

25



Mentions légales

Le rapport annuel est publié en ligne en français et en allemand et disponible au format PDF en anglais également.

Éditeur: Suisse Tourisme,
Morgartenstrasse 5a, 8004 Zurich

Rédaction & traduction: Suisse Tourisme
Conception graphique, design et réalisation: Hej AG, Zurich
Illustrations: Frederic Siegel, Zurich

04 [Éditorial](#)

04 [Mot de la présidente](#)

08 [Rétrospective](#)

08 [Faits et chiffres](#)

12 [Temps forts](#)

18 [Organisation](#)

18 [Comité](#)

18 [Direction](#)

18 [Extended Management Team \(EMT\)](#)

18 [Conseil suisse du tourisme \(CST\)](#)

20 [Rapport financier](#)

20 [Bilan](#)

24 [Comptes de pertes et profits](#)

27 [Compte des flux monétaires](#)

29 [Annexe aux comptes de l'exercice](#)

32 [Rapport de l'organe de révision](#)

34 [Contact](#)



51,1 %

Taux d'occupation brut des chambres d'hôtel

Le taux d'occupation moyen des chambres d'hôtel en 2025 a peu augmenté par rapport à l'année précédente (+1,7 %).

[L'année en chiffres ↗](#)

En route vers le tourisme moderne

Suisse Tourisme (ST) joue un rôle essentiel dans la pérennité de la Suisse comme destination touristique prospère. Nous assumons un rôle de guide qui assure la cohésion du secteur et lui donne une orientation.

Brigitta M. Gadiant
Présidente

L'année 2025 a été une nouvelle année record du point de vue du tourisme suisse. Par le passé, cela provoquait de l'euphorie et une couverture médiatique favorable. Ce succès nous incite aujourd'hui à plus de retenue.

L'importance économique de notre branche se trouve en effet largement reléguée au second plan. Le débat public se concentre de plus en plus sur les personnes qui se sentent agressées par le tourisme. Certains médias présentent le tourisme comme un fardeau pour les habitants, l'environnement et les infrastructures. Bien que de nombreux Suisses et Suissesses voyagent à l'étranger plusieurs fois par an, ils souhaitent contenir ou au moins limiter le tourisme dans leur pays, et par conséquent, nos activités également.

Mais le tourisme mondial continuera de croître. En 2025, l'Organisation mondiale du tourisme a enregistré 1,3 milliard d'arrivées de touristes dans le monde. En raison de la croissance générale de la population, de la nouvelle classe moyenne dans les pays asiatiques et d'énormes projets d'infrastructures, le nombre de touristes dans le monde va augmenter plutôt que diminuer pour le moment.

ST joue un rôle plus important que jamais dans ce contexte. Nous sommes conscients de notre responsabilité : nous devons concevoir le tourisme de manière à ce qu'il profite à la fois aux hôtes, aux prestataires et aux populations résidentes. La croissance ne doit pas se faire au détriment de la nature, de la culture et de la qualité de vie. L'acquisition de visiteurs n'est plus le seul objectif.

C'est pourquoi nous réorientons les flux touristiques dans le temps et l'espace. Nous valorisons la basse saison et sensibilisons à l'importance d'une coexistence harmonieuse entre hôtes et populations locales. La proportionnalité est l'élément directeur de nos campagnes et mesures: nous favorisons la demande sans surcharger les points chauds.

De plus, ST est synonyme de fiabilité: nous voulons être un partenaire de confiance pour les destinations, les politiciens et la population – surtout en période d'incertitude économique et de changements politiques. Nous proposons aux prestataires touristiques des conseils et des outils pour façonner activement le tourisme de demain. Nous montrons de manière transparente comment gérer des surcharges temporaires. Nous offrons également une visibilité à de petites destinations.

Les capacités touristiques ne sont pas épuisées, loin s'en faut. Le taux d'occupation brut moyen des chambres d'hôtel suisses atteint juste 51%. Il reste encore une belle marge de progression. Cependant, la diversification des saisons de voyage et des destinations doit être réussie.

« Influencer intelligemment les hôtes est le pilier central des stratégies touristiques modernes. Suisse Tourisme assume un rôle de premier plan en tant que force d'impulsion, d'innovation et de coordination. »

Brigitta M. Gadiant
Présidente

N'oublions pas que la Suisse fait face à un double défi dans les années à venir: l'économie doit s'aligner sur des objectifs climatiques. Par ailleurs, nous ne pouvons pas nous reposer sur quelques secteurs phares et moteurs de croissance. La vraie prospérité dépend d'une économie diversifiée.

Le tourisme peut jouer un rôle important dans ce domaine. Pour qu'il profite équitablement aux visiteurs, aux prestataires et aux populations locales, nous devons penser le tourisme à long terme. Influencer intelligemment les hôtes est le pilier central des stratégies touristiques modernes. Suisse Tourisme assume un rôle de premier plan en tant que force d'impulsion, d'innovation et de coordination.

Nous sommes en quelque sorte des pilotes: nous connaissons le chemin et naviguons à travers l'épais brouillard plein d'incertitudes. Cette tâche est exigeante, elle nécessite des données précises et une adaptation permanente, car les comportements en matière de voyage évoluent rapidement et la gestion des flux touristiques repose sur la coordination de nombreux acteurs.

Suisse Tourisme reste incontournable pour assurer un tourisme sain et prospère. Une absence de pilotage ne signifierait pas moins de touristes, mais assurément moins de contrôle.



Brigitta M. Gadiant
Présidente

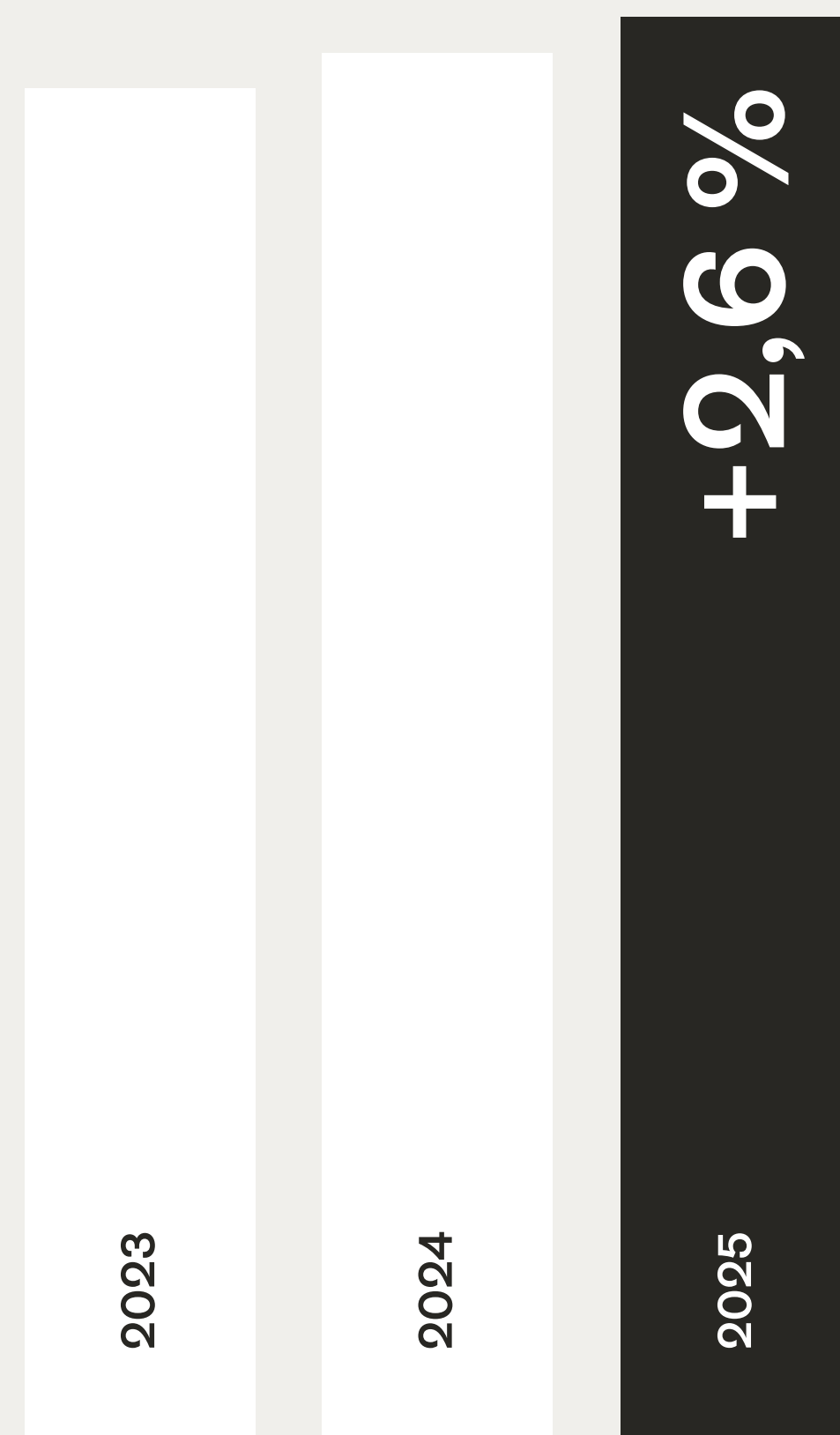
1047,3

millions de CHF
**Chiffre d'affaires touristique
généré par le KAM**

Le chiffre d'affaires du Key Account Management (nuitées hôtelières × dépenses quotidiennes des hôtes par marché) a augmenté de CHF 13,53 millions en 2025 par rapport à 2024.

[L'année en chiffres ↗](#)





43,93

millions de nuitées hôtelières

En 2025, une augmentation de 2,6 % du nombre de nuitées hôtelières a été enregistré en Suisse par rapport à 2024, soit un total de 43,93 millions de nuitées.

[Communiqué de presse ↗](#)

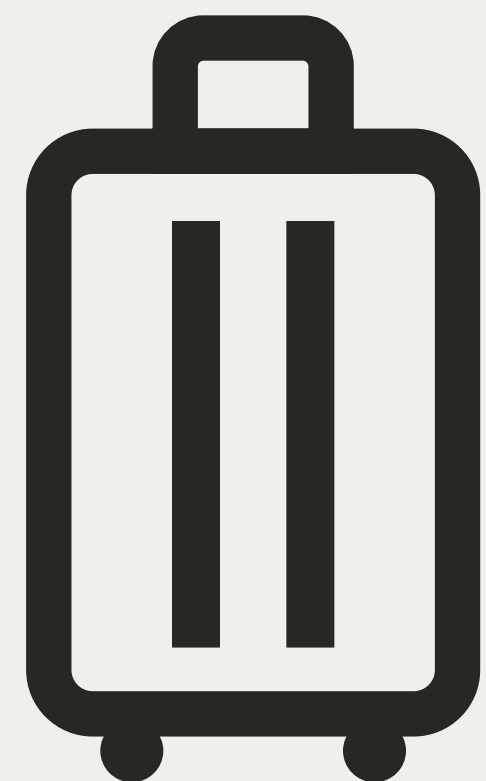


40,90 %

Taux d'autofinancement

Le taux d'autofinancement de Suisse Tourisme a légèrement diminué de 1,66 % par rapport à 2024, pour s'établir à 40,90 % (raison: budget extraordinaire pour l'Euro féminin de football). Il demeure ainsi l'un des plus élevés parmi toutes les DMO dans le monde.

[L'année en chiffres ↗](#)



3056

Spécialistes de la branche, des médias et de MICE invités

En 2025, 3056 professionnels du voyage, des médias et du domaine MICE ont découvert la Suisse grâce à des voyages de presse et de familiarisation organisés par Suisse Tourisme.

[L'année en chiffres ↗](#)

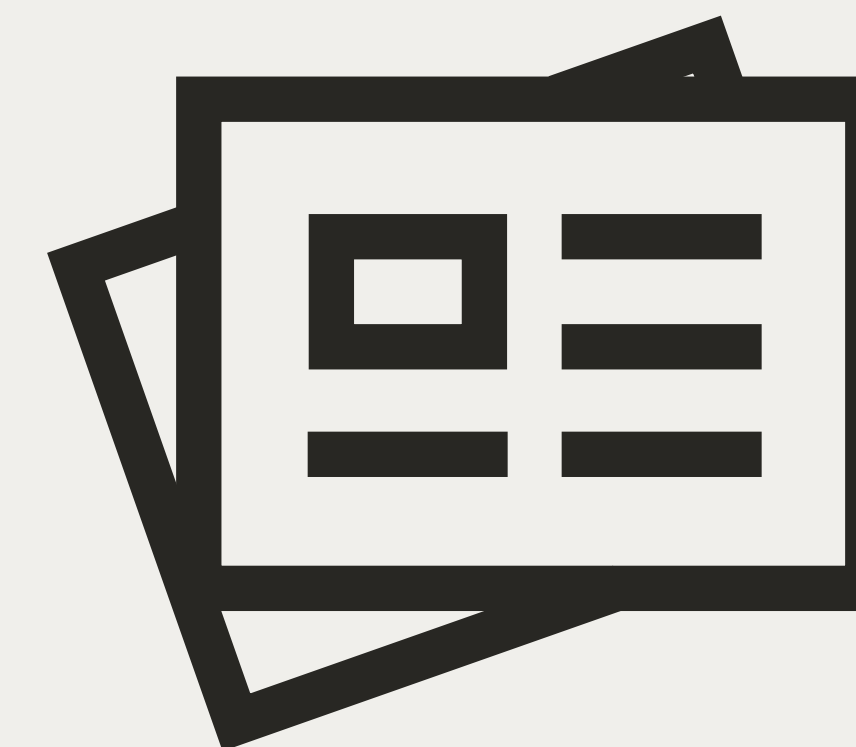


45'622

Interactions qualifiées

Les interactions personnelles (dans les domaines du KAM, KMM et SCIB) gagnent en importance à l'ère du numérique. En 2025, 176 interactions de plus qu'en 2024 ont été réalisées.

[L'année en chiffres ↗](#)

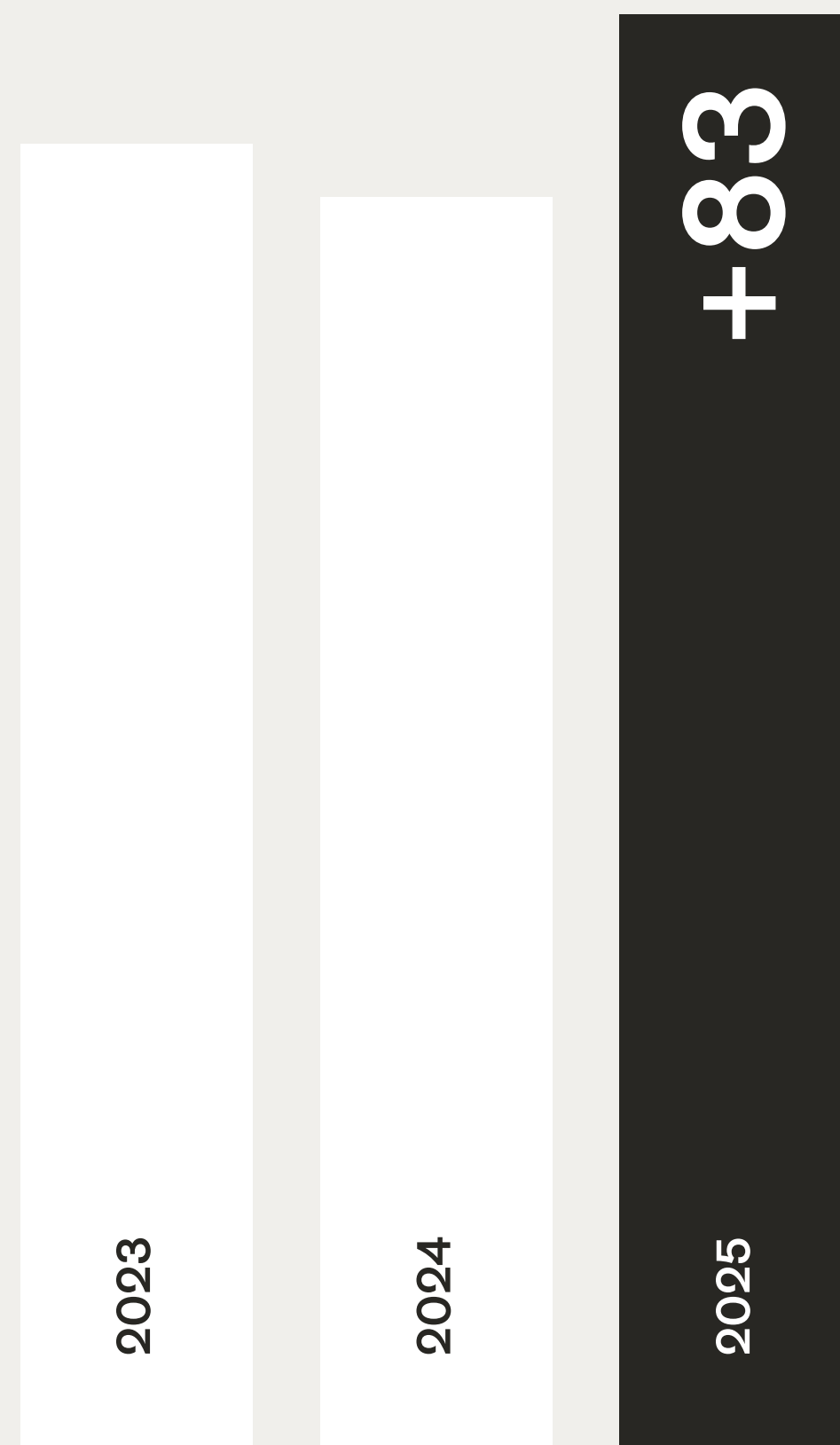


3325

Résultats top médias

Compte tenu de la mutation rapide dans le monde des médias, le nombre de résultats top médias (earned media) à l'échelle mondiale a légèrement diminué en 2025, passant de 3721 en 2024 à 3325.

[L'année en chiffres ↗](#)



648

Événements professionnels

Les 1214 offres réalisées par les 20 employés du SCIB dans le monde se sont concrétisées par la tenue de 648 événements professionnels en Suisse en 2025 (83 de plus qu'en 2024).

[L'année en chiffres ↗](#)



253'320

Sessions avec le chatbot

Le chatbot destiné aux hôtes sur Switzerland.com utilise l'intelligence artificielle. Le nombre de sessions a diminué en 2025 (-29'612), pour atteindre un total de 253'320.

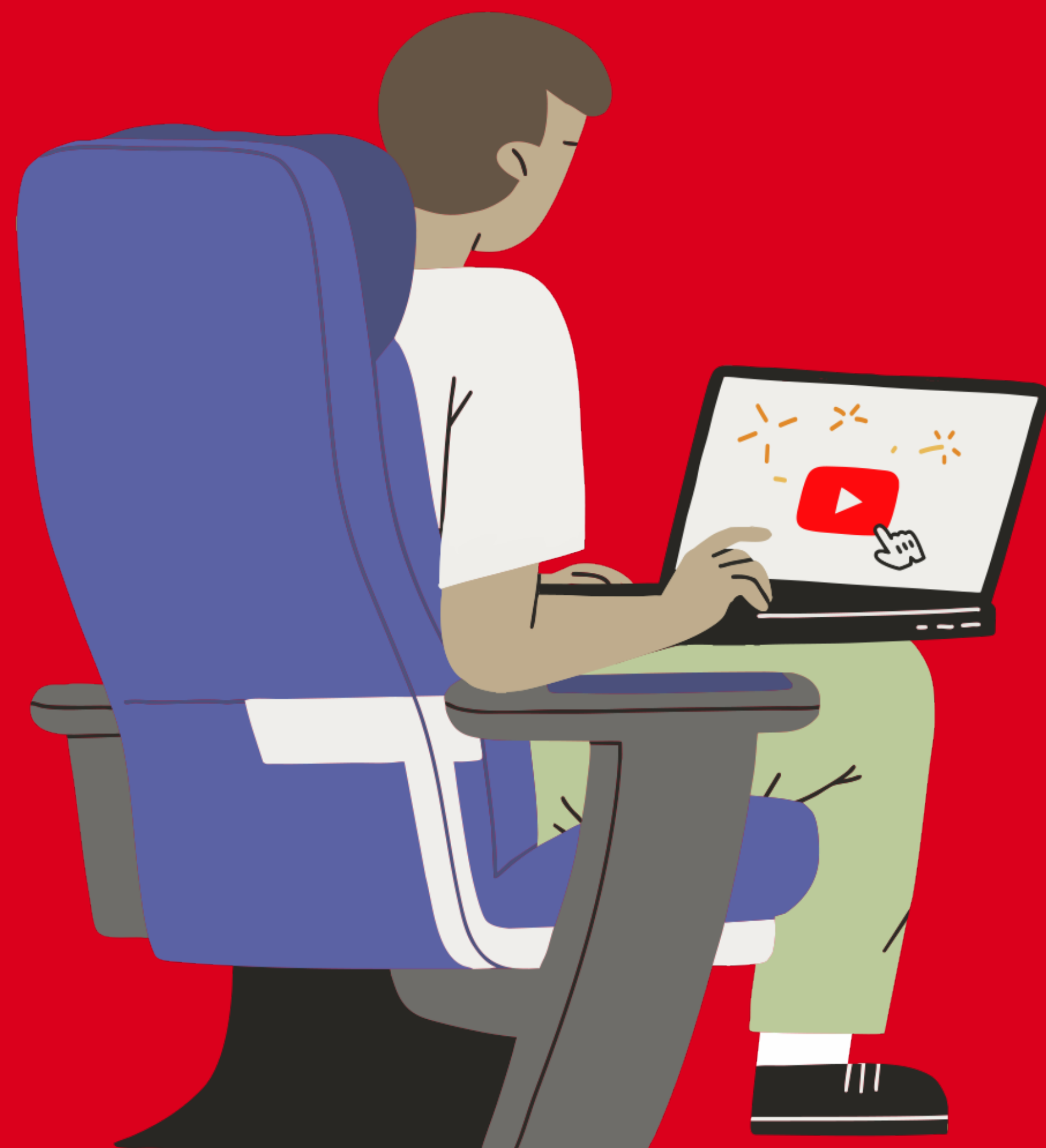
[L'année en chiffres ↗](#)

1 million

d'abonnés sur YouTube

En 2025, la chaîne YouTube de Suisse Tourisme a franchi pour la première fois le cap important de 1 million d'abonnés.

[Communiqué de presse ↗](#)





La nouvelle stratégie de durabilité est lancée

Suisse Tourisme (ST) a fait évoluer sa stratégie et l'a relancée en 2025 sous le nom de «stratégie de durabilité 2030». Constituant l'un des engagements fondamentaux de ST, elle est également source d'inspiration pour la branche du tourisme. En prenant en compte à la fois les intérêts de la nature, de la population, des hôtes et des acteurs du secteur, elle participe à façonner un tourisme suisse global et responsable. Un élément central est le programme Swisstainable: fin 2025, 2'398 établissements et 15 destinations y participaient.

[Stratégie de durabilité 2030 ↗](#)



Nouvelle orientation sur un marché lucratif

La clientèle dans le segment du luxe en Suisse représente 8% des nuitées de l'hôtellerie, mais génère un quart de la valeur ajoutée. C'est pourquoi Suisse Tourisme a intégré le marché du luxe parmi les segments prioritaires en 2025. Durant cette première année, l'accent a été mis sur la construction d'un réseau mondial – incluant le premier Forum Virtuoso Europe et le partenariat avec Swiss Deluxe Hotels. Le segment Destination Weddings a également rencontré un grand succès: le nombre des organisations de mariage est passé de 80 à 99 par rapport à 2024.

[Plus d'informations ↗](#)

[Article de 20 Minuten \(en allemand\) ↗](#)



Boussole Neige

Changement climatique: boussole pour les stations de sports d'hiver suisses

Le réchauffement climatique est actuellement le plus grand défi pour de nombreuses destinations suisses de sports d'hiver. Afin de les accompagner, Suisse Tourisme a développé le projet «Boussole Neige» en collaboration avec les Remontées Mécaniques Suisses, SLF, Météo-Suisse, l'ETH et l'ASMT. Cet outil basé sur les données peut être utilisé pour évaluer les effets du changement climatique dans des régions spécifiques de manière ciblée afin de décider de stratégies futures. Depuis son lancement jusqu'à la fin 2025, l'initiative Boussole Neige a fait l'objet de 60 publications dans les médias.

[Site Internet de la Boussole Neige](#) ↗

[Reportage de la SRF \(en allemand\)](#) ↗



Automne

Des stars pour promouvoir l'automne

Suisse Tourisme a mobilisé de nombreuses personnalités pour soutenir la branche et accroître la fréquentation en automne. Pour la campagne internationale, Roger Federer et la star hollywoodienne Halle Berry se sont retrouvés en Suisse centrale en automne. Pour le marché italien, Michelle Hunziker et Yann Sommer ont mis en lumière St. Moritz. Sur YouTube, les deux clips ont obtenu de très bons taux de visionnage. La promotion du tourisme tout au long de l'année porte ses fruits: depuis 2018, les nuitées dans les hôtels en automne (septembre, octobre, novembre) ont augmenté de 14,5 %.

[Plus d'information](#) ↗

[Contenu média SRF \(en allemand\)](#) ↗



Championnat d'Europe féminin de football

Victoire pour le football féminin et la Suisse

Le Championnat d'Europe de football féminin en 2025 en Suisse a célébré ce sport au féminin. Suisse Tourisme, qui a mis en œuvre la communication touristique nationale pour le compte de la Confédération et généré ainsi 1,6 milliard de contacts, y a largement contribué. Cet engagement a eu un effet: les nuitées hôtelières en provenance du marché britannique ont ainsi progressé de 37,7 %, notamment grâce à l'Angleterre, gagnante du championnat. Août (+11,8 %) et septembre (+6,6 %) ont également montré des effets durables.

[Article de Blick \(en allemand\)](#) ↗

[Case Film YouTube](#) ↗



ST sur le podium mondial des chaînes YouTube d'ONT

En 2025, la chaîne YouTube de Suisse Tourisme (ST) a franchi pour la première fois le cap du million d'abonnés, se classant ainsi au troisième rang mondial parmi les organisations nationales de tourisme sur cette plateforme. La stratégie YouTube, affinée depuis 2024, se concentre sur la construction de communauté à travers de longs formats narratifs, une excellente qualité vidéo et la publication régulière de contenu. La coopération avec YouTube/Google renforce également ST en tant que partenaire pour des collaborations, ce dont bénéficient tous les membres ST.

[La série Creator's Cut sur YouTube ↗](#)

[Article m&k \(en allemand\) ↗](#)



Instrument clé du travail sur les marchés

Les «voyages de familiarisation» (Fam trips) restent un instrument clé de Suisse Tourisme (ST) pour influencer activement l'offre suisse sur les marchés. La philosophie «Travel Better» joue un rôle central dans la planification. En 2025, ST a organisé 222 voyages d'étude avec 945 professionnels du secteur du voyage, dont la société brésilienne Premium-TO FVO Travel. Les participantes et participants se sont rendus à Andermatt et St. Moritz pour les vacances de sports d'hiver en utilisant l'offre de transports publics suisses.

[Entretien: Simon Bosshard, responsable des marchés Est ↗](#)

Key Media Management



Un petit train dans un grand journal

Une offre touristique suisse fait la une du «New York Times». En 2025, le journal a désigné le tracé du chemin de fer du Centovalli parmi les cinq meilleurs trajets en train d'Europe. Ce coup de projecteur est en grande partie le fruit du travail de Key Media Management (KMM) de Suisse Tourisme (ST) aux États-Unis. Grâce à des présentations ciblées et à un réseau solide de contacts médias, ST invite chaque année des journalistes des marchés proches et lointains à réaliser des reportages en Suisse. En 2025, ST a généré 7,13 milliards de contacts médias dans 22 marchés.

[Article du Tages Anzeiger \(en allemand\) ↗](#)

[Article du New York Times \(en anglais\) ↗](#)

Rapport annuel 2025

Grand Tour culinaire



Parcours gastronomique de Noah Bachofen et Nico Franzoni

La Suisse regorge de spécialités locales souvent inconnues même des habitants. Leur préservation s'inscrit parfaitement dans l'esprit de Swisstainable. Les gourmets Noah Bachofen et Nico Franzoni montrent comment les découvrir. Lors d'un voyage d'exploration à travers la Suisse, ils ont entre autres fait la découverte du Ribelmais du Rheintal et goûté l'absinthe du Val-de-Travers. Cette série YouTube a généré un million de vues, attirant davantage l'attention sur le Grand Tour de Suisse, qui fêtait son dixième anniversaire en 2025.

[Article de 20 Minuten \(en allemand\) ↗](#)

[YouTube ↗](#)

Marché polonais



Une chanteuse polonaise montre la beauté de la Suisse

Vous cherchez un lieu de tournage pour un nouveau clip? Suisse Tourisme (ST) propose son aide dans ce domaine également, comme pour la chanteuse polonaise Ofelia. ST a recommandé l'Aletsch Arena, moins connue en Pologne, comme lieu de tournage. Parce qu'Ofelia établit un lien émotionnel avec la jeune génération polonaise à travers sa musique, ST a saisi cette occasion de coopérer avec elle. La chanteuse a posté plusieurs publications sur Instagram à propos de son séjour et atteint ainsi près de 140'000 fans.

[Clip musical sur YouTube ↗](#)

[Ofelia sur Instagram ↗](#)



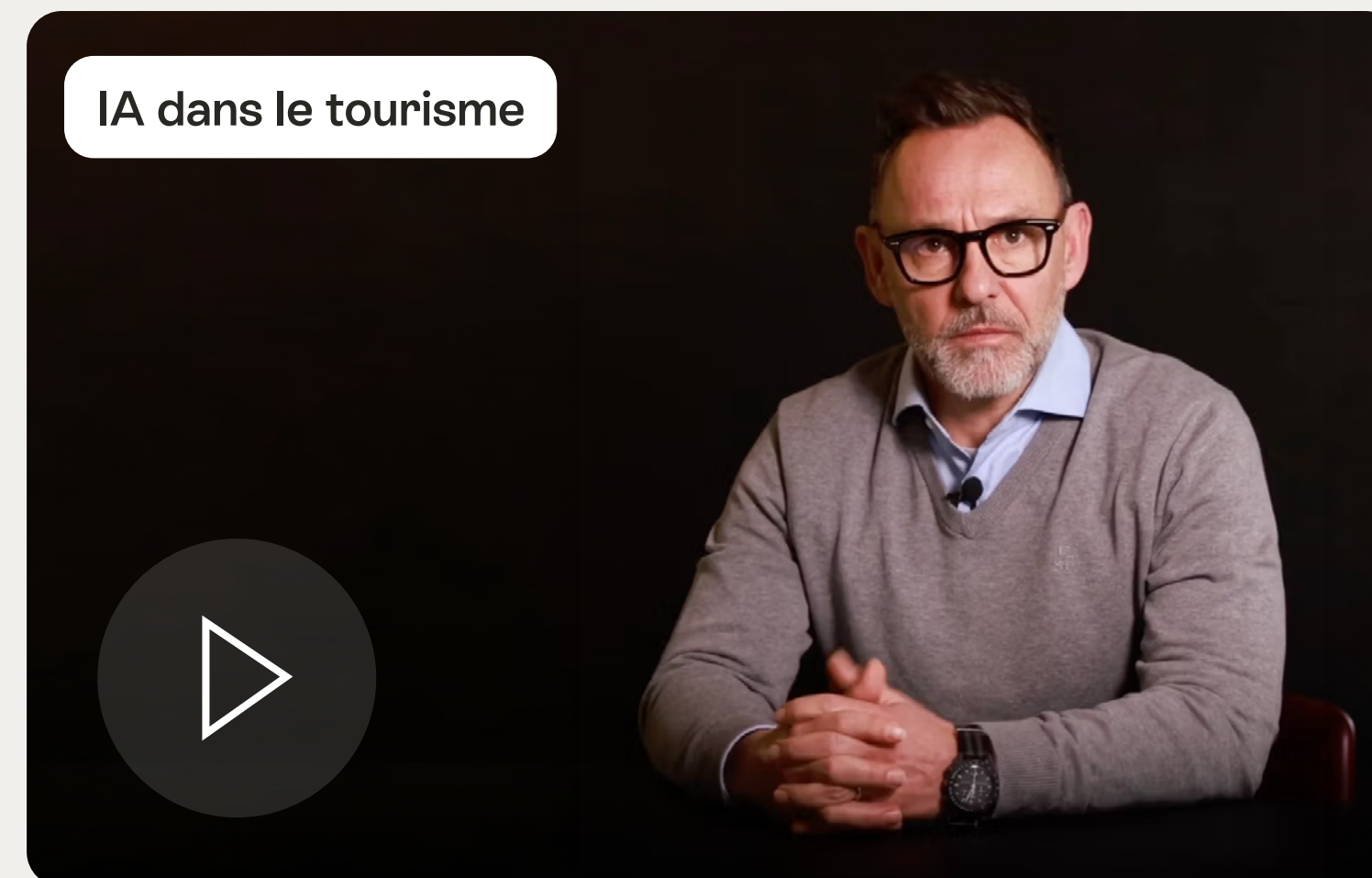
Des coeurs qui battent pour les trains: couples en voyage

Une déclaration d'amour à la Suisse visuellement spectaculaire. C'était l'objectif de la campagne «Herzen auf Schienen» (Coeurs sur les rails) en Allemagne, le marché étranger le plus important. Dans une série YouTube, quatre couples allemands de différentes générations ont exploré la Suisse en train, en bus et en bateau. Le groupe cible était composé de personnes ayant une affinité pour les transports en commun, la durabilité et les expériences authentiques. Les vidéos ont été visionnées près de 3 millions de fois, et l'ensemble de la campagne a généré plus de 41,5 millions de contacts marketing.

[Communiqué de presse ↗](#)

[YouTube ↗](#)

[Rapport annuel 2025](#)



Trois questions sur les initiatives d'IA introduites par Suisse Tourisme (ST) en 2025

21 % de la population suisse utilisent des outils tels que ChatGPT, Google Gemini ou Microsoft Copilot pour trouver de l'inspiration pour leurs voyages et les planifier, selon les résultats de l'étude YouGov Suisse 2026. Comment Suisse Tourisme se positionne comme source d'information primaire et fiable grâce à HAidi et à l'assistant de switzerland.com, et pourquoi ses membres en tirent particulièrement bénéfice, c'est ce qu'explique Pascal Bieri, responsable de Switzerland.com, dans cette courte interview.

[Etude YouGov sur la Suisse \(en allemand\) ↗](#)

[Reportage sur hAldi \(en allemand\) ↗](#)

Vous trouverez d'autres activités de l'année écoulée sur la plateforme B2B Stnet.ch.

[↗ Autres activités](#)



3 sur 5

francs

Une analyse de BAK Economics montre que 3 francs sur 5 dépensés par les hôtes alimentent d'autres secteurs.

[Plus d'informations ↗](#)



Comité

Le comité, composé de treize représentantes et représentants des secteurs du tourisme, de l'économie et de la politique, est dirigé par la présidente Brigitta M. Gadiant.

[Lire la suite ↗](#)



Direction

La direction de Suisse Tourisme, composée de huit membres au total, est dirigée par Martin Nydegger.

[Lire la suite ↗](#)



Extended Management Team

L'Extended Management Team est l'équipe de direction élargie qui comprend 12 personnes représentant divers départements et marchés de Suisse Tourisme.

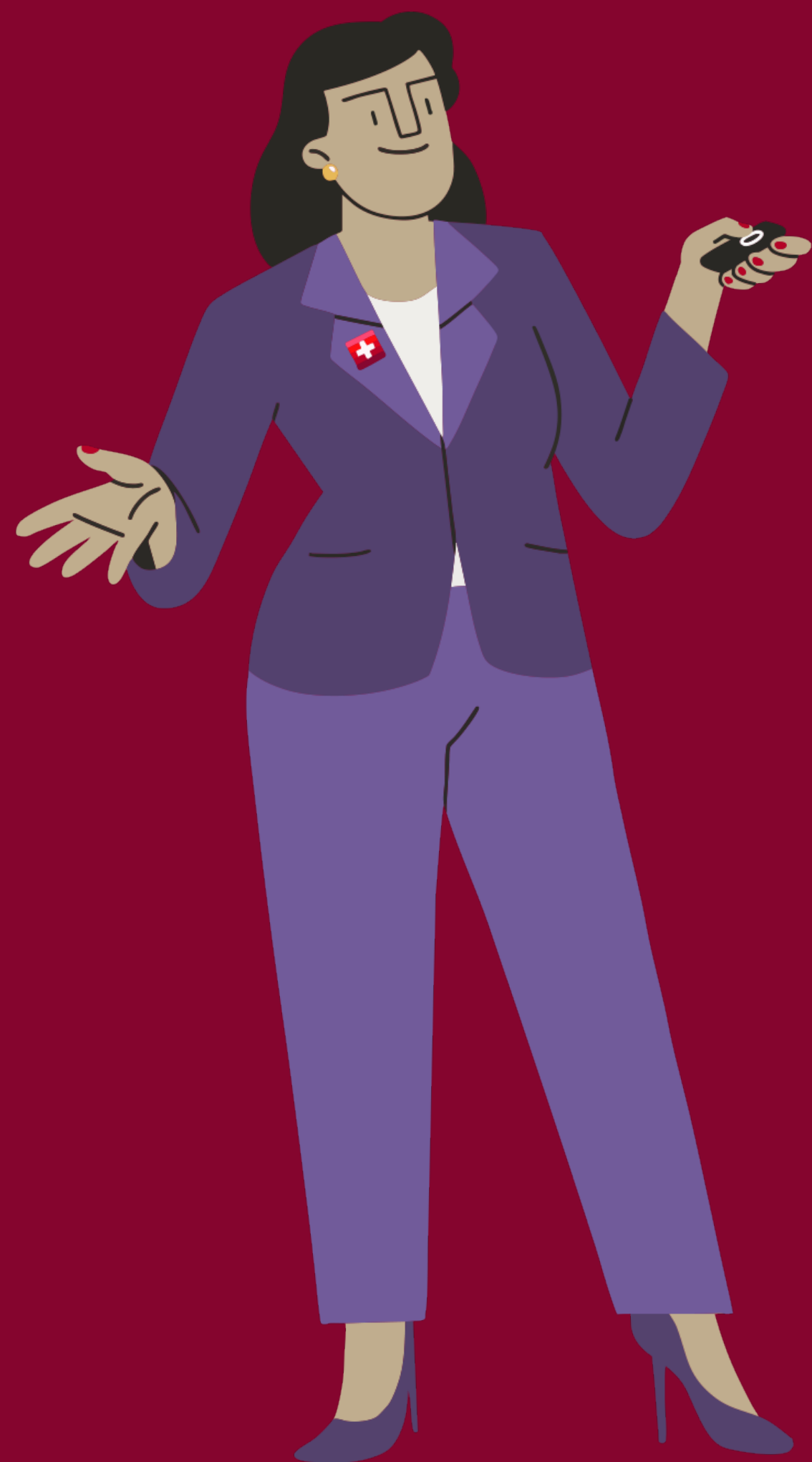
[Lire la suite ↗](#)



Conseil suisse du tourisme

Au Conseil suisse du tourisme (CST) siègent des représentants gouvernementaux, cantonaux et communaux ainsi que des partenaires économiques et stratégiques ayant leurs propres experts. Ce comité est un organe consultatif stratégique pour l'organisation nationale de marketing Suisse Tourisme.

[Lire la suite ↗](#)



40,9 %

Taux d'autofinancement

Le taux d'autofinancement de Suisse Tourisme a légèrement diminué de 1,66 % par rapport à 2024, pour s'établir à 40,90 % (raison: budget extraordinaire pour l'Euro féminin de football). Il demeure ainsi l'un des plus élevés parmi toutes les DMO dans le monde.

[L'année en chiffres ↗](#)

Bilan

1. Actif

Actif circulant	Données en CHF	31.12.2025	31.12.2024
1.1 Liquidités			
Caisse		19 181.38	23 424.64
Compte postal		81 585.84	42 345.11
Banques		20 609 899.85	21 564 790.73
Total liquidités		20 710 667.07	21 630 560.48
1.2 Créances			
1.2.1 Créances résultant des ventes et des prestations de services		6 971 216.99	5 545 790.11
1.2.2 Autres créances à court terme			
Prestations de garantie, avances		40 577.01	20 832.53
Institutions publiques		494 253.63	413 980.12
Autres créances à court terme		156 961.78	151 541.54
Total créances		7 663 009.41	6 132 144.30
1.3 Stocks et travaux en cours			
Stocks et travaux en cours		338 509.95	354 997.00
Total stocks et travaux en cours		338 509.95	354 997.00
1.4 Actifs transitoires			
Comptes de régularisation actifs		1 145 956.96	1 799 981.58
Paiements anticipés		1 656 004.25	1 353 945.48
Total comptes de régularisation actifs		2 801 961.21	3 153 927.06
Total actif circulant		31 514 147.64	31 271 628.84

→

Bilan

1. Actif

Actif immobilisé	Données en CHF	31.12.2025	31.12.2024
1.5 Immobilisations financières (créances à long terme envers des tiers)		198 257.10	219 729.86
1.6 Participations		1 226 504.00	1 226 504.00
1.7 Immobilisations corporelles mobilières			
Mobilier, équipements, installations		657 123.70	717 509.96
Équipement informatique		142 967.73	210 403.90
Stand pour foires/manifestations		14 909.09	0.00
Total Immobilisations corporelles mobilières		815 000.52	927 913.86
1.8 Immobilisations corporelles immeubles (Bâtiments d'exploitation)		4 635 409.11	4 843 534.11
Total actif immobilisé		6 875 170.73	7 217 681.83
Total actif		38 389 318.37	38 489 310.67

Bilan

2. Passif

Fonds étrangers	Données en CHF	31.12.2025	31.12.2024
2.1 Fonds étrangers à court terme			
2.1.1 Engagements découlant de livraisons et de prestations		6 063 312.03	7 498 717.87
2.1.2 Autres engagements à court terme			
Institutions publiques		745 064.90	1 125 918.23
Tiers		1 573 387.78	2 882 287.65
Institutions de prévoyance professionnelle		321 679.17	308 553.80
Autres engagements à court terme		70 204.10	32 687.81
Total autres engagements à court terme		2 710 335.95	4 349 447.49
2.1.3 Passifs transitoires / provisions à court terme			
Passifs transitoires		1 394 775.20	1 241 455.92
Provisions pour le personnel		2 352 568.28	1 821 583.26
Activités de marketing de l'exercice de l'année suivante		7 433 613.00	6 041 008.00
Total des passifs transitoires / provisions à court terme		11 180 956.48	9 104 047.18
Total fonds étrangers à court terme		19 954 604.46	20 952 212.54
2.2 Fonds étrangers à long terme			
2.2.1 Autres engagements à long terme (immeuble à Paris)		2 146 827.81	2 239 613.43
2.2.2 Provisions à long terme			
Équipement informatique		312 100.00	312 100.00
Rénovation d'immeuble Paris		200 000.00	200 000.00
Rénovation des locaux loués / mobilier		1 500 000.00	1 500 000.00
Divers		2 395 216.49	2 494 961.86
Événements extraordinaires, destination Suisse		8 000 000.00	7 000 000.00
Provisions légales pour départ et prévoyance		1 256 699.76	1 191 686.64
Total provisions à long terme		13 664 016.25	12 698 748.50
Total fonds étrangers à long terme		15 810 844.06	14 938 361.93

→

Bilan

2. Passif

Fonds propres	Données en CHF	31.12.2025	31.12.2024
2.3 Capital au 1.1.2025 / 2024		2 598 736.20	2 581 212.09
Minoration des frais		25 133.65	17 524.11
Total fonds propres		2 623 869.85	2 598 736.20
Total passif		38 389 318.37	38 489 310.67

_____ Compte de profits et pertes

1. Produits

Produits nets	Données en CHF	Budget 2025	Compte 2025	Compte 2024
3.1 Cotisations des membres				
Confédération suisse		-56 034 000	-56 033 600.00	-56 593 800.00
Confédération suisse (WEURO / Programme de relance)		-4 000 000	-4 000 000.00	-500 000.00
Conseil suisse du tourisme		-795 000	-781 250.00	-822 500.00
Membres (cantons, communes, organisations touristiques, milieux intéressés aux transports, entreprises, organisations)		-1 590 000	-1 633 469.00	-1 636 499.00
Total cotisations des membres		-62 419 000	-62 448 319.00	-59 552 799.00
3.2 Produits divers		-48 000	-107 924.09	-24 118.96
3.3 Prestations facturées à des tiers				
Produits de charges de personnel facturées à des tiers		-1 198 000	-1 202 060.23	-1 297 783.39
Produits de charges d'exploitation facturées à des tiers		-117 000	-119 837.40	-136 833.47
Total prestations facturées à des tiers		-1 315 000	-1 321 897.63	-1 434 616.86
Total produits d'exploitation		-63 782 000	-63 878 140.72	-61 011 534.82
Produits de marketing				
3.4 Parrainage marketing		-8 929 000	-9 639 971.59	-9 232 778.52
3.5 Autres produits de marketing		-27 700 000	-28 416 808.13	-28 224 403.67
Total produits de marketing		-36 629 000	-38 056 779.72	-37 457 182.19
Total produits		-100 411 000	-101 934 920.44	-98 468 717.01

_____ Compte de profits et pertes

2. Charges

	Données en CHF	Budget 2025	Compte 2025	Compte 2024
Charges de marketing				
4.1 Charges découlant du marketing		60 568 000	60 162 419.33	60 616 840.51
WEURO / Programme de relance		4 000 000	4 881 020.07	118 979.93
Alimentation (+) / prélèvements (-) fonds évén. extraord. destination Suisse			1 000 000.00	1 500 000.00
Total charges de marketing		64 568 000	66 043 439.40	62 235 820.44
Charges de personnel				
4.2 Charges de personnel				
Salaires		25 247 000	25 100 234.50	25 951 869.01
Charges sociales		4 936 000	4 852 909.72	4 849 097.98
Formation et perfectionnement		300 000	283 470.70	329 964.56
Mutations / recrutement de personnel		220 000	182 581.92	171 442.94
Vacances non perçues / heures supplémentaires (adaptation)		-30 000	-19 014.98	10 776.62
Frais de déplacement et de représentation		188 000	179 162.26	161 882.69
Charges de personnel diverses		245 000	281 466.53	295 240.53
Total charges de personnel		31 106 000	30 860 810.65	31 770 274.33
Autres charges d'exploitation				
4.3 Autres charges d'exploitation				
Charges de locaux		2 681 000	2 755 309.03	2 662 798.14
Charges administratives		1 919 000	1 756 120.83	1 242 078.67
Charges générales liées aux autorités		201 000	207 539.95	234 303.79
Autres charges d'exploitation		31 000	30 511.89	27 616.89
Total autres charges d'exploitation		4 832 000	4 749 481.70	4 166 797.49

→

_____ Compte de profits et pertes

2. Charges

Amortissements et réévaluations sur postes de l'actif immobilisé	Données en CHF	Budget 2025	Compte 2025	Compte 2024
4.4 Amortissements sur les immobilisations corporelles				
Équipements informatiques		217 000	178 296.80	217 840.96
Mobilier, équipements, installations		107 000	290 252.34	237 667.08
Total amortissements sur les immobilisations corporelles		324 000	468 549.14	455 508.04
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts		419 000	187 360.45	159 683.29
5.0 Produits financiers		-130 000	-1 204.32	-186 739.86
5.1 Charges financières		128 000	112 096.86	85 018.55
Résultat d'exploitation avant intérêts et impôts		417 000	298 252.99	57 961.98
6.0 Produits hors exploitation (immeuble)		-1 349 000	-1 136 411.79	-853 655.76
6.1 Charges hors exploitation (immeuble)		932 000	813 025.15	778 169.67
Résultat de l'exercice		0	-25 133.65	-17 524.11

Tableau des flux de trésorerie

Flux de trésorerie découlant de l'activité d'exploitation	Données en CHF	2025	2024
Flux de trésorerie		25 133.65	17 524.11
Amortissements (Immobilisations corporelles mobilières)			
Mobilier, équipements, installations		289 580.53	237 667.08
Équipements informatiques		178 296.80	217 840.95
Immobilisations incorporelles		0.00	138 152.45
Stands pour foires		7 454.54	0.00
Amortissements (immobilisations corporelles immeubles)			
Immeuble de Paris		208 125.00	208 125.00
Variations (actif circulant / provisions)			
Diminution / (Augmentation) des créances		-1 530 865.11	-1 058 242.52
Diminution / (Augmentation) des stocks et travaux en cours		16 487.05	-299 030.60
Diminution / (Augmentation) des postes de actifs transitoires		351 965.85	-423 775.91
Augmentation / (Diminution) des engagements à court terme		-3 074 517.38	-215 878.21
Augmentation / (Diminution) des passifs transitoires et des provisions à court terme		2 076 909.30	654 347.78
Variations (long-term provisions)			
Rénovation d'immeuble Paris		-284 863.10	0.00
Augmentation / (Diminution) événements extraordinaires, destination Suisse		1 000 000.00	1 500 000.00
Augmentation / (Diminution) des indemnités de sortie		65 013.12	50 273.91
Augmentation / (Diminution) des provisions diverses		185 117.73	285 180.10
Total flux de trésorerie découlant de l'activité d'exploitation		-486 162.02	1 312 184.14

→

Tableau des flux de trésorerie

Flux de trésorerie découlant de l'activité d'investissement	Données en CHF	2025	2024
Placements financiers			
Créances à long terme envers des tiers		21 472.76	1 203 970.23
Immobilisations corporelles mobilières			
Équipements informatiques		-110 860.63	-226 303.63
Mobilier, équipements, installations		-229 194.27	-86 032.23
Stand pour foires/manifestations		-22 363.63	0
Total flux de trésorerie découlant de l'activité d'investissement		-340 945.77	891 634.37
Flux de trésorerie découlant de l'activité de financement			
Engagements hors exploitation			
Augmentation / (Diminution) des engagements à court terme		-92 785.62	-738 540.66
Total flux de trésorerie découlant de l'activité de financement		-92 785.62	-738 540.66
Variation des liquidités		-919 893.41	1 465 277.85
Justificatif			
État initial des liquidités		21 630 560.48	20 165 282.63
État final des liquidités		20 710 667.07	21 630 560.48
Total variation des liquidités		-919 893.41	1 465 277.85

Annexe aux comptes de l'exercice

Raison sociale

Suisse Tourisme
Morgartenstrasse 5a, 8004 Zurich
Corporation de droit public

Postes à temps plein

Le nombre de postes à temps plein ne dépasse pas 250 collaborateurs en moyenne sur l'année.

Principes de présentation des comptes

Les présents comptes annuels ont été établis conformément aux dispositions relatives à la comptabilité commerciale du Code des obligations suisse (art. 957–963b CO).

Évaluation des risques SCI

Suisse Tourisme a actualisé et documenté l'évaluation des risques de l'entreprise dans le cadre du processus de gestion des risques existant. Celle-ci englobe l'ensemble des risques susceptibles d'avoir une influence significative sur l'évaluation des comptes annuels. Grâce aux techniques de gestion des risques définies dans le cadre du processus de gestion des risques, la surveillance et le contrôle des risques s'effectuent en permanence.

Créances découlant des livraisons et prestations

Les créances découlant des livraisons et prestations ainsi que les autres créances à court terme sont inscrites au bilan à leur valeur nominale. Des réévaluations ponctuelles sont apportées à ces valeurs, le reste étant réévalué forfaitairement à 5 % / 10 %.

Actif immobilisé

Les immobilisations corporelles sont inscrites au bilan à leurs coûts d'acquisition ou à leur prix de revient, déduction faite des amortissements nécessaires.

Pour le calcul des montants d'amortissement, les durées d'utilisation et méthodes d'amortissement suivantes ont été utilisées:

Actif immobilisé	Durée d'utilisation	Méthode
Équipements de bureau / machines de bureau	3 ans	linéaire
Informatique matériel / logiciel	3 ans	linéaire
Immobilisations incorporelles	5 ans	linéaire
Infrastructure siège et petite salle	10 ans	linéaire
Immeuble de Paris	80 ans	linéaire

Les amortissements pour les foires relevant du marketing (stands pour foires / mobilier de foire), le matériel web et les coûts relatifs au nouveau site web (MyS.2019) sont comptabilisés sous «Charges de marketing»; exercice en cours: CHF 6'783 / exercice précédent: CHF 138'152

Positions en monnaies étrangères

Les positions en monnaies étrangères ont été évaluées au taux de change officiel de l'Administration fédérale des contributions.

Annexe aux comptes de l'exercice

Participations	Données en CHF	2025	2024
STC Switzerland Travel Centre SA Zurich / Londres – capital social		5 250 000	5 250 000
Part de participation ST		33 %	33 %
Swiss Travel System SA, Zurich – capital social		300 000	300 000
Part de participation ST		10 %	10 %
Créances / engagements envers STC Switzerland Travel Centre SA			
Le bilan inclut les avoirs / engagements aux postes suivants:			
1.2.1 Débiteurs		98 651	87 837
2.1.1 Créanciers		12 188	11 917
Créances / engagements envers STS Swiss Travel System SA			
Le bilan inclut les avoirs / engagements aux postes suivants:			
1.2.1 Débiteurs		73 031	728 502
2.1.1 Créanciers		0	469
Engagements envers des institutions de prévoyance			
Engagements à court terme envers des institutions de prévoyance en Suisse et à l'étranger		321 679	308 554
Engagements de leasing			
Montant total des engagements de leasing		32 726	43 182
Dissolution des réserves latentes			
Dissolution nette des réserves latentes pendant l'exercice		0	0
Opérations hors bilan			
Valeurs de rachat positives des opérations à terme sur devises		66 097	0
Valeurs de rachat négatives des opérations à terme sur devises		-3 332	-756 538
Volume des contrats		25 102 685	26 372 851

Les opérations à terme sur devises sont des opérations de garantie des dépenses budgétisées de l'exercice suivant en monnaies étrangères (EUR, USD, GBP, AED, CNY) →

_____ Annexe aux comptes de l'exercice

Limites de crédit	Données en CHF	2025	2024
Limite de crédit des comptes courants auprès de UBS		2 000 000	2 000 000
Compte immobilier Paris			
Produits de l'immeuble		1 136 412	853 656
Charges de l'immeuble		813 025	778 170
Dont amortissement du bâtiment		208 125	208 125
Résultat provenant de l'immeuble		323 387	75 486
Honoraires de l'organe de révision			
Service de révision		40 950	39 000
Autres services		0	0



Ernst & Young SA
Maagplatz 1
Case postale
CH-8010 Zurich

Téléphone: +41 58 286 31 11
www.ey.com/fr_ch

Au Comité de
Suisse Tourisme, Zurich

Zurich, le 12 mars 2026

Rapport de l'organe de révision

Rapport sur l'audit des comptes annuels



Opinion d'audit

Nous avons effectué l'audit des comptes annuels de Suisse Tourisme (la société), comprenant le bilan au 31 décembre 2025, le compte de profits et pertes et le compte des flux monétaires pour l'exercice clos à cette date, ainsi que l'annexe, y compris un résumé des principales méthodes comptables.

Selon notre appréciation, les comptes annuels (pages x à y) sont conformes à la loi suisse.



Fondement de l'opinion d'audit

Nous avons effectué notre audit conformément à la loi suisse et aux Normes suisses d'audit des états financiers (NA-CH). Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces dispositions et de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'organe de révision relatives à l'audit des comptes annuels » de notre rapport. Nous sommes indépendants de la société, conformément aux dispositions légales suisses et aux exigences de la profession. Nous avons aussi satisfait aux autres obligations éthiques professionnelles qui nous incombent dans le respect de ces exigences.

Nous estimons que les éléments probants recueillis sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.



Autres informations

La responsabilité des autres informations incombe à la direction. Les autres informations comprennent les informations présentées dans le rapport de gestion, à l'exception des comptes annuels et de notre rapport correspondant.

Notre opinion d'audit sur les comptes annuels ne s'étend pas aux autres informations et nous n'exprimons aucune forme d'assurance que ce soit sur ces informations.



2

Dans le cadre de notre audit des comptes annuels, notre responsabilité consiste à lire les autres informations et, ce faisant, à apprécier si elles présentent des incohérences significatives par rapport aux comptes annuels ou aux connaissances que nous avons acquises au cours de notre audit ou si elles semblent par ailleurs comporter des anomalies significatives.

Si, sur la base des travaux que nous avons effectués, nous arrivons à la conclusion que les autres informations présentent une anomalie significative, nous sommes tenus de le déclarer. Nous n'avons aucune remarque à formuler à cet égard.



Responsabilités du comité relatives aux comptes annuels

Le comité est responsable de l'établissement des comptes annuels conformément aux dispositions légales. Elle est en outre responsable des contrôles internes qu'elle juge nécessaires pour permettre l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, le comité est responsable d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Elle a en outre la responsabilité de présenter, le cas échéant, les éléments en rapport avec la capacité de la société à poursuivre son exploitation et d'établir les comptes annuels sur la base de la continuité de l'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider la société ou de cesser l'activité, ou s'il n'existe aucune autre solution alternative réaliste.



Responsabilités de l'organe de révision relatives à l'audit des comptes annuels

Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, et de délivrer un rapport contenant notre opinion d'audit. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, mais ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément à la loi suisse et aux NA-CH permettra de toujours détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, prises individuellement ou collectivement, elles puissent influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes annuels prennent en se fondant sur ceux-ci.

Une plus ample description de nos responsabilités relatives à l'audit des comptes annuels est disponible sur le site Internet d'EXPERTSuisse : <https://www.expertsuisse.ch/fr-ch/audit-rapport-de-revision>. Cette description fait partie intégrante de notre rapport.



3

Rapport sur d'autres obligations légales et réglementaires



Conformément à l'art. 69b CC en liaison avec l'art. 728a, al. 1, ch. 3, CO et à la NAS-CH 890, nous attestons qu'il existe un système de contrôle interne relatif à l'établissement des comptes annuels, défini selon les prescriptions de la direction.

Nous recommandons d'approuver les comptes annuels qui vous sont soumis.

Ernst & Young SA

Marco Casal
Expert-réviser agréé
(Réviser responsable)

Nicole Meister
Experte-réviser agréée



43,93

millions de nuitées hôtelières

Selon l'Office fédéral de la statistique, le nombre de nuitées hôtelières a légèrement augmenté de 2,6 % en 2025 par rapport à 2024, pour atteindre 43,93 millions.

[Communiqué de presse ↗](#)

Suisse Tourisme
Morgartenstrasse 5a
8004 Zurich

T 044 288 11 11
↗ stnet.ch