

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office national suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office national suisse du tourisme  
**Band:** 46 (1986)

**Rubrik:** Promotion touristique nationale

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 02.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Promotion touristique nationale

---

## Etude de marché

Au début janvier, le «Rapport de l'ONST sur la situation touristique» a paru pour la sixième fois en français et en allemand. A nouveau, il a grandement attiré l'attention et a souvent été demandé. En plus de nos études, il contenait entre autres les résultats d'enquêtes sur les motivations et les vacances en famille des Suisses, menées par l'Institut du tourisme et de l'économie des transports à l'école des Hautes Etudes de St-Gall.

Il a été procédé à une étude sur le comportement en vacances des touristes d'Allemagne fédérale au centre et à l'est des Alpes; elle avait été demandée

par l'ONST, les offices du tourisme autrichien, bavarois et tyrolien du Sud au cercle d'études du tourisme à Starnberg près de Munich. D'autre part, l'ONST, en collaboration avec les offices touristiques allemand et autrichien, a mené une enquête sur les vagues de touristes venant des pays arabes.

Sur demande de l'ONST, les indications fournies par les hôtes dans le cadre du questionnaire TOMAS qui a duré trois ans en Suisse ont été classées par pays d'origine des hôtes.



# Activité publique

## Médias Suisse

### Presse

Notre bulletin de presse mensuel en français et en allemand a rencontré un vif intérêt de la part des médias, en particulier lorsqu'il s'agissait de sujets touchant tout le pays, tels que «Ce que les Suisses attendent de leur vacances» (enquête sur demande de l'ONST), «Vacances en famille» ou «Nouveautés pour l'été et pour l'hiver». Des communiqués de presse ont été diffusés sur des problèmes d'actualité, ainsi par exemple sur le marché américain ou l'important voyage promotionnel «Grüezi - bonjour - ciao - allegra» en Allemagne fédérale. Le contact avec la presse spécialisée et les rédactions touristiques de grands quotidiens a été particulièrement étroit et régulier. Par exemple, l'ONST a contribué ainsi à mieux faire connaître le «Palm-Express». Lors des vernissages de notre exposition d'objets artisanaux, nous avons toujours invité la presse, d'où un grand nombre d'articles.

### Radio

*Suisse romande:* Les rapports avec la Radio suisse romande ont continué d'être très étroits, surtout en relation avec la diffusion d'informations touristiques durant les deux saisons principales. En été, nous avons soutenu, en collaboration avec la Caisse suisse de voyage, un concours qui a rencontré un écho très favorable.

*Suisse alémanique:* Outre l'émission «Touristorama» diffusée toute l'année le vendredi, Radio DRS 1 émet à midi du mardi au vendredi, en août et septembre, un «Touristorama spécial». Ainsi, au cours de ces deux seuls mois, quelque 800 con-

seils ONST pour des vacances ou des excursions ont passé sur les ondes. Pour d'autres émissions touristiques de DRS 1 et 3, ainsi que de diverses radios locales, nous avons livré régulièrement d'autres informations toute l'année. Nous avons ainsi souvent eu la possibilité de répondre à des interviews.

*Suisse italienne:* Nous avons fourni régulièrement les plus récentes informations aux radios tessinoises et présenté en été comme en hiver des offres actuelles de vacances.

*Radio Suisse Internationale:* Pour le programme en neuf langues, nous avons passé chaque semaine des informations et utilisé la possibilité de mener des interviews sur des sujets touristiques.

### Télévision

*Suisse romande:* La Télévision suisse romande a été continuellement tenue au courant des nouveautés et des actualités touristiques.

*Suisse alémanique:* Avec la télévision DRS, nous avons entretenu une étroite collaboration en particulier pour l'émission «Sonntagsmagazin». Nous avons entre autres procuré des vacances dans des stations suisses comme prix de concours.

*Suisse italienne:* Nous avons étroitement collaboré avec les responsables du magazine dominical tessinois «Ciao domenica», qui présente régulièrement des courts métrages sur des stations suisses de vacances. Nous avons servi d'intermédiaire pour attribuer des prix de concours sous forme de weekends dans les stations présentées. En mars, nous avons eu la possibilité de contribuer à une émission et d'y présenter le pavillon suisse pour l'exposition universelle de Vancouver et par conséquent la «Jollyball Machine», un flipper touristique géant que nous avons créé pour cette occasion.

## Médias Etranger

### Presse

Pour faire connaître et améliorer l'image de la Suisse à l'étranger, nous avons à nouveau choisi en premier lieu la presse. Des quotidiens et magazines à fort tirage du monde entier, ainsi que les journaux des diverses compagnies d'aviation ont publié des reportages illustrés, en partie comme suppléments sur les pays de vacances (entre autres, Gourmet, Airone, Tutto Turismo, Financial Times, Südkurier, Korean Tourism, USA Today). Thèmes principaux: voyages en train, vol sur les Alpes/train des Alpes, tourisme dans les villes, mais aussi tradition campagnarde et, en augmentation, culture. National Geographic - tirage de 8,2 millions d'exemplaires et 14 millions de lecteurs - a consacré un reportage de trente pages sur la Suisse, pays de l'horlogerie «Switzerland: The Clockwork Country».



30 pages sur la Suisse pour 14 millions de lecteurs

12

Au total, nous avons invité 377 journalistes de 20 pays et nous en sommes occupés individuellement; 232 venaient d'Europe (RFA: 69, Grande Bretagne: 38) et 145 d'Outre-mer (USA: 86, Japon: 23). De plus, les voyages d'étude en groupe ressortissant de 10 pays ont réuni au total 253 participants, qui se sont intéressés entre autres aux sujets suivants: sports d'hiver, art en plein air, musées, tourisme pédestre, tennis, golf ainsi qu'aux trains Glacier-, Bernina- et Palm-Express.

Le service d'articles de l'ONST s'est enrichi de 18 sujets utilisables en tout temps et de 12 textes de presse sur le thème «200 ans de tourisme en Suisse - un avenir pour nos hôtes» en français, allemand, italien et anglais.

### Radio

En février, nous avons participé avec des représentants de la politique et du tourisme à une émission intitulée «Arc-en-ciel européen - des Suisses présentent leur pays».

### Télévision

Travelview International Houston a émis de nouvelles productions vidéo, qui présentent des stations suisses, dans le but de les vendre ou de les louer à des agences de voyages ou des personnes privées. Ski Focus London a commenté des manifestations sportives pour diffuser un programme de ski hebdomadaire sur le Sky Channel et a présenté les lieux où elles se déroulaient. L'ONST avait repris la charge de coordonner ces projets. De plus, des travaux de tournage ont été encouragés et organisés pour des équipes de télévision des USA, du Japon, d'Allemagne, de France, d'Autriche, d'Espagne et de Yougoslavie.

## Tâches spéciales

### «200 ans de tourisme en Suisse – un avenir pour nos hôtes»

Pour mieux garantir le caractère durable et la continuité, nous passerons toujours davantage dans nos activités promotionnelles de programmes annuels à des programmes de plusieurs années. Pour les années 1987 à 1991, nous reprendrons à notre compte les messages fondamentaux de CH91 et les approfondirons ensuite en fixant des objectifs touristiques. Nous en espérons de précieux effets de synergie. Le programme annuel de 1987 «200 ans de tourisme en Suisse – un avenir pour nos hôtes» nous sert de point de départ.

La promotion touristique nationale de l'ONST aura pour tâche principale de ranimer au cours des prochaines années la volonté et le désir d'avoir des contacts humains, tant du côté des hôtes que de celui des touristes. Deux siècles de tradition représentent une riche mine d'expériences – positives et négatives – avec leurs enseignements. Les leçons du passé devraient servir à bâtir le futur. Le programme d'action et de propagande 1987 de l'ONST est entièrement axé sur ces idées.

Travaux préparatoires pour cette campagne: suggestions de manifestations, rédaction d'histoires touristiques, édition de la feuille d'information No 1 «Rencontre», composition d'un comité de patronage, présentation de la campagne à de nombreux milieux, rencontre de la St-Nicolas à Unterentfelden avec le comité de patronage, production de moyens de relations publiques et de propagande, édition d'un calendrier de manifestations.

### Hospitalité

En collaboration avec l'aide aux réfugiés, le journal suisse des enseignants et la Fédération suisse des cafetiers, restaurateurs et hôteliers, un concours avec prix a été lancé auprès des écoliers de toute la Suisse sur le thème «Cordiale bienvenue». Les publications ont traité de tous les aspects de

l'hospitalité. Cette opération se prêtait très bien à la préparation de 1987 comme «Année de la rencontre».



*Des dessins d'écoliers réalisés sur le thème «Cordiale bienvenue» ont été primés et reproduits en couleur sur des serviettes de table*

### Divers

Nous sommes en pleins préparatifs de présentations spéciales de la Suisse, en partie en collaboration avec d'autres organisations, par exemple: «Winterlude», à Ottawa en 1987, «200 ans de la constitution des USA» Philadelphie 1987, semaine suisse à Atlanta en 1988, jeux olympiques d'hiver à Calgary en 1988, exposition universelle à Brisbane en 1988, jeux olympiques d'été à Séoul en 1988. Première phase de planification pour financer, construire et exploiter une Swiss music-box, une pomme géante en granit équipée d'appareils audio-visuels.

# Publicité et production des moyens promotionnels

## Production des moyens promotionnels et d'information

### Annances

En Suisse, nous n'avons fait paraître aucune annonce, par contre, nous avons placé deux réclames dans les horaires étrangers des Chemins de fer allemands. Dans nos imprimés, nous avons inséré des annonces des compagnies suivantes: CFF, Swissair, Société suisse des hôteliers, Swiss Bankers Travellers Cheques, assurances Winterthour et Union suisse du fromage.

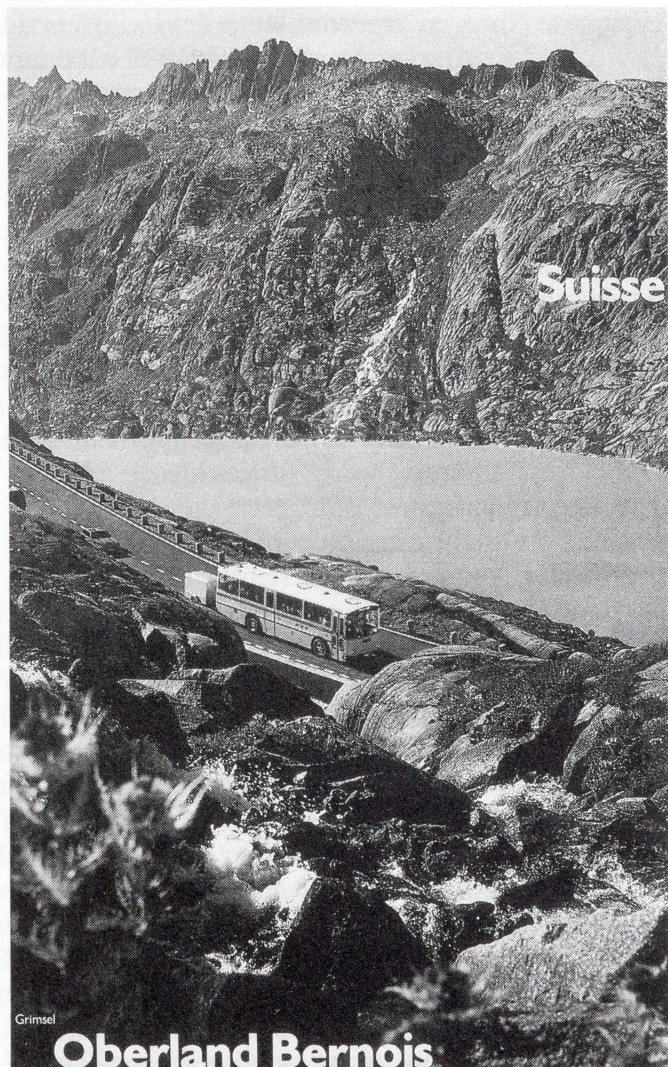
### Imprimés

Plus de cent versions différentes de nos imprimés ont été éditées avec un tirage total d'environ un million d'exemplaires dont quelques nouveautés: «Now is the time for Switzerland», prospectus pour l'exposition universelle à Vancouver Expo '86 (angl./fr.), «Coutumes et fêtes populaires en Suisse» (fr./angl.), série de cartes postales avec neuf sujets d'affiche, douze moyens publicitaires pour le voyage promotionnel «Grüezi - bonjour - ciao - allegra» en Allemagne fédérale et des cartes schématiques de la Suisse.

Sur mandat de la Communauté de propagande des pays alpins, nous avons conçu et produit la brochure «Alpine Heritage» et pour la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger (COCO) 340000 exemplaires du prospectus «Suisse», dont le tirage total a atteint 2,87 millions d'exemplaires en 32 langues jusqu'à la fin de l'année.

### Photo

*Production et archives: Deux affiches montrant un train CFF devant le château de Lenzbourg et un car postal sur le col du Grimsel complètent la série des affiches ONST à sujets régionaux. Le laboratoire a produit 1400 nouveaux négatifs en noir et blanc et plus de 4000 diapositives (500 sujets), surtout en format 18 × 24 cm, ainsi que 5600 copies de 116 diapositives en couleurs.*



*Prêt:* Approximativement comme en 1985, il a été prêté passé 10 000 agrandissements en noir et blanc et 5000 diapositives en couleurs pour répondre à quelque 900 demandes. Ces photos sont parues dans des programmes de voyages, des livres, des imprimés, des magazines et des journaux, parfois à très fort tirage; elles ornent également les couvertures en quadrichromie des boîtes de téléphone suisses, innovation suggérée par l'ONST. Nous avons également

fourni des photos pour deux cartes maximum des PTT (cartes postales philatéliques) sur le thème «Nature et protection de l'environnement», pour la campagne «Des cartes illustrées - en signe d'amitié» (affiches, affichettes, et sets de table, tirage 2,4 millions) tout comme pour divers guides et brochures de tourisme pédestre régionaux.

#### *Audiovision*

*Production:* «La Suisse en contrepoint» (Condor/Dänzer, Zurich); 16 mm, couleurs, son et lumière, 29 minutes; français, allemand, italien, anglais, espagnol.

«Switzerland. Alpine winter» (Travelview, Houston, USA); production vidéo, couleurs, version américaine, env. 25 minutes. Premier essai d'une vidéo destinée spécialement au marché américain, dont la partie générale a été conçue et financée par l'ONST.

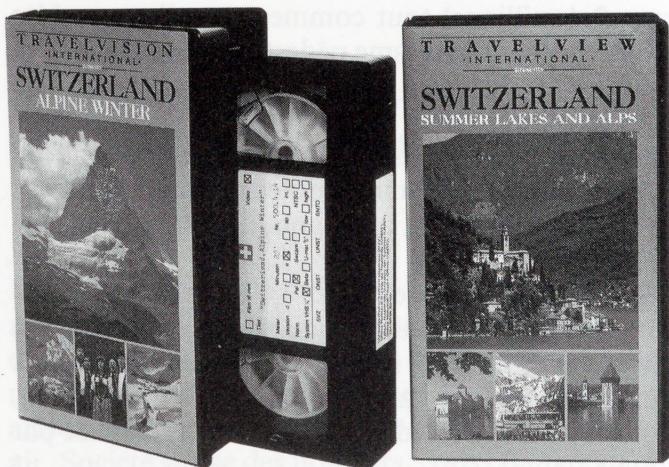
«Switzerland. Summer lakes and Alps» (Travelview, Houston USA); production vidéo, couleurs, version américaine, env. 25 minutes. Equivalent estival de la production citée plus haut. Disponible dès le printemps 1987.

«Tourismus und SVZ» (Tourisme et ONST) (production ONST); montage audiovisuel, 15 minutes, version allemande. On y présente l'importance du tourisme en général et le travail de l'ONST en particulier.



*La série des affiches régionales de l'ONST s'est enrichie de deux nouveaux sujets*

*Copies:* 116 copies 16 mm de diverses productions ONST ont été fabriquées et distribuées, ainsi que 318 cassettes vidéo (½" et ¾").



*Nous avons fait réaliser spécialement pour le marché américain deux programmes vidéo*

*Bilan général:* Au total, notre prêt audio-vision a touché plus d'un million de spectateurs au cours de quelque 12 000 séances en Suisse et à l'étranger. Il faut mentionner l'importance croissante du prêt vidéo surtout en Allemagne fédérale, en France et au Japon. En outre, «Spirit of Switzerland» (Condor/Dänzer 1986) a été présenté durant six mois dans le pavillon officiel de la Suisse à l'Expo '86 à Vancouver et diffusé à la télévision indonésienne devant environ 60 millions de téléspectateurs.

«La Pastorale» (Condor 1976) a été reprise pour dix ans par un distributeur français.

*Distinctions:* «La Suisse en contrepoint» (Condor/Dänzer, 1986) a reçu le prix spécial à la 3e Biennale internationale du film touristique à Montecatini en Italie et le premier prix dans la catégorie films touristiques au 39e Festival international du cinéma à Salerne.

*Divers:* Pour des organismes tiers tels qu'offices du tourisme, COCO, CFF, PTT, etc., nous nous occupons de la distribution de l'audio-vision dans le monde entier, soit plus de 2000 copies de films et de vidéos; 300 ont été ajoutés cette année.

## Revue Suisse

Les douze numéros de notre revue mensuelle «Schweiz Suisse Svizzera Svizra Switzerland» ont de nouveau été consacrés chacun à un sujet intéressant le tourisme et la culture: 2 portraits de ville, cinq reportages régionaux et 5 sujets d'intérêt national. Indications d'actualités touristiques et de manifestations culturelles, critiques de livres, calendrier des manifestations et le petit Nebelspalter ont complété chaque numéro, de même que les pages d'annonces en augmentation de 8,3% par rapport à 1985. Du fait que de nombreuses personnes demandent des exemplaires séparés de presque chaque numéro, le tirage moyen a été augmenté à 22 800 exemplaires. Le nombre des abonnés était de 10 220 à la fin de l'année.

### Répertoire des sujets

Janvier	<i>Simmental en hiver</i>
Février	<i>Gares historiques des CFF</i>
Mars	<i>Thoune</i>
Avril	<i>Lac Majeur</i>
Mai	<i>Alpes et Préalpes vaudoises</i>
Juin	<i>Vevey</i>
Juillet	<i>Glacier d'Aletsch</i>
Août	<i>Regio basiliensis</i>
Septembre	<i>Paysage et culture paysanne</i>
Octobre	<i>A propos du fromage suisse</i>
Novembre	<i>Montagnes citadines: San Salvatore, Salève, Gurten, Uetliberg</i>
Décembre	<i>Jeux</i>

## Expositions et foires

### *Expositions*

Pour la seconde année, l'exposition «*L'artisanat suisse entre hier et demain*» a été présentée en Suisse; elle le sera à l'étranger également en 1987. L'écho auprès des visiteurs et dans la presse a été très positif. Près de 100 000 visiteurs ont pu apprécier ces objets à Lugano, Soleure, Lucerne et Winterthour.

Sous la conduite de la COCO, nous avons participé du 7 au 19 mai aux Semaines suisses de la Foire de Rouen, avec du matériel de décoration et un stand d'information.

*Jollyball*, le flipper touristique géant de Charles Morgan, fait fureur. Le premier modèle amuse tous les jours de nombreux visiteurs du Musée suisse des transports à Lucerne. On a pu voir la deuxième machine, encore plus grande, de mai à octobre au pavillon suisse à l'exposition universelle de Vancouver. Dès 1987, l'ONST installera Jollyball dans de grandes foires en Europe.

Nos expositions humoristiques ont été présentées à diverses occasions, soit:

#### *cannes humoristiques*

Tokio	avril	Hotel Imperial, semaines culinaires suisses
juin:		Ara Hotel, inauguration
juillet:		Hilton Hotel, semaines de St-Moritz

#### *skis humoristiques*

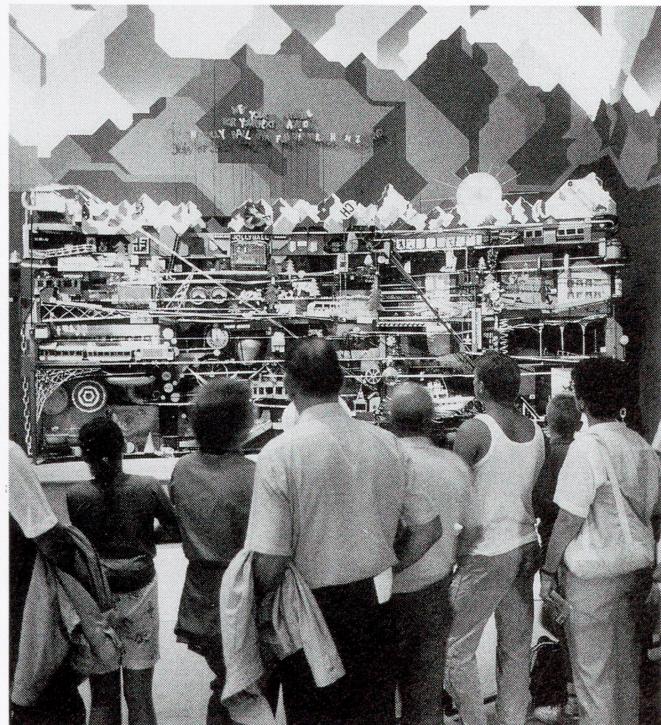
Innsbruck septembre: Foire d'Innsbruck

#### *bagages originaux*

Lucerne juillet/août: Musée suisse des transports

### *Foires et salons*

Au cours des dernières années, nous nous sommes faits un devoir, comme agent général, d'assurer la présence de la Suisse aux foires et salons touristiques les plus importants. Ainsi, les exposants ont disposé d'une plateforme appropriée pour faire connaître une offre bien adaptée au marché. Les quelque 150 alvéoles que nous avons louées lors de 14 foires prouvent le vif intérêt pour cette possibilité de communication. Non seulement une présence compacte sous un même toit, mais aussi une solution financièrement supportable ont ainsi pu être réalisées. Voici quelques-unes des foires les plus importantes:



*La grande attraction du Pavillon suisse de l'Expo '86 de Vancouver: le flipper «Jollyball»*

11-19.1.	Stuttgart CMT, Caravan Motor Tourismus
13.1.-27.2.	Amérique du Nord Supermarts de la CET dans 27 villes
15-19.1.	Utrecht Vakantie, foire des vacances
1-9.2.	Munich CBR, marché international du voyage
7-16.2.	Paris Salon mondial du tourisme
15-23.2.	Hambourg Reisen 86, foire des vacances
19-23.2.	Milan BIT Borsa Internazionale del Turismo
28.2-6.3.	Berlin ITB, Bourse internationale du tourisme
15-23.3.	Bruxelles Salon des vacances
9-13.4.	Barcelone Rodatour
21-24.4.	Vienne IT + ME, Incentive Travel + Meeting Europe
24.4.-10.6.	Amérique du Nord Ski Group Meetings dans 26 villes
5-8.5.	New York MITE, Meeting & Incentive Travel + Executive Shows
7-9.10.	Cologne Workshop RDA, Ring Deutscher Autobusunternehmer
23-26.10.	Paris MITCAR (Marché international du tourisme en autocar)
8-16.11.	Londres International Daily Mail Ski Show
20-22.11.	Bruxelles BTF, Bruxelles Travel Fair
25-29.11.	Londres WTM, World Travel Market

### *Vitrines et décos*

*Vitrines:* Le siège a mis au point des décos faites sur mesure pour les vitrines des agences de Bruxelles et de Milan; tous les quatre mois, il y a eu de nouveaux sujets.

*Décos:* Le service des expositions a fourni un grand travail en relation avec le voyage promotionnel «Grüezi – bonjour – ciao – allegra» dans les cinq villes de Munich, Stuttgart, Francfort, Hambourg et Cologne. En plus des transports, du montage de la tente et de la production de 75 stands, il a fallu préparer pour chaque ville une déco particulière.

### **Expédition**

A nos agences à l'étranger, ainsi qu'aux représentations diplomatiques et consulaires suisses dans le monde entier, nous avons expédié 2949 colis, 3 419 paquets postaux et 42 707 paquets d'imprimés contenant du matériel de promotion touristique de l'ONST ainsi que des milieux locaux, régionaux et nationaux. Ceci représente 615 tonnes (1985: 605 tonnes). Sur le poids net total, il s'agit pour 39% de matériel de l'ONST (1985: 38%).

*Page 19*

*De notre photothèque: Stein am Rhein*



# Promotion des ventes et transports publics

## Suisse

### *Activités en faveur des demandeurs étrangers et des présentateurs suisses*

Des voyages d'information et d'étude ont de nouveau permis de promouvoir chez les participants une attitude positive, de soutenir des offres particulièrement importantes et de faire disparaître certains aspects négatifs de notre image. Nous avons pris en charge 47 groupes «Séminaire Suisse» comprenant passé 850 agents de voyages de 21 pays. Cette tâche n'a pu être remplie que grâce à l'excellente collaboration avec les offices régionaux et locaux de tourisme, les CFF, les PTT, l'UST, le Swiss Congress et Swissair.

97 personnes influentes dans les domaines des congrès, des séminaires et des voyages-récompense ont profité les 13 et 14 avril du 2e Swiss Convention and Incentive Mart (SCIM) à Montreux pour avoir des entretiens avec des représentants spécialisés de la Suisse, pays des congrès.

Les éditions du manuel de l'ONST «Selling Switzerland» se sont agrandies d'une version «Asie du Sud-Est». Les personnes intéressées y trouvent aujourd'hui des données et des offres des marchés touristiques aux USA, au Canada et en Extrême-Orient. Dans ces publications, une attention particulière a été vouée aux offres touristiques des transports publics.

## Etranger

### *Coordination d'activités suisses*

Etant donné que les services touristiques ne peuvent pas se présenter comme des produits concrets, les expositions spécialisées prennent tou-

jours plus d'importance (voir «Foires et salons»); elles permettent une communication directe entre présentateurs, intermédiaires et clients. Le calendrier ONST des foires qui paraît chaque année informe en détail sur les foires internationales existantes.

Le voyage promotionnel ONST à l'est des USA a passé par 13 villes dans 11 Etats et, à l'occasion de 21 présentations, a permis aux 27 membres de la délégation suisse de nouer des contacts avec plus de 1000 agents de voyages américains choisis. Comme prélude à ce «voyage de promotion des ventes», l'ONST a organisé, en collaboration avec sept directeurs d'offices régionaux, une tournée de relations publiques à New York, Philadelphia, Baltimore, Washington D. C., Chicago et Boston. «Grüezi - bonjour - ciao - allegra»: Sous le patronage de l'ONST, de la Société suisse des hôteliers et de la conférence des directeurs d'offices régionaux de tourisme, toute la Suisse touristique a lancé en octobre une grande offensive promotionnelle dans les villes de Munich, Stuttgart, Francfort, Hambourg et Cologne. Elle a montré les relations de bon voisinage et souligné l'importance économique du tourisme allemand dans notre pays.

### *Page 21*

*Impressions d'une fructueuse action conjointes de relations publiques dans cinq villes de la République fédérale d'Allemagne*



# Information et documentation

## Informations générales

Il a été enregistré de nouveau une nette augmentation des demandes écrites et orales. Dans le monde entier, nous avons fourni au total près de deux millions d'informations. Il est réjouissant de constater que de plus en plus de Suisses adressent des demandes très concrètes à notre siège. Les renseignements donnés le plus souvent ont concerné le tourisme pédestre, les buts d'excursions pour familles et les manifestations.

### *Feuilles «i»*

La série des feuilles «i» et des brochures «i» a été révisée et comprend actuellement 75 sujets. En collaboration avec la maison d'édition «Musique et théâtre», nous avons édité une brochure commune sur les manifestations de musique, ballet et théâtre.

### *Enquêtes*

Deux grandes enquêtes nous ont permis de collecter les offres pour l'été et l'hiver ainsi que les données sur l'infrastructure de 400 stations au total. Les indications données ont fourni matière à une cinquantaine de publications dans plusieurs langues. En outre, nous avons mené d'autres enquêtes sur les dates d'ouverture et de fermeture de la saison d'hiver ainsi que sur la situation dans les réservations durant les fêtes de fin d'année et celles de Pâques.

### *Téléphone 120*

Malgré d'autres canaux de diffusion, tels que les moyens électroniques, le numéro de téléphone 120 continue de jouir d'une grande popularité. Durant le semestre d'été, ce numéro a été composé 200 000

fois pour des informations touristiques. D'avril à novembre, près de 600 conseils de voyages et propositions de vacances ont été diffusées, ainsi que des mentions de manifestations. Pendant le semestre d'hiver, plus de 400 000 personnes ont écouté le bulletin des pistes.

### *Conseils ONST pour le tourisme pédestre*

D'avril à octobre, un bulletin mensuel comprenant 16 propositions d'excursions pédestres a été publié et distribué à la presse suisse, aux représentations à l'étranger et aux sections de tourisme pédestre. Les journaux et magazines suisses surtout ont bien repris nos conseils et propositions.

### *Bulletin des pistes de ski*

Trois fois par semaine, nous collationnons 800 informations de 160 stations suisses de ski pour rédiger divers bulletins que nous diffusons par l'intermédiaire des représentations ONST, des services de renseignements CFF, du téléphone 120, du télétext, du videotex et du Bildschirmtext Btx allemand. Ces bulletins des pistes ont entièrement été préparés par notre banque de données interne.

## Renseignements spéciaux

### *Santé*

L'Association suisse des stations thermales a entièrement repris la promotion commune de ses 22 membres. L'ONST a étroitement collaboré avec l'association et participé à la mise au point d'un nouveau concept promotionnel. En relation avec l'Association suisse des établissements hospitaliers, nous avons réédité la brochure très demandée «Cliniques privées en Suisse», financée par des cotisations fournies par les cliniques mentionnées. L'ONST a reçu 10 000 exemplaires pour les distribuer à ses agences.

## *Sport*

La collaboration s'est intensifiée avec les diverses associations sportives, telles que Fédération suisse de ski, Fédération des écoles suisses de ski, Fédération suisse de ski de fond, Association suisse de tourisme pédestre, Fédération des sports nautiques, etc. Nous travaillons davantage avec ces organismes pour collecter des données actuelles, et nous pouvons ainsi décharger en partie les offices du tourisme.

contribution au Bildschirmtext avec le calendrier des manifestations, le bulletin des pistes de ski et d'autres informations actuelles. Le système jouit d'une popularité grandissante; notre agence de Francfort a enregistré plus de 4200 commandes de prospectus, soit le double de l'année dernière.

*France - Minitel/Télétel:* Grâce au programme-cadre d'informations de l'ONST, les régions touristiques ont pu s'associer avec leurs propres programmes en les perfectionnant systématiquement. 2,6 millions de Minitels installés permettent aux hôtes potentiels de la Suisse de s'informer sur nos offres.

*Suisse - Télétex (Information sur écran TV):* La collaboration avec l'entreprise Teletext AG à Bienne s'est renforcée. Outre les conseils hebdomadaires pour des vacances et des voyages et le bulletin des pistes de ski, on peut maintenant également appeler un bulletin des pistes de ski de fond et de luge. Avec ses 15 pages d'informations dans le télétex romand et 25 dans le télétex alémanique, l'ONST atteint plus de 600 000 hôtes potentiels.

## Médias électroniques

Après les travaux préparatoires de 1983 à 1985, les médias électroniques remplissent leur mission de canaux d'information. Maintenant, le gros du travail consiste à actualiser journalement les informations que nous diffusons par les divers médias en Suisse et à l'étranger. Des articles parus dans des publications spécialisées et des messages transmis par les médias eux-mêmes ont continué de faire connaître ces moyens de communication électroniques. En septembre, un forum sur le videotex s'est déroulé à Bâle, ce qui nous a fourni la possibilité de présenter un exposé sur «les systèmes videotex de l'ONST et les systèmes de dialogue dans leur application sur le plan international». Nous avons parlé souvent devant des organismes partenaires et d'autres milieux intéressés.

*Allemagne - Bildschirmtext (Btx):* La campagne publique «Grüezi» organisée dans de grandes villes allemandes a été annoncée par ce canal et accompagnée d'informations actuelles sur le programme. Durant cette campagne, l'ONST a utilisé le Bildschirmtext comme instrument d'étude de marché en questionnant brièvement sur les habitudes des touristes allemands en matière de courts voyages. En outre, nous avons augmenté notre

## Documentation

Notre bibliothèque spécialisée et notre collection d'articles ont été utilisées pour répondre à nombre de demandes internes et externes. Ces sources d'information sont souvent consultées par des étudiants, des enseignants et des journalistes.

*Page 24*

*De notre photothèque: Les joies du golf à Arosa à 1862 m d'altitude*

