Économie

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française**

Band (Jahr): **33 (1987)**

Heft 4

PDF erstellt am: **23.05.2024**

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

Premier jeu suisse à micro-ordinateur

Passe-temps des rois comme des mendiants et datant d'il y a 5 000 ans, l'ancien jeu de société connu sous le nom de Serata renaît au 20e siècle. Ce jeu passionnant nous est présenté sous forme de micro-ordinateur, pourvu d'une intellignece artificielle, appelé Zeta Challenger.

Conçu et fabriqué en Suisse, Zeta Challenger est un jeu de société, mais contrairement à l'ancien Serata, on peut également y jouer seul, avec le micro-ordinateur ; la détente, le défi et l'engouement sont les mêmes qu'au temps où, à l'ombre d'un magnifique olivier, les Grecs y jouaient moyennant un damier et des cailloux. En effet, Zeta Challenger continue à solliciter la logique et le sens stratégique.

Au début du jeu, l'écran du Zeta Challenger affiche 12 cases et deux caisses. Les caisses sont vides, les cases pourvues chacune de 6 jetons. Il s'agit de remplir les caisses vides avec les jetons en actionnant les touches placées sous les cases. Les chances de gain augmentent en fonction de l'adresse et de la tactique du joueur. Celui dont la caisse comporte le plus de jetons gagne la partie, le résultat est affiché à l'écran.

Des règles spéciales rendent le Zeta Challenger encore plus passionnant. (OSEC)

(Zentrama Technik AG, S. Horvath, Nidaugasse 11, CH-2501 Biel, télex 934 319 ztb ch)

Optimisme chez Kuoni pour 1987

L'organisation de voyages Kuoni SA Zurich espère que les Suisses reprendront goût aux voyages pour l'année en cours. En effet 1986 a été une mauvaise année pour la branche des voyages à cause des nombreuses catastrophes. Le directeur général de Kuoni M. Hans-Rudolf Egli, a déclaré à Zurich lors de la présentation du programme d'été qu'il restait optimiste pour combler les retards de l'année passée. Son optimisme se fonde sur la bonne situation économique et sur les prix avantageux dus à la force du franc suisse.
Pour la saison d'hiver 1986-1987 Kuoni a déjà enregistré des signes d'amélioration. La plus grande agence de voyages de Suisse a enregistré une augmentation de 10 % pour les voyages long-courriers. Parmi les destinations préférées l'Amérique latine vient en tête et connait une augmentation de 50 %. Les pays de l'Est eux aussi connaissent une hausse de 25 % ainsi qu'Israël pour les voyages balnéaires améliore son résultat de 35 %.
Pour l'été 1987 les Suisses bénéficieront en général d'une baisse de prix due à une situation monétaire avantageuse. Les Etats-Unis et le Canada connaitront une diminution de leur prix de 10 à 20 % par rapport à l'année passée. Les voyages pour les pays de l'Est seront en moyenne 5 % moins chers. La Tunisie et la Yougoslavie subiront avec 10 % les plus grosses réductions.

Un Suisse à la tête du bureau de la Commission européenne de tourisme à Tokyo

M. Walter Bruderer, directeur de l'Office national suisse du tourisme pour l'Asie de l'est a été nommé à la tête du bureau de la Commission européenne de tourisme à Tokyo.
Le bureau japonais de la Commission européenne de tourisme défend à Tokyo les intérêts de quinze offices nationaux du tourisme européen. M. Walter Bruderer, 42 ans, succède à M. Pablo Muller, directeur de l'Office du tourisme espagnol.
« Même si l'économie japonaise est entrée en récession, le nombre de touristes japonais qui se rendront cette année en Europe devrait être en croissance sensible », a déclaré M. Bruderer. Selon les derniers chiffres disponibles, la Suisse a recensé plus de 513.000 nuitées japonaise entre janvier et novembre 1986. Ce nombre représente une hausse de 3,8 % par rapport à 1985.

La Saint-Valentin au Japon : jour béni pour les ventes de chocolats suisses.

La Saint-Valentin au Japon est un jour béni pour les ventes de chocolats suisses. La tradition veut que chaque 14 février, les Japonaises prennent l'initiative d'offrir du chocolat aux hommes qu'elles aiment.

Selon le journal « Asahi », les Japonaise dépensent, ce jour-là, 40 milliards de yen (environ 400 millions de francs) en chocolats pour marquer leurs sentiments à leurs « petits amis ». Et les importateurs de chocolat suisse dans l'archipel sont les derniers à se plaindre. Certains réalisent la moitié de leurs ventes annuelles durant les dix jours qui précèdent le 14 février, jour de la Saint-Valentin.
« Pour nous, cette période de l'année est aussi chargée que Noël en Europe. Ce sont exclusivement les filles qui offrent du chocolat aux garçons. Nous assurons peut-être le 20 % de nos ventes annuelles durant cette période », explique M. Walter Marthaler, le représentant de « Lindt » à Tokyo.

Les ventes de chocolats au Japon ont augmenté de 180 milliards de yens (1,8 mrd de fr. suisses) en 1979 à 250 milliards de yens en 1985, selon les chiffres de l'Association japonaise des fabricants de chocolat. Mais la part des chocolats étrangers sur un marché encore très protégé reste faible. Elle ne représente encore que 4 % à 5 % de l'ensemble.

« Durant la Saint-Valentin, nous vendons trois à quatre fois plus de chocolats suisses que d'habitude. Nous les emballons aussi différemment », dit M. Morita, l'importateur des chocolats Suchard et Tobler. L'an dernier, le Japon a absorbé 450 tonnes de chocolat suisse. Selon M. Morita, Tobler et Suchard ont assuré la moitié des ventes de ces produits suisses au Japon.