**Communiqué de presse**

Zurich, le 3 mai 2011

**14e Journée Suisse des Vacances: le tourisme en constante évolution.**

**(st) Le tourisme en Suisse est en train de vivre une transformation en profondeur – cette évolution est une réalité du marché. La branche est confrontée à des bouleversements de grande ampleur, qui comportent de multiples défis. Dans le cadre de la 14e Journée Suisse des Vacances, se déroulant aujourd’hui à Genève, plus de 1200 professionnels du tourisme suisse vont examiner l’influence que les changements en cours vont avoir sur le marketing touristique, ainsi que des solutions à envisager.**

Les motivations qui animent les vacanciers demeurent inchangées, mais les comportements en matière d’information et de réservation évoluent rapidement. Parallèlement, on assiste à des changements profonds dans certains marchés, ainsi qu’à un décalage des saisons sous l’effet du réchauffement climatique. Ces facteurs, parmi d’autres, constituent de nouveaux défis majeurs pour le tourisme suisse.

**Une nouvelle révolution numérique.**

«Information everywhere»: d’un point de vue technologique, la décennie qui commence s’accompagnera de changements encore plus nombreux qu’au cours des dix dernières années. Dans le domaine du numérique, ils seront décisifs en termes de comportement en matière d’information, de réservation et d’évaluation. Les médias sociaux sont, par exemple, en train de pénétrer tous les groupes cibles et les évaluations des prestations touristiques par les voyageurs ont une influence toujours plus importante sur l’opinion publique. La branche s’intéresse à ces nouveaux outils depuis longtemps déjà. Ainsi, Suisse Tourisme (ST) remplacera ses brochures principales par une version numérique, encore associée à une publication au contenu moins exhaustif plus axé sur l’image. En outre, dans le cadre de ses activités internationales, ST mise de plus en plus sur des coopérations exclusives avec les médias et des éditions spéciales de prestigieux magazines de voyage entièrement consacrées à la Suisse, ainsi que sur des campagnes promotionnelles et des évaluations sur Facebook et Twitter.

**Montée en puissance de l’été.**

Les étés seront toujours plus chauds et les hivers toujours plus courts.Pour la Suisse, il s’agit d’une opportunité de faire de l’été une grande saison touristique, afin d’exploiter le potentiel de la clientèle estivale de marchés stratégiques de croissance. Des perspectives de développement sans précédent s’offrent ainsi aux villes, à l’espace alpin et aux régions lacustres. Sur ce plan là également, Suisse Tourisme s’est déjà fixé une priorité stratégique: avant cette année, l’organisation n’avait jamais encore affecté autant de moyens à une campagne de promotion estivale.

**Marchés prometteurs en point de mire.**

Avec le désavantage concurrentiel que représente le facteur prix, le tourisme suisse se trouve à un tournant stratégique. Pour continuer sur la voie de la croissance, la Suisse touristique doit conquérir de nouveaux marchés. Ces derniers seront les moteurs de la croissance qui lui permettront d’assurer son avenir. La nouvelle stratégie de marchés et de marketing mise en œuvre par Suisse Tourisme depuis le début de l’année repose sur une réévaluation des potentiels offerts par les différents pays ciblés, associée à une redéfinition des priorités en matière de marketing à l’échelle mondiale, comme, par exemple, l’intensification de ses activités au Brésil et en Pologne.

**Pour de plus amples informations, contacter:**

Véronique Kanel, porte-parole

Tél. 044 288 13 63, e-mail: [veronique.kanel@switzerland.com](mailto:veronique.kanel@switzerland.com)

Communiqués de presse de Suisse Tourisme: [www.MySwitzerland.com/medias](http://www.MySwitzerland.com/medias)