

Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme
Herausgeber: Office national suisse du tourisme
Band: 50 (1990)

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 de l'année, le Rapport touristique de l'Office national suisse du tourisme (ONST) est paru comme d'habitude en français et en allemand. Des données tirées de l'enquête TOMAS II, réalisée auprès des hôtes, ont été introduites dans les rapports nationaux; dans la mesure du possible, nous avons fait analyser les résultats selon les pays d'origine.

Des analyses effectuées sur plusieurs marchés et segments nous ont servi de base de décisions. Il faut mentionner en particulier les enquêtes importantes suivantes:

- une étude de marché approfondie sur la Belgique, menée par l'Institut für Planungskybernetik

(IPK), Munich, en collaboration avec Marketing Unit, Bruxelles;

- une enquête pour déterminer la demande potentielle de vacances de sports d'hiver en provenance d'Allemagne, de Grande-Bretagne, des Pays-Bas et de Suisse. Cette enquête a été effectuée par l'IPK, Munich, en collaboration avec d'autres instituts.

A nouveau, nous avons rédigé plusieurs articles pour les médias, comprenant de nouveaux résultats d'étude de marché et avons répondu à de nombreuses questions de présentateurs, de journalistes et d'étudiants.

Médias suisses

Presse

La conférence de presse annuelle du 11.1 à Berne était placée sous le double signe de notre programme d'action sur le thème «La Suisse – aux sources de l'Europe» et de l'Année Européenne du Tourisme. En outre, les nombreux représentant(e)s des médias ont fait preuve d'un grand intérêt pour les analyses de marché et les perspectives pour le tourisme. Le 7.3 à Schwytz, nous avons présenté à la presse régionale le numéro 3/90 de la Revue Suisse consacré à «Schwytz et Meinrad Inglin». Lors de notre assemblée générale du 10.5, nous avons pris en charge les journalistes suisses à Bâle et les avons invités à Andermatt, Lugano et Interlaken pour la campagne promotionnelle de grande envergure «Euraqua» en septembre.

Nos bulletins de presse mensuels en français et en allemand ont traité, spécialement durant la période de mars à juillet, le thème de l'eau sous les aspects les plus divers; un autre point fort a été l'Europe. En outre, nous avons présenté des nouveautés des saisons estivale et hivernale, informé des nouveaux imprimés de l'ONST, des actualités touristiques et des manifestations spéciales: Bains thermaux, randonnées, 700^e anniversaire de la Confédération, etc. Des communiqués de presse – par exemple sur d'importantes campagnes promotionnelles – ont complété le tableau. Depuis le mois de mars, nous tenons à disposition de jeunes journalistes et de ceux qui ne traitent que sporadiquement le tourisme un «Vade-mecum pour la presse». Sur une vingtaine de pages, il contient les informations les plus importantes sur le tourisme et de nombreuses adresses utiles.

Radio

Tous les émetteurs de la SSR et les radios locales ont régulièrement reçu les informations touristiques les plus récentes. Des interviews radiophoniques ou télévisuelles avec des membres de la direction ou d'autres porte-parole de l'ONST se sont déroulées lors de chacune de nos manifestations; en hiver, l'intérêt s'est surtout porté sur le nouveau bulletin national des pistes de ski.

Suisse romande: Pour les émissions tant estivales qu'hivernales de Radio Suisse romande «La Première», l'ONST a tout mis en œuvre afin que les offices de tourisme régionaux et locaux envoient régulièrement à Lausanne leurs informations sur les nouveautés et les manifestations.

Suisse alémanique: Notre excellente collaboration avec Radio DRS s'est poursuivie, surtout pour l'émission hebdomadaire très appréciée «Touristorama» avec son concours pour les auditeurs. Comme chaque année, les émissions «Sommertip» sur DRS 1 et «Hot dog» sur DRS 3 ont diffusé nombre de conseils pour les vacances et les excursions en juillet et en août.

Suisse italienne: Pour des sujets d'actualité, nous avons maintenu le contact avec les collaborateurs de la radio.

Radio Suisse Internationale: Nous avons continuellement collaboré à l'émission «Azimut», surtout pour permettre la réalisation d'interviews sur le thème de l'eau – par exemple, navigation ou bains thermaux – en partie assorties d'un concours.

Télévision

A plusieurs reprises, la télévision a présenté dans les trois langues nationales notre activité, en particulier la grande campagne «Euraqua» en septembre. Après la mise sur pied de «Programme 90», nous avons pu nouer de nouveaux contacts avec plusieurs journalistes de la Télévision DRS.

Médias étrangers

Presse, radio, télévision

En collaboration avec les offices régionaux et locaux de tourisme en Suisse et avec les représentations ONST à l'étranger, nous avons invité et pris en charge 926 journalistes (1989: 1048). Le nombre de leurs nuitées se répartit comme suit: Allemagne 687, Autriche 120, Belgique 277, Espagne 146, France 243, Grande-Bretagne 747, Italie 404, Pays-Bas 255, Scandinavie 146, Etats-Unis 992, Canada 97, Amérique latine 63, Extrême-Orient 545, Australie 109, pays sans représentation ONST 160 (collaboration avec l'OSEC et le DFAE). Swissair a de nouveau mis à disposition des billets d'avion gratuits et a aidé les représentations dans le choix des journalistes tandis que le Swiss Travel System a offert des billets gratuits.



125 ans de la première ascension du Cervin: 36 représentants des médias venant de 12 pays ont participé activement à une semaine spéciale d'alpinisme à Zermatt du 8 au 15.7 à l'occasion de cet anniversaire; 34 journalistes de 11 pays y ont passé le week-end. Cette opération a remporté un grand succès à la télévision et dans la presse.

Euraqua: Cette campagne de l'ONST était une contribution à l'Année Européenne du Tourisme et a été organisée sur mandat du Conseil fédéral. 40 journalistes de 15 pays européens ont participé en 4 groupes à un voyage du 5 au 8.9, qui les a menés à Andermatt en passant par diverses régions de Suisse; puis du 9 au 15.9, ils ont poursuivi tous ensemble leur périple. Ce voyage comportait des conférences de presse avec le conseiller fédéral Adolf Ogi à Andermatt, avec l'ambassadeur Jakob Kellenberger à Lugano et avec le président de la Confédération, Arnold Koller à Interlaken. Sujet: «La Suisse et l'Europe», économie, transport et politique étrangère.

Travel Writers Trip: Avec Swissair, nous avons permis à 25 autres journalistes de 16 pays d'outre-mer de séjourner en Suisse du 7 au 16.9 et de participer au programme Euraqua.

Skiswiss: Pour marquer le début de la saison d'hiver, 22 journalistes de 13 pays se sont retrouvés à Silvaplana du 15 au 22.12. Des cours de ski et d'autres sports d'hiver étaient à nouveau à l'ordre du jour.

Le Cervin dévoilé à 70 journalistes, hôtes de l'ONST et garants du succès médiatique mondial de ce symbole suisse.

Campagne mondiale d'information sur la Suisse

Sur mandat de la Commission de coordination pour la présence de la Suisse l'étranger (COCO), l'ONST a organisé la plus grande campagne d'information jamais mise en œuvre par notre pays: 64 articles de presse – brèves présentations de la politique, l'histoire, l'économie, l'environnement, la culture et la société – doivent donner une idée de la Suisse la plus réelle possible en avant-première des festivités du 700^e. Ces textes vivants et critiques doivent fournir des connaissances de base, refléter diverses opinions et éclairer d'un jour nouveau la réalité helvétique. En même temps, les articles servent de base aux représentants des médias du monde entier pour une approche plus approfondie de la Suisse et doivent les inciter à produire leurs propres articles, plus détaillés. Les textes ont été rédigés en français, allemand et italien par l'Agence télégraphique suisse avec l'aide de journalistes spécialisés. En outre, Radio Suisse Internationale a mis au point des versions anglaise, américaine et partiellement espagnole, arabe et portugaise, l'ONST une version japonaise. Les articles sont distribués avec 185 000 photos noir et blanc par les ambassades et consulats de Suisse, les représentations ONST, Swissair et les chambres suisses de commerce à 12 000 rédactions de journaux, de radio et de télévision dans 120 pays. Volume global: plus de 2 millions de pages de texte.

Articles

Sur le thème annuel, nous avons rédigé une douzaine de nouveaux articles en trois langues – relatifs par exemple aux bains thermaux, aux îles, aux bisesses – comme documentation pour les journalistes, nos représentations et la banque de données informative de l'ONST.

Tâches spéciales

Sujet annuel:

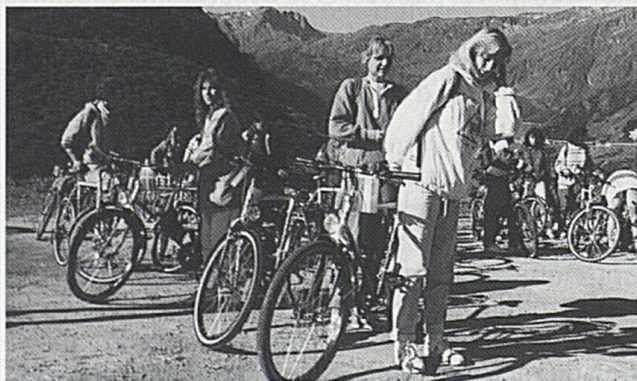
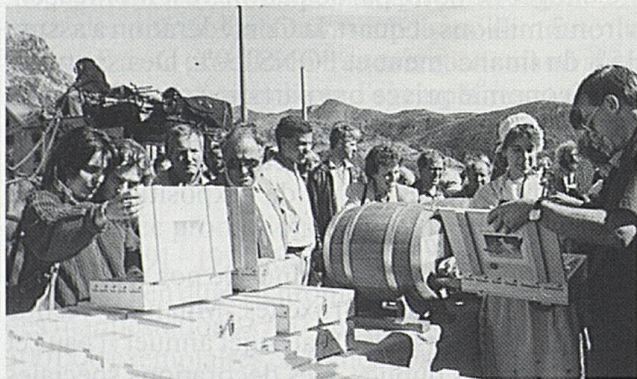
«La Suisse – aux sources de l'Europe»

Les milieux intéressés aux activités aquatiques ont établi avec l'ONST un programme d'action destiné à présenter la Suisse comme «pays de l'eau». De nombreuses nouvelles offres ont été créées – telles les croisières dans les Alpes ou le Swiss Boat Pass – plusieurs endroits ont vu se dérouler des activités spéciales: traversées de lacs, tests de natation, jeux aquatiques.

L'ONST a attiré l'attention sur les offres et manifestations spéciales avec le «journal de l'eau» (tirage: 1 million d'exemplaires) et un large éventail de publications relatives au sujet. Dans nos contacts avec la presse écrite et parlée, nous avons mis particulièrement en exergue le sujet annuel. La campagne «Euraqua» a aussi eu un grand impact publicitaire.

Le point culminant en a été la fête du Gothard des 8 et 9. 9. A Andermatt, des groupes de journalistes venant de tous les points cardinaux ont rencontré 48 jeunes de 23 pays européens. Après une discussion avec M. Adolf Ogi, conseiller fédéral, sur les problèmes du transit à travers Alpes, les hôtes ont découvert ensemble la montagne et passé la nuit au col de l'Oberalp. Des randonnées et des tours en vélo de montagne les ont conduits au col du Gothard, où de l'eau des sources du Rhin, du Rhône, du Tessin et de l'Inn que l'on avait amenée a été versée dans des flacons étiquetés spécialement.

Les jeunes ont emmené ces bouteilles dans leur voyage en canot, vélo et train jusqu'à Strasbourg et Bruxelles, où ils ont ainsi apporté les salutations du peuple suisse au Conseil de l'Europe et à la CE. Cette opération a non seulement remporté un grand succès dans la presse, mais également permis aux jeunes d'Europe de nouer des liens amicaux.



Page 15

Euraqua: Le Gothard, château d'eau de l'Europe, a été le théâtre de cette campagne ONST.

Préparation des futurs sujets annuels

Dans divers groupes de travail de la COCO, l'ONST a préparé des campagnes à l'étranger pour les festivités du 700^e. Par exemple, nous avons créé une zone de repos pour la présence de la Suisse dans les expositions.

Dans la perspective de 1992 et du futur, la préparation des chemins culturels européens a commencé. La Suisse veut faire preuve d'un esprit touristique européen et montrer qu'elle n'est pas à l'écart sur le plan culturel.

Expositions

Notre exposition «Artisanat suisse entre hier et demain» a été présentée à Toronto, Montréal et Chicago. A la fin de l'année, elle a été transférée à Tokyo. Le flipper touristique «Jollyball» a enthousiasmé le public d'abord à Düsseldorf puis à Osaka.

Exposition universelle spéciale à Osaka, Japon

Du 1.4 au 30.9, Osaka a été le théâtre de l'exposition universelle spéciale «The International Garden and Greenery Exposition», reconnue par le Bureau International des Expositions (BIE).

L'ONST a organisé la participation officielle de notre pays sur mandat de la Confédération et en collaboration avec le Consulat général de Suisse à Osaka, mais sous sa direction et sa propre responsabilité. Les attractions de notre présentation qui occupait 750 m² ont été, entre autres, un chalet original de la région du Pays-d'Enhaut, une paroi d'escalade de 8 mètres sur 12 dans un décor représentant les montagnes de l'Oberland bernois ainsi que le flipper touristique «Jollyball» particulièrement apprécié au Japon.

Page 16

La paroi d'escalade et le chalet vaudois, deux aspects du pavillon suisse, très fréquenté, à l'exposition horticole d'Osaka.



Avec plus de 23 millions de visiteurs – en majorité des Japonais – l'exposition a enregistré un succès dépassant toutes les prévisions. Le pavillon suisse en a aussi profité; avec 4 à 5 millions de visiteurs, il s'est placé dans les tout premiers parmi plus de 80 participations étrangères.

A l'occasion de la journée suisse, le 24. 7, une délégation helvétique officielle a séjourné à Osaka, conduite par M. Klaus Jacobi, secrétaire d'Etat et par le président de l'ONST, M. Jean-Jacques Cevey, conseiller national.

Le budget de notre participation s'est monté à environ 3 millions et quart, la Confédération a assuré 15% du financement et l'ONST 9%. Des sponsors de l'économie privée ont participé pour 20%, 47% ont résulté des ventes dans la «Swiss Souvenir Shop» et les 9% restants ont été fournis par la liquidation du matériel à la fin de l'exposition.

Vitrines et décorations

Nous avons décoré les vitrines de nos représentations à Amsterdam, Bruxelles, Milan et Vienne avec des éléments relatifs au sujet annuel «l'eau» et aux transports publics. Des décorations spéciales ont été confectionnées pour les manifestations telles qu'Euraqua, Bonjour la France et l'exposition universelle d'Osaka.

Divers

Prise en charge de groupes: Au moyen d'exposés, de visites guidées et d'excursions, nous avons orienté 400 personnes intéressées sur le travail de notre office, en fonction de leurs besoins.

Office d'information à l'aéroport: En collaboration avec l'Office du tourisme de Zurich, la direction de l'aéroport et la Société immobilière de l'aéroport, Swissair et les CFF, l'ONST a examiné les possibilités d'une conception globale de l'information. Jusqu'ici, aucune solution n'a été trouvée.

Swiss Forum: Les exposés du 1^{er} Swiss Forum organisé en 1989 par l'ONST ont été compilés dans un ouvrage de la Berner Schriftenreihe, distribué à chaque participant.

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

Publicité et moyens promotionnels

Publicité

Pour le sujet annuel, nous avons produit le magazine «La Suisse... par monts et vagues» de 20 pages et en quadrichromie, qui contenait en annexe des offres forfaitaires choisies de toute la Suisse. Il a été produit en français et allemand avec un tirage total d'un million d'exemplaires et distribué dans les marchés concernés comme supplément de périodiques, comme mailing ou lors de foires.

Pour l'année promotionnelle 1991, est paru le magazine «1291 - 1991, Suisse, le cœur en fête» de 12 pages et en quadrichromie, assorti du calendrier des manifestations «700 ans de la Confédération». 500 000 exemplaires en français, allemand, italien, anglais et américain seront diffusés sur tous les marchés. De plus, 215 000 exemplaires du calendrier des manifestations mentionné ci-dessus ont fait l'objet d'un mailing.

Nous avons fait de la propagande relative au chemin de fer avec des informations sur le Swiss Travel System dans les brochures de nos représentations dont le tirage total est de 500 000 exemplaires et dans les deux magazines précités. Pour la première fois, des annonces ont paru dans notre calendrier des manifestations.

Pour des motifs budgétaires, nous n'avons pas pu lancer de grandes campagnes d'annonces en Suisse et à l'étranger.

Imprimés

Au total, nous avons édité 94 titres avec un tirage global de 3,5 millions d'exemplaires, dont quelques nouveautés sur le sujet annuel. Sur mandat de

la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger (COCO), nous avons produit des préimprimés et réédité six langues du dépliant pour écoliers. Le tirage total de ce dépliant s'élève à ce jour à 4,3 millions d'exemplaires. Pour l'exposition universelle à Osaka, 250 000 dépliantes pour écoliers, au format réduit de moitié, ont été imprimés et 150 000 sacs en plastique ont été confectionnés.

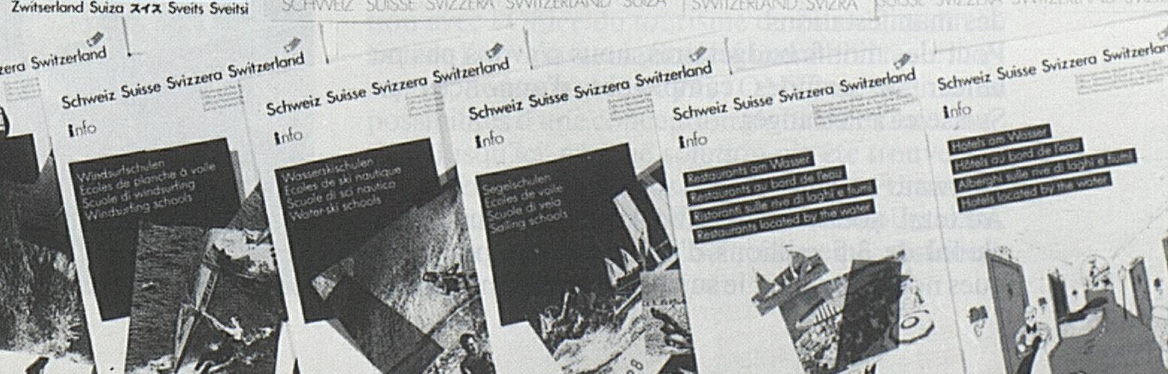
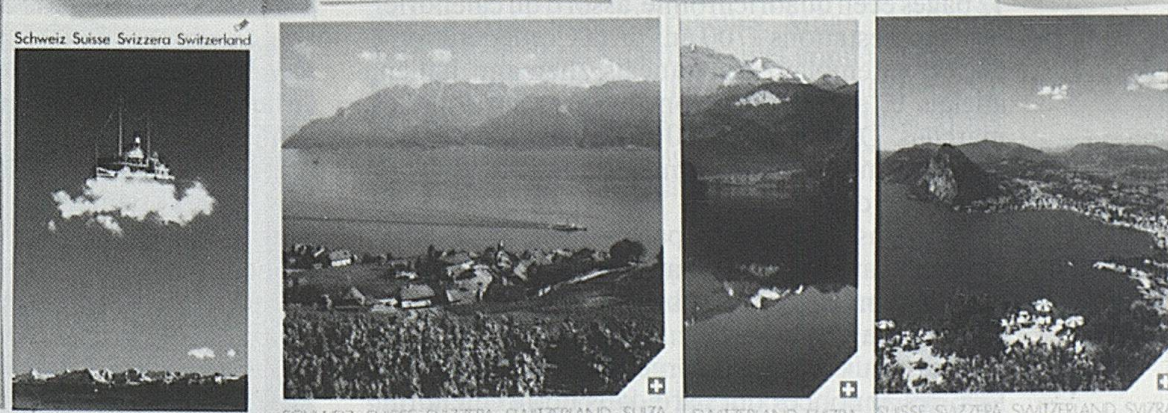
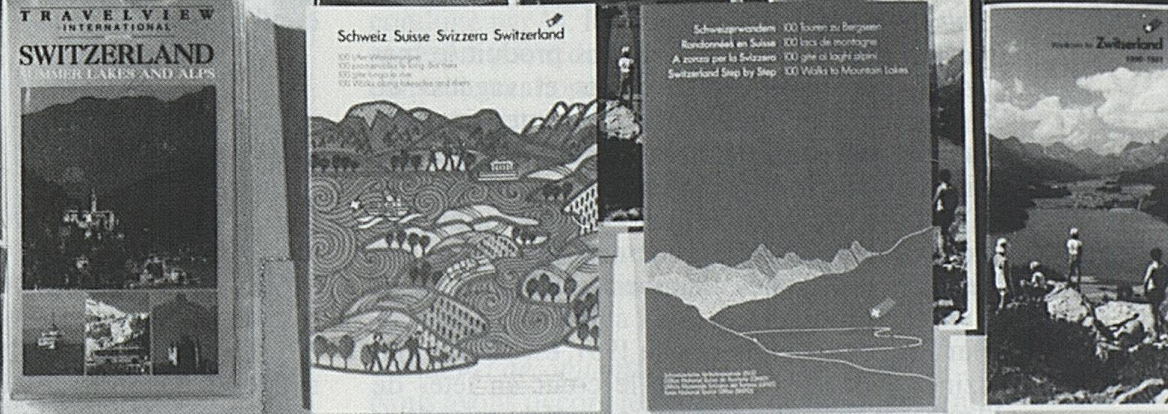
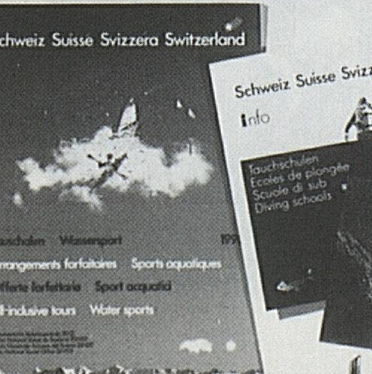
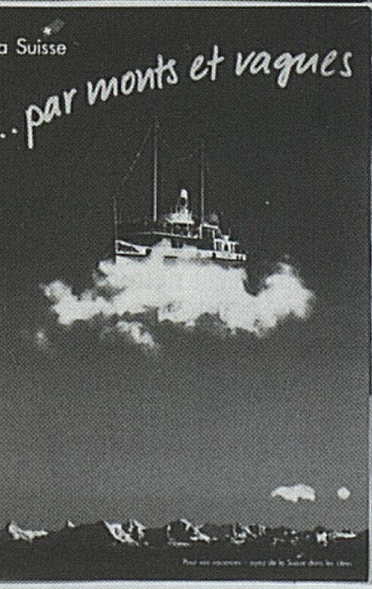
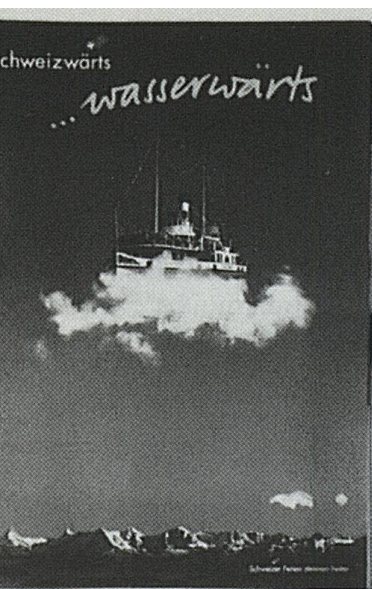
Photo

Production et archives: Le sujet principal des quelque 19 000 agrandissements noir/blanc a été tout ce que l'on peut vivre au bord de l'eau, dedans et sur l'eau. Les archives comprennent actuellement environ 2700 sujets de diapositives et 400 photos noir/blanc. Nous avons tiré et expédié plus de 12 000 copies de diapositives représentant 280 motifs touristiques. La 15^e édition de la «Bibliovision» est parue, cette série de diapositives remporte un succès depuis 30 ans.

Prêt: La tendance des dernières années d'utiliser davantage de matériel en couleurs s'est nettement confirmée cette année. Avec 6000 photos noir/blanc et 5000 diapositives, nous avons répondu à plus de 800 demandes. Les représentations ont reçu 17 000 diapositives en couleurs et 5500 photos noir/blanc pour étayer leur travail de relations publiques et de promotion des ventes. Plus de 2000 photos de presse ont été produites pour des manifestations de l'ONST.

Page 18

Plus d'un million d'imprimés sur le thème de l'eau, écoulés dans le monde entier.



Audiovision

La rédaction 3SAT de la télévision suisse a mis à notre disposition deux brefs reportages filmés que nous avons remaniés pour notre usage: la version originale en allemand des films vidéo de 15 minutes «Riverrafting» et «Alpinisme pour enfants» a été adaptée en français et anglais. Notre montage audiovisuel «L'ONST et le tourisme» en français, allemand et anglais a été actualisé. Les représentations ONST continuent de s'occuper du prêt des vidéos qui groupe plus de 200 titres d'offices du tourisme, de la COCO, des CFF et de l'ONST: elles ont annoncé 7000 projections avec 30 millions de spectateurs potentiels. La plus grande partie d'entre eux ont été atteints à nouveau par l'intermédiaire des réseaux américains de télévision câblée. Nous avons assuré la maintenance d'un total de 950 copies vidéo de productions internes ou externes. Au sein de Mediarama AG et de la fondation du même nom, nous collaborons à la mise au point du premier disque compact interactif (DC-I), un média audiovisuel, qui combine images mobiles et statiques, son et données informatisées et les rend accessibles.

Revue Suisse

Avec deux portraits de cours d'eau et le numéro «Lacs et rivières de Suisse», la Revue Suisse a décrit la «Suisse au bord de l'eau». D'autres monographies et des sujets spécifiques de la Suisse ont complété cette série de publications très variée. Le passage à la composition au moyen d'un ordinateur personnel a permis de faire d'importantes économies.

Thèmes:

Janvier	La conquête des cimes Sept sommets des Alpes suisses
Février	Palme e neve Hiver et printemps au Tessin
Mars	Schwytz et Meinrad Inglin
Avril	Lacs et rivières de Suisse Les eaux d'un pays de montagne
Mai	Frontière des langues Entre Alémanique et Romand
Juin	Le Rhône – portrait d'un fleuve alpin
Juillet	Schons/Schams – une partie de la vallée du Rhin postérieur
Août	La Reuss entre Lucerne et Windisch
Septembre	La vache Label de l'agriculture suisse
Octobre	Le Grand Marais – entre trois lacs
Novembre	La réalisation d'un film suisse
Décembre	La montre suisse

Expédition des moyens promotionnels

Le siège a expédié aux représentations, aux ambassades et consulats suisses ainsi que pour des foires touristiques, des voyages promotionnels et des opérations spéciales à l'étranger 2833 colis, 3115 paquets postaux et 50 691 paquets d'imprimés. Ces envois contenaient du matériel touristique de l'ONST ainsi que des milieux touristiques locaux, régionaux et nationaux. Nous avons distribué plus de matériel que jamais, soit 824 tonnes (1989: 669 tonnes).

Promotion des ventes

Suisse

En collaboration avec de nombreux organismes, surtout des offices régionaux et locaux de tourisme, nous avons invité 485 employés d'agences de voyages, organisateurs de congrès et de voyages de motivation et d'autres personnes intéressées venant de 25 pays à visiter notre pays de vacances. Le but de ces voyages d'information et d'étude est de présenter l'offre touristique de la Suisse grandeur nature aux spécialistes du tourisme étrangers.

Pour consolider l'image de la Suisse, pays de congrès, le 4^e Swiss Convention and Incentive Mart (SCIM) s'est déroulé à Lausanne du 28 au 30. 10. Avec l'initiatrice, Swiss Congress (Association Suisse des Centres de Congrès [ASC]) et Swissair, plus de 120 décideurs du commerce et de l'industrie ont été accueillis. Les hôtes sont venus de 18 pays d'Europe et d'outre-mer. La participation à la 3^e European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition (EIBTM) du 8 au 10. 5 à Genève avait le même objectif.

Etranger

Depuis 1979, nous organisons avec Swissair des voyages promotionnels nationaux. Le Swiss Travel Show (STS) aux USA a été mis sur pied du 12 au 21. 3 pour les destinations de Swissair d'Atlanta, de Boston, New York, Los Angeles et Chicago, il a permis à 45 présentateurs de faire connaître leurs offres les plus récentes à près de 1500 agents de voyages américains. En outre, les organisateurs ont pu accueillir 50 représentants des médias au cours de dîners de presse.

Le STS de Scandinavie/Finlande s'est déroulé du 10 au 14. 9 à Helsinki, Stockholm, Oslo, Copenhague et Göteborg où 43 participants suisses ont pris contact avec plus de 1100 hôtes travaillant dans le tourisme. Dans ces cinq villes, des entretiens avec

la presse se sont déroulés pour 68 journalistes au total.

Un voyage promotionnel national a également eu lieu dans l'important marché qu'est le Japon/Sud-Est asiatique. Des workshops à Séoul, Tokyo, Osaka, Hong-Kong et Taïpeh ont reçu la visite de plus de 900 agents de voyages et journalistes. Sous la direction de l'ONST, 28 présentateurs ont tenté d'attirer particulièrement l'attention sur la Suisse, pays de vacances, en proposant des offres concrètes.

Bonjour la France! Du 23 au 27. 4 à l'occasion d'une campagne de grande envergure destinée à renforcer l'image de la Suisse, une délégation suisse de 70 personnes s'est rendue à Nice, Lyon, Strasbourg et Paris, pour recevoir plus de 3300 «Amis de la Suisse». Cette opération faisait suite aux manifestations très réussies «Grüezi Deutschland» en 1986 et «Buongiorno Italia» en 1988; elle doit appuyer le travail de relations publiques de notre représentation de Paris chez notre voisin occidental.

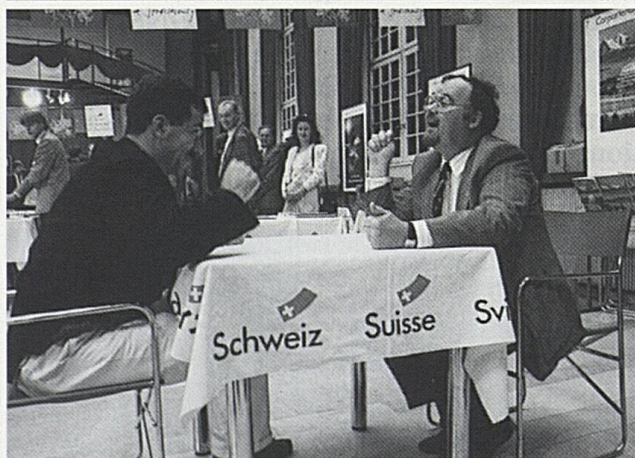
Avec son premier voyage d'information en Europe de l'Est du 22 au 26. 10, l'ONST a tenu compte de l'ouverture réjouissante de l'Europe. En collaboration avec des organisations choisies, nous avons pu familiariser avec la Suisse plus de 200 personnes travaillant dans le tourisme et 116 journalistes lors des diverses étapes à Berlin-Est, Leipzig, Dresde, Prague et Budapest.

En plus de ces voyages promotionnels, nous avons coordonné une vingtaine de présentations d'organisations touristiques dans les marchés les plus importants.

Les nouvelles éditions des manuels de vente de l'ONST (Selling Switzerland USA, Canada, Japon,

Page 21

«Bonjour la France», l'ONST et 70 ambassadeurs du tourisme suisse ont ainsi salué plus de 3300 amis de la Suisse dans quatre grandes villes françaises.



Asie du Sud-Est) constituent toujours une aide pour les milieux touristiques. Autres plates-formes promotionnelles et informatives pour nos partenaires: les stands communs aux foires touristiques professionnelles et publiques suivantes.

- 9.1-14.1 Utrecht: Vakantie, foire des vacances
- 20.1-28.1 Stuttgart: CMT, Caravan Motor Touristik
- 22.1-1.3 Amérique du Nord: Supermarts de la CET dans 27 villes
- 24.1-28.1 Madrid: FITUR, foire des vacances
- 1.2-7.2 Paris: SMTV, Salon mondial du tourisme et des voyages
- 3.2-11.2 Munich: C-B-R, Marché international du voyage
- 10.2-18.2 Hambourg: Reisen '90, foire des vacances
- 21.2-25.2 Milan: BIT, Borsa Internazionale del Turismo
- 3.3-8.3 Berlin: ITB, Bourse internationale du tourisme
- 24.3-1.4 Bruxelles: Salon des vacances
- 17.4-7.6 Amérique du Nord: Ski Group Shows dans 30 villes
- 12.9-16.9 Paris: MITCAR Marché International du tourisme en autocar
- 15.9-18.9 Cologne: RDA-Workshop (Ring Deutscher Autobusunternehmer)
- 9.10-11.10 Chicago: IT & ME, Incentive Travel & Meeting Executives Show
- 27.10-4.11 Stuttgart: foire d'hiver
- 10.11-18.11 Londres: Daily Mail International Ski Show
- 23.11-25.11 Bruxelles: BTF, Brussels Travel Fair
- 28.11-1.12 Londres: WTM, World Travel Market
- 30.11-2.12 Cologne: marché des voyages
- 1.12-4.12 Barcelone: Mediterrania

Information et documentation

Renseignements généraux

Les renseignements oraux et écrits donnés par l'ONST dans le monde entier ont été environ au nombre de 2 millions; nous avons enregistré à nouveau une nette augmentation chez les demandeurs suisses. Les sujets les plus souvent abordés ont été la marche et le vélo, les possibilités de participer à des séminaires et des congrès, les stations de vacances recommandées pour des familles ainsi que les manifestations.

Feuilles d'information: La série des feuilles «i» comprend toujours plus de 100 titres constamment réactualisés. Pour l'année de l'eau, de nouveaux sujets sont venus s'y ajouter: «Hôtels et restaurants au bord de l'eau», «Courses spéciales en bateau sur les lacs suisses» et «100 promenades le long des rives».

Enquêtes: Conformément au thème annuel, nous avons axé notre grande enquête, effectuée auprès de plus de 600 villes et stations de vacances, sur l'infrastructure, les services et les offres de vacances relatives au thème de l'eau. Les données recueillies avec la collaboration des offices régionaux de tourisme ont fourni le contenu de 20 imprimés. De brèves enquêtes ponctuelles ont été menées sur la situation de l'hébergement durant les fêtes de fin d'année.

Téléphone 120: A ce numéro de service, nous avons diffusé d'avril à fin novembre plus de 1200 avis de manifestations, conseils d'excursions et informations sur des actions spéciales par train, bateau et car postal; quelque 700 000 appels ont été enregistrés.

Propositions de randonnées de l'ONST: D'avril à septembre, nous avons fait parvenir aux médias suisses et à nos représentations un bulletin d'information mensuel sur la marche et le trekking.

Renseignements spéciaux

Santé: En collaboration avec les Stations thermales suisses (STS) a été organisé le 16.6 la première journée suisse des stations thermales, manifestation qui se déroulera dorénavant toutes les années.

Médias électroniques/Télécommunication

Bulletins nationaux de sports d'hiver sur vidéotex: Jusqu'à la saison d'hiver 1989/90, l'ONST publiait des bulletins de pistes de ski réactualisés deux fois par semaine. 190 stations locales transmettaient chaque fois par téléphone ou téléfax leurs indications à notre siège à Zurich, qui établissait ainsi des bulletins et les diffusait par télex. Surtout lors de

Nationaler Wintersportbericht Letzte Meldung vom 04.01.1991 08.19	
Schweiz	
Skigebiet Engelberg	
Höhe Skigebiet	1000-3020 m ü.M.
Skianlagen total	24
Anlagen in Betrieb	24
Schneezustand	pulver-hart
Pistenzustand	gut
Talabfahrtenzustand	alle gut
Loipengebiet Engelberg	
Gespurte Loipen	35 km
Loipenzustand	gut-fahrbar
Schlittelbahn Engelberg-Gerschnialp	
Bahnzustand	geschlossen
0 Ueb. 1 Regionen 2 Orte # Wetter	

conditions météorologiques spéciales, avant ou pendant les jours fériés et durant le week-end, il s'est avéré que le degré d'exactitude ne pouvait plus suffire. Pour cette raison, l'ONST a décidé de changer totalement de méthode pour diffuser ces informations très appréciées sur les sports d'hiver.

Pour la saison d'hiver 1990/91, l'ONST a institué un système combiné Vidéotex/Mailbox. Environ 225 stations d'annonces – toutes équipées de terminaux Vidéotex – peuvent maintenant tenir leurs données à jour en tout temps (*photo ci-dessus*). Les valeurs standardisées sur la qualité de la neige, l'état des pistes et l'état des pistes descendant jusqu'à la station, le temps et autres informations détaillées sont gérées dans une banque de données externe de «Data-Star» de Radio-Suisse SA. Combinés avec «Data-Mail», de nombreux bulletins sont établis selon les besoins et transmis automatiquement par téléfax aux destinataires dans le monde entier. Les quelque 60 000 utilisateurs du Vidéotex en Suisse disposent en outre d'un service spécial. Ils peuvent accéder dans les trois langues nationales à toutes les informations sur les sports d'hiver concernant les skieurs alpins, les fondeurs et les lugeurs; elles figurent sur des tableaux régionaux et par localités.

Systèmes de vidéotex à l'étranger: Les programmes constamment actualisés de l'ONST en Allemagne (Btx), France (Minitel), Italie (Videotel), Grande-Bretagne (Prestel) et aux Pays-Bas (Viditel) sont bien implantés. En Allemagne, 10 ans après le lancement du Bildschirmtext, on atteint le chiffre très attendu d'un quart de million de participants.

TED et banque de données informative: L'installation de traitement électronique des données a continué de s'agrandir. Actuellement, 23 places de travail sont équipées d'ordinateurs personnels du

système de bureautique ALIS. Dans le cadre du programme d'extension du TED qui durera plusieurs années, nous avons également équipé nos représentations d'Amsterdam, de Madrid, New York, Vienne et partiellement Francfort. Ainsi, nous avons mis en place les bases techniques pour accéder aux informations sur banques de données. Des problèmes dans le développement du logiciel pour la banque de données informative ont cependant entraîné un retard de plusieurs mois. Toutefois, le siège a été en mesure de saisir des données dans certains domaines essentiels.

Swissline: Un groupe de travail réunissant des représentants de la Société suisse des hôteliers, de Swissair, des CFF, des PTT/Communes modèles suisses pour la communication (CMC/OCOM) et de l'ONST a mis au point, au cours de plusieurs séances, les bases d'un système national de tourisme, d'information et de réservation. L'objectif à atteindre est d'améliorer la position de la Suisse touristique dans les marchés internationaux. Le projet a été présenté à la fin de l'année aux organes de décisions pour examen.

Documentation

La bibliothèque s'est agrandie de plus de 100 ouvrages spécialisés. Les 500 thèmes composant la documentation contiennent plus de 5000 extraits de journaux, quotidiens, hebdomadaires et presse spécialisée. La documentation de base mise à disposition des représentations comprend 23 ouvrages de références, réactualisés chaque année.