Représentations avec Swissair

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **38 (1978)**

PDF erstellt am: **26.05.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

AFRIQUE DU SUD

Représentation de Johannesbourg

En 1978 aussi, les voyages à destination de l'Europe et de la Suisse n'ont guère eu d'attrait pour les touristes d'Afrique du Sud, car le cours de change était trop défavorable. La population d'Afrique du Sud, habituée à un niveau de vie élevé, n'entend évidemment pas renoncer à son luxe pendant les vacances et elle ne descend pratiquement que dans des hôtels de 1er rang. Dans ces conditions, la «foreign travelling allowance» de 2000 rands par an n'est de loin plus suffisante car, comme les frais d'avion sont relativement élevés, la plupart des touristes désirent rester de quatre à cinq semaines en Europe.

Le concept «Big Plusses of Switzerland», créé par Swissair collaborant avec divers hôtels et entreprises de locations de voitures, a largement contribué à développer le tourisme vers la Suisse. De même, les deux séries de films sur Guillaume Tell et Heidi ont fait naître un certain intérêt à l'égard de notre pays de vacances. L'augmentation des demandes de renseignements à la représentation de l'ONST en témoigne. Nous avons élaboré, à l'intention des jeunes, une offre plus large de voyages organisés par train ou par bus à un prix abordable.

ISRAËL

Représentation de Tel Aviv

1978 sera sans doute considérée comme une année importante dans l'histoire du tourisme israélien. Pour la première fois depuis la fondation de l'Etat, la population a pu se rendre à l'étranger sans payer un impôt sur les voyages et sans devoir régler dans son propre pays les arrangements de vacances conclus pour l'étranger; il était en outre possible d'exporter 3000 $ par personne. Plus de 350000 Israéliens ont saisi cette occasion d'aller passer leurs vacances à l'étranger. Malgré la cherté du franc, la Suisse demeure leur but de vacances préféré en Europe. Pendant le semestre d'été, l'on a compté 237000 nuitées israéliennes en Suisse (à titre de comparaison: Japon 231000). Malgré un taux d'inflation de 55%, la population israélienne reste avide de voyages et, comme elle n'a pas accès aux pays voisins, elle choisit le plus souvent l'Europe comme but de voyage.

Avec la collaboration de Swissair, la représentation de l'ONST a, cette année aussi, fait surtout porter son effort de propagande sur le tourisme d'hiver et d'été en Suisse. Nous avons organisé quatre voyages d'étude pour 45 agents de voyages à destination de Arosa / Zurich / Bâle / Genève / Engelberg / Lucerne et Leysin, ainsi que des séminaires pour 200 autres représentants d'agences de voyages. Les nouvelles brochures

contenant des indications sur les stations, hôtels, chalets de vacances, possibilités sportives, location de voitures et autres attractions touristiques, ont été fort bien accueillies; elles ont été envoyées à plus de 20000 clients potentiels. A l'occasion de la visite d'une délégation de l'Oberland bernois, des déjeuners de travail ont été organisés à Tel Aviv, Jérusalem et Haïfa. Le film «Pastorale Suisse» a été projeté lors de diverses manifestations.

PORTUGAL

Représentation de Lisbonne

La situation économique du Portugal continue à être très difficile. Pourtant, la position des Portugais se rendant à l'étranger s'est quelque peu améliorée, en ce sens que chaque personne à partir de 18 ans peut exporter 20000 escudos (1977: 7000 escudos), les adolescents de 12 à 18 ans 15000 escudos et les enfants jusqu'à 12 ans 10000 escudos. Malgré certaines restrictions, presque tous les vols de Swissair affichent «complet».

La principale activité de notre représentation a consisté à distribuer du matériel de propagande dans tout le pays. Les demandes d'information écrites ou orales ont été extrêmement nombreuses. Elles concernaient surtout les écoles et instituts privés, les cours de vacances des universités ou encore les établissements de cure et les stations thermales. Au début de novembre, le Centre international de Glion a organisé à Estoril une soirée d'information avec présentation de films et de diapositives qui a obtenu un vif succès. Divers films sur la Suisse touristique ont été projetés dans des écoles, ainsi que pour des organisations de loisirs et clubs, de même que plusieurs vitrines d'agences de voyages et de grands magasins ont été décorées de sujets suisses. En outre, Swissair a mis sur pied plusieurs voyages IT à destination de stations suisses. Nous avons visité les agences de voyages de Lisbonne, Estoril et Cascais.