

## Lancement du compte à rebours.

Plus qu'un an avant l'EURO 2008.

1

## Journalistes fascinés par le rail.

Les médias du monde sur les plus beaux parcours ferroviaires.

2

## Ambassadeur des montagnes.

Un entrepreneur chinois promeut l'image de la Suisse.

3

## Marketing international.

Des champions allemands s'entraînent en Suisse.

4

N° 3/septembre 2007

# Novitads.

La lettre d'information de Suisse Tourisme.

Suisse Tourisme.



## Editorial.



### Renforcer Suisse Tourisme (ST).

Il existe trop d'organisations chargées de promouvoir l'image de la Suisse. Ce problème structurel doit être résolu. Nul ne conteste le rôle central de ST, mais le Conseil national souhaite réduire nos moyens et continuer à (trop) disperser les moyens de promotion de la Suisse. Ceci n'est pas la bonne solution; il faut avoir le courage de concentrer tous les moyens afin d'optimiser leur efficacité. Les taux d'inflation élevés sur des marchés d'avenir comme la Russie (10,4%) ou la Chine (5%) doivent être compensés si nous voulons rester concurrentiels. Pour cela, il est nécessaire que nous puissions disposer d'au moins CHF 195 millions dans les 4 prochaines années. Les contributions des régions et des partenaires économiques qui complètent ce budget pourront être utilisées de manière encore plus efficace.

Christoffel Brändli,  
conseiller aux Etats et membre  
du Comité directeur de Suisse  
Tourisme



L'exposition «Suisse. Un plus à découvrir.», inaugurée par la conseillère fédérale Doris Leuthard, montre notre pays de façon surprenante

## Plus qu'un an avant le coup d'envoi.

Lancement médiatique de l'UEFA EURO 2008™ à Interlaken.

**Le compte à rebours pour l'EURO 2008 a commencé: la conseillère fédérale Doris Leuthard a inauguré l'exposition «Suisse. Un plus à découvrir.». Une croix suisse composée de cinq containers montre notre pays sous son meilleur jour.**

Le 7 juin, un an avant le premier match de l'EURO 2008, a eu lieu l'inauguration de l'«Icône», un monumental drapeau national en trois dimensions. A l'intérieur des cinq containers qui

composent la croix, sont projetés des films originaux sur l'économie, l'innovation, le tourisme et le mode de vie suisse.

Suisse Tourisme et l'UEFA ont organisé ensemble la «Red & White Night» à laquelle étaient conviés plus de 200 journalistes du monde entier et autant de célébrités, de sportifs et de représentants politiques.

Les conseillers fédéraux Samuel Schmid et Doris Leuthard, le chancelier autrichien Alfred Gusenbauer et bien sûr des stars du foot étaient présents parmi les invités. Auparavant, un match amical Suisse-Autriche entre

deux sélections de pros et d'anciennes gloires des deux pays s'était déroulé au sommet du Jungfraujoch. A la «Red & White Night», le sujet de conversation était, bien évidemment, l'EURO 2008.

Les deux couleurs, rouge et blanc, symbolisaient les drapeaux des pays hôtes. L'événement a bénéficié d'un énorme écho médiatique.

Rien qu'en Allemagne par exemple, ce sujet a généré 160 reportages à la télévision, dans la presse écrite et à la radio, touchant plus de 90 millions de personnes.

[www.switzerland.com](http://www.switzerland.com)

## En bref.

**150 ans d'alpinisme: 36 pages sur la fascination du tourisme de montagne en Suisse dans le magazine «Schweizer Familie».**

Il y a 150 ans, le tourisme alpin prenait son essor dans notre pays. Inventé par des Suisses? Non, ce furent les Britanniques qui ont commencé à explorer les Alpes et les sommets suisses. Vous en apprendrez plus dans l'édition spéciale de «Schweizer Familie», publiée en collaboration avec Suisse Tourisme. Tiré à 195 000 exemplaires, «Schweizer Familie» est l'un des plus grands magazines du pays. Ce supplément sur l'alpinisme a permis de toucher près de 700 000 lecteurs. Il est disponible auprès de:

rebecca.duerstler@tamedia.ch



Supplément de «Schweizer Familie»

## Evénements-clés pour clients-clés.

**Invités par ST et SWISS, les directeurs des plus grandes agences MICE d'Europe se sont rendus à Arosa. Ils ont fait part de leurs impressions à Suisse Tourisme.**

C'est sous un magnifique soleil que les 23 invités ont pu profiter des montagnes enneigées. But de cette opération: apprendre ce que les principaux partenaires européens du secteur MICE (CHF 560 millions de chiffre d'affaires annuel, 5,5% des nuitées totales) aimeraient demander de plus à la Suisse.

Une des critiques évoquées lors des workshops: le nombre de grands hôtels et de salles de conférence n'est suffisant qu'à Genève et Bâle. L'efficacité de ST et du réseau CFF sont cependant particulièrement appréciés.

## La Suisse, d'un train à l'autre.

Fascination internationale pour le rail.



Wagon du PanGottardo avec sièges pivotants: les journalistes sont impressionnés par les chemins de fer suisses (photo: CFF)

**Suisse Tourisme invite des journalistes du monde entier pour leur prouver que la Suisse a le meilleur réseau ferroviaire du monde. Test réussi!**

Le nouveau tunnel du Lötschberg rapproche le Valais de la Suisse centrale; le tunnel de base du Gothard, le plus long tunnel ferroviaire au monde, mettra Zurich à 2 h 40 de Milan. Relié

au réseau européen à grande vitesse, le rail devient encore plus attractif et international. En juin, 64 journalistes de 21 pays, venus notamment d'Amérique du Nord et du Sud, d'Inde, d'Israël et des plus importants marchés européens, ont eu 5 jours pour s'en convaincre au cours d'un voyage organisé par ST, les CFF, SWISS, le Musée Suisse des Transports et hôtellerie suisse. Temps forts de leur voyage: l'excursion en bateau à roues à aubes

sur le lac des Quatre-Cantons, le train panoramique PanGottardo et ses sièges pivotants et la traversée Valais-Tessin par le train des Centovalli. Des exemples qui prouvent que chez nous, les transports publics sont une attraction en soi! Les journalistes conviés à ce voyage devraient réaliser quelque 150 reportages, touchant 69 millions de visiteurs potentiels à travers le monde, ce qui ne manquera pas de susciter des envies de voyages en Suisse!

## Mobiliser toutes les ressources disponibles.

Enjoy Switzerland: une ville se prépare.

**Le programme de qualité de ST est maintenant appliqué en Suisse romande. Genève va en tirer parti dans le cadre de sa préparation pour l'EURO 2008.**

Le programme de promotion de la qualité dans le tourisme «Enjoy Switzerland», initié par ST, a pour but de coordonner toutes les actions d'une destination afin de mieux répondre aux souhaits des clients. Il cherche aussi à promouvoir un bon accueil des visiteurs par l'ensemble de la population.

Alors que Lenzerheide, Scuol, Villars-Gryon et Zermatt ont participé avec succès aux trois premières années du programme, ce sont cette année les destinations touristiques de Disentis-

Sedrun-Gotthard, Lenk-Simmatal, Loèche-les-Bains, Leysin, Nyon Région et pour la première fois une ville, Genève, qui ont accepté de suivre un programme de deux ans. Ces nouveaux venus profiteront de l'expé-

rience des destinations-pilotes. Urs Wohler, directeur de Scuol Tourisme, s'exprime sur la participation de la population et de la commune: «Lorsque la commune soutient le projet, les mesures prises peuvent être appliquées plus facilement.»

En intégrant le programme Enjoy Switzerland, Genève souhaite pouvoir briller par son chaleureux accueil pendant et après l'EURO 2008, et laisser ainsi une image positive dans le monde entier.

**A Genève, nous sommes accueillants, mais nous ne le savons pas...**

Enjoy Switzerland, Genève.

Genève Tourisme

**Notre meilleur marketing**

Il n'existe pas meilleur marketing que la qualité de nos services. Pour donner envie d'être invités de venir, de nous voir et de nous connaître, «Enjoy Switzerland» est à l'écoute de nos clients et de nos visiteurs. «Comptes, témoignages, impressions et feedback nos clients, l'écoute et l'analyse de la satisfaction des prestataires, l'accompagnement des visiteurs, l'organisation des événements, l'organisation des services de tourisme.»

**Nous sommes tous concernés**

Les prestations touristiques (transport, restauration, hébergement, commerces, etc.) constituent un chaîne de services. Si l'un des maillons de cette chaîne est défaillant, c'est l'ensemble de la destination qui en pâtit. C'est pourquoi nous travaillons à nos côtés. «Enjoy Switzerland» constitue une opportunité unique, pour notre ville, de progresser et de renforcer l'efficacité de nos services et de nous améliorer en tant que destination touristique. Pour y parvenir, nous nous appuyons sur le savoir-faire, les savoir-faire, la créativité et le dynamisme des acteurs du tourisme, au premier rang desquels se trouvent les Genevois, ambassadeurs de notre ville.

**Deux ans pour réussir**

Placé par Suisse Tourisme et Bâle les origines «Enjoy Switzerland» au Accueil Bâle pour obtenir l'ambassadeur international de qualité de l'accueil, des prestataires de services et de l'offre touristique dans nos ententes: Nyon Région, Leysin, Disentis Sud-Ouest, Villars-Gryon, Scuol et Zermatt. «Enjoy Switzerland» veut que ce projet, initié par Suisse Tourisme, ne dure pas deux ans. L'ambassadeur en œuvre des actions permanentes et obtient des résultats durables.

**L'EURO 2008, notre chance, notre fierté**

La Suisse plus grande manifestation sportive au monde offre une chance à Genève d'être plus que jamais au premier plan. «Enjoy Switzerland» a la capacité à accueillir des événements d'une telle envergure.

«Enjoy Switzerland» est d'autant plus important qu'elle permettra d'offrir un accueil national aux visiteurs de toutes les régions du monde qui se rendent à Genève pour l'EURO 2008. Mais c'est surtout dans le cadre de la manifestation, ce projet s'inscrit aussi et surtout à mettre en place des mesures durables afin d'en préserver les bénéfices.

**A nous de jouer!**

Nous souhaitons vous remercier pour votre accueil et votre soutien. Nous sommes à votre écoute, dès demain. Nous sommes à votre écoute.

Contactez votre Chef de Projet «Enjoy Switzerland»

Jonathan KOBEL  
Chef de Projet  
enjoy@genève-tourisme.ch

Genève Tourisme & Bureau des congrès  
Rue de la Gare 18, CH-1211 Genève 1  
T +41 22 939 70 70, Fax +41 22 939 70 71  
Téléfax de plus en plus nombreuses sur  
www.genève-tourisme.ch/vep

La campagne Enjoy Switzerland aide à mieux sensibiliser tous les publics à l'importance de l'accueil

## La Suisse, pays de cocagne.

Suisse Tourisme fait connaître nos délices culinaires dans le monde entier.

**Avec la brochure «Escapades gourmandes.», ST met tout le monde en appétit, et pour commencer, les médias internationaux invités dans le Lavaux, récemment admis au patrimoine mondial de l'humanité.**

Le 28 juin 2007 restera longtemps une date mémorable pour le Lavaux: ses vignobles en terrasses au-dessus du Léman ont été acceptés pour figurer au patrimoine mondial de l'UNESCO. Dans les 14 communes, les cloches ont sonné pour marquer l'événement. Cette inscription est fondamentale pour l'image de marque d'une région qui vit d'abord d'un plaisir, le vin.

Ce plaisir est également au centre de la nouvelle brochure de ST, «Escapades gourmandes.». Cette brochure propose informations, conseils et bien d'autres surprises sur la gastronomie et les spécialités suisses. Tirée à 200 000 exemplaires, elle sera présen-



Une image tirée de la brochure – les vins les plus fins, entre autres dans la Région du Léman

tée dans le cadre des fêtes pour l'inscription du Lavaux au patrimoine mondial de l'UNESCO. Près de 200 journalistes du monde entier participeront à l'événement. Publiée en français, allemand, anglais et italien, la brochure vise surtout les marchés

allemand, français, belge, britannique, nord-américain et italien.

Cette campagne de promotion mondiale lancée par ST vise à augmenter la notoriété de produits suisses comme les fromages, les vins et de nombreuses spécialités régionales.

## L'appel des montagnes suisses.

Un entrepreneur chinois ambassadeur très médiatique de la Suisse.

**Venu de Pékin, Wang Shi a réussi l'ascension de la Pointe Dufour, accompagné d'amis et de journalistes. Les images et les récits ramenés de cette ascension toucheront des millions de personnes en Chine.**

Venu en Suisse à l'initiative de ST Pékin, Wang Shi est un célèbre entrepreneur chinois actif dans le secteur de la construction. Alpiniste passionné, il est venu en Suisse en juillet, accompagné de 15 journalistes, pour faire l'ascension de la Pointe Dufour (4634 m). Le projet initial de gravir le Cervin ayant été abandonné en raison des conditions météorologiques.

Wang Shi est une des figures les plus connues et les plus respectées de l'économie chinoise. Selon Simon Bosshard, directeur du bureau de ST en Chine, «on l'admire pour son succès, mais il représente aussi des valeurs comme la nature et l'authenticité, ce qui fait de lui un ambassadeur idéal de la Suisse touristique».

En Chine, son impact médiatique s'exerce sur une couche de la population qui peut tout à fait envisager un voyage en Suisse. Une équipe de la

chaîne de télévision chinoise «Travel Channel» était ainsi de la partie; les images rapportées seront diffusées au cours de quatre émissions de quarante minutes chacune. Avec les autres reportages réalisés par les jour-

nalistes chinois (TV, radio, Internet, magazines), elles donneront des rêves durables de Suisse à quelque 700 millions de Chinois. De son côté, Wang Shi a donné rendez-vous au Cervin l'année prochaine.



Wang Shi, un ambassadeur idéal pour Suisse Tourisme en Chine

## Prêts, partez, téléchargez!

**Succès incontestable et important potentiel de développement pour le nouveau portail vidéo de [www.MySwitzerland.com](http://www.MySwitzerland.com)**

Sans la moindre publicité, ST a ouvert mi-mai un portail vidéo qui connaît un succès surprenant. Début septembre, 600 clips vidéo, pour une durée totale de 30 heures de film, étaient déjà disponibles en ligne.

Le site enregistre une moyenne de 1600 films visionnés par jour, avec une tendance à la hausse. Le but du portail est la promotion des offres touristiques suisses.

Organisations touristiques, hôtels, entreprises de loisirs, mais aussi de simples touristes peuvent mettre leurs films en ligne gratuitement. Suisse Tourisme contrôle les contenus (sans avoir constaté d'abus à ce jour), tout en promouvant le concept d'une plateforme vidéo ouverte. «A l'avenir, nous pourrions offrir plus de canaux vidéo payants», commente Thomas Winkler, le responsable du portail. Pour l'instant, l'ordre du jour reste simple: donner envie de venir en Suisse grâce à cette plateforme de vidéo en ligne.



Portail vidéo sur [www.MySwitzerland.com](http://www.MySwitzerland.com)

**Suisse  
Tourisme:  
communication  
globale.**

**Internet**  
[MySwitzerland.com](http://MySwitzerland.com)

**Télétexte**  
SF DRS, TSR, TSI,  
pages 501-520

**Centre d'appels**  
0800 100 200  
(conseils gratuits)  
Du lundi au vendredi,  
de 8h00 à 19h00

## Promotion de la Suisse pour l'EURO 2008.



L'attraction suisse sur la base d'Alinghi à Valence

**Avec l'exposition «Suisse. Un plus à découvrir.» et des campagnes mondiales, ST fait la promotion de notre pays à l'étranger.**

Jusqu'au coup d'envoi de l'EURO 2008, ST mènera des campagnes in-

formatives et surprenantes pour promouvoir la Suisse. Les thématiques: tourisme, style de vie, innovation et économie. L'objectif: que la Suisse reste sous les feux de la rampe avant et après l'EURO 2008. L'«Icône» (voir page 1) a débuté sa tournée à Valence et la finira à Vienne.

## Allemagne.



En juillet, le Borussia Dortmund s'est entraîné à Feusisberg (SZ)

**Après Alex Frei, le célèbre club de la Bundesliga Borussia Dortmund a «recruté» Suisse Tourisme.**

Christina Marzluff, directrice de ST pour l'Allemagne et l'Autriche, est très satisfaite: pour la saison 2007/2008, le club de football Borussia Dortmund collaborera étroitement avec Suisse Tourisme. Les joueurs du club ont préparé leur saison au Panorama Resort

& Spa de Feusisberg. Pour sa part, ST sera très présent dans le stade du Borussia sur les grands écrans, dans le magazine du stade, sur 500 écrans dans le secteur VIP et avec des offres spéciales pour les détenteurs d'un abonnement à l'année. «Ainsi, nous allons donner goût de la Suisse à tous les fans du BVB», déclare Christina Marzluff. Cette collaboration sera particulièrement précieuse dans le contexte de l'EURO 2008.

## Pays-Bas.

**Le plaisir passe par l'estomac ou comment donner aux Néerlandais le goût des vacances en famille en Suisse. Des enfants cuisinent des mets typiquement suisses aux côtés de stars.**

«C'est la première fois que nous menons une action de ce genre, mais le succès a été immense», explique Lisette van Dolderen, de ST Pays-Bas. En collaboration avec le magazine culinaire «Delicious» (tirage: 90 000 ex.), ST a organisé un concours de cuisine permettant de gagner, entre autres, des vacances en famille à Klosters

et à Loèche-les-Bains. 20 enfants ont eu la chance de participer.

Les nuitées des Néerlandais en Suisse ont augmenté de 5,1% de 2005 à 2006 pour atteindre l'excellent score de 871 272 nuitées.



Une initiative séduisante pour les familles

## Grande-Bretagne.

**Amoureux de nos montagnes, les Britanniques ont été les pionniers du tourisme en Suisse. Une bonne raison pour fêter ces débuts.**

Il y a 150 ans, des Britanniques réalisèrent la première ascension du Finsteraarhorn; au retour, fascinés, ils fondèrent le British Alpine Club (BAC), et du même coup, l'alpinisme moderne. C'est donc beaucoup aux Britanniques que la Suisse doit son image de pays alpin par excellence. Cette année, Zermatt a fêté le BAC, inaugurant une statue dédiée à ces pionniers de l'alpinisme. Onze journalistes britanniques invités par ST ont couvert cet événement.



XIX<sup>e</sup> siècle: alpinistes au sommet de la Jungfrau

## Corée.

**Les Coréens adorent la Suisse, spécialement pour des voyages de nocces, thème de la nouvelle brochure ST en coréen.**

Les villes suisses sont les destinations favorites des jeunes mariés d'Extrême-Orient. La nouvelle brochure «Swiss Honeymoon», parue en coréen, facilite maintenant la planification de leur voyage de nocces en Suisse.

## Afrique du Sud.

**Nos montagnes fascinent le public sud-africain. Le film «The Alps» a fait un passage très remarqué à Pretoria.**

Le film «The Alps» sera encore à l'écran jusqu'à mi-mars 2008 au Gateway IMAX Theatre, près de Durban. A travers ses images spectaculaires, les passionnés de montagne de l'hémisphère Sud peuvent rêver aux sommets suisses.

## Qui est Suisse Tourisme?

L'entreprise de marketing Suisse Tourisme est une entreprise de droit public de la Confédération. Son travail, mené d'après les principes de l'économie d'entreprise, est axé sur les clients et le marché. Le Comité directeur, composé de 13 personnalités issues des milieux touristique, économique et politique, est présidé par le conseiller aux Etats Dick F. Marty. La direction opérationnelle de ST est assurée par Jürg Schmid. Le mandat spécifique de Suisse Tourisme, selon arrêté fédéral du 16 décembre 1994, est de promouvoir la demande touristique pour la Suisse, pays de voyages, de vacan-

ces et de congrès, tant dans notre pays qu'à l'étranger. Sa principale mission est de développer des programmes de marketing stimulant la demande et de mettre en avant sur les marchés internationaux l'image de la Suisse, à la fois moderne et classique. L'équipe de Suisse Tourisme compte 200 collaborateurs dans 29 pays, qui travaillent sur 34 marchés différents. «Leadership through quality», dynamisme, transparence et concertation sont autant d'éléments qui nourrissent la philosophie de l'entreprise, tant au niveau interne qu'externe.

## Infos & Contact

Daniela Bär Bruderer  
Directrice, Communication  
d'entreprise/Médias  
Tél. 044 288 12 70  
daniela.baer@switzerland.com