



27.10.2004 - 17:00 Uhr

Suisse Tourisme - En forme pour aborder l'avenir

Zurich (ots) -

La décision relative au financement de Suisse Tourisme (ST) pour les trois années à venir est tombée: la Confédération s'est prononcée en faveur d'une subvention annuelle de 46 millions de francs. ST s'efforce constamment de se positionner sur le marché avec une organisation et des structures d'une efficacité maximum. C'est la raison pour laquelle ST annonce quelques changements qui vont lui permettre d'accroître sa puissance d'action et de se concentrer encore davantage sur la prospection des marchés internationaux.

Avec 46 millions de francs par an, Suisse Tourisme va pouvoir largement contribuer à la croissance pronostiquée dans le secteur touristique suisse. Dorénavant, ST entend également diffuser dans le monde entier une image convaincante de la Suisse symbolisant un pays de vacances et de congrès internationaux, et ce en employant des mesures innovantes, inventives, surprenantes et de très grande qualité en matière de marketing. Ces mesures viseront non seulement les clients et les marchés dont les besoins et les conditions cadres sont soumis à des évolutions permanentes, mais exerceront également une action vers l'intérieur, au sein même des structures de l'organisation. Poursuivant la stratégie offensive qui a été initiée, les structures seront resserrées et donneront à ST l'impulsion et toute la vitalité nécessaire pour assurer la réussite future du tourisme suisse. L'apport additionnel de deux millions de francs que les mesures d'économie permettent de générer chaque année sera entièrement consacré au marketing et à la promotion internationale de la Suisse en tant que marque.

Les adaptations organisationnelles poursuivront quatre objectifs:

1. La proportion des moyens financiers alloués au marketing doit de nouveau augmenter. A l'avenir, davantage de moyens seront dédiés à la communication directe avec la clientèle.
2. La présence sur les marchés en expansion stratégiques (Chine, pays du Golfe, Inde, Corée et Fédération de Russie) doit être renforcée.
3. Les recettes issues du secteur privé doivent être augmentées de manière ciblée, ce afin de renforcer la publicité pour le tourisme.
4. Les structures de ST seront allégées, et les productions ainsi que les processus seront simplifiés et accélérés.

Promotion du marketing de destinations

Le marketing touristique se trouve confronté à l'une des plus grandes évolutions structurelles de toute l'histoire du tourisme. Depuis 1864, date de la découverte du tourisme hivernal en Suisse, la branche du tourisme a radicalement changé. Seules sont restées les structures. C'est pourquoi ST entend promouvoir un concept de marketing de destinations. Ce concept repose sur une meilleure coordination et sur la fusion d'entités touristiques de villages et

de vallées en unités renforcées sur le plan de la promotion (marketing de destinations). Une étude devra déterminer la rentabilité, le canevas des destinations ainsi associées avec des actions concrètes qui permettront ainsi d'entamer une discussion à l'échelle de la branche toute entière.

Focalisation sur la qualité

Promouvoir la qualité est l'une des maximes fondamentales de ST. Aujourd'hui, deux tiers des établissements touristiques suisses offrent des services qualifiés de bons à excellents. ST concentre systématiquement ses opérations de promotion et de commercialisation internationale sur ces deux tiers. A l'avenir, seuls les établissements manifestant la volonté de fournir des services de qualité bénéficieront de la commercialisation internationale de ST.

ST continue de promouvoir la qualité des établissements par le label de qualité de la Fédération suisse du tourisme, et celle des destinations à l'échelle du pays tout entier par le projet "Enjoy Switzerland". Un nouveau système d'évaluation qualitative des hôtels sera développé à l'intention des clients, puis sera intégré en ligne sur le site MySwitzerland.com afin de retranscrire en toute transparence l'opinion des hôtes sur la qualité des établissements.

Coordination de la publicité à l'échelle nationale

Dans un postulat, le Parlement a chargé le Conseil fédéral de présenter d'ici l'année 2006 un concept régissant l'étroite coordination des différentes organisations de promotion qui existent en Suisse, à savoir l'OSEC, Présence Suisse, Pro Helvetia, Suisse Tourisme et RéusSite:Suisse. Jürg Schmid, directeur général de ST, commente à ce propos: "Nous saluons cette coordination de la publicité à l'échelle nationale et souhaitons y participer activement. La meilleure contribution que nous puissions apporter à une solution future est de fournir dès à présent d'excellentes prestations. C'est pourquoi nous procédons à des changements organisationnels et structurels." Et de poursuivre: "Nous estimons qu'il existe dans la coordination générale de la publicité à l'étranger un potentiel considérable de synergies et de grandes chances pour la Suisse. L'étroitesse des moyens de chacun exige une collaboration d'ensemble, qui doit être redéfinie; la Suisse est un trop petit pays pour attirer l'attention sur elle en dispersant ses forces."

Changements dans l'organisation et le personnel

Le département Marchés sera réorganisé, ce qui permettra de compresser fortement les coûts et de mieux exploiter les synergies.

Nouveau département Marchés & MICE

Les pays européens, l'Amérique du Nord, les pays scandinaves et d'Europe de l'Est, le segment MICE (congrès et séminaires), ainsi que les marchés en devenir et les marchés secondaires seront désormais regroupés en un seul et même département. Urs Eberhard (47 ans), jusqu'à présent membre de la Direction et directeur Europe, assure désormais la fonction de " Directeur des marchés " et la suppléance du directeur général Jürg Schmid, devenant directeur adjoint.

Nouveau département France, Belgique, Espagne

Les marchés français, belge et espagnol seront regroupés. Michel Ferla (56 ans), directeur adjoint, jusqu'à présent responsable des marchés d'outre-mer et des mandats, reprend la direction de ces trois

marchés et les gèrera dès maintenant depuis Paris. Il sera par ailleurs responsable en Suisse Romande de la promotion des destinations associées, ainsi que de la coordination des partenaires de la branche. Mark Schumacher, responsable du marché français, a décidé depuis quelque temps déjà de réorienter sa carrière professionnelle. Il quittera Suisse Tourisme à l'issue de l'événement (100 ans de présence de Suisse Tourisme à Paris) qui se tiendra Place Vendôme dès le 25 novembre prochain.

Nouveau groupe de "marchés-clefs asiatiques"

Roger Zbinden (43 ans), responsable jusqu'à présent du Japon, assure désormais la direction des marchés Chine, Hong-Kong, Japon, Corée, Singapour et Taiwan, et sera directement subordonné au directeur général.

Allemagne

Les cinq succursales actuelles du marché allemand (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hambourg, Munich) seront redéployées en quatre unités: le site de Hambourg fermera au cours de l'année 2005 et sera dorénavant suivi depuis Berlin.

Nouveau département Marketing

Les départements Marketing Loisirs et Services marketing seront regroupés sous une seule responsabilité. La production des supports de marketing se limitera ainsi à une seule interface. Urs Emch (44 ans), (jusqu'à présent membre de la Direction et directeur des Services marketing) dirigera ce nouveau "département Marketing" en tant que membre de la Direction.

Priorité aux Partenaires stratégiques

Par le tourisme se profile une très large part de notre économie. Par des coopérations et des plate formes marketing attractives, nous souhaitons gagner de nouveaux acteurs de l'économie privée qui seront ainsi associés à la promotion de notre pays. Ce département sera dirigé par Jörg Krebs (38) et sera membre du Marketing Management Team. Il assume la responsabilité du marché suisse et se verra confier des projets stratégiques extraordinaires (à titre d'exemple EM.08) Il sera subordonné au directeur général.

Contact:

Daniela Bär
directrice Médias / Communication d'entreprise
Tél. +41/(0)1/288'12'70
E-Mail: daniela.baer@switzerland.com