

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office national suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office national suisse du tourisme  
**Band:** 52 (1992)  
  
**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:** 05.07.2025

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

# Promotion touristique nationale

## Étude des marchés

En janvier 1992, le «Rapport touristique de l'Office national suisse du tourisme (ONST)» a de nouveau paru en français et en allemand avec 20 rapports nationaux détaillés. Ce document utile pour décider du marketing touristique a souvent été commandé au cours de l'année.

Pour toute une série d'opérations, nous avons réuni au cours des phases préparatoires les données de marché nécessaires, comme par exemple, pour le Programme d'activité et de promotion 1993 de l'ONST et pour les voyages promotionnels. En outre, nous avons à nouveau répondu à de nombreuses questions spécialisées, posées au sein de l'office et par des tiers.

Parmi les travaux d'étude des marchés, il faut mentionner en particulier l'étude menée aux USA «Repositioning Switzerland», que l'ONST, en collaboration avec Swissair et les CFF, a commandée à la société Plog Research Inc. de Los Angeles, qui a été publiée en novembre. Les résultats de cette enquête constituent la base d'une promotion efficace des présentateurs suisses aux États-Unis dans les années à venir.

Page 12

*Chemins vers la Suisse: Le théâtre romain d'Augst BL.*

## Relations publiques

### Médias suisses

#### Presse

Le 14.1 à Berne, l'ONST a informé les représentants des médias sur le tourisme suisse (conférence de presse annuelle avec pour sujets le Rapport touristique, les opérations de promotion prévues et les perspectives financières; très grand écho); le 26.5, au château de Neu-Bechburg, nous avons parlé de la culture avec les sujets suivants: châteaux et parution de l'ouvrage «Voies romaines» et du «Guide romain de voyage». Le 15.9 à Zurich – en collaboration avec le Séminaire de journalisme de l'Université de Zurich – nous avons présenté le rapport sur l'image de la Suisse dans la presse internationale au cours de son jubilé en 1991. Les médias ont également été pris en charge lors de l'Assemblée générale et, en septembre, lors de l'inauguration de la sculpture de pierres à Berne («Des Suisses dans le monde»).

Les 20 numéros de notre bulletin de presse en français et en allemand ont traité comme de coutume de l'actualité touristique (sport d'été et d'hiver, hôtellerie, marche, manifestations, etc.), mais aussi du thème annuel «Culture et Châteaux», des «Voies romaines», des aspects économiques (marché allemand, marché US, tourisme de congrès) et des 75 ans de l'ONST.

Le travail quotidien a été consacré en grande partie à la prise en charge des journalistes, par exemple pour répondre à leurs questions sur la situation financière de l'ONST ou pour leur fournir de la documentation. Pour cette tâche, la troisième édition de notre «Vade-mecum pour la presse» a rendu de bons services.



## Radio

Tous les émetteurs de la SSR et les radios locales ont régulièrement reçu nos informations touristiques. Au cours de l'année, les membres de la direction ou d'autres porte-parole de l'ONST ont donné de nombreuses interviews, surtout sur nos opérations promotionnelles et la situation financière. Les radios locales ont été plutôt intéressées par les nouveautés et les conseils au public.

*Suisse romande:* Comme d'habitude, nous avons aidé Radio Suisse romande «La Première» pour la préparation des émissions estivales et hivernales; cette bonne collaboration a permis aux auditeurs de s'informer de manière détaillée sur les actualités nationales, régionales et locales.

*Suisse alémanique:* DRS 3 a diffusé de nombreux conseils touristiques spécialement destinés aux familles.

*Suisse italienne:* Nous avons maintenu le contact avec des collaborateurs de la radio pour des sujets d'actualité.

*Radio Suisse Internationale:* Nous entretenons ici également de bons contacts avec les collaborateurs des divers programmes linguistiques.

## Télévision

La télévision dans les trois langues a également à plusieurs reprises rendu compte de notre activité et des problèmes actuels du tourisme.

*Deux brochures d'information de l'ONST sur le thème «Culture et Châteaux».*





## Médias étrangers

### *Presse, radio, télévision*

En collaboration avec les offices locaux et régionaux de tourisme et les représentations ONST à l'étranger, nous avons invité et pris en charge 818 représentants des médias, dont 40 équipes de radio et 17 de télévision. Les frais de séjour de 609 personnes ont été assumés par l'ONST; des tiers ont pris en charge ceux de 209 journalistes (chiffres indiqués entre parenthèses): Allemagne 134 (25), Autriche 38 (—), Belgique 32 (1), Espagne 12 (12), France 53 (35), Grande-Bretagne 32 (40), Italie 36 (13), Pays-Bas 67 (17), Scandinavie 7 (4), Israël 17 (—), Canada 4 (15), USA 69 (33), Japon et Asie du Sud-Est 46 (12). 62 (2) journalistes des pays sans représentation ONST ont effectué des recherches en Suisse, grâce à la collaboration avec le DFAE, l'OSEC et Swissair. Notre compagnie nationale d'aviation et le Swiss Travel System ont offert le transport comme les années précédentes.

### *Travel Writers Trip*

En collaboration avec Swissair, nous avons invité des journalistes spécialisés de 25 pays non-européens. Le voyage (19.9–27.9) les a menés cette année dans les environs de Berne et de Montreux.

### *Relations publiques*

Pour les manifestations suivantes, nous avons collaboré à l'organisation et/ou distribué des «Swiss Pass» aux participants: vol inaugural d'Air Engiadina Munich–Berne et Amsterdam–Zurich, séjour d'enfants hongrois dans le cadre de l'invitation Cimbora en compagnie de la télévision hongroise, voyage en Suisse des gagnants d'un concours paru dans la presse à Bangkok, prise en charge d'une troupe de théâtre russe, visite en Suisse d'une délégation du Delaware (USA) et enfin, programme-cadre de la visite d'État du Président Soglo, Bénin/Afrique.

### *Service d'articles*

Nous avons complété le service d'articles par une série de textes sur les stations de cure et les «Villes romaines» Martigny et Avenches. Ces articles sont disponibles en français, allemand et anglais sur papier et disquettes.

### *Bilan de la campagne de presse en 1991*

Dans le cadre des 700 ans de la Confédération, l'ONST avait organisé, sur mandat de la COCO, une campagne de presse sur le plan mondial (voir également rapport annuel 1991). Comme le montre l'analyse substantielle réalisée en 1992 par le Séminaire de journalisme de l'Université de Zurich, cette opération a remporté un très grand succès. L'analyse a porté sur 4649 articles spécialisés parus dans les cinq continents.

Bien que la Suisse soit présentée dans la majorité des cas comme un pays aux cultures diverses et à la nature impressionnante, la presse internationale a été influencée pour traiter des aspects les plus divers de notre pays. Pour le tourisme, on remarque qu'il est très connu sur le plan international. Quant à l'économie, on met en exergue la qualité et l'efficacité, ainsi que les relations publiques professionnelles. Ce stéréotype helvétique dans les médias est complété par la caractérisation sociale des Suissesses et des Suisses, où les qualités dominent les faiblesses. La voix de la presse internationale peut se résumer dans le slogan suivant: «L'économie suisse hors de l'ombre, la politique fédérale dans la pénombre».

Selon cette étude, la Suisse jouit, il est vrai, d'une bonne image dans la presse mondiale, mais il faut cependant penser que cela n'est pas assuré à long terme. A notre époque d'information, dans ce contexte, les relations publiques, en particulier, les efforts soigneusement planifiés et constamment remis en question pour cultiver son image, jouent un rôle déterminant.



## Tâches spéciales

### *Sujet annuel «Culture et Châteaux»*

La contribution de l'ONST au thème général de la culture a été «Culture et Châteaux». Nous avons mis à disposition des représentations des éléments de décoration sur ce sujet, de la matière première pour des articles de presse ainsi qu'une palette des offres incentive dans des châteaux. L'exposition de photos thématiques a été présentée dans les châteaux de Neu-Bechburg, Waldegg, Schadau, Castelgrande (Bellinzona), Lenzbourg, Neuchâtel, Berthoud, Arenenberg, Morges, Chillon et au musée local de Spreitenbach. Les châteaux neuchâtelois ont participé avec succès à cette opération en offrant une série de concerts.

### *Expositions*

Le flipper touristique «Jolyball», pôle d'attraction pour le public, a de nouveau fasciné une multitude de visiteurs, à New York, en Hollande (Flevohof), Madrid, Düsseldorf et deux fois à Cologne. A la SIME à Paris, nous avons participé à une exposition avec un stand d'information, ceci en collaboration avec l'Association des musées suisses. Au Flevohof, l'exposition «Mathémagie» a été présentée pendant les mois d'été (250 000 visiteurs). Sur mandat de la COCO, nous avons entamé les préparatifs pour la participation de notre pays à l'IGA'93 à Stuttgart, avec l'Association des maîtres horticulteurs suisses. En collaboration avec la COCO et ses partenaires, nous avons mis au point un concept pour l'utilisation dans le monde entier d'éléments de décoration pour vitrines, semaines suisses, etc.

### *Exposition universelle spéciale «Colombo '92» à Gênes*

Pour ainsi dire dans l'ombre de l'exposition universelle de Séville, l'exposition «Colombo '92» s'est déroulée à Gênes du 15.5 au 15.8. La Suisse

a décidé d'y participer et la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger (COCO) a mandaté l'ONST pour en prendre la direction. Nous disposons de deux salles d'une surface totale de 600 m<sup>2</sup>. Dans l'une d'elles, nous avons présenté, sur le thème de l'exposition «Christophe Colomb: Le navire et la mer» la collection du Musée international d'horlogerie de La Chaux-de-Fonds comprenant les chronomètres de marine suisses importants pour la navigation en haute mer. Les appareils de mesure du temps exposés montraient l'évolution depuis le 18<sup>e</sup> siècle jusqu'à nos jours. Les exploits de pionniers du Professeur Auguste Piccard et de son fils Jacques ont été présentés par des textes et des photos, de même que les succès sportifs de Pierre Fehrmann et de son équipage. Les analogies entre les paysages suisses et les paysages marins ont été montrées sur un grand écran.

Dans la seconde salle, les visiteurs ont pu se familiariser en jouant avec l'eau, élément vital. Créé spécialement pour cette exposition, «Acqua Puzzle» a incité jeunes et moins jeunes à se livrer un duel amical; il s'agissait, entre deux solutions possibles de trouver la bonne dans de nombreuses situations relatives au contact quotidien avec l'élément liquide. Cette salle était complétée par un lieu de vente de produits suisses et un stand d'information.

L'Atelier Tcherdyne à Penthalaz (VD) était responsable de la conception et de la présentation, la direction du projet a été confiée à l'entreprise Schoch Marketing Communication à Zurich et Mme Amedea De Angelis, tessinoise, a exercé les fonctions de chef de pavillon. Avec plus de 600 000 visiteurs, la Suisse a pris une place de premier plan parmi les pavillons étrangers. On peut probablement en chercher la cause surtout dans le fait que les hôtes ont été impliqués de manière active et ludique.



### *«Des Suisses dans le monde»*

Dans 44 «Suisses» – localités s'appelant Suisse – des cinq continents, les ambassades et les consulats généraux de Suisse, les représentants de Swissair et des employés des représentations ONST ont participé à l'organisation d'opérations de relations publiques avec la remise d'une pierre. L'écho dans la presse a été particulièrement réjouissant; les médias de chaque pays ont parlé de cette sympathique initiative et de la Suisse. Nous avons découvert 187 localités, collines, vallées et montagnes portant le nom «Suisse». Peu de noms de pays peuvent se prévaloir d'avoir été utilisés dans le monde entier aussi souvent. Les pierres (pesant jusqu'à deux tonnes pièce) ont ensuite été expédiées à Berne. Là, entre le Palais fédéral Ouest et le Bernerhof, sur un espace de 300 m<sup>2</sup> mis à disposition par la ville, l'artiste George Steinmann a créé une sculpture de pierres: Cinq groupes de pierres formés de 44 pierres des «Suisses dans le monde» représentent les cinq continents. 300 invités venant des «Suisses» et de Suisse ont participé au vernissage le 22 septembre. Toute cette campagne a valu à notre pays beaucoup de «Goodwill» durable.

### *Divers*

23 groupes avec 519 participants au total ont été informés sur le tourisme et mis au courant du travail de l'ONST: employé(e)s d'offices du tourisme, douaniers, écoles de tourisme, étudiants d'autres pays et délégations de gouvernements étrangers. En outre, nous avons introduit de nombreux groupes (musiciens, artistes) auprès des représentations ONST pour les manifestations qu'elles organisaient.

### *Vitrines et décorations*

Les vitrines à Amsterdam, Bruxelles, Milan et Vienne ont été consacrées aux sujets suivants: «Culture et Châteaux» (du printemps à l'été), «Découvrez la Suisse en automne» et «L'hiver en Suisse».

Grâce au prêt du Musée Rietberg à Zurich (anciens masques du Lötschental) et aux figures originales des «Roitschäggätä» de la famille Rieder à Wiler dans le Lötschental, les coutumes du carnaval de cette vallée ont été présentées de manière très impressionnante dans les vitrines de notre représentation à Paris.

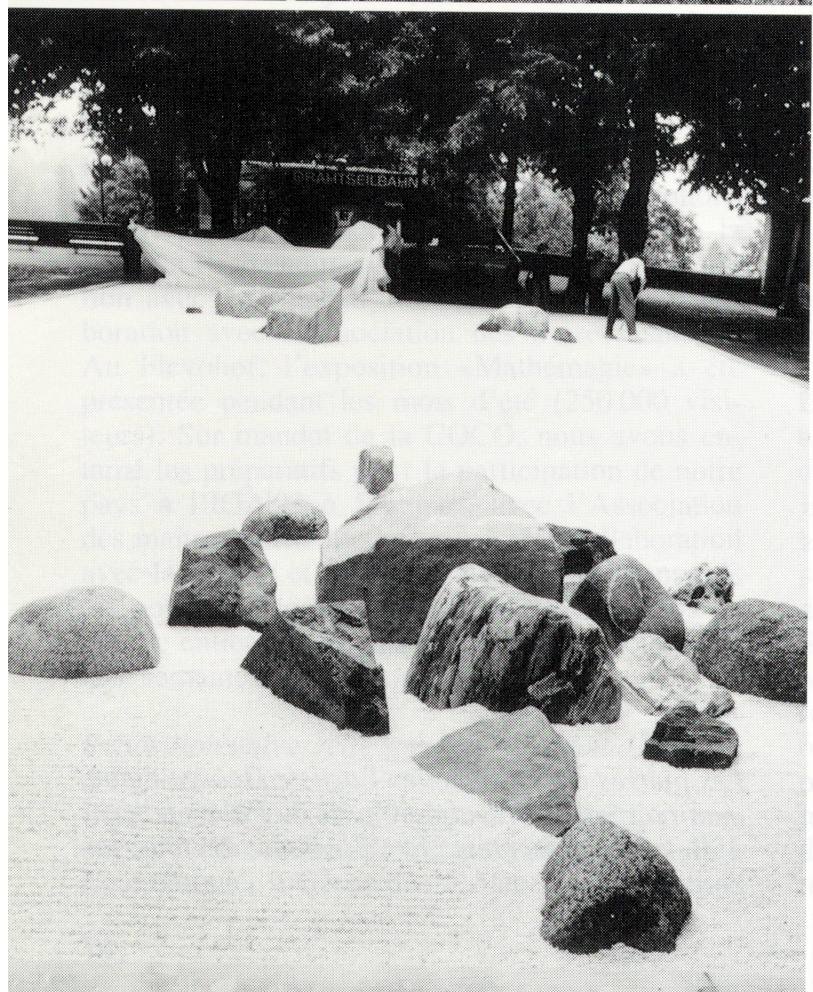
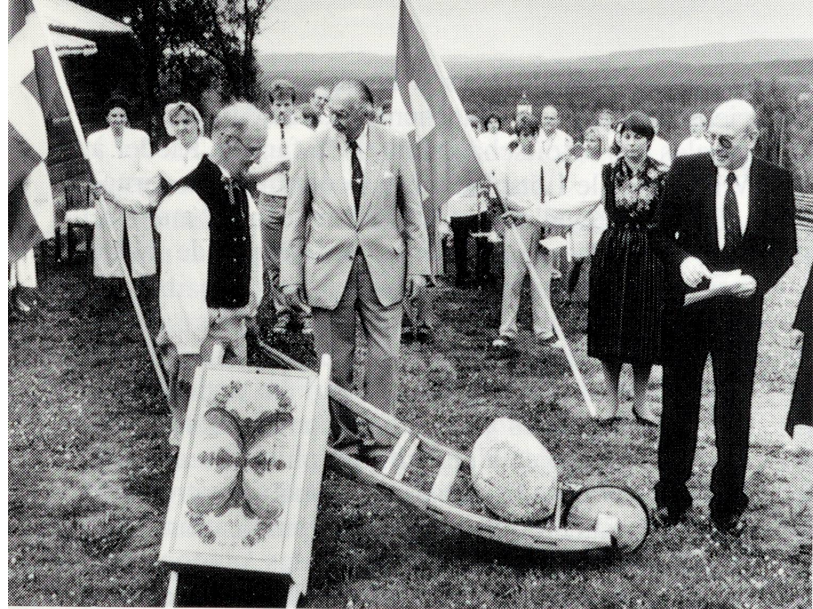
### *«Chemins vers la Suisse»*

Le soutien du Don suisse de la Fête nationale et de 385 communes a permis de commencer la réalisation du projet s'étalant sur plusieurs années, «Chemins vers la Suisse». Durant quatre ans, l'ONST va produire diverses publications sur quatre chemins culturels européens qui ont traversé notre pays. Cette année était consacrée aux «Voies romaines». Le «Guide romain de voyage» et l'ouvrage illustré «Voies romaines» ont été publiés.

### *Page 18*

*Les pierres avec lesquelles l'artiste George Steinmann a réalisé sa sculpture près du Palais fédéral à Berne représentent 44 «Suisses» de tous les continents.*







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

## Publicité et moyens promotionnels

### *Publicité*

Comme support du thème promotionnel, nous avons produit un dépliant «Chemins vers la Suisse» en sept langues (700 000 exemplaires), qui sera distribué en 1993, dans le cadre de mailings et d'expositions, dans nos marchés les plus importants.

### *Imprimés*

Nous avons produit au total 100 imprimés avec un tirage global d'environ 2,5 millions d'exemplaires. La brochure générale «Suisse» reconçue en 1991 a paru en Europe avec une édition pour l'été et une autre pour l'hiver avec un tirage total de 491 000 exemplaires; pour les marchés d'outre-mer, une brochure annuelle (220 000 ex.) a paru en américain et une en japonais. Swissair a pris à son compte un tirage supplémentaire de 65 000 exemplaires de l'édition d'été pour l'Europe, mais a réalisé elle-même la page de titre. De même, nous avons produit en tirage à la suite des shell-folders et des affiches pour Swissair. Pour marquer notre 75e anniversaire, nous avons produit en collaboration avec Kodak SA à Lausanne une série spéciale de douze affiches: cinq photographes ont reçu carte blanche, dans le cadre de notre programme de promotion culturel, pour photographier un sujet libre choisi dans toutes les régions touristiques de Suisse. Sur mandat de la Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger (COCO), nous avons produit 500 000 préimprimés du nouveau sujet «Sion» et réimprimé le dépliant-poster pour écoliers en 9 versions linguistiques.

### *Photothèque: Production et archives*

Dans le domaine des agrandissements en noir et blanc, on a enregistré un net recul. La production de 6000 agrandissements (18 x 24 cm) a été principalement axée sur le sujet annuel «Chemins vers la Suisse». 600 négatifs en noir et blanc et environ 2000 diapositives en couleurs ont été archivés. Le programme «Top Shots» a commencé en été. Le but est de renouveler le stock de diapositives en couleurs avec les motifs touristiques les plus demandés dans nos représentations. Cette année, 600 sujets étaient concernés; 15 000 duplicatas (6 x 6 cm) en ont été tirés à l'intention des représentations.

### *Prêt*

L'envoi d'environ 3000 photos et 4000 diapositives a répondu à plus de 600 demandes adressées par des tiers.

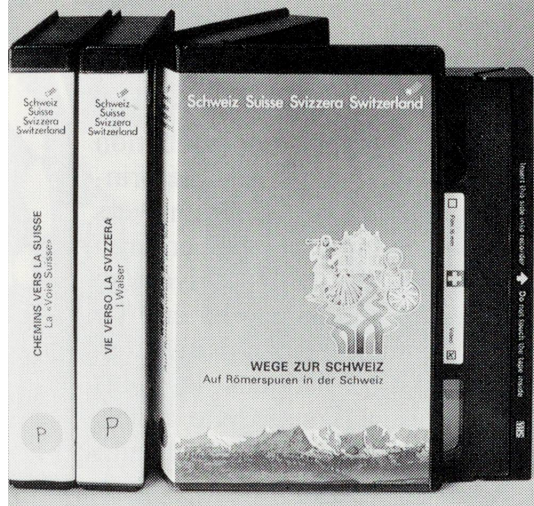
### *Audiovision*

Dans le cadre de l'émission «Reisemobil», nous avons produit pour la troisième fois une courte vidéo en collaboration avec la rédaction de 3sat de la télévision suisse. Il s'est agi cette fois d'un portrait de 15 minutes «Sur les traces des Romains en Suisse – Randonnées à travers le Nord vaudois» qui a été diffusé sur 3sat le 1.9 et qui est actuellement en prêt dans nos représentations, en français, allemand et anglais. Les représentations de Francfort et de Vienne ont distribué, au cours d'une opération spéciale et en collaboration avec les associations nationales d'automobilistes, 1500 copies d'un recueil de cassettes; sous le titre «Chemins vers la Suisse», il regroupe trois vidéos: «Sur les traces des Romains en Suisse», «Les Walser» et «La Voie suisse». Dans la série

### *Page 20*

*Originalité des divers supports promotionnels de l'ONST en faveur des chemins culturels de la Suisse.*







SVIS, on a rassemblé du matériel pour des vidéos sur les sujets «Gateway Cities» et «Sights». Ce matériel vidéo est à disposition des médias étrangers auprès de nos représentations pour leurs productions sur la Suisse. Les représentations ONST gèrent une vidéothèque touristique comprenant 260 titres de notre office, de la COCO, des offices de tourisme, de Swissair et des CFF. Le siège s'est occupé de distribuer 300 cassettes aux représentations. Nous avons vendu 90 vidéocassettes produites par nos soins à des personnes privées et à des institutions. Nos représentations ont annoncé au total plus de 4400 projections à un public estimé à 48 millions de personnes. Surtout sur le continent nord-américain, ce sont de plus en plus les canaux par satellite qui touchent les spectateurs de vidéo. Le service d'audiovision continue de participer intensément au développement du projet du premier compact-disc interactif (CD-I) sur la Suisse.

## Revue Suisse

Les numéros de mars et de juin ont paru sous le titre Voies romaines I et II comme contribution au projet des «Chemins vers la Suisse». Les deux cahiers ont été publiés, parallèlement avec le «Guide romain de voyage», sous la forme d'un livre aux éditions Benteli. Après le «Grand chemin Walser» (1989), c'est le deuxième tome illustré qui émane de la REVUE. Le numéro d'avril «Rencontres au château», une promenade par les châteaux dans les douze numéros, ainsi que l'exposition sur le thème des châteaux avec des images en noir et blanc des photographes de la REVUE ont été centrés sur le sujet annuel.

Les CFF ayant dénoncé à fin 1992 le contrat complémentaire «REVUE Suisse», il s'agissait de chercher une nouvelle base pour la publication du magazine ONST, ceci en collaboration avec les professionnels de l'édition. Après 65 ans, la

REVUE change de maison d'édition, de «Bugra Suisse» (anc. Büchler AG, Wabern), elle passe à la Basler Zeitung. Dès 1993, Rothus Verlag à Soleure est responsable de tout ce qui touche à l'édition.

### Thèmes en 1992:

|           |                                                                |
|-----------|----------------------------------------------------------------|
| Janvier   | Val d'Illiez – Entre les Dents du Midi et les Portes du Soleil |
| Février   | Stans/Sarnen<br>(Portraits de deux petites villes)             |
| Mars      | Voies romaines (La voie occidentale)                           |
| Avril     | Rencontres au château –<br>Six château à découvrir             |
| Mai       | Alpes tessinoises –<br>Sentiers vers l'inconnu                 |
| Juin      | Voies romaines II (La voie orientale)                          |
| Juillet   | Alpstein (Le massif du Säntis)                                 |
| Août      | Le berger                                                      |
| Septembre | La vallée de Laufen et le district de Thierstein               |
| Octobre   | La Suisse souterraine<br>(Grottes et mines)                    |
| Novembre  | 75 ans Office National Suisse du Tourisme                      |
| Décembre  | Rheinwald – Splügen – Avers                                    |

## Expédition des moyens promotionnels

Pour des foires touristiques, des voyages promotionnels et des opérations spéciales à l'étranger, ainsi qu'à nos représentations, le siège a expédié 2229 colis, 3131 paquets postaux et 56 641 paquets d'imprimés. Ces envois contenaient du matériel touristique de l'ONST ainsi que des milieux touristiques locaux, régionaux et nationaux; ils pesaient environ 755 tonnes au total, soit un poids qui est le deuxième qui n'ait jamais été enregistré.



# Promotion des ventes

## Suisse

La Promotion des ventes crée pour les présentateurs suisses des plates-formes, qui leur permettent d'avoir un contact direct avec les demandeurs étrangers. En étroite collaboration avec de nombreux partenaires avant tout des offices régionaux et locaux de tourisme, au cours de l'année, nous avons invité quelque 300 professionnels du tourisme et décideurs du commerce et de l'industrie à visiter notre pays de vacances. Pour familiariser des hôtes de onze pays avec l'offre touristique, nous avons mis sur pied 23 programmes attrayants sous forme de voyages d'étude en groupes.

Le 5e Swiss Convention and Incentive Mart (SCIM), qui s'est déroulé à Montreux du 3 au 5.5, avait pour but de faire connaître la Suisse, pays de congrès. Une centaine de décideurs venant de 16 pays ont accepté l'invitation à un workshop de Swiss Congress and Incentive Destinations (SCI) où ils ont pu établir des contacts personnels; au cours des voyages d'inspection qui ont suivi, ils ont également pu expérimenter sur place les offres touristiques, selon leurs besoins. L'exposition qui a suivi à Genève du 5 au 7.5, l'European Incentive & Business Travel & Meetings Exhibition (EIBTM) était destinée au même segment de marché. La coordination d'un stand commun «Suisse» nous a offert l'opportunité de rencontrer d'autres visiteurs étrangers.

## Étranger

Dans le cadre du Swiss Travel Show USA/Canada (16 au 27.3), une délégation de 42 organisations touristiques sous la conduite de l'ONST et de Swissair a visité les villes de Los Angeles, Boston, New York, New Jersey, Atlanta, Chicago, Toronto et Montréal. Au cours de workshops,

nous avons pu saluer environ 2600 professionnels du tourisme. En outre, au cours de divers luncheons de presse, les organisateurs ont eu la possibilité de faire connaître l'offre touristique suisse à plus de 100 représentants des médias.

De conception analogue, le Swiss Travel Show pour les pays nordiques (7 au 11.9) a parcouru la Finlande, la Suède, la Norvège et le Danemark. Ainsi, pour la deuxième fois après 1990, 30 présentateurs suisses ont pu s'occuper des demandeurs à Helsinki, Stockholm, Göteborg, Oslo et Copenhague. 878 professionnels du tourisme et plus de 70 journalistes ont participé aux workshops et ont ainsi reçu des informations de première main.

Intitulé «Swiss Rendez-vous», le voyage promotionnel national ONST/SR au Japon et en Asie du Sud-Est (29.9 au 9.10) a permis de prendre contact avec plus de 1000 hôtes venant des milieux touristiques et 125 représentants des médias. 15 présentateurs à Bangkok, Singapour et Hong Kong, 24 à Tokyo, Nagoya et Osaka, ont ainsi eu l'occasion de donner des informations actualisées et d'entretenir des contacts personnels, si importants en Asie.

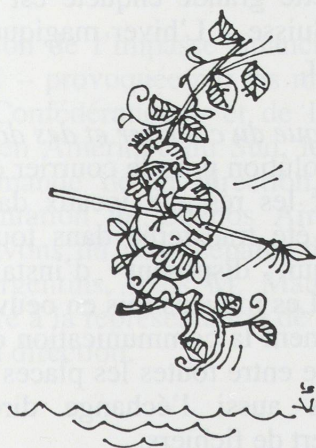
Nous avons continué la production des manuels de vente de l'ONST Selling Switzerland USA, Canada et Japon. Ils rendent toujours de bons services aux milieux touristiques pour concevoir les offres sur la Suisse.

D'autres plates-formes pour nos partenaires ont été des stands communs lors de foires et de salons touristiques. L'offre de vacances a été présentée de manière ciblée aux manifestations suivantes:

|          |     |                                                                       |
|----------|-----|-----------------------------------------------------------------------|
| 7-12.1   | NL: | Vakantie Utrecht, foire des vacances                                  |
| 18-26.1  | D:  | CMT Stuttgart, exposition internationale pour Caravan Motor Touristik |
| 29.1-2.2 | E:  | Fitur Madrid, foire des vacances                                      |



|              |      |                                                                    |
|--------------|------|--------------------------------------------------------------------|
| 1-9. 2       | D:   | C-B-R Munich, marché international du voyage (caravane - bateau)   |
| 15-23. 2     | D:   | Reisen Hambourg, foire des vacances                                |
| 26. 2-1. 3   | I:   | BIT Milano, Borsa Internazionale del Turismo                       |
| 19-22. 3     | S:   | TUR Göteborg, Swedish Travel & Tourism Fair                        |
| 21-29. 3     | B:   | Salon des vacances Bruxelles                                       |
| 5-14. 6      | I:   | Tourmondoshow Bologna                                              |
| 25. 4-7. 5   | F:   | Foire de Paris                                                     |
| 24. 10-1. 11 | D:   | ATW Stuttgart, exposition internationale pour le tourisme en hiver |
| 27-29. 11    | D:   | Reisemarkt Köln                                                    |
| 7-12. 3      | D:   | ITB Berlin, Bourse internationale du tourisme                      |
| 13-15. 10    | USA: | IT+ME Chicago, Incentive Travel & Meeting Executive Show           |
| 10-13. 10    | F:   | Mitcar Paris, Marché international du tourisme en autocar          |
| 16-20. 11    | GB:  | WTM Londres, World Travel Market                                   |
| 3-8. 12      | D:   | Leipziger Messe, Leipzig                                           |



## Information et documentation

### *Renseignements généraux*

Nous avons à nouveau enregistré en Suisse une légère augmentation des renseignements oraux et écrits. Comme l'année dernière, les sujets suivants ont été les centres d'intérêt: buts d'excursions, buts de vacances recommandés aux familles, possibilités de séminaires, manifestations, propositions de randonnées et de tours à vélo.

### *Feuilles d'information*

Avec plus de 100 titres, la série des feuilles «i» très appréciées a été complètement réactualisée. Les titres les plus demandés sont les offres de vacances à forfait et les listes d'adresses de logement.

### *Enquêtes*

La banque de données informative de l'ONST est opérationnelle depuis la fin 1991. Les données sur l'infrastructure de base enregistrées ont été réactualisées au moyen d'une enquête auprès des offices de tourisme. Avec les données introduites, nous avons produit diverses feuilles et brochures d'information. Les résultats des enquêtes menées avec les offices régionaux de tourisme concernant la situation de l'hébergement durant les fêtes de fin d'année et celles de Pâques ont rencontré un grand d'écho dans les médias.

### *Téléphone 120*

Quelque 1500 renseignements sur des excursions, informations sur des actions spéciales par train, bateau et car postal ainsi que des annonces de manifestations ont été diffusés d'avril à novembre par ce numéro de services des PTT. On a enregistré environ 600 000 appels.



### *Propositions de randonnées de l'ONST*

Pour le bulletin de presse bimensuel, nous avons réuni d'avril à septembre le matériel pour les randonnées, le vélo et les tours en montagne pour le service de la Presse suisse.

### *Bulletins nationaux de sports d'hiver*

Plus de 250 stations de sports d'hiver participent à ce service détaillé d'informations pour les skieurs, skieurs de fond et lugeurs. Actualisées chaque jour, les données de toutes les stations peuvent être consultées sur le Vidéotex/Bildschirmtext et également, ce qui est nouveau, sur le télétexte de la télévision suisse 24 heures sur 24.

### *Documentation*

La documentation d'articles comprenant 500 thèmes est continuellement actualisée. Pour répondre de manière plus rationnelle aux sujets les plus demandés, tels que par exemple coutumes, hôtellerie ou environnement, nous avons réalisé pour la première fois des documents thématiques spéciaux. La documentation de base que nous mettons chaque année à disposition des représentations comprend maintenant 27 ouvrages de référence. Les utilisateurs les plus fréquents de nos services sont des personnes privées, des étudiants et des journalistes.

## **Informatique et télécommunication**

### *Traitement électronique des données*

En raison des bonnes expériences que nous avons faites en 1991 en introduisant à Londres des ordinateurs Apple Macintosh, nous avons équipé, au cours de 1992 des places de travail au siège ainsi que dans les représentations de Francfort, New York et Chicago en nouveau matériel et logiciels.

Un autre développement a inclus les autres représentations en Allemagne, qui ont été équipées de PC performants provenant de Francfort. La formation de base et l'enseignement des diverses applications ont été prodigués aux collaborateurs du siège en grande partie par leurs collègues formés à cet effet.

### *Banque de données informative*

Depuis la fin de 1991, le domaine des manifestations fonctionne de manière entièrement satisfaisante. Entre autres, les calendriers complets des manifestations paraissant dans la REVUE Suisse ont été préparés pour être ensuite imprimés directement. Depuis le printemps 1992, toutes les données à ce sujet paraissant dans le Vidéotex Suisse seront produites sur la base de la banque de données, tout comme la liste des manifestations 1993.

A fin mai, nous avons commencé une grande enquête auprès de plus de 400 offices de tourisme en Suisse, dans le but d'actualiser les données concernant l'infrastructure des lieux touristiques. Il y a eu une nouveauté pour les offices de tourisme: ils ont reçu les données les concernant imprimées et adressées directement par la banque de données et n'avaient plus qu'à y apporter des corrections ou des compléments. Le premier produit concret de cette grande enquête est la liste d'infrastructure «Suisse – L'hiver magique» produite par ordinateur.

*Transfert électronique du courrier et des données*  
«Quick-mail», la solution pour le courrier électronique installée sur les réseaux locaux dans une première phase a été transférée dans toutes les représentations qui disposent d'installations Apple Macintosh. Les moyens mis en oeuvre permettent non seulement la communication électronique internationale entre toutes les places de travail reliées, mais aussi l'échange direct de données par transfert de fichiers.