

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (2014)

Vorwort: Editorial
Autor: Roth, Jean François / Schmid, Jürg

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 01.06.2025

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



Jean-François Roth, président de Suisse Tourisme

«Progresser dans un contexte difficile.»

La stratégie duale de ST se justifie-t-elle encore?

L'abandon du cours plancher de l'euro début 2015 représente un bouleversement pour le tourisme. Néanmoins, la clientèle de la zone euro constituant toujours 36,2% des nuitées des touristes étrangers en 2014, il est clair que ST doit rester actif sur ces marchés, tout en affichant une présence toujours plus marquée de la destination Suisse sur des marchés moins touchés par la force du franc. L'ampleur de cette crise dépendra aussi du marché intérieur. Toute la branche doit s'unir pour affronter ses concurrents.

Qu'attendez-vous pour 2015?

Un énorme défi attend la branche touristique en 2015: protéger ses parts de marché et continuer à progresser en termes de qualité et d'innovation, dans un contexte économique particulièrement défavorable. Mais je reste confiant. Tous les acteurs de la branche sont unis pour travailler de concert à la recherche de solutions.

Un message en particulier qu'il vous tient à cœur de transmettre à la branche?

Plus que jamais, il faut que la branche soit unie et mette de côté les intérêts particuliers. La situation est trop grave et la Suisse trop petite pour que l'on se disperse.



Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme

«Un savant équilibre entre vitesse et détente.»

Quel projet marketing de ST vous a particulièrement plu en 2014?

Notre collaboration avec le photographe Yann Arthus-Bertrand. Pour notre campagne «Panoramas», il a réalisé «la Suisse vue du ciel», des photos aériennes qui ont été exposées et admirées dans le monde entier, de Paris à Rio en passant par Moscou et New York. Ce projet, qui a démarré en France, visait à contribuer à renforcer la visibilité de la Suisse à travers le monde.

Que pensez-vous de la rapide mutation que connaît le marketing touristique?

Avec les réseaux sociaux, tout est encore plus connecté: nous devons être encore plus vigilants, encore plus réactifs. Cela exige des ressources humaines supplémentaires, mais j'y vois surtout un potentiel énorme pour un marketing intelligent, qui consiste à s'adresser à nos hôtes de façon plus ciblée et personnalisée, sur les plates-formes qui leur conviennent, et à leur proposer les expériences qu'ils recherchent. (Voir aussi la rubrique «Perspectives», p. 49)

Le tourisme d'hiver a fêté ses 150 ans. Comment voyez-vous l'avenir?

La Suisse devra s'efforcer de concilier une double attente de ses visiteurs sur les pistes: d'une part la vitesse et, d'autre part, la détente, pour mieux répondre aux besoins des seniors et des familles de plus en plus concernés par la sécurité.