Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme
Herausgeber: Office national suisse du tourisme
Band: 53 (1993)

Artikel: Actives sur les marchés: nos représentations
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-629828

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: 12.07.2025

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

Actives sur les marchés: nos représentations

Les représentations ONST, base de nos succès sur les marchés étrangers, sont autant de relais répondant aux besoins de nos principales régions émettrices.

L'entregent, les expériences accumulées et le réseau de relations tissé par nos représentations épaulent directement l'action conduite par nos partenaires pour la vitalité du tourisme national.

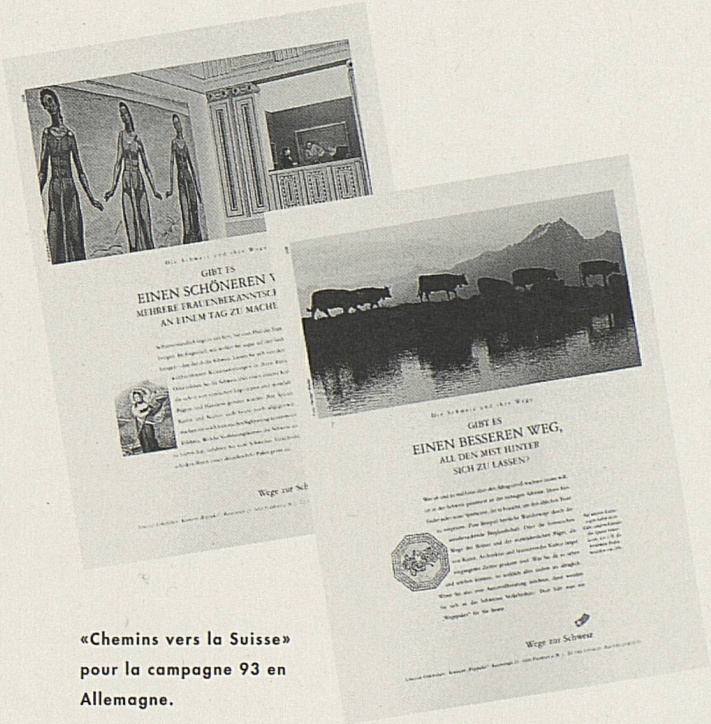
L'année sous revue a été marquée par les changements suivants:

Fermeture à San Francisco
Depuis l'ouverture de la représentation de Los Angeles, l'ONST était présent à deux endroits en Californie. Bien que le potentiel de cet Etat de l'Union soit largement plus élevé que celui de pays où l'ONST dispose d'une représentation, le Bureau a décidé, sur demande de la Direction, de fermer la représentation de San Francisco à fin décembre. Nous avons dû nous séparer de deux collaborateurs, alors que le chef, M. Joe Lustenberger, dirigera à l'avenir la représentation de Chicago. Il incombe maintenant à notre représentation de Los Angeles d'opérer dans tout l'Ouest des USA.

Nouveautés à Amsterdam et à Stockholm
Dans la foulée d'une transformation partielle de la halle des guichets à Amsterdam, sur la base des bonnes expériences réalisées à Vienne, nous l'avons équipée d'un guichet pour bureau de voyages émetteur. Il a été repris pour la mi-octobre par la filiale néerlandaise d'Hotelplan. Les locaux du rez-de-chaussée de la représentation de Stockholm ont été abandonnés à fin mars. Dès avril, nous avons pu louer des locaux appropriés au quatrième étage du même immeuble.

PAYS VOISINS

Allemagne
Après une assez longue absence, nous avons à nouveau organisé une campagne médiatique sur le thème annuel «Chemins vers la Suisse», principalement au Bade-Wurtemberg, en Bavière et en Hesse. Plus de 5000 intéressés ont réagi aux annonces.



«Chemins vers la Suisse» pour la campagne 93 en Allemagne.

Comme mesures de soutien, nous avons expédié des cassettes à des stations de radio sur les sujets «Chemins vers la Suisse» et «Sur les traces de Saint-Jacques». Une cinquantaine de studios ont diffusé ces reportages. La promotion de sympathie pour la «Suisse sur rails», organisée avec des étudiants de l'école de tourisme de Sierre dans les trains IC/EC et les nouveaux trains ICE en mai/juin, a été très remarquée. Les futurs pros du tourisme très motivés ont remis un prospectus suisse et une douceur à près de 100 000 usagers en leur souhaitant un agréable voyage.
Nous nous sommes également adressés directement aux consommateurs lors des opérations suivantes: participation aux foires de vacances importantes à Stuttgart, Hambourg, Munich, Berlin, Cologne et Leipzig, ainsi qu'à d'autres foires et semaines suisses à Hanovre, Francfort et Mayence.

Les réactions ont été très positives aux opérations communes «Urlaubsgrüsse aus der Schweiz». 50 000 enveloppes avec des cartes postales ont été expédiées en mars (été) et en octobre (hiver).

Dans le pavillon suisse à l'Exposition internationale des espaces verts à Stuttgart, nous avons coordonné la présence touristique de notre pays pour les régions. Entre avril et octobre, le pavillon a reçu d'innombrables visiteurs.

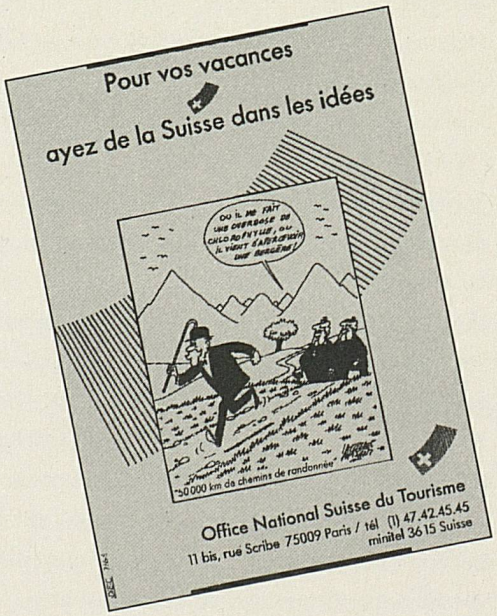
Nous avons organisé 220 voyages en Suisse pour les représentants des médias. Il est résulté 5800 publications de ces visites et de nos communiqués de presse.

La présence à la radio et à la télévision a été renforcée. 69 équipes d'enregistrement ont visité notre pays et il a été diffusé 230 émissions au total. Fin novembre a vu l'organisation de conférences de presse annuelles dans les cinq villes où nous avons des représentations ainsi qu'à Berlin.
Avec plus de 30 prestataires, nous avons présenté la Suisse aux professionnels du tourisme lors des tours spécialisés en Rhénanie-Westphalie, à Berlin et dans les nouveaux Länder. A fin octobre, nous avons organisé des workshops et des conférences de presse sur l'hiver suisse à Stuttgart et Munich.
La transmission de l'offre et de la demande, ainsi que l'organisation de voyages d'étude et d'information, s'est déroulée dans le cadre habituel. L'information active a fortement augmenté par l'intermédiaire de la campagne médiatique et l'opération «Urlaubsgrüsse aus der Schweiz».

Ingo Dubinski, modérateur de TV, et deux novices allemands vont lancer la pierre à la Fête d'Unspunnen.

France

Même si un nouveau climat de confiance existe en France, la crise sévit encore. Le tourisme vers la Suisse s'est bien défendu, encore que l'on enregistre une baisse légère des nuitées. Les voyagistes programment la Suisse grâce à nos visites de promotion en province. Nous avons organisé des éductours et un workshop pour l'hiver à Strasbourg. Nos stands aux salons grand public de Grenoble, Lille, Vannes et Colmar ont eu un beau succès, comme le Salon mondial du tourisme et la Foire de Paris.



Nous avons lancé une campagne publicitaire de trois semaines dans le «Figaro / Figaro Magazine» (800 000 ex.) avec douze dessins du célèbre caricaturiste Jacques Faizant.

Mitcar, salon professionnel, fut excellent et notre stand très animé grâce à un jeu où les hôteliers suisses ont offert 18 fois une nuitée pour un car entier. Il a été mis sur pied 22 voyages individuels, 7 en groupe avec 37 journalistes et un voyage avec les dessinateurs les plus renommés de la presse française. Des réunions à Paris, Lille, Lyon et Strasbourg avec l'Union valaisanne du tourisme et une collaboration étroite avec les médias audiovisuels complètent ce tableau d'activité.

Italie

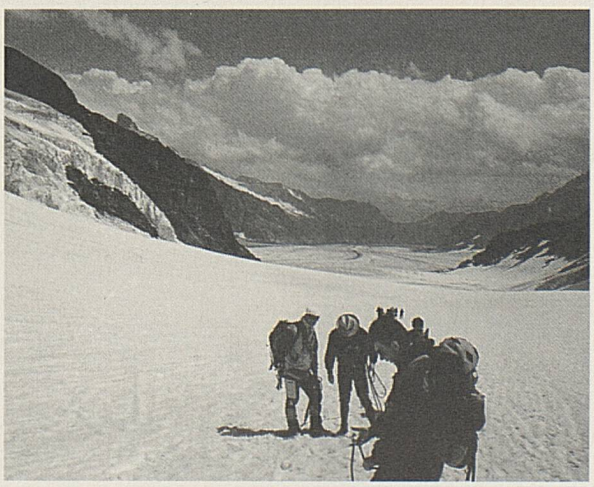
La récession en Italie a frappé durement notre pays de vacances: réduction de 20% ou de 400 000 nuitées et recul encore plus marqué des excursions d'un jour!

Une progression de dix ans a été stoppée brutalement par la dévaluation massive de la lire et l'insécurité générale. Pour aller à contre-courant, nous avons intensifié les contacts avec les médias, surtout en province. Nous avons organisé 16 réceptions pour la presse à Bari, Bologne, Brescia, Côme, Florence, Gênes, Milan, Padoue, Rome et Turin pour 400 intéressés. «Proximité et chemins attrayants» a été le thème central pour 112 journalistes pris en charge en Suisse. L'association italienne de journalistes touristiques a organisé pour la première fois son congrès annuel dans notre pays. 100 membres ont été les invités de l'ONST pour le voyage et un repas typique de bienvenue.

Nous avons davantage encore visé les organisateurs de voyages, de congrès et de voyages-récompenses pour des acquisitions (Oberland bernois, Grisons, Valais, Suisse centrale et orientale, Zurich, STM 93). Lors de la BIT, du Tourmondoshow, de Viaggi e Vacanze ainsi que des workshops sur l'hiver en Suisse et des TTG-Incontri, 87 présentateurs suisses ont rencontré plus de 10 000 visiteurs professionnels. Nous avons aussi été présents à Ecotour, Fiera del Levante et Medivacanze. Avec les annonces «In Svizzera l'inverno inizia domani» dans le «Corriere della Sera», la «Gazzetta dello Sport» et «Il Giornale», nous avons annoncé la saison d'hiver.

Autriche

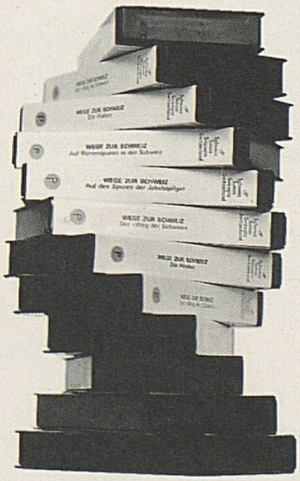
Malgré la détérioration de la situation économique, les nuitées des Autrichiens en Suisse ont augmenté.



La traversée du glacier d'Aletsch, souvenir inoubliable pour les journalistes étrangers.

En raison de la crise dans l'ex-Yougoslavie, le public se cherche de nouvelles destinations de vacances et le schilling fort a aussi exercé une influence positive. Un mailing a été adressé à 25 000 membres choisis de l'Automobile Club Autrichien.

Pour des autocaristes, nous avons organisé un voyage d'étude. 900 agences de voyages et voyagistes ont régulièrement reçu des informations touristiques. On a pu offrir des week-ends d'initiation pour des agents de voyages à Bâle avec Crossair (100 personnes), à St-Gall avec Rheintalflug (60 personnes) et à Berne avec Air Engiadina (30 personnes). Des communiqués de presse ont été envoyés tous les 15 jours et nous avons entretenu d'étroits contacts avec les représentants des médias. Un voyage de presse avec la traversée du glacier d'Aletsch et des voyages de presse individuels dans des stations sans voiture ont été couronnés de succès. De plus, nous avons organisé la parution d'un supplément dans les «Vorarlberger Nachrichten» et un mailing avec le club alpin.



En Autriche, la vidéo sur les «Chemins» a été vendue à 2000 exemplaires.

AUTRES PAYS D'EUROPE

Grande-Bretagne / Irlande

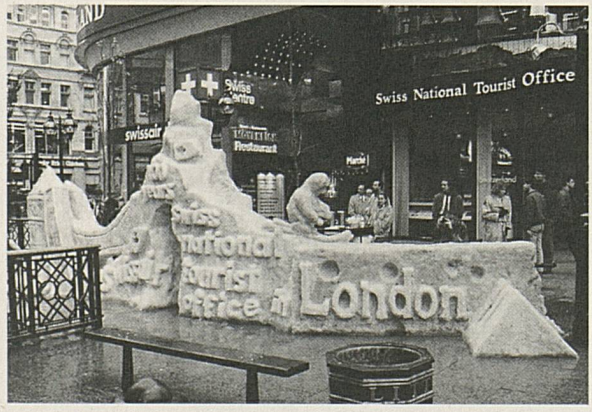
Nos activités pour le jubilé «100 years SNTO» ont débuté en décembre 1992 avec la création d'une sculpture de neige à Swiss Court. Avec 13 tonnes de neige et sur une longueur de 6 m, elle comprenait entre autres Big Ben et le Cervin. A mi-mai s'est déroulée une journée populaire à Leicester Square. Suivirent une réception dans les locaux de Thomas Cook, où l'on a pu voir l'exposition «Tourisme britannico-helvétique et SNTO London», l'impression d'un First Day Cover, ainsi qu'un dîner de gala à la Whitehall Banqueting House pour 300 personnalités de divers milieux.

Nos activités promotionnelles les plus importantes ont été des opérations de mailing direct. Pour l'été, nous avons organisé l'envoi de 20 000 brochures «Discover what lies beyond the mountains» avec une lettre personnelle et 200 000 exemplaires comme supplément de deux quotidiens.

Pour l'hiver, nous avons produit l'imprimé «The best skiing in the Alps». Il a été envoyé avec 35 000 lettres et 260 000 exemplaires ont été joints à un quotidien et à un magazine sur le ski.

Nous avons participé au World Travel Mart et à des ateliers pour voyagistes et organisateurs de congrès, organisé l'envoi de sept mailings à des adresses du secteur des voyages, des conférences et des voyages de motivation ainsi que cinq voyages d'étude. De plus, nous avons expédié des invitations à une centaine de représentants des médias, participé à l'organisation de projets télévisuels attirant une large audience tels que «Wish you were Here» à Davos, «Blind Date» à Zermatt et le programme de Noël pour les enfants «Puppet Reunion» à Engelberg; douze communiqués de presse ont été envoyés.

Au total, il a été répondu à 112 000 demandes. Le chiffre d'affaires de la vente des billets de train et d'avion a atteint 4,27 millions de francs suisses.



Cervin de neige au cœur de Londres pour cent ans de présence touristique.

Pays-Bas

Le travail avec les multiplicateurs (médias et tourisme) et des opérations à effet de synergie ont été les points forts de nos activités. Les résultats atteints avec nos partenaires de l'économie et du tourisme ont largement dépassé nos possibilités. Exemples:

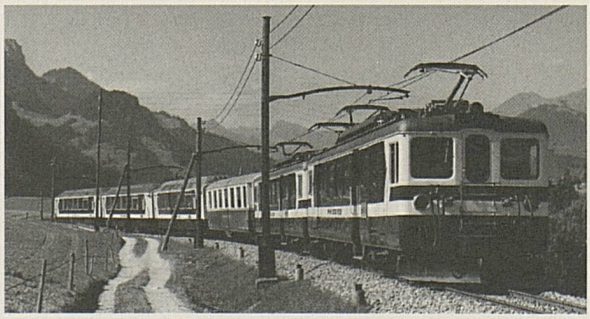
- Voyages d'étude individuels en Suisse très réussis, projet commun avec le voyagiste Trans.
- Campagne hivernale intensive en novembre: promotion conjointe avec le shampoing Andrélon, articles dans des journaux et des magazines, rédaction d'émissions radiophoniques et télévisuelles, promotion payée diffusée sur diverses stations de radio et suppléments dans des magazines.
- Championnat de ski des agences de voyages néerlandaises à Meiringen en collaboration avec Hotelplan.
- Workshops nationaux «Gouden Tien» pour 2000 collaborateurs d'agences de voyages au total, comme pays d'accueil avec dix organisateurs.
- Des voyages de presse thématiques (gastronomie) et surprise (petits groupes) ont enregistré de très bons résultats.
- Campagnes promotionnelles couronnées de succès dans des revues spécialisées avec une opération de direct mail pour les milieux touristiques.

Belgique / Luxembourg

Surtout avec des relations publiques payées, le sujet annuel de l'ONST, «Chemins vers la Suisse», a servi de fil rouge pour l'activité promotionnelle en Belgique. Deux exemples: «Paris-Match» (édition belge, tirage 80 000 ex.) et «Touring Club Magazin», avec coupon-réponse (tirage 800 000 ex.), 2500 réponses.

Des opérations conjointes ont marqué d'autres points forts. Quelques exemples: 80 spots radiophoniques pour l'hiver en collaboration avec Neckermann Reisen, un des plus grands voyagistes à destination de la Suisse. Une opération de direct mail avec le magazine «Trend/Tendances» en collaboration avec Swissair, Crossair et Swiss Congress. Autre opération conjointe dans le domaine de la promotion des ventes, cette fois-ci en collaboration avec Sabena: workshops sous le titre «Club N° 1».

Dans dix villes, passé 600 agents de voyages ont augmenté de 10% les ventes de Sabena pour la Suisse.



L'ONST met ses partenaires en évidence, par exemple le MOB en Belgique.

L'excellente collaboration avec les chaînes de télévision en Belgique a produit des reportages assez complets sur Montreux/Vevey, le Chemin de fer rhétique et le Swiss Travel System ainsi que notre «bonhomme de neige».

Espagne

Dans un climat de tension sociale, l'Espagne a réalisé l'ampleur de la crise économique. La dépréciation de la peseta a freiné considérablement la demande. Ainsi, après plusieurs années de croissance, l'Espagne rentre dans le rang.

Le thème général «Caminos de Suiza» a été au centre de nos activités: 40 000 dépliants ont été distribués en collaboration avec deux magazines de voyages et au travers de divers mailings. Huit journalistes invités ont traité abondamment ce thème.

La participation à quatre salons touristiques a renforcé nos contacts avec organisateurs et agences de voyages. Notre 27e «Copa suiza de Golf», organisée au prestigieux Real Club de Golf El Prat de Barcelone, a permis d'attirer l'attention des milieux sportifs.

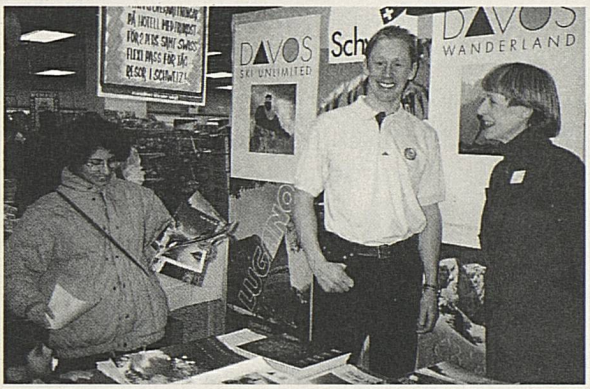
«Caminos de Suiza», un succès en Espagne.

Pays nordiques

Après 56 ans passés au rez-de-chaussée de la Kungsgatan à Stockholm, nous avons emménagé dans de nouveaux locaux au quatrième étage du même immeuble. Nous avons voué une attention particulière à la promotion des ventes et à la presse en organisant six voyages d'étude pour 60 agents de voyages de tous les pays couverts par notre représentation et un autre pour des professionnels de l'hôtellerie et du tourisme. Nous avons également participé avec 15 exposants suisses à des foires touristiques à Oslo, Helsinki et Göteborg. Environ 140 000 visiteurs au total.

A notre invitation, 34 journalistes ont voyagé dans notre pays; ils ont publié des articles étoffés tirant au total à près de deux millions d'exemplaires.

92 articles au total ont paru du fait de notre collaboration. En outre, nous avons répondu à plus de 37 000 demandes orales et écrites, prêté 35 cassettes vidéo, 240 photos et 520 diapositives en couleurs et distribué 2000 affiches.

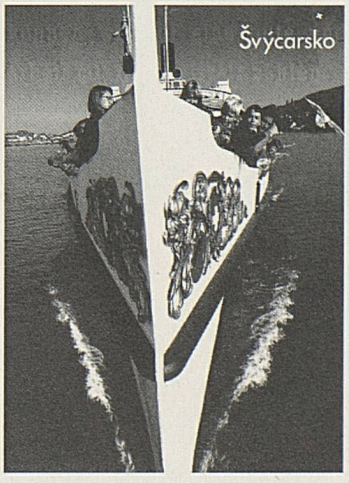


PR aux Championnats du monde de ski nordique à Falun: Gunde Svan, champion du monde et vainqueur olympique, avec Kim Vintilescu, notre représentante en Suède.

Europe de l'Est

La République tchèque, et surtout Prague, a été l'objet d'une attention renforcée de la part de notre collaboratrice tchèque depuis notre bureau de Vienne. Il y a beaucoup de changements dans les médias et les agences de voyages et des bouleversements économiques. Nous avons commencé à établir une banque de données, organisé des voyages d'étude pour représentants de la presse et d'agences de voyages. Nouveauté: nous avons pu offrir une brochure de base sur la Suisse en langue tchèque. Nous collaborons étroitement avec Swissair sur ce marché. Il existe une certaine couche sociale disposant d'un bon revenu.

La République slovaque a des problèmes économiques et, en ce moment, ne constitue pas encore un grand potentiel. En Hongrie, nous nous sommes concentrés sur la prise en charge spécifique de journalistes.



Brochure en tchèque, instrument de vente pour un nouveau marché.

Gundolf et Anna Pietsch, de Ringenhain près de Dresde: «Le renom de la Suisse nous a décidés de venir. Tout est si net, les gens sont polis et chaque montagne est accessible sans peine.»

USA

1993 a été caractérisé par notre coopération avec des pays européens pour organiser des voyages de presse (Hollande, Allemagne, Autriche).

Dans la perspective du nouveau positionnement de la Suisse comme pays touristique n'offrant pas seulement des paysages spectaculaires, nous avons mis en avant nos atouts culturels.

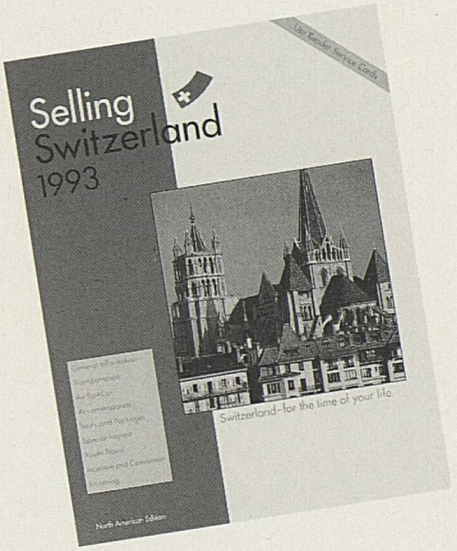
Tel fut le cas pour Paracelse, l'art du XIXe siècle dans des collections privées suisses, les foires de Noël, la gastronomie et les vins. Nos efforts ont été complétés par la participation du Los Angeles Philharmonics au festival pascal à Lucerne, l'exposition de la collection «Fondation Oskar Reinhart» au Los Angeles County Museum et la participation au Birmingham Festival of Arts.

Exposé à New York: le portrait de Louise, fille du peintre Albert Anker.

Malgré une récession durable, nous avons enregistré une légère augmentation des affaires.

Lors de la conférence Meeting World et de IT&ME, la plus grande foire des voyages de motivation du monde, les exposants se sont montrés satisfaits de la qualité des demandeurs. Une forte délégation au STM à Davos et au SCIM à Bâle, ainsi qu'une série d'ateliers avec de grands voyagistes nous ont permis de soigner les contacts avec les agences de voyages les plus importantes. Ce fut également l'objectif de la participation à l'assemblée annuelle de l'United States Tour Operators Association en Floride.

Notre manuel «Selling Switzerland» (tirage 30 000 ex.) et la brochure «Winter Switzerland» (tirage 43 000 ex.) ont été distribués aux milieux touristiques par l'intermédiaire d'envois directs, de participation à des foires et de visites personnelles.



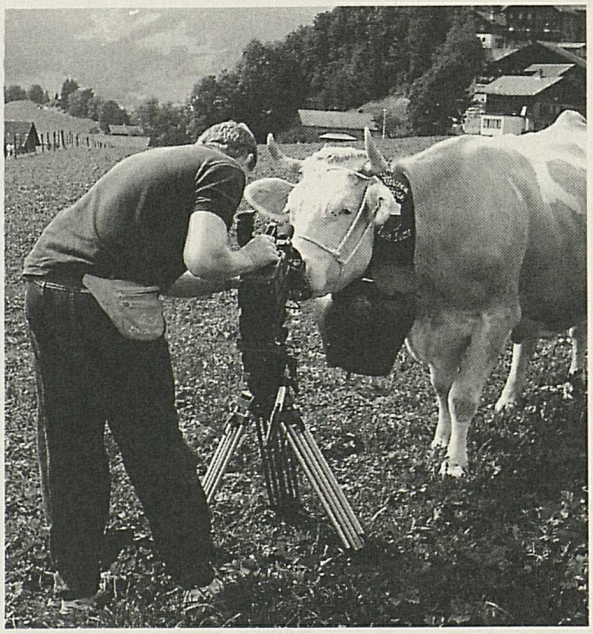
Ces publications offraient un panorama détaillé de notre offre.

Un point fort a été le «Swiss Travel Show California» en étroite collaboration avec Swissair; il a offert à 39 présentateurs suisses une plate-forme vers plus de 1000 exposants à San Francisco, San Diego, Newport Beach, Beverly Hills et Woodland Hills. Une Semaine suisse organisée par l'ONST, Swissôtel et Ruesch International à Cincinnati, Louisville et Columbus s'adressait à des hôtes des milieux économiques, du tourisme et de la presse. Lors d'un Buffet suisse, nous avons présenté les derniers développements de l'offre.

Succès de presse les plus mémorables: Oberland bernois dans «Travel & Leisure», Interlaken et les Grisons dans «Gourmet», Tessin dans «Travel Holiday», Genève dans «National Geographic Traveler», Neuchâtel, Winterthour, Alimentarium de Vevey dans le «New York Times », Davos, Klosters, Zermatt dans «Ski». Au total un tirage de passé cinq millions. De plus, une émission de télévision d'une heure en provenance de Lucerne. Il ne faut pas oublier les 122 000 questions de clients sur les thèmes touristiques les plus divers.

Canada

Nous avons concentré notre activité promotionnelle sur les médias, en organisant trois voyages de presse et invitant individuellement de nombreux journalistes.



La fête fédérale des yodleurs à Sarnen, à laquelle a assisté un de nos voyages de groupe, a joui d'un écho extraordinairement positif dans la presse écrite.

L'organisation de voyages promotionnels pour Interlaken/région de la Jungfrau, ainsi que pour les régions Vaud et Genève, a permis de nouer des contacts fructueux avec l'industrie du tourisme et la presse à Tokyo, Osaka et Nagoya à l'occasion d'ateliers et de certaines visites personnelles de voyagistes. Lors du congrès des agences de voyages japonaises à Tokyo – puis dans les villes d'Osaka et de Fukuoka – nous avons organisé une réception avec repas gastronomique pour les régions de l'Oberland bernois, du Valais, de la Suisse centrale et de Zurich.

L'équipe de télévision «The Travel Magazine» a produit cinq émissions en Suisse qui ont été diffusées par plus de 60 canaux de télévision.

Avec Swissair et l'Union suisse du commerce de fromage, nous avons participé au Salon International Tourisme Voyage à Montréal, qui a reçu 56 000 visiteurs. Trois voyages d'étude pour organisateurs de voyages ont été réalisés avec Air Canada et Swissair.

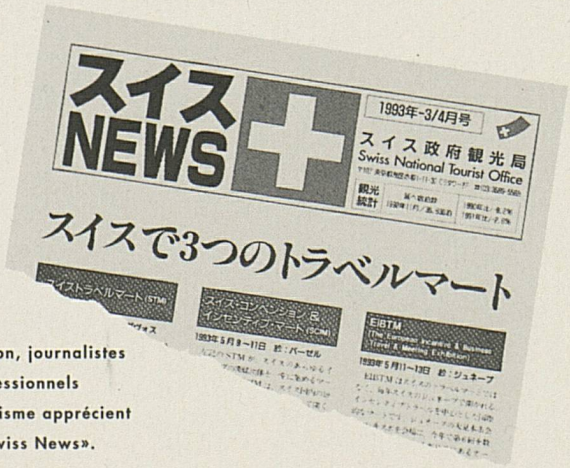
Japon

Nous avons participé pour la première fois à la foire All Ski Festa du 22 au 24 octobre. Une machine d'entraînement pour le ski amenée spécialement par avion depuis la Suisse en a été la principale attraction. Nous avons décerné à tous les «skieurs» un certificat créé pour l'occasion. L'affluence a dépassé le seuil de 20 000 visiteurs.

Nous avons aussi participé au congrès de la Japan Association of Travel Agents à Tokyo et distribué 1000 exemplaires du manuel de vente de 110 pages «Selling Switzerland 1994/95», récemment publié en japonais.

CONFÉRENCE DES REPRÉSENTANTS

Avant le STM 93, la conférence annuelle de nos représentants à l'étranger s'est déroulée du 12 au 17 avril à Davos. Durant une vingtaine d'heures, un chef de cours du Centre de direction d'entreprise nous a familiarisés avec le monde du management de projet. De plus, la conférence a aussi servi à l'échange d'expériences, la transmission d'informations sur le thème annuel ainsi qu'à une rencontre impressionnante avec Gottlieb Guntern, chercheur en créativité et auteur de bestsellers.



Au Japon, journalistes et professionnels du tourisme apprécient nos «Swiss News».