

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme
Herausgeber: Suisse tourisme
Band: - (2016)

Artikel: Experts des relations médias
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685562>

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: 30.12.2025

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

DOUBLE MAP SUPPLEMENT: IRELAND, MODERN AND HISTORIC

VOL. 159, NO. 4

NATIONAL
GEOGRAPHIC

IRELAND
ITS LONG
TRAVAIL 432
A NEW DAY
FOR ÉIRE 442
WAR AND PEACE
IN NORTHERN
IRELAND 470
LIFE AMONG
MOUNTAIN
GORILLAS 50
SOUTH DAKOTA
BADLANDS 5
SINGAPORE,
MINI-SIZE
SUPERSTATE
THE CHANGING
HORSESHOE

SWITZERLAND



Le résultat d'un long travail
en coulisses: les vacances
en Suisse en supplément
au «National Geographic».

Experts des relations médias

Les relations avec les médias sont au cœur des activités de Suisse Tourisme: entretenir le contact avec les journalistes de presse écrite ou audiovisuelle est essentiel. De l'émission «Good Morning America» à la star de l'Internet arabophone, tous s'enflamment pour ce paradis alpin chargé d'histoire qu'est la Suisse.

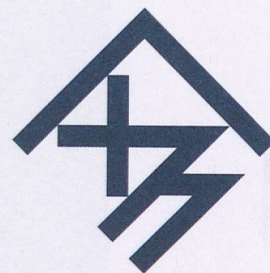
Une Landsgemeinde sous la neige, un père de famille faisant son packaging pour le service militaire et une scène du dur quotidien des paysans de montagne. Dans un reportage de 30 pages publié en 1986 dans le grand magazine américain «National Geographic» (14 millions de lecteurs). Tel est précisément le type de couverture visée par l'ONST pour «faire connaître et améliorer l'image de la Suisse à l'étranger». La crédibilité du journaliste vaut mieux que les espaces publicitaires payants et le regard extérieur est supérieur à l'autocongratulation: c'est un grand principe depuis la fin des années 1940.

Arrivée de nouveaux acteurs

Chaque année, ce sont plusieurs milliers de journalistes qui sont ainsi invités à des voyages de presse, à titre individuel ou en groupe, pour explorer la Suisse avec Swissair/SWISS, les CFF et d'autres partenaires et en rapporter de nouveaux sujets. Matt Lauer, de l'émission «Today» (NBC), fait en 2011 un voyage entre le Cervin et le Jungfrauoch: ses aventures sont suivies en direct par huit millions de téléspectateurs. Dans un tout autre genre, Ji Min Han, actrice de cinéma et de télévision adulée en Corée du Sud, est désignée comme «Swiss Friend», ambassadrice de Suisse Tourisme entre 2013 et 2015. Dans son sillage se pressent de nombreux journalistes, photographes et blogueurs. C'est à eux qu'appartient l'avenir sur les réseaux sociaux, à l'image de l'Américain Chris Burkard, star d'Instagram (2,2 millions d'abonnés), ou de Taïm al-Falasi, youtubeuse star de Dubaï (442 000 abonnés). Leurs articles (et, de plus en plus, leurs photos) de la Suisse atteignent leurs communautés respectives en direct et partout dans le monde.



Lancement des renseignements touristiques par téléphone (120). Conseils de visites et d'activités dans les quatre langues officielles.



La Confédération réduit sa subvention à l'ONST. hotelleriesuisse intervient et verse une aide d'un million de francs.

1977

Fin de la récession, début de reprise. Le tourisme suisse a le vent en poupe à la grande surprise des observateurs internationaux. Avec sa campagne «Switzerland works», l'ONST montre que la qualité est au rendez-vous.

1979

1981