

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office national suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office national suisse du tourisme  
**Band:** 47 (1987)  
  
**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:** 31.01.2026

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

# Promotion touristique nationale

---

## Etude des marchés

Au début janvier, le «Rapport de l'ONST sur la situation touristique» a de nouveau paru en français et en allemand. Dans cette édition, les rapports sur les différents pays contiennent des données tirées de l'enquête détaillée TOMAS effectuée auprès des hôtes en Suisse; elle s'est déroulée de l'hiver 1982/83 à l'été 1985 sur mandat des directeurs des offices régionaux de tourisme. Pour l'ONST, les données ont été réparties selon le pays d'origine des hôtes et figurent ainsi dans les rapports.

Au cours de l'année, l'ONST a fait exécuter ou a mené lui-même diverses enquêtes. Dans le cadre des études que l'Institut du tourisme et de l'économie des transports à l'Ecole des Hautes Etudes de St-Gall a effectuées pour le «Marché touristique suisse 1986/87», nous avons posé des questions complémentaires concernant les activités et la satisfaction de la population suisse en vacances. Aux Pays-Bas et en Allemagne fédérale, l'ONST a questionné sur leurs expériences de vacances des personnes qui avaient demandé des informations sur la Suisse à nos représentations. Nous avons élaboré les questionnaires correspondants en collaboration avec l'Institut du tourisme et de l'écono-

mie des transports à St-Gall, qui a également dépouillé les résultats. Nous avons aussi mené des enquêtes lors de foires touristiques en Belgique et au Luxembourg. En collaboration avec les offices touristiques allemand et autrichien, l'ONST a mené une analyse sur les vagues de touristes venant d'Amérique du Sud; dans l'année sous revue, les données nécessaires à cet effet ont été recueillies dans les aéroports européens. Avec les mêmes partenaires, l'ONST a participé par des questions complémentaires à une étude de la British Tourist Authority (BTA) intitulée «Overseas visitors survey», afin de déterminer dans quelle mesure on peut attirer sur le continent pour des vacances les visiteurs d'outre-mer venus en Grande-Bretagne. L'ONST a collaboré aux travaux préparatoires de la deuxième partie de l'enquête TOMAS, qui durera du semestre d'été 1988 à l'hiver 1988/89 dans quelque 120 localités de Suisse et sera partiellement financée par notre office.

Pendant cette année, la section «Etude des marchés» a mis au point différentes analyses, en particulier dans la perspective du programme d'activité et de propagande AZIMUT 1988/89.



# Relations publiques

## Médias suisses

### *Presse*

Pour la première fois depuis longtemps, l'ONST a organisé au début janvier à Berne une conférence de presse nationale. Les explications du directeur sur la situation et les perspectives de notre tourisme ainsi que sur le sujet de 1987 «200 ans de tourisme en Suisse – un avenir pour nos hôtes» ont rencontré un écho favorable dans la presse. Au cours d'une séance d'information organisée par l'ONST pour la presse régionale sur le thème «Le tourisme – un atout pour l'économie helvétique» à l'hôtel de ville de Bischofszell, nous avons présenté le numéro d'octobre de la Revue Suisse, qui était entièrement consacré au district de Bischofszell.

Le bulletin de presse mensuel en français et en allemand comportant des informations sur les nouveautés de l'été et surtout de l'hiver a été bien accueilli. Nous avons continué d'entretenir des contacts étroits et réguliers avec la presse spécialisée et les rédactions touristiques d'importants quotidiens. Des représentants de la presse ont été invités à diverses manifestations de l'ONST: STM, assemblée générale et exposition de l'artisanat.

### *Radio*

*Suisse romande:* En particulier durant les deux saisons principales, nous avons maintenu des contacts fréquents avec Radio Suisse romande, à laquelle nous avons fourni sans discontinuer nos informations et de la documentation; nous lui avons aussi accordé divers entretiens. Comme en 1986, nous avons collaboré avec la Caisse suisse de voyage pour un concours touristique.

*Suisse alémanique:* Depuis le début de l'année, la section Tourisme de Radio DRS fait partie du dé-

partement «Land und Leute». «Touristorama» est devenu une émission magazine incluant chaque fois un ou deux sujets d'actualité, sujets choisis en étroite collaboration avec l'ONST. En raison du succès remporté en 1986, Radio DRS 1 a de nouveau diffusé un «Touristorama spécial» durant les mois d'été. Ainsi, on a pu entendre des conseils de vacances et d'excursions actuels à midi du mardi au vendredi. Tout au cours de l'année, nous avons fourni chaque semaine des informations d'actualité qui ont été reprises par d'autres émissions, telles que «Palette», «Wirtschaftswoche», «Rendez-vous am Mittag», par des journaux régionaux et DRS 3. Dans tout le paysage médiatique, une douzaine de radios locales se sont révélées d'importants partenaires. Elles ont régulièrement parlé de manifestations touristiques et se sont montrées extrêmement flexibles dans la diffusion d'actualités annoncées peu à l'avance. Presque tous les émetteurs et les canaux touristiques ont présenté des reportages plus ou moins longs sur notre sujet annuel.

*Suisse italienne:* Nous avons pu augmenter notre collaboration avec la radio tessinoise en lui faisant parvenir régulièrement des informations actualisées, surtout sur les offres de voyages et de vacances. Les sujets historiques de notre campagne annuelle ont été très bien reçus, ce qui a valu d'assez longs reportages, par exemple sur le voyage de Sherlock Holmes ou la fête du Rigi.

*Radio Suisse Internationale:* Nous avons fourni des informations touristiques régulières pour les programmes en neuf langues et avons souvent eu la possibilité de donner des interviews sur des sujets actuels en diverses langues et sur différents émetteurs.

### *Télévision*

*Suisse romande:* Des annonces de nouveautés touristiques et de sujets d'actualité sont parvenues régulièrement à la Télévision Suisse romande.



*Suisse alémanique:* Avec la télévision DRS, nous avons entretenu une intense collaboration en particulier pour l'émission «Sonntagsmagazin» et procuré des prix de concours sous forme de vacances en Suisse. La coopération s'est aussi développée dans d'autres secteurs, soit «Folklore» et «DRS aktuell». Le nouveau directeur de la SSR est venu à notre office où nous avons parlé de la collaboration à venir et surtout de la possibilité de diffuser des contributions touristiques sur les diverses stations de télévision par satellite telles que 3SAT, TV5, etc.

*Suisse italienne:* A la télévision tessinoise, la collaboration s'est développée avec divers départements. Là aussi, l'intérêt s'est manifesté pour notre sujet annuel, surtout en ce qui concernait la partie historique.

## Médias étrangers

Les manifestations sur le thème «200 ans de tourisme», comme par exemple le voyage Sherlock Holmes dans le canton de Vaud, le Valais et l'Oberland bernois, les deux voyages nostalgiques aux Grisons, le voyage sur les traces des pionniers de l'alpinisme ou l'ascension historique du Rigi ont éveillé beaucoup d'intérêt dans les médias du monde entier. De même, les voyages de groupes de presse organisés par les représentations ont remporté de francs succès; ils étaient consacrés aux sujets «Sur les traces de Tell», «Auberges de campagne» ou «Golf au Tessin».

### Presse

Le département Presse Etranger s'est occupé au total de 800 représentants de la presse étrangère,

dont 132 d'Allemagne fédérale, 114 de Grande-Bretagne, 70 d'Italie, 66 de France, 39 de Hollande, 33 d'Espagne, 23 d'Autriche, 20 de Belgique et du Luxembourg, 18 de Scandinavie et 10 d'Israël; en outre, 124 venaient des USA, 36 du Canada et 22 d'Amérique du Sud ainsi que 51 d'Extrême-Orient et 23 d'Australie.

### Radio

Sept représentants de quatre stations de radios allemandes, hollandaises et luxembourgeoises ont été invités en Suisse; il en est résulté quelques transmissions en direct.

En collaboration avec l'Allemagne fédérale et l'Autriche, nous avons organisé pour des Japonais un voyage d'étude tripartite sur la gastronomie. De même, l'ONST a participé à la réalisation de quelques livres précieux: «Switzerland at its best in USA», les deux «Guides bleus» au Japon, «Villes suisses» de la maison d'édition française Autrement et «To the end of the Rhine» de Bernard Levin, Angleterre. Avec le DFAE, le DMF, la Fondation Pro Helvetia et l'Office suisse d'expansion commerciale, nous avons invité des représentants de la presse venant surtout de pays sans représentations ONST; pour la plupart, ils ont publié des reportages très positifs sur la culture, le commerce, l'industrie et le tourisme, contribuant ainsi quelque peu à compléter l'image de la Suisse à l'étranger.

### Télévision

Une attention spéciale a été portée au secteur vidéo. Près de 50 téléfilms ont été produits, dont un film venant des USA sur le Nouvel-An à Appenzel ou les enregistrements «Joy of Music» (concert d'orgue à Lucerne, Berne, Gstaad et Arosa) et «Dare to dream» (Voyage en Suisse d'un groupe d'handicapés par les moyens de transports publics); de Hollande «Varas Konsumentenbus»; du Japon «World Journey for famous Pictures».





*La rencontre de 800 journalistes étrangers avec la Suisse se reflète dans les médias autour du globe.*

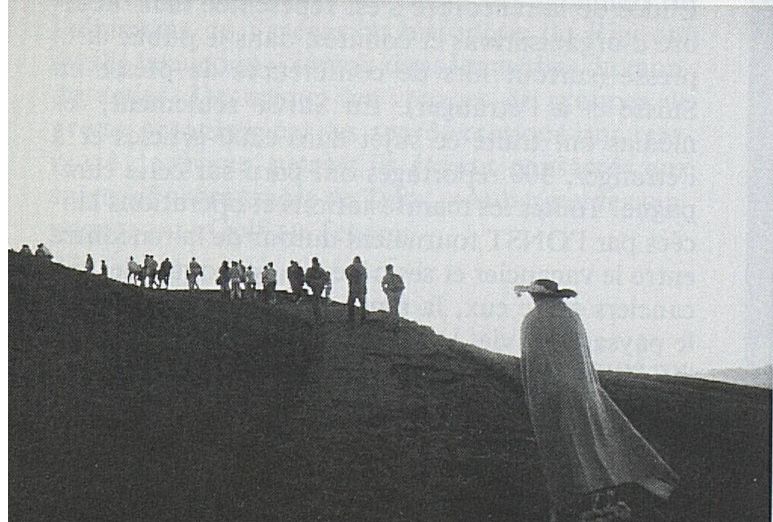
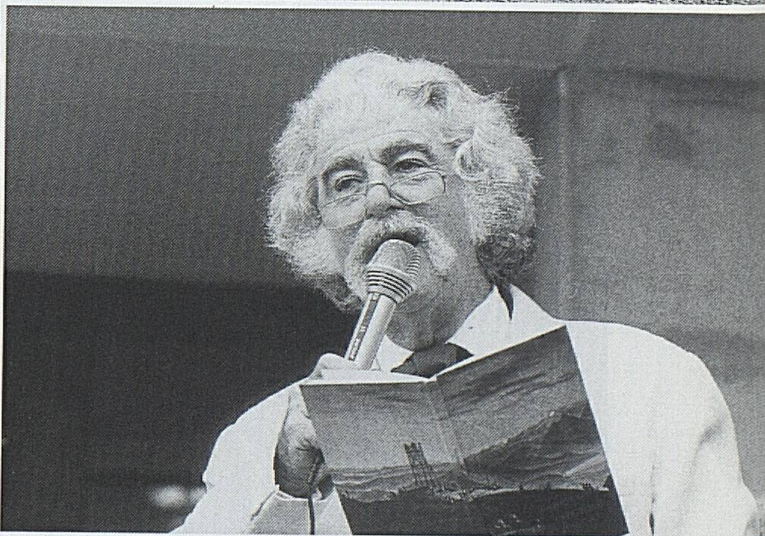
## Tâches spéciales

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

Dans le cadre du programme quinquennal 1987–1991, basé sur le thème général de la rencontre, une attention particulière a été vouée à ce sujet: nous nous sommes penchés sur notre tradition bicentaire et concentrés sur nos futurs hôtes.

L'idée de la rencontre s'est répercutée dans nombre d'organisations et comités, dans le public et la presse (surtout lors de conférences de presse en Suisse et à l'étranger). En Suisse seulement, les médias ont traité ce sujet dans 1200 articles et à l'étranger, 300 reportages ont paru sur cette campagne. Toutes les manifestations et opérations lancées par l'ONST tournaient autour de la rencontre entre le vacancier et ses hôtes, la rencontre des vacanciers entre eux, la rencontre des touristes avec le paysage, la vie, le caractère suisse. Les manifestations et opérations suivantes méritent une mention spéciale:







toute l'année:	publication de 26 histoires touristiques illustrées	septembre:	remise des timbres spéciaux «200 ans de tourisme» à M. Schlumpf, conseiller fédéral.
janvier/février:	concours de sculptures sur neige à Grindelwald et Hoch Ybrig		Petite fête sur la Bundesplatz à Berne avec la participation des villes servant de motifs aux timbres: Zoug, Sion, Waltensburg et Prugiasco
mars:	rencontre avec 13 participants à l'ITB à Berlin	septembre:	première édition des quatre timbres spéciaux dans le bureau de poste spécial à Interlaken.
avril/mai:	voyage Sherlock Holmes à travers la Suisse avec en partie jusqu'à 65 journalistes par jour, 12 équipes de télévision et reportages quotidiens à la TV durant tout le voyage		Remise à la poste aérienne du vol commémoratif de Spelterini
juin:	sortie en bateau sur le Léman pour des parlementaires européens	octobre:	voyage de rencontre pour petits groupes venant d'Allemagne fédérale sur le thème des rhéto-romanches
juin/juillet:	voyages de rencontre pour de petits groupes venant d'Allemagne fédérale: facteurs, professeurs d'art, étudiants en journalisme, étudiants sportifs, élèves d'écoles de tourisme		
juin/octobre:	voyages nostalgiques dans les Grisons: Albula et Oberalp		
été:	cours de vacances gratuits de la Fédération suisse des écoles privées pour 20 jeunes gens		
août:	fête de la rencontre au Rigi avec Mark Twain et Tartarin de Tarascon. Grande affluence de visiteurs: deuxième meilleure fréquence depuis l'existence des chemins de fer du Rigi		

### Expositions

L'exposition itinérante «L'artisanat suisse entre hier et demain» a été présentée, en plus de St-Gall et Bulle, pour la première fois à l'étranger, à Bruxelles et Paris. Il s'est avéré qu'il faut entreprendre de plus gros efforts à l'étranger pour pouvoir enthousiasmer le public et les médias. Nous préparons les présentations 1988 en Allemagne fédérale et au Luxembourg. Il a été possible de conclure un contrat avec le Crédit suisse pour le soutien financier des engagements outre-mer durant la période 1989-1991.

Sur mandat de la CoCo (Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger), le service des expositions a mis sur pied le «Restaurant of Switzerland» qui était ouvert du 6.12.1987 au 13.3.1988 à l'occasion des Jeux Olympiques de Calgary.

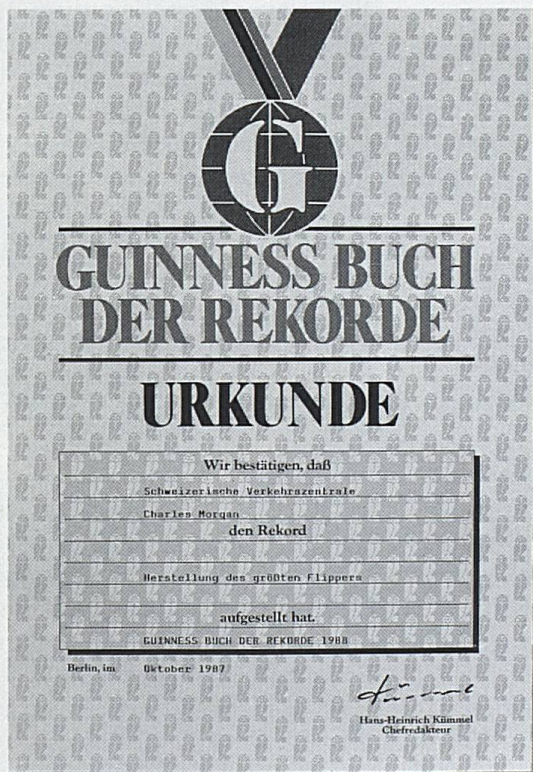
Jollyball, le flipper touristique géant de Charles Morgan, continue de faire fureur. Il a été utilisé dix fois au total; pour agrémenter les stands de l'ONST dans des foires et pour certaines occasions telles que l'inauguration de la gare ferroviaire de l'aéroport de Genève ou de la semaine suisse à Tokyo.

### Page 14

*Quelque 20000 visiteurs illustrant 200 ans de tourisme se sont rencontrés sur le Rigi lors d'une manifestation ONST.*



Le livre Guinness des records a attribué à Jollyball le titre de «plus grand flipper touristique du monde».



Les expositions humoristiques sur les cannes, les skis, les bagages et les cintres ont fait l'objet d'une présentation d'ensemble du 17.8 au 3.9 pour la manifestation «100 ans de tourisme à Morcote». D'autre part les expositions suivantes ont été présentées: «Bagages originaux» en mars à Hambourg (exposition touristique Internogra) et en mai à Londres (Swiss Centre Restaurant); «Skis humoristiques» en janvier à Zurich (Bächtold Sport) et en mars à Tel Aviv (Swiss Food Festival au Zentrumshotel) et «Cannes humoristiques» en mai à Munich (Grands magasins Hettlage) ainsi qu'en octobre à Zurich (Bächtold Sport).

#### Vitrines et décorations

Pour les «200 ans de tourisme», notre siège a aménagé quatre fois les vitrines des représentations de Milan, Bruxelles et Vienne; il a mis au point des décors spéciaux pour les bureaux des représentations de Tokyo, Londres et Buenos Aires.

#### Divers

Pour le sujet de 1988 «Vacances d'été dans les montagnes suisses», il été édité une brochure «Vacances sportives à la carte» ainsi qu'un numéro spécial du Nebelspalter en anglais. En outre, nous avons préparé des articles de presse, des voyages pour ambassadeurs de vacances, des publications sur la Haute-Route des Walser et la rencontre des écrivains.

En vue du thème de 1989 «Hôtes de la ville suisse», un groupe de travail s'est formé pour établir des portraits positifs et négatifs de la ville suisse; pour le sujet de 1990 «Lacs et rivières - perles de la Suisse», nous avons pris les premiers contacts et défini la direction à prendre. De plus, l'ONST a participé au voyage du Lord Mayor de la City of Westminster en Suisse orientale, à l'excursion pédestre des parlementaires au Siblingler Randen ainsi qu'à la conférence CIOFF «Tourisme et folklore».

Pour le projet de la «Swiss Music Box», une pomme de cinq mètres sur cinq en granit équipée de 108 moniteurs vidéo, l'institut pour la gestion d'entreprise de l'EPF Zurich a effectué une étude sur la faisabilité. Motor Columbus Ing. est chargé de la mise au point du projet et des campagnes de financement ont débuté auprès de loteries, des cantons et des 3027 communes de Suisse.



# Production des moyens promotionnels, de relations publiques et d'information

## Promotion et moyens promotionnels

### *Promotion*

En Allemagne fédérale, nous avons publié une annonce dans les horaires étrangers des chemins de fers allemands en été et en hiver. Certains de nos imprimés incluaient des annonces des CFF, de Swissair, et des compagnies d'assurances Winterthur et Zurich.

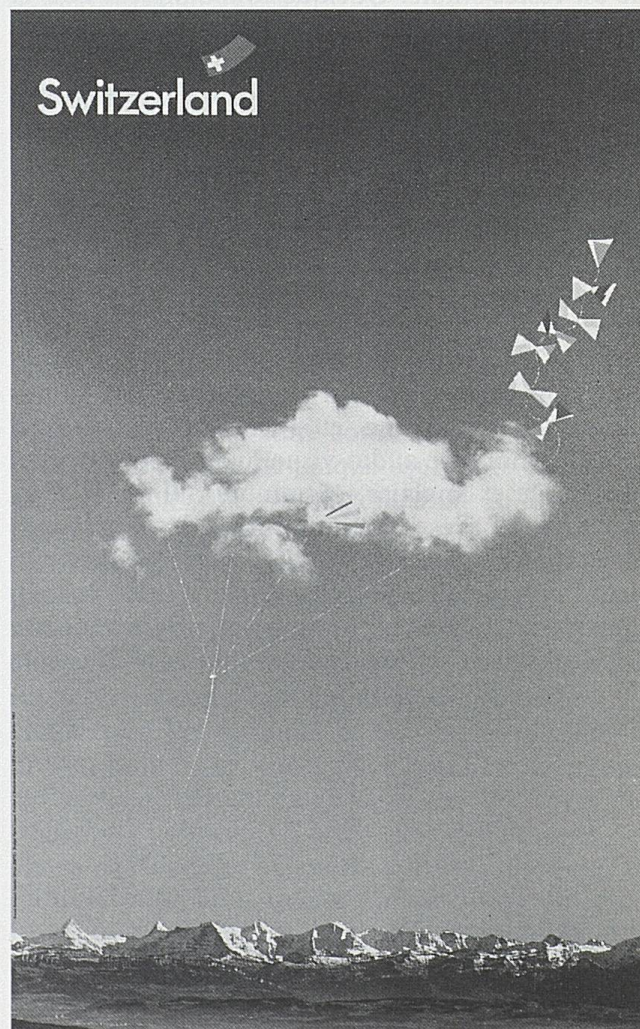
### *Imprimés*

Passé 110 versions d'imprimés ont paru avec un tirage total d'environ trois millions d'exemplaires. Outre la production d'imprimés à caractère général (brochure Suisse, brochure des représentations, carte routière et ferroviaire, etc.) l'accent principal a été mis sur les imprimés pour la campagne «200 ans de tourisme» et la propagande concernant l'été à la montagne pour 1988. Il faut mentionner les nouveautés «Sur les traces du Général Souvorov (brochure dans la série des «Rencontres avec la Suisse»», la brochure «Vacances sportives à la carte» et le nouveau poster «nuage cerf-volant». La création du nouveau logo – projeté et exécuté par le graphiste zurichois Heinz Looser – et la production des premiers moyens promotionnels et du papier de correspondance avec le nouveau logo nous ont occupés surtout dans la seconde moitié de l'année sous revue.

*Première rencontre avec le nouveau sigle suisse sur une de nos affiches «nuage cerf-volant».*

Il faut particulièrement noter la constante augmentation des moyens promotionnels utilisés dans notre pays. Le siège de l'ONST, poussé par la présence des médias, est devenu une sorte de représentation Suisse.

Pour la CoCo, nous avons continué de produire le dépliant-poster «Suisse» pour écoliers à disposition en 33 langues et dont le tirage total a atteint 3,4 millions d'exemplaires.





### *Photo*

**Production et archives:** La production s'est concentrée sur la campagne «200 ans de tourisme». Plus de 30000 agrandissements noir et blanc (surtout format 18 x 24) sont sortis de notre laboratoire. Environ 600 négatifs noir et blanc ont remplacé d'anciens sujets, auxquels il faut ajouter plus de 1600 diapositives en couleurs (300 motifs); nous avons produit environ 9000 copies de 260 dias.

**Prêt:** Par rapport aux dernières années, la demande est restée stable. Quelque 16000 photos noir et blanc et passé 7000 dias en couleurs ont été prêtées en réponse à 1000 requêtes. Pour la seconde fois, l'ONST a mis à disposition des PTT des photos pour les pages de couverture en quadrichromie des botins de téléphone et pour six guides pédestres régionaux.

### *Audio-vision*

**Production:** «Switzerland, Summer lakes and Alps» (Travelview, Houston, USA); production vidéo en couleur; version américaine, env. 25 minutes. «Le tourisme et l'ONST» (production ONST); montage audio-visuel, versions française, allemande et anglaise, 15 minutes. Il s'agit d'un montage qui présente l'importance du tourisme en général et le travail de l'ONST en particulier. On peut l'obtenir dans les trois versions également en vidéocassette. «Eté en montagne» (production ONST), bande sonore de six minutes à utiliser lors de présentations, conférences de presse, spots radiophoniques, etc.

**Copies:** Onze copies de films 16 mm et 636 copies vidéo de diverses productions ONST ont été produites et distribuées.

**Bilan:** Dans son ensemble, notre prêt audio-vision en Suisse et à l'étranger a touché plus d'un million de spectateurs au cours de quelque 12000 projections. Le prêt vidéo a continué sa progression. «Spirit of Switzerland» (Condor/Dänzer 1986) a été distribué pour des films commerciaux et à la télévision dans les pays suivants: Grande-Bretagne, Amérique du Sud et du Nord, Irlande, Australie, Nouvelle-Zélande, Qatar et Singapour. Plusieurs grandes entreprises suisses et des centaines de clients ont acheté notre nouveau film sous forme de vidéocassette pour en faire cadeau à des relations ou des connaissances. «Pastorale Switzerland» (Condor 1976) a été repris par le canal 3SAT. Cet émetteur TV par satellite atteint actuellement plus de deux millions et demi de ménages en Europe. La direction d'arrondissement des télécommunications à Zurich organise par année environ 150 vidéoconférences. Pendant les temps d'attente entre les communications, nous pouvons faire passer nos films, ce que les participants dans le monde entier apprécient grandement.

### *Divers*

Nous avons reçu d'offices du tourisme 216 films et copies vidéo à transmettre à nos représentations. Pour la CoCo, nous avons acheté 605 copies de films et de vidéo avec 25 titres et les avons distribuées à nos représentations ainsi qu'à des ambassades et consulats.



## Revue Suisse

La revue de l'ONST «Schweiz Suisse Svizzera Svizzera Switzerland» a traité pour moitié de sujets régionaux, entre autres le numéro présenté lors d'une conférence de presse à Bischofszell en Thurgovie. Les cinq thèmes interrégionaux ont été consacrés à des manifestations importantes du point de vue touristique et culturel dans notre pays. Le numéro d'avril «200 ans de tourisme» concernait le programme de l'année et a été mis à disposition des représentations en plus grand nombre:

### Répertoire des sujets:

janvier	Val d'Anniviers en hiver
février	Apports étrangers en Suisse
mars	Mutations
avril	200 ans de tourisme: rencontres aujourd'hui, hier et demain
mai	Montagnes de légende autour du lac des Quatre-Cantons
juin	Mesolcina/Misox
juillet	Bicyclette
août	Ville de Lausanne
septembre	San Gottardo
octobre	District de Bischofszell
novembre	Art artisanal
décembre	Hasli

## Expédition

Nous avons expédié à nos représentations à l'étranger, ainsi qu'aux ambassades et consulats suisses dans le monde entier 2911 colis, 3284 paquets postaux et 54319 paquets d'imprimés contenant du matériel de propagande touristique de l'ONST ainsi que des milieux touristiques locaux, régionaux et nationaux soit un poids total de 607 tonnes (1986: 615 tonnes).

## Promotion des ventes

Au cours des dernières années, le secteur touristique a pris conscience de l'importance de la promotion des ventes comme instrument de communication et s'investit énormément dans ce domaine.

L'activité de promotion des ventes de l'ONST est à prendre comme un service en faveur de tous les présentateurs suisses et a pour but d'augmenter le nombre des nuitées intéressantes du point de vue économique en Suisse.

## Suisse

### *Opération en faveur des demandeurs étrangers*

Le Swiss Travel Mart (STM) a confirmé qu'il est la rencontre la plus importante du tourisme helvétique. Le 4e STM à Lucerne a offert à 274 demandeurs de 43 pays la possibilité de faire connaissance et de se familiariser avec les offres les plus récentes des 157 organismes de présentateurs suisses. Les 26 représentants des médias invités venus de 19 pays ont permis de faire connaître le STM dans le monde entier comme plaque tournante du tourisme incoming suisse. L'organisation du STM 89 a été confiée à Berne.

Les voyages d'information et d'étude font partie des moyens de vente éprouvés et efficaces. Nous avons donné à 758 agents de voyages, organisateurs de congrès et de voyages-récompense venus de 22 pays l'occasion d'apprendre à connaître par eux-mêmes les produits et les prestations de la Suisse, pays de vacances. Nos hôtes étrangers ont été particulièrement élogieux envers les offres des transports publics: la Carte suisse de vacances, les lignes ferroviaires Glacier-Express, Bernina et Palm-Express ainsi que le Golden Pass ont confirmé qu'ils étaient le couronnement de chaque voyage en Suisse.

Pour d'importantes organisations internationales, nous avons coordonné des rencontres et des mani-

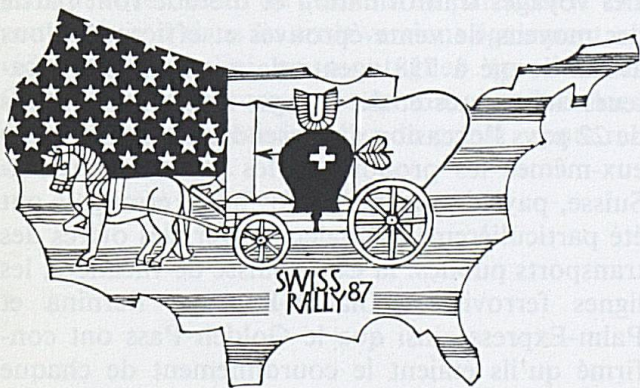


festations, telles qu'un séminaire de vente pour 75 directeurs commerciaux de la SNCF à Interlaken; le Board of Directors Meeting de l'Alliance of Canadian Travel Associations à Lucerne/Interlaken; l'American Automobile Association Travel Agency Industry Conference à Lucerne; le congrès de l'American Society of Associations Executives à Montreux/Berne; le congrès annuel de Selectour, Association française des agences de voyages à Zurich.

## Etranger

### *Coordination d'activités suisses*

Organisé pour la première fois selon la formule du Swiss-Rally, le voyage promotionnel national placé sous le signe de «Switzerland goes Southern» nous a conduits dans les états américains suivants: Géorgie, Alabama, Tennessee, Caroline du Nord et du Sud, Floride et Californie. Au cours de 30 séminaires, les offres suisses les plus récentes ont été présentées à plus de 2000 agents de voyages américains. Le point final et culminant du Swiss Rally a été le quarantième anniversaire de la représentation ONST de San Francisco.



En plus des voyages de promotion et de vente de l'ONST, nous avons coordonné 32 présentations

d'offices régionaux et locaux de tourisme dans les pays de voyages européens les plus importants; en collaboration avec Swiss Congress et Swissair, nous avons reçu des responsables de congrès et de voyages-récompense triés sur le volet dans les villes de Hambourg, Vienne et Bruxelles. Les manuels de vente habituels «Selling Switzerland USA/Canada», «Switzerland Sales Guide for Japan 88/89» et un nouveau «Guide d'hiver USA» ont été distribués à plus de 100 000 exemplaires à des diffuseurs potentiels.

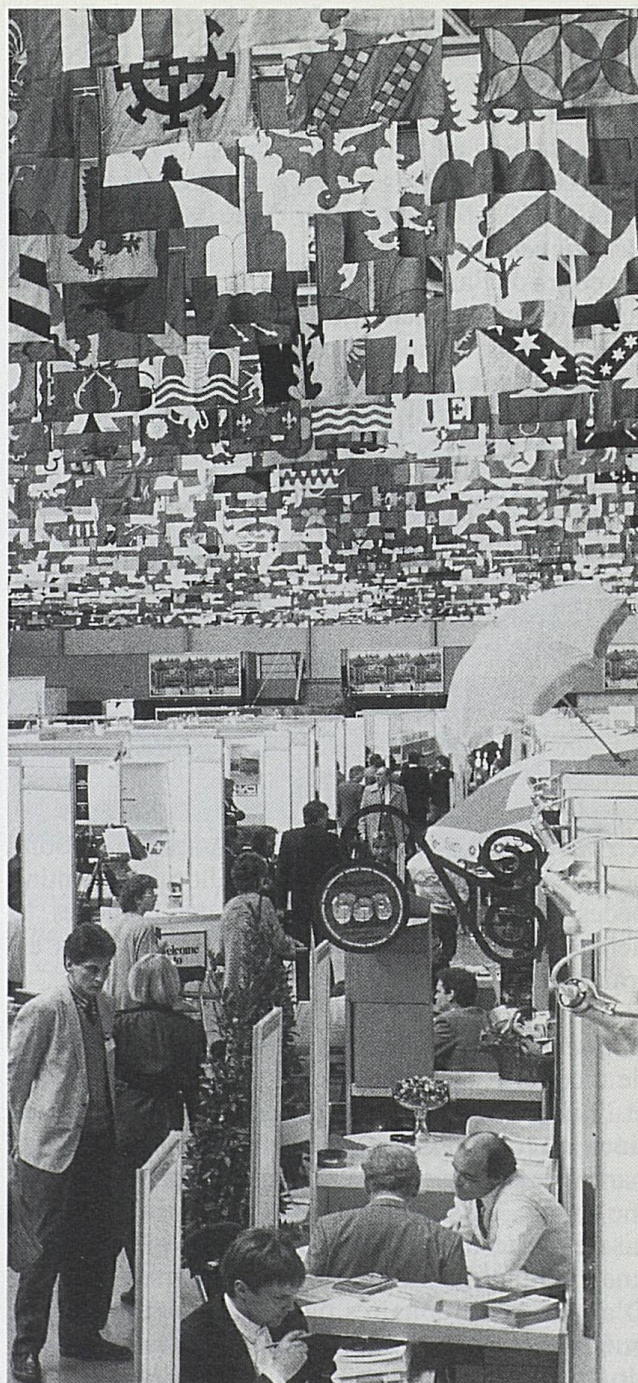
La présence de l'ONST aux congrès annuels des associations d'agences de voyages américaines ASTA à Houston et japonaises JATA à Tokyo s'est offerte comme plate-forme de communications adaptée au marché pour les présentateurs suisses intéressés. Dans le monde entier, de nombreux salons et foires touristiques, du workshop aux manifestations importantes et connues sur le plan international sont offerts chaque année. Au vu de la situation du marché et des moyens financiers à disposition, il s'agit, après discussion avec nos représentations, de fixer des priorités et de déterminer les foires auxquelles il est indiqué de participer. Au cours de 1987, nous avons utilisé une vingtaine de ces foires comme plate-forme pour assurer une présence homogène de la Suisse avec un stand commun et, avec les participants, faire connaître l'offre touristique de notre pays de vacances. L'utilisation du flipper touristique de l'ONST a permis d'illustrer notre thème «Pour vos vacances – ayez de la Suisse dans les idées» et de le diffuser dans les médias. Voilà un choix de foires importantes:

- 12.1.-5.3. Amérique du Nord  
Supermarts de la CET dans 30 villes
- 14-18.1. Utrecht  
Vakantie, foire des vacances
- 24.1.-1.2. Stuttgart  
CMT, Caravan Motor Tourismus
- 6-12.2. Paris  
Salon mondial du tourisme



- 7-15.2. Munich  
C-B-R, marché international du voyage
- 14-22.2. Hambourg  
Reisen 87, foire des vacances
- 25.2.-1.3. Milan  
BIT, Borsa Internazionale del Turismo
- 7-12.3. Berlin  
ITB, Bourse internationale du tourisme
- 21-29.3. Bruxelles  
Salon des vacances
- 22-26.4. Barcelone  
Rodatour
- 23.4.-10.6. Amérique du Nord  
Ski Group Meetings dans 27 villes
- 4-7.5. New York  
MITE, Meeting & Incentive Travel +  
Executives Show
- 15-17.9. Chicago  
IT & ME, Incentive Travel & Meeting  
Executives Show
- 22-24.9. Cologne  
Workshop RDA, Ring Deutscher  
Autobusunternehmer
- 4-6.11. Vienne  
IT + ME, Incentive Travel + Meeting  
Europe
- 11-15.11. Paris  
MITCAR, Marché international du  
tourisme en autocar
- 14-22.11. Londres  
International Daily Mail Ski Show
- 26-28.11. Bruxelles  
BTF, Bruxelles Travel Fair
- 1-5.12. Londres  
WTM, World Travel Market

*Les tenants de l'offre et de la demande se sont rencontrés par centaines lors du 4e STM, à Lucerne, sous un ciel de drapeaux des 3021 communes suisses.*





## Information et documentation

### *Renseignements généraux*

Au cours de l'année sous revue, il a de nouveau été constaté une augmentation des demandes écrites et orales. Dans le monde entier, nous avons fourni près de deux millions de renseignements; au siège, nous avons enregistré un accroissement de 10 000 demandes d'informations. Notre service de renseignements a été davantage occupé à donner des conseils de vacances et de voyages à des interlocuteurs de Suisse. Les informations données le plus souvent tournaient autour des sujets suivants: tours pédestres et à vélo, excursions avec les moyens de transports publics, fêtes populaires et manifestations culturelles.

*Feuilles «i»:* La série pratique de feuilles et de brochures «i» comprend plus de 85 titres; pour répondre aux demandes, elle a été retravaillée et complétée par les sujets suivants, par exemple: «randonnées accompagnées», «vols en ballon», «chemins pédestres hivernaux», «écoles de planches à neige», «pistes noires pour le ski», «courses en traîneaux».

*Enquêtes:* Deux grandes enquêtes nous ont permis de récolter les indications sur les offres pour l'été et l'hiver ainsi que sur l'infrastructure de 400 stations au total. Les informations fournies par nos partenaires touristiques, offices locaux de tourisme en tête, ainsi qu'associations sportives et organisateurs de manifestations ont fourni matière à une cinquantaine d'imprimés en diverses langues. D'autres questionnaires plus courts ont été distribués concernant le début et la fin de la saison, la situation de l'hébergement durant les fêtes, etc.

*Téléphone 120:* Ce numéro de téléphone reste un moyen d'information très utilisé: d'avril à novembre, nous avons diffusé près de 600 conseils de voyages et propositions de vacances ainsi que des annonces de manifestations; on a enregistré plus d'un demi-million d'appels durant l'année.

*Conseils ONST pour le tourisme pédestre:* D'avril à octobre, nous avons fait parvenir à la presse suisse et aux représentations à l'étranger un bulletin mensuel très apprécié comprenant 15 propositions de tourisme pédestre.

*Bulletin des pistes de ski:* Trois fois par semaine, les annonces de 160 stations helvétiques de ski sont préparées par notre banque de données interne et rédigées en divers bulletins nationaux et internationaux, puis diffusées dans le monde entier par l'intermédiaire des représentations et de systèmes de transmission de texte par écran. En Suisse, le bulletin était diffusé 24 heures sur 24 au numéro de téléphone 120, au Télétex et au Vidéotex ainsi que par plus de 150 guichets des CFF.

### *Renseignements spéciaux*

*Formation:* La nouvelle édition de la brochure biennale «Ecoles privées en Suisse» a paru en étroite collaboration avec la Fédération suisse des écoles privées. L'offre scolaire de quelque 250 instituts de tout le pays a figuré dans la brochure financée par des contributions des écoles.

*Culture:* L'ONST a soutenu sur les plans financier et logistique les membres du jury qui ont examiné et supervisé les cinq candidats suisses pour le prix européen du musée de l'année, selon des critères sélectifs tout à fait précis. Pour ce prix, plus de 50 musées au total de tous les pays européens étaient candidats.



**Santé:** En étroite collaboration avec les Stations thermales suisses nous avons mis au point le concept promotionnel pour 1988. La santé doit occuper une place de choix dans les activités relatives au sujet de l'été en montagne.

**Sport:** L'ONST a collaboré avec diverses associations sportives pour connaître les dates des manifestations les plus importantes en temps utile et pour introduire le message promotionnel de l'ONST dans les associations. Dans une commission de propagande de la Fédération suisse des écoles de ski, nous participons à l'élaboration d'un nouveau concept de communication pour ces écoles.

#### *Médias électroniques/télécommunication*

Le magazine allemand «Bildschirmtext aktuell» a étudié la situation du vidéotex en Europe. Si l'on compare le nombre des habitants à celui des raccordements, un Français sur dix-huit dispose du vidéotex. Sont également bien placés la Grande-Bretagne et les Pays-Bas, où l'ONST transmet des programmes «Suisse» depuis quelques années.

**Vidéotex (Suisse):** La décision du Conseil fédéral d'introduire le vidéotex à titre définitif comme service public, a redonné un nouvel essor au développement de ce média en Suisse. Les PTT veulent maintenant agrandir rapidement le système vidéotex et attendent jusqu'en 1990 entre 100 000 et 200 000 utilisateurs raccordés. Le programme ONST «Suisse, pays de vacances» a joui d'une popularité grandissante avec ses rubriques importantes: manifestations et bulletin des pistes de ski. De nombreux articles parus dans des publications spécialisées et des exposés devant des organismes partenaires ont renforcé le travail public sur les médias électroniques.

**Bildschirmtext (Allemagne fédérale):** Par rapport à 1986, le nombre des participants a presque doublé pour atteindre plus de 95 000 raccordements. Ce résultat encourageant se reflète aussi lors des statistiques concernant les appels au sujet de notre programme: 5 200 commandes de prospectus nous sont parvenues par l'intermédiaire du Bildschirmtext.



*Rencontre avec la Suisse – pays de vacances – par voie électronique: Le programme de l'ONST dans le «Bildschirmtext» allemand.*

**Minitel/Télérel (France):** A la fin de l'année, notre programme sur minitel a été restructuré: toutes les régions touristiques sont maintenant présentées sur trois pages chacune avec leurs offres forfaitaires. En France, il existe 3 millions de raccordements.

**Télétexte (Suisse):** Les utilisateurs d'environ 800 000 appareils de télévision équipés de déco-



deurs du télétexte représentent un potentiel considérable de touristes suisses. Parmi les informations les plus appréciées, on compte ici aussi le bulletin des pistes de ski de l'ONST, qui est diffusé avec toutes les stations de Suisse uniquement dans le télétexte. Un nouveau service est entré en fonction: un aperçu des logements libres durant les fêtes de fin d'année.

*Communes modèles suisses en matière de communication:* Sur initiative de l'entreprise des PTT et en collaboration avec la population, l'industrie, l'économie et des organisations à but non lucratif, on cherche à déterminer les besoins en communication dans six communes ou davantage et de nouveaux moyens de communications seront mis à l'épreuve de manière intensive. L'ONST représente les intérêts du tourisme helvétique dans une association de soutien fondée le 20 octobre à Genève et qui doit établir les conditions-cadre nécessaires.

*Banque de données de l'ONST:* Après avoir présenté un profil détaillé des exigences, nous avons collaboré avec la maison Computer AG pour mettre au point une conception globale de divers secteurs d'application de la banque de données. L'étape suivante consiste à projeter un modèle logique de données avec la collaboration scientifique de l'Université de Zurich. Les applications au calendrier des manifestations et au bulletin des pistes de ski continuent pour le moment au siège avec le système «Request».

*Banque de données externe pour l'exposition universelle de Brisbane en 1988:* Dans le cadre du sujet de l'exposition «Loisirs au siècle de la technologie», le pavillon suisse offrira la possibilité d'intervenir dans le monde entier sur des banques de données. A l'intérieur de la banque de données de services «Data-Star», l'ONST a lancé un calendrier électronique des manifestations qui représente la contribution touristique.

## Documentation

Dans le but d'exploiter plus intensivement et plus rationnellement le fonds documentaire existant à des fins d'information, la documentation a été rattachée le 1er janvier au département «Information» et est en réorganisation. La bibliothèque spécialisée – qui s'est enrichie cette année d'une cinquantaine d'ouvrages – et la collection d'articles sur plus de 500 thèmes ont été utilisées pour répondre à des demandes internes et externes. Les questions, ne se limitant souvent pas au seul domaine touristique, sont posées avant tout par des étudiants, des enseignants, des journalistes et des professionnels du tourisme.

## Page 25

*De notre photothèque: rencontres sur l'un des 50 000 km de chemins pédestres en Suisse.*



