

# Experts des relations médias

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2016)**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685562>

## **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.

DOUBLE MAP SUPPLEMENT: IRELAND, MODERN AND HISTORIC

VOL. 159, NO. 4

NATIONAL  
GEOGRAPHIC

IRELAND  
ITS LONG  
TRAVAIL 432

A NEW DAY  
FOR EIRE 442

WAR AND PEACE  
IN NORTHERN  
IRELAND 470

LIFE AMONG  
MOUNTAIN  
GORILLAS 50

SOUTH DAKOTA  
BADLANDS 5

SINGAPORE,  
MINI-SIZE  
SUPERSTATE

THE CHANGE  
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.

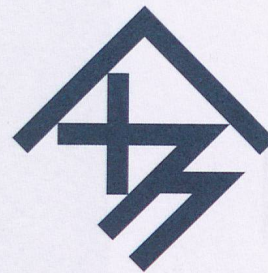
Une Landsgemeinde sous la neige, un père de famille faisant son paquetage pour le service militaire et une scène du dur quotidien des paysans de montagne. Dans un reportage de 30 pages publié en 1986 dans le grand magazine américain «National Geographic» (14 millions de lecteurs). Tel est précisément 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 Jungfraujoch: 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