

# Input touristique de l'étude des marchés

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Office national suisse du tourisme**

Band (Jahr): **54 (1994)**

PDF erstellt am: **23.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630023>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



# Input touristique de l'étude des marchés

En 1994, avec «Input ONST», l'étude de marchés a poursuivi intensément ses efforts de services à la base et aux prestataires touristiques.

**D'une part, nous avons publié neuf autres bulletins par pays sur les marchés émetteurs touristiques les plus importants pour la Suisse.**

Ces documentations livrent aux prestataires des informations pratiques sur les USA, le Canada, le Japon, la Belgique/Luxembourg, l'Allemagne, la France, l'Italie, les Pays nordiques (Suède, Danemark, Finlande, Norvège) et l'Espagne.

#### **Nouveauté: Séminaires par pays et études par pays**

Du 6 au 8 juin, nous avons dirigé le tout premier séminaire ONST sur un pays; le point central de cette manifestation, à Coire, Lucerne et Fribourg, a été l'Allemagne, notre marché fidélisé. Les 159 participants ont jugé très positif le concept d'un séminaire d'une journée entière avec des ateliers.

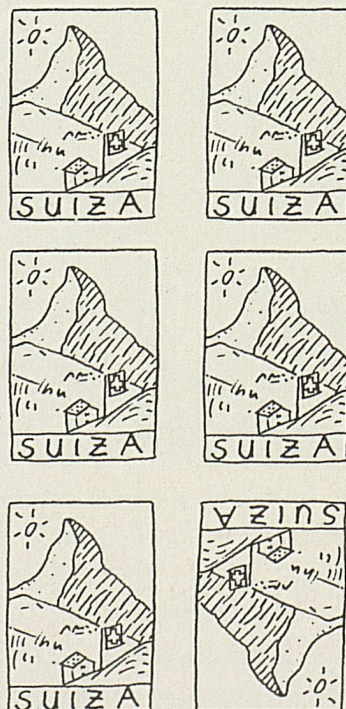
L'Allemagne et les marchés en développement que sont la France et les USA ont été analysés de plus près. En Allemagne, nous avons organisé dans nos représentations ONST un questionnaire détaillé pour les clients et personnes intéressées et une étude du potentiel représentatif de la population pour la Suisse touristique.

**Ces données ont paru dans l'étude en deux parties sur l'Allemagne qui a servi en outre de base au premier séminaire par pays.**

En France, l'ONST a commandé une étude qualitative et quantitative «Image de la Suisse auprès des Français en tant que destination touristique». Les résultats de cette analyse, en même temps qu'un questionnaire des clients et personnes intéressées, seront répercutés dans une étude sur la France qui sera présentée en juin 1995 lors du séminaire ONST sur la France.

De même, une étude représentative avec un questionnaire des clients et personnes intéressées effectués

par nos représentations aux USA doit apporter plus de lumière sur le marché américain. L'étude en deux parties intitulée Market Study United States of America fait partie intégrante du séminaire ONST sur les USA de janvier 1995.



Pfuschi-Cartoon

Pour les marchés en développement définis dans la stratégie marketing, l'Italie et l'Espagne, des enquêtes ont également commencé en octobre; elles seront transformées en 1995 en étude des pays respectifs en même temps que des analyses de potentiel représentatives et serviront de base pour d'autres séminaires par pays.