



## Check-in



Chère lectrice, cher lecteur,

Dans le ciel du tourisme suisse, la météo est changeante. D'un côté, le tourisme suisse a bien récupéré de

la crise financière en 2010. De l'autre côté, les prévisions concernant la saison d'été qui arrive causent quelque souci: BAKBASEL prévoit un recul des nuitées de 1,3% par rapport à la même saison de l'an dernier.

L'une des raisons de ces prévisions prudentes est le fait que les experts s'attendent, tout au moins à court et moyen terme, à ce que la solidité du franc suisse persiste. C'est pourquoi, en février 2011, le Conseil fédéral a rapidement réagi et décidé d'augmenter les fonds à disposition du marketing de l'économie touristique. Le Parlement a approuvé la proposition en question en juin 2011. Le marketing touristique de l'ensemble du pays disposera ainsi de 12 millions de francs supplémentaires en 2011. Une augmentation similaire des moyens est prévue en 2012. Mais les injections de fonds de la Confédération ne peuvent pas durer ad aeternum. L'industrie suisse du tourisme doit apprendre à vivre avec un franc fort.

A moyen terme, la Confédération intervient aussi en faveur de la place touristique suisse: le SECO travaille actuellement intensément au développement du premier programme de mise en œuvre 2012 à 2015 pour la concrétisation de la stratégie de croissance de la place touristique suisse. Il doit être publié au premier semestre 2012. Le développement durable et le changement climatique y sont au premier plan. Dans ce domaine, il faudra aussi analyser comment le tourisme suisse peut optimiser sa réaction aux conséquences du changement climatique.

Eric Scheidegger  
Directeur suppléant, Ambassadeur  
Chef Direction de la promotion économique

### Thème principal: progrès technologique

**3 | Chances et risques**  
Les opportunités illimitées de l'e-tourisme

**4 | Alpmobil**  
Voitures électriques: une attraction dans les Alpes suisses

**6 | Projets online**  
Plateforme électronique des Grisons, SwissVideoLibrary



Agréable en vacances aussi: accès Internet gratuit dans la chambre d'hôtel

Kursaal Berne

## Innovations dans le tourisme

# Le défi «progrès technologique»

**S**uivre le progrès des technologies représente l'un des tout grands défis du tourisme suisse. Le Conseil fédéral l'a aussi constaté dans son rapport sur la stratégie de croissance de la place touristique suisse. Concrètement, il s'agit surtout de l'importance croissante d'Internet en tant que canal d'information et de distribution. Mais d'autres domaines connaissent aussi des développements fulgurants, par exemple chez les acteurs des transports ou dans la technique du bâtiment, ce qui représente d'autres défis importants pour le tourisme suisse.

**Davide Codoni, SECO**

Les technologies modernes de l'information et de la communication, et Internet tout particulièrement, seront d'une importance stratégique pour le tourisme suisse au cours des décennies à venir. Le développement fulgurant de la distribution online dans le domaine du tourisme ouvre de nouvelles possibilités de marketing et de distribution pour les acteurs du tourisme. Avec ce que l'on appelle le «Dynamic Packaging», les touristes ont, par exemple, la possibilité de réserver en temps réel des composants individuels comme le vol et l'hôtel. Le client a alors l'avantage de ▶▶

## Innovations dans le tourisme



Aéroport de Zurich

La baisse des prix des vols ouvre de nouveaux marchés au tourisme suisse.

La nouvelle cabane du Mont Rose: architecture moderne et durabilité exemplaire à 2883 mètres d'altitude.



CAS



FLYER Bikelec AG

## Le développement fulgurant des technologies entraîne aussi une pression à l'innovation dans la branche du tourisme.

confectionner ses vacances sur mesure aux prix du jour. La distribution online entraîne une réduction des barrières à l'entrée dans le marché, ce qui fait que la concurrence s'intensifie. L'économie touristique est dorénavant confrontée à la nécessité d'utiliser ces nouvelles opportunités techniques de façon systématique.

### De nouvelles offres de voyage

La poursuite du développement de la technique avionique aura un impact important sur l'avenir du tourisme. Grâce aux nouveaux avions très spacieux, la consommation de carburant et le coût associé à la distance parcourue pourront être sen-

siblement réduits à l'avenir pour les vols lointains. La pression de la concurrence s'en trouvera renforcée, mais pour le tourisme suisse, il y aura aussi des avantages: l'opportunité d'acquérir une clientèle sur de nouveaux marchés de provenance, qui disposent d'un grand potentiel de croissance. Au niveau du transport individuel, les technologies respectueuses de l'environnement et les nouveaux systèmes de mobilité, comme les vélos électriques et les voitures électriques, vont gagner en importance. Les acteurs du tourisme voient ainsi s'ouvrir de nouvelles opportunités pour élargir leur offre, et ils peuvent conquérir de nouveaux marchés.

### De gros investissements dans les infrastructures

L'hôtellerie et la gastronomie investissent chaque année plus d'un milliard de francs dans des mesures de construction. La tendance est à la hausse. Pour les exploitants de téléphériques, le remplacement des anciennes installations par de nouvelles techniquement améliorées, à plus grande capacité et plus confortables, représente le poste de dépenses le plus élevé, avec des investissements annuels d'environ 400 millions de francs. Des investissements de cette importance constituent un signal pour la branche. Pour le tourisme, la qualité des infrastructures est un élément décisif de l'attractivité de l'offre. En outre, la qualité est aussi le principal facteur déterminant de l'efficacité énergétique et de celle des ressources investies.

### Saisir rapidement les opportunités

Le développement fulgurant des technologies entraîne aussi une pression à l'innovation dans la branche du tourisme. S'il veut conserver sa capacité concurrentielle à long terme, le tourisme suisse doit exploiter toutes les opportunités offertes par les développements technologiques, en les intégrant rapidement et de façon cohérente. Dans cette édition d'insight, vous découvrirez trois projets soutenus par Innotour, dans le cadre desquels les protagonistes ont tout particulièrement bien réussi à répondre aux «défis technologiques»: le réseau de voitures électriques Alpmobil, la plateforme touristique électronique Graubünden et la base de données filmées pour la branche du tourisme suisse. ■

## Technologies de l'information et de la communication

# «Les prestataires de services touristiques sont mis au défi»

**L**es nouvelles technologies de l'information et de la communication ouvrent des possibilités d'interaction quasi illimitées entre les prestataires de la branche du tourisme et leurs hôtes potentiels. En utilisant ces outils de façon professionnelle, on dispose d'un avantage concurrentiel à ne pas sous-estimer. Le professeur Roland Schegg de l'Institut de Tourisme de la Haute Ecole Spécialisée de Suisse Occidentale Valais à Sierre, connaît particulièrement bien la question de l'e-tourisme.

**Quel est actuellement le rôle d'Internet tant que média d'information et de réservation dans le marché du voyage ?**

40% environ de la population suisse réserve aujourd'hui déjà ses voyages en ligne. L'hôtellerie suisse enregistre plus de 50% de ses réservations via les canaux électroniques: cela va de la réservation par e-mail ou au travers d'un formulaire Web, en passant par les systèmes de distribution globaux, jusqu'à la réservation en temps réel avec contrôle de disponibilité et paiement électronique. Nous estimons que l'hôtellerie suisse a généré en 2010 environ 850 millions de francs par l'entremise des canaux de réservation online et que 90 millions de francs environ ont été payés en commissions à des plateformes de voyage online. Cette évolution va sans aucun doute se poursuivre et s'intensifier.



Professeur  
Roland Schegg,  
Haute Ecole  
Spécialisée de  
Suisse Occi-  
dentale Valais

**«Le touriste qui, chez lui déjà, a l'habitude de passer plus de temps avec son smartphone, sa tablette PC ou son PC qu'avec des livres ou la télévision, aura du mal à y renoncer en vacances.»**



Des vacances décontractées en famille – réservées par Internet.

Les prestataires internationaux comme Expedia, eBookers ou encore booking.com investissent très fortement dans leurs technologies de réservation. Les experts parlent de montants se chiffrant en milliards. En outre, Google s'intéresse de plus en plus au marché du voyage online.

**Comment le tourisme suisse doit-il se positionner dans cet environnement ?**

Le tourisme suisse doit exploiter l'ensemble des possibilités actuelles du marché online et contribuer activement au développement de la tendance de l'e-tourisme. Les prestataires de services du tourisme sont mis au défi de poursuivre le développement de leurs sites Web pour en faire des centrales de réservation efficaces et d'utiliser de façon pointue les opportunités offertes par les nouveaux médias en ce qui concerne la fidélisation des clients, le développement de produits et le marketing. Il est très important de clarifier la répartition des rôles qui en découle pour le tourisme suisse, afin d'éviter que ne se développent des doublons en matière d'investissements dans le système de dis-

tribution électronique, au niveau local, au niveau régional et au niveau national.

**A votre avis, quelles seront à l'avenir les développements les plus significatifs pour l'e-tourisme ?**

La disponibilité quasiment illimitée des informations (online et offline) fait que les consommateurs sont de plus en plus impliqués dans les processus d'affaires, qui deviennent toujours plus interactifs. D'autre part, les fournisseurs de prestations touristiques sont de plus en plus fortement liés entre eux dans le cadre de réseaux. Le client a accès aux sources d'informations les plus diverses: les sites Web des prestataires de service et agences de voyage, les moteurs de recherche, les portails d'évaluation et de réservation, les réseaux sociaux. Il est ainsi de plus en plus difficile de cibler la communication par rapport à un public cible, et en outre, la communication est de plus en plus dynamique et difficile à contrôler globalement. Le touriste qui, chez lui déjà, a l'habitude de passer plus de temps avec son smartphone, sa tablette PC ou son PC qu'avec des livres ou la télévision, aura du mal à y renoncer en vacances. Il est donc très important que les destinations touristiques offrent un accès (gratuit) à Internet, et qu'elles disposent des compétences les plus actuelles en ce qui concerne les nouveaux médias, car ces éléments sont aujourd'hui un facteur de concurrence important pour le tourisme suisse. ■

## Alpmobil

Un bolide électrique attrayant pour 60 francs par jour.



Gästecenter Obergoms

# Voitures électriques: une attraction dans les Alpes suisses

**L'été dernier, elles ont beaucoup fait parler d'elles dans les régions du Haslital et de Goms: les quelque 60 voitures électriques de type Think City. Dans le cadre d'un projet pilote, les indigènes et les touristes de la région avaient la possibilité de louer l'un de ces attrayants bolides électriques pour seulement 60 francs par jour. Initiateurs et utilisateurs des véhicules, tous étaient enchantés par la réussite du projet. Le magazine de voyage allemand «travel one» lui a attribué le prix du développement durable. Dans le cadre d'un projet Innotour, un team d'experts a ensuite été mandaté pour développer un concept de mise en œuvre pour le déploiement du projet dans toute la région du Gothard.**

La région du Gothard comprend en tout dix cols alpins et d'innombrables itinéraires d'excursion ainsi que de nombreuses destinations touristiques renommées au niveau international. Permettre de relier

entre eux ces itinéraires et ces destinations, agréablement et dans le respect de l'environnement, et ainsi de rehausser l'attrait touristique de la région, c'est le but du projet Alpmobil: tout le territoire doit pouvoir être parcouru avec des voitures électriques. Le trafic sera ainsi plus écologique et les moyens de transport seront mieux connectés entre eux.

20% environ de la population domiciliée en Suisse ne possède pas de voiture; dans les grandes villes du plateau, ce taux est même de 40%. Alpmobil permet à la région du Gothard d'attirer ce segment de clientèle touristique. Mais l'offre est aussi susceptible d'intéresser les propriétaires de voitures; ils ont la possibilité de tester le comportement des voitures électriques dans un paysage attrayant.

### Une deux-places qui a de la classe

Le succès de ce projet pilote s'explique aussi par la qualité des véhicules sélectionnés pour l'occasion. La voiture à deux places aux lignes élégantes Think City est

la première voiture électrique européenne arrivée à maturité pour la production en série. Elle est construite par l'entreprise norvégienne Think Global. Ceux qui l'utilisent pour la première fois sont généralement surpris de la bonne adaptabilité du véhicule électrique à toutes les situations, et de sa conduite nerveuse. Son glissement silencieux procure une toute nouvelle expérience de la conduite automobile.

La carrosserie de la Think City est faite de plastique recyclable. La deux-places mesure bien 3 mètres de long, pèse plus de 900 kilos et peut compter sur un moteur de 17 kilowatts. On peut ainsi atteindre une vitesse maximale de 100 à 120 kilomètres à l'heure. Lors des grimpees en montagne, la batterie se décharge, et elle se recharge lors des descentes en profitant de la récupération de l'énergie cinétique. Le véhicule dispose ainsi d'une autonomie de 120 à 160 kilomètres. Il faut ensuite le brancher à une prise. La recharge peut être faite à une prise de ménage ordinaire. Elle dure environ cinq heures. L'électricité

## Alpmobil

fournie aux stations du projet Alpmobil provient bien sûr d'énergies renouvelables produites dans la région: de l'énergie éolienne, solaire ou hydraulique.

### Un succès au-delà des attentes

Le projet pilote Alpmobil, réalisé durant l'été 2010, a connu un succès qui a largement dépassé les prévisions. 60 voitures électriques ont été louées à des hôteliers, des compagnies de chemin de fer, des organismes touristiques et des entreprises d'approvisionnement en énergie. 34 de ces véhicules étant destinés à être reloués à des vacanciers. Au total, les 60 voitures ont été utilisées à 50%. La sécurité des utilisateurs des voitures électriques est la priorité numéro un du projet Alpmobil. Durant l'ensemble de la phase pilote du projet, 250'000 kilomètres ont été parcourus au total, sans accident, et bien sûr sans pollution atmosphérique, ce qui représente une économie de 45 tonnes de CO<sub>2</sub>. Plus de la moitié des clients ont répondu à un questionnaire d'évaluation et ont attribué globalement d'excellentes notes au projet.

### L'offre sera étoffée

Le projet Alpmobil a été mis en œuvre et piloté par le centre touristique d'Obergoms. Dans la phase pilote de 2010, le projet s'étendait sur Goms et le Haslital. Cet été, ses initiateurs veulent équiper aussi les régions de Brigue-Viège, Interlaken, Andermatt, la Leventina et Sedrun-Dentis, dans lesquelles on pourra obtenir les véhicules. Et à moyen terme, il est tout à fait pensable de mettre à disposition dans la région du Gothard aussi bien des voitures familiales que des modèles électriques plus sportifs.

Grâce au projet Alpmobil, la région du Gothard assume un rôle de précurseur. D'une part, elle promeut la mobilité respectueuse de l'environnement, et d'autre part, elle crée une plus-value intéressante pour son offre touristique. ■

### Panorama

**Avantage Innotour:** Alpmobil comble une lacune dans une région de montagne faiblement connectée aux transports publics et crée en même temps un grand potentiel pour le tourisme.

**Durée du projet:** Etude: janvier à juin 2011

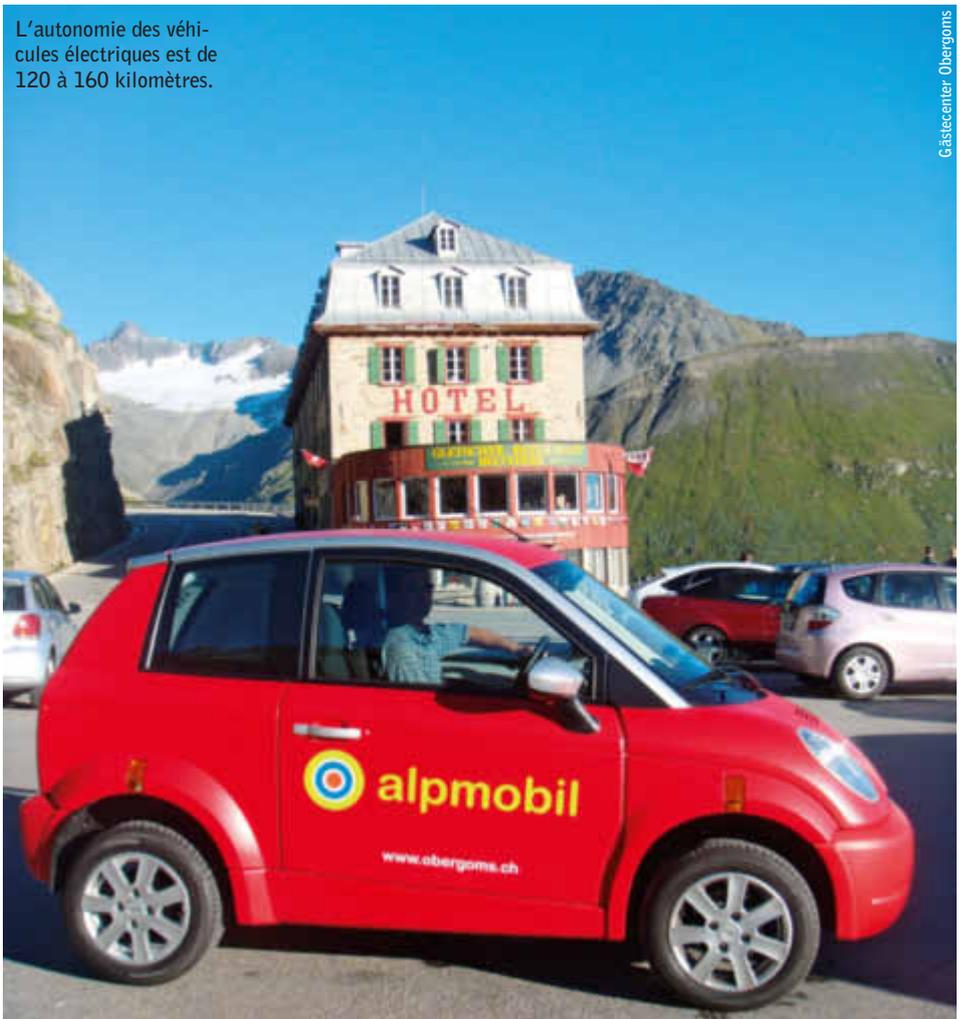
**Contact:** Gästecenter Obergoms, Im Kehr, 3985 Münster, T +41 27 974 68 68, [www.obergoms.ch](http://www.obergoms.ch)

Avec Alpmobil, on voyage de façon écologique, indépendante et inodore, dans un paysage de carte postale.



Gästecenter Obergoms

L'autonomie des véhicules électriques est de 120 à 160 kilomètres.



Gästecenter Obergoms

**Durant l'ensemble de la phase pilote du projet, 250'000 kilomètres ont été parcourus au total, sans accident, et bien sûr sans pollution atmosphérique.**

## Technologies de l'information et de la communication

# La plateforme touristique renforce la région de vacances des Grisons



Vacances dans les Grisons

Grâce à un module d'e-ticketing vous pouvez vendre des billets de chemin de fer sur votre propre site Web.

**Avec la plateforme électronique Graubünden, les responsables touristiques du canton veulent renforcer durablement la capacité concurrentielle internationale du canton. Pour les prestataires de services touristiques comme les hôtels, les propriétaires d'appartements de vacances à louer ou les chemins de fer de montagne, la plateforme électronique Graubünden constitue un lien avec les principaux canaux de distribution internationaux, comme par exemple TUI en Allemagne, ou les portails hôteliers booking.com et expedia.com**

Pour de nombreux prestataires touristiques locaux, la collaboration avec les principaux canaux de distribution présente deux inconvénients: elle prend du temps et elle est compliquée. Ils doivent

par exemple en principe offrir des contingents fixes aux organismes de voyage classiques sur les marchés étrangers, ce qui pour nombre d'entre eux n'est pas souhaitable, ou tout simplement pas possible, durant la haute saison. Avec les canaux de distribution électronique, les contingents ne sont en général pas fixes, mais ils doivent être introduits en continu par les prestataires de service dans les divers systèmes, ce qui non seulement prend beaucoup de temps, mais est aussi source d'erreurs. Avec les organisations de promotion de la destination, comme par exemple «Davos Klosters» ou «Flims Laax Falera», presque tous les prestataires travaillent plus ou moins directement ensemble. Et c'est là qu'intervient la plateforme électronique Graubünden: les hôteliers et propriétaires de logements de vacances ne mettent à jour leurs contingents qu'une seule fois, au

travers de l'organisation qui travaille sur la destination. La plateforme électronique s'occupe ensuite de la transmission aux canaux de distribution.

## Les organisations de promotion de la destination sont renforcées

La plateforme électronique renforce ainsi de façon significative le rôle de l'organisation qui travaille sur une destination. En effet, cette dernière n'est pas seulement en contact direct avec les prestataires, elle collabore tout naturellement avec eux et se positionne ainsi de manière optimale pour développer ensemble des produits bien adaptés au marché et les présenter de façon à ce que les hôtes potentiels puissent facilement les acheter. Parmi ces produits, il y a par exemple les offres d'hébergement, les excursions, les abonnements de ski ou les offres forfaitaires comme les semaines à thème.

## Un partenariat avec un organisme de voyage leader en Allemagne

Avec TUI Deutschland GmbH qui, outre la marque principale TUI, possède aussi de nombreuses autres marques comme 1-2-

**Les Grisons sont ainsi la première région alpine qui a pu conclure un partenariat stratégique de ce type avec le leader des voyagistes allemands.**

## Technologies de l'information et de la communication



Pour des vacances en famille ...

Hôtel Schweizerhof, Lenzerheide



... ou des vacances actives: la plateforme touristique électronique montre le chemin des Grisons à de nouveaux hôtes.

Hôtel Schweizerhof, Lenzerheide

Fly, airtours ou L'tur, les responsables du tourisme dans les Grisons ont trouvé un partenaire stratégique de distribution de premier plan pour leur plateforme électronique. Les Grisons sont ainsi la première région alpine qui a pu conclure un partenariat stratégique de ce type avec le leader des voyagistes allemands. Une interface entre la plateforme électronique et le système de réservation de TUI permet à tous les collaborateurs des agences de voyage

TUI d'accéder directement aux offres des Grisons au travers de leur propre système de réservation. Une vraie situation win-win: les deux partenaires mettent leur savoir-faire en commun, présentant ainsi un front commun pour séduire le marché. Les agences de voyage reçoivent une offre diversifiée, des compétences accrues en matière de conseil et de nouvelles possibilités de développer leur chiffre d'affaires. Dès lors, les destinations et les prestataires

de services des Grisons obtiennent un accès direct à une structure de distribution très bien introduite disposant de près de 10'000 agences de voyage.

Dans le contexte de la plateforme électronique, la société d'exploitation grisonne eTourism GmbH a développé d'autres produits intéressants. Ainsi, pour le sous-projet Tourismus-Typo3, divers modules fonctionnels ont par exemple été développés pour le Content Management System Typo3. Ce programme open-source – donc librement accessible et non soumis à des droits – convient parfaitement aux prestataires de services et organisations de promotion de la destination pour l'administration de leurs propres sites Web, grâce aux modules complémentaires parfaitement adaptés aux prestataires du tourisme.

### Achat de billets à la réception de l'hôtel

Le module eTicketing est un autre produit qui a été développé dans l'environnement de la plateforme électronique des Grisons. E-Ticketing permet la vente de billets pour les transports publics. Les touristes peuvent ainsi réserver directement leur arrivée et leur départ des Grisons. Les organisations de promotion de la destination ont la possibilité d'intégrer le module eTicketing dans leur site Web, en tant qu'offre isolée, ou via une interface, dans un shop électronique existant. Les hôtels peuvent mettre cette offre à la disposition de leurs clients à la réception au travers d'une interface Web.

### Graubünden TV

Les partenaires du projet que sont les chemins de fer rhétiques, la Haute Ecole pour la technique et l'économie de Coire, Südostschweiz Mediengruppe et Graubünden Ferien ont créé une spin-off de la plateforme électronique Graubünden: «GraubündenTV.com». C'est une plateforme d'administration, de publication et de distribution pour les contenus vidéo et audio. ■

### Panorama

**Avantage Innotour:** Grâce à la plateforme intégrée orientée vente, le canton des Grisons est en mesure de toucher de nouveaux touristes.

**Durée du projet:** 2008 à 2010

**Contact:** Graubünden Ferien, Alexanderstrasse 24, 7001 Coire, T +41 81 254 24 24, [www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch)

## SwissVideoLibrary

# Films à usage touristique prêts à télécharger

**Grâce aux films touristiques, les destinations suisses se positionnent bien en vue et de façon moderne sur le marché international. Une archive électronique permet aux utilisateurs de trouver les vidéos désirées en un clic de souris.**

Grâce au portail Web SwissVideoLibrary, les journalistes du monde entier ont accès à des films touristiques suisses. La recherche est aussi simple qu'on peut le souhaiter: il suffit d'introduire un terme de recherche, et la séquence désirée est disponible pour téléchargement dans tous les formats courants. A New-Dehli ou à Tokyo, les équipes de télévision internationales utilisent les films attrayants mis à leur dis-

position pour leurs reportages sur la Suisse.

L'archive de films gérée par Suisse Tourisme ouvre aussi de nouvelles opportunités pour la branche locale du tourisme. «Rares sont les destinations touristiques qui exploitent complètement les possibilités d'applications pour le Web, la tablette PC ou le smartphone», explique Rafael Enzler, responsable du marketing de Suisse Tourisme. C'est pourquoi depuis le printemps dernier, les représentants des destinations suisses ont aussi accès à cette base de données filmées très pratique.



ce qu'il faut pour cela, c'est un navigateur Web, quelques clics et le logiciel Web très convivial de Suisse Tourisme.

### Panorama

**Avantage Innotour:** Une base de données facilite l'utilisation de vidéos touristiques.

**Durée du projet:** 2009 à 2011

**Contact:** Suisse Tourisme, Tödistrasse 7, 8027 Zurich, T +41 44 288 12 63, [www.swissvideolibrary.ch](http://www.swissvideolibrary.ch)

### Une nouvelle technologie facilite le téléchargement

La SwissVideoLibrary repose sur le principe du Cloud Computing, la sauvegarde décentralisée des données, répartie entre divers serveurs situés dans le monde entier. Alors que la transmission et la conversion des contenus vidéos prenait encore des jours il y a quelques années, elle s'effectue aujourd'hui en un clin d'œil. Tout

### Une présentation attrayante des destinations

Tout en développant son système d'archives électronique, Suisse Tourisme a produit systématiquement des films sur la Suisse et les a introduits dans la base de données. Dans le cadre d'une action soutenue par Innotour, Suisse Tourisme soutient en outre les destinations à travers la réalisation de petits films attrayants. ■

## Innotour: Update juin 2011

### Contact

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO  
Secteur tourisme, Innotour  
Holzikofenweg 36, 3003 Berne

### Chef de programme

Davide Codoni,  
Chef suppléant du  
secteur Tourisme



### Premier contact

[tourismus@seco.admin.ch](mailto:tourismus@seco.admin.ch)  
T +41 31 322 27 58  
F +41 31 323 12 12

### Informations utiles

[www.inno-tour.ch](http://www.inno-tour.ch)

### Impressum

Editeur: Secrétariat d'Etat à l'économie SECO, Direction de la promotion économique, Secteur tourisme, 3003 Berne; Conception et réalisation: Zoebeli Communications SA, Berne; Mise en page: Oliver Slappnig, Herenschwanden; Français: Félix Glutz, Montreux; Italien: Marina Graham, Gümligen; Impression: Ast & Fischer AG, Wabern; Tirage: 1650 exemplaires.

### Innotour III: exemples de projets

- Création d'un organisme de gestion de la destination (OGD) et plateforme Internet gérée de manière coordonnée, Tourismusverband Kanton Schwyz, [www.schwyz-wirtschaft.ch](http://www.schwyz-wirtschaft.ch)
- e-valais, Valais tourisme, [www.valais.ch](http://www.valais.ch)
- Gestion de l'énergie dans les chemins de fer de montagne, Remontées Mécaniques Suisses, [www.seilbahnen.org](http://www.seilbahnen.org)
- [hoteljob.ch](http://hoteljob.ch) – la plateforme de l'emploi et de la formation de l'organisation Hôtellerie-Gastronomie-Tourisme, htr hotel revue, [www.hoteljob.ch](http://www.hoteljob.ch), [www.htr.ch](http://www.htr.ch)
- Innovation touristique dans le canton d'Argovie, Aargau Tourismus, [www.aargautourismus.ch](http://www.aargautourismus.ch)
- «Médiathèque Suisse», Suisse Tourisme, [www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com)
- Moniteur BAK pour destinations touristiques, BAK Basel Economics AG, [www.bakbasel.ch](http://www.bakbasel.ch)
- Outil Internet servant à développer l'offre dans le domaine du tourisme vert, sanu/formation pour le développement durable, [www.sanu.ch](http://www.sanu.ch)
- Plateforme touristique électronique des Grisons, Departement für Volkswirtschaft und Soziales Graubünden, [www.dvs.gr.ch](http://www.dvs.gr.ch), [www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch) (voir p. 6)
- Projet pilote Alpmobile: des voitures électriques pour stimuler le tourisme dans les Alpes suisses, Gästecenter Obergoms, [www.alpmobil.ch](http://www.alpmobil.ch) (voir p. 4)
- Renforcement de la compétitivité de plus de 150 petits et très petits établissements d'hébergement, Swiss Budget Hotels, [www.swissbudgethotels.ch](http://www.swissbudgethotels.ch)
- TicinoInfo III, TicinoInfo SA, [www.ticino-info.ch](http://www.ticino-info.ch)
- UNESCO Destination Suisse, UNESCO Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch, [www.jungfrau-aletsch.ch](http://www.jungfrau-aletsch.ch)