochure Festivals au printemps 1996, Suisse Tourisme a réussi à apporter davantage de transparence aux visiteurs intéressés aux festivals. Des représentants de Pro Helvetia, de SUISA, de la Commission fédérale du film, de la Société suisse pour la culture théâtrale, de la scène musicale Migros Suisse ainsi que des offreurs touristiques ont répondu à l'invitation de Suisse Tourisme de fixer ensemble les critères que doit remplir un festival pour être inclus dans la promotion du segment. 27 festivals de musique, de cinéma, de théâtre et de danse avec indications des offices de réservation, highlights et conseils pour initiés figurent dans la nouvelle brochure. Sa distribution: Suisse, Allemagne, Autriche, Bénélux, France, Grande-Bretagne, Suède, Japon et Amérique du Nord.

La Suisse. Pour le plaisir du bien-être.

Les vacances de bien-être qui fortifient le corps, l'esprit et l'âme jouissent d'une popularité croissante. Collaborant avec l'Association des maisons de cure suisses et l'Association suisse des stations thermales, Suisse Tourisme a lancé auprès des membres de la Société suisse des hôteliers l'idée d'un catalogue détaillé de l'offre dite «wellness». Un ombudsman neutre a supervisé les offres forfaitaires proposées par les hôtels. Sur une page, chacun des cinquante hôtels



wellness de stations thermales et de vacances appréciées présente son offre par le texte et par l'image. La brochure a été diffusée en Suisse, en Allemagne, en Autriche, en France, en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis.

La Suisse. Par amour du vélo.

Pour l'été 1996, Suisse Tourisme a fait paraître des propositions d'itinéraires bien documentées pour des vacances de cyclotourisme. Il a présenté des tours intéressants du point de vue touristique qui permettent aux amis du vélo de traverser la Suisse sur des routes à faible trafic dans des régions très diverses: le long du Rhin, du Rhône, de l'Aar, sur les hauteurs du Jura, au Tessin ou dans le pays de Glaris. Cette brochure comprenait aussi une liste de 768 hôtels où les cyclistes trouvent leur compte; elle a été distribuée en Suisse, dans les pays limitrophes, au Bénélux, en Espagne et au Canada.

Switzerland. See you on Board.

La jeune clientèle du snowboard est prise au sérieux. Elle détermine notamment où la famille se rendra en hiver et se caractérise déjà par une forte conscience des marques. Avec une offre différenciée et une approche nouvelle, la Suisse s'est positionnée comme destination idéale pour le snowboard. Snowparks, obstacles, halfpipes, écoles de snowboard et magasins, possibilités de logement avantageuses, manifestations et parties: tout cela figure à l'inventaire des 21 paradis du snowboard recensés dans la deuxième édition de la brochure de Suisse Tourisme sur le snowboard en 1996/97. Diffusion: Allemagne, Autriche, Bénélux, France, Grande-Bretagne, Suède, Etats-Unis et Japon. En Suisse, elle a paru en plusieurs parties, combinables, durant le mois de septembre 1996 dans le magazine ERNST pour les jeunes du Tages-Anzeiger. Enfin, elle a constitué une brochure unique pour la spectaculaire Switzerland Live Snowboard Cup sponsorisée par Suisse Tourisme, qui s'est déroulée le 21 septembre 1996 à Zurich.