Paris, le 15 mai 2024

« Switzerland » - le début d'une nouvelle ère

**Après presque 30 ans de promotion touristique suisse sous la bannière de la fleur dorée, 2024 marque le début d’une nouvelle ère. Bien plus qu’un simple logo, avec «Switzerland», la Suisse se dote pour la première fois d'un univers de marque touristique complet. Suisse Tourisme (ST) diffuse dès à présent sa nouvelle identité dans le monde entier. Numérique et en phase avec son temps, la nouvelle marque symbolise la promesse touristique de longue date de la Suisse : nature, hospitalité et fiabilité.**

En 1995, l’« Office national suisse du tourisme (ONST) » est devenu l'actuelle organisation nationale de marketing touristique connue sous le nom de Suisse Tourisme (ST). L'image de la Suisse touristique telle que connue aujourd’hui dans l’imaginaire collectif avait alors été créée sous l'égide d'un nouveau logo : la fleur dorée. À compter de ce moment, cette fleur emblématique de la promotion touristique suisse a constitué un symbole connu et apprécié de toute une génération. Pendant de nombreuses années, non seulement la nouvelle organisation de marketing ST, mais aussi un certain nombre d'organisations sectorielles, de destinations et de prestataires ont fait la promotion de l'offre touristique de notre pays à travers ce même logo. La fleur dorée a ainsi accompagné toute une génération et est aujourd’hui associée à la Suisse touristique pour tous les visiteurs, suisses comme étrangers.

**« Switzerland » - une marque affûtée**

Aujourd'hui, près de 30 ans plus tard, les exigences posées à une marque sont totalement différentes de celles des années 90. C’est la raison pour laquelle ST a décidé de créer un nouvel univers de marque numérique aussi unique que reconnaissable. La voie initiée en 1995 est ainsi poursuivie de manière conséquente, mais à un niveau supérieur. Pour la première fois dans l'histoire de la promotion touristique suisse, un univers de marque complet vient remplacer un simple sigle. Ainsi, « Switzerland » ne se contentera plus de promouvoir la destination, mais accompagnera les touristes tout au long de leur parcours, de l'inspiration à la planification du voyage.

« Switzerland » - exclusivement en anglais – constitue la base logique pour la marque de la destination de vacances et de voyage qu’est la Suisse. Elle incarne la promesse touristique globale faite à tous les voyageurs séjournant dans notre pays concernant la nature, la fiabilité et la destination Suisse, de même que l’hospitalité de ses habitants.

Dans la marque « Switzerland », au lieu de la lettre T, une croix suisse symbolise l'origine digne de confiance et l'optimisme de la destination Suisse. Mais cette croix symbolique va bien au-delà d'un simple étendard : elle a été élargie et ornée d’un camaïeu de cinq tons oscillant entre le rouge et le rose, en signe de modernité, de diversité et d’autonomie.

**Une marque pour toute la Suisse touristique - pour une nouvelle génération**

L'idée de départ datant de l'époque de la création de la fleur dorée est ainsi fièrement perpétuée et parachevée. « Switzerland » représente tous les hôtes et hôtesses de Suisse. Dans ce sens, ST rend possible une meilleure orientation des hôtes pour tous ses membres et partenaires, et leur permet de tisser un lien de confiance avec ceux-ci. Ce nouvel univers de marque complet offre d'innombrables possibilités sur l’ensemble des canaux, dès maintenant et pour les nombreuses années à venir. À partir d’aujourd’hui, la nouvelle marque sera mise en œuvre progressivement dans le monde entier, à la fois sur tous les marchés ST et à travers l'ensemble du secteur du tourisme. La transition complète vers le nouvel univers de marque devrait prendre quelques mois. Martin Nydegger, directeur de ST, se réjouit : « La fleur dorée a marqué une époque pour une génération de professionnel-le-s du tourisme. Accompagnée d’un design moderne et résolument tourné vers l’avenir, la marque Switzerland inspire la confiance pour les générations futures ».

Parce qu’elle représentera la Suisse bien au-delà de la seule branche touristique, y compris sur le plan international, la nouvelle marque sera sans doute observée avec attention aux quatre coins du pays. Chef du département fédéral de l’économie, de la formation et de la recherche (DEFR) et donc également principal responsable du tourisme, le conseiller fédéral Guy Parmelin se montre ravi : « La Suisse est un symbole de diversité, de qualité et d’originalité à travers le monde. Des qualités qui se reflètent parfaitement dans la nouvelle identité de la faîtière du tourisme suisse. Je me réjouis que ces nouvelles couleurs nous accompagnent pour les nombreuses années à venir. »

La nouvelle identité de marque a été élaborée en collaboration avec l'agence de branding zurichoise MADE Identity. Pour le développement de « Switzerland », MADE a mis l'accent sur trois points principaux. D'une part, la marque doit devenir plus visible et plus facile à retenir au niveau international, et ce grâce à une stratégie de marque unique et cohérente. D'autre part, la marque doit générer un impact maximal sur le plan numérique, haptique et spatial. Pour terminer, « Switzerland » doit pouvoir accompagner les voyageurs en tant que marque tout au long de leur expérience de voyage : de la publicité au souvenir, en passant par l'expérience.

***Suisse Tourisme (ST)***

*ST est une corporation de droit public chargée par la Confédération de promouvoir l’offre touristique pour la Suisse, pays de voyages, de vacances et de congrès sur le plan national et international. L’accent est mis sur le développement et la mise en œuvre de programmes de marketing visant à stimuler la demande et à valoriser une image de marque forte de la Suisse touristique, entre modernité et authenticité. ST travaille en étroite collaboration avec la branche du tourisme, qui contribue à environ la moitié de son budget. L’autre moitié est constituée de fonds fédéraux. Ses activités sont gérées selon des critères d’économie d’entreprise axés sur la satisfaction des clients et les besoins du marché. ST compte quelque 280 collaboratrices et collaborateurs (255 ETP),
réparti-e-s dans 36 bureaux établis dans 23 marchés à travers le monde.*

[**Télécharger les visuels**](https://transfer.switzerlandtourism.ch/_F8chhaIRIhAMIR)

Nouveau logo, quatre déclinaisons ainsi qu’une visualisation animée de la nouvelle identité. Lors de toute utilisation de ces images, merci de faire mention du ©

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

Luc Berthold, Responsable relations publiques

Tél. +33 1 44 51 65 55, e-mail: luc.berthold@switzerland.com

Communiqués de presse et informations sur: [switzerland.com/media-fr](http://switzerland.com/media-fr)