

L'année touristique suisse 1993 : dans le peloton de tête européen

Autor(en): **Leu, Walter**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **53 (1993)**

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-629820>

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.

L'année touristique suisse 1993 – dans le peloton de tête européen



Walter Leu,
directeur ONST

Malgré la récession mondiale, la Suisse, pays de vacances, a enregistré en 1993 quelque 75 millions de nuitées dans l'hôtellerie et la parahôtellerie (les chiffres détaillés se trouvent dans l'annexe statistique).

En particulier la demande de l'étranger – domaine promotionnel de l'ONST – dans le secteur hôtelier s'est assez bien comportée par rapport à 1992 avec une diminution d'environ 2%.

Plusieurs pays européens, y compris l'Autriche, ont dû se contenter de plus mauvais résultats. Dans des marchés aussi importants que Belgique/Luxembourg, Allemagne et Pays-Bas, notre pays a même réussi dans l'hôtellerie à améliorer sa position de 2 à 4%. La prise en charge intensive du marché par l'ONST a manifestement provoqué une stabilisation.

Pour la demande intérieure, le tableau paraît moins favorable; dans l'ensemble, on a enregistré un recul des nuitées d'environ 4%. Du fait que plus de 50% des nuitées touristiques sont dues aux hôtes venant de Suisse, ce n'est pas vraiment le moment d'exclure totalement l'ONST de la prise en charge du marché intérieur, comme on le demande de divers côtés.

Offensive du marketing ONST

Dans la compétition mondiale très âpre, il nous faut un marketing de destination suisse performant.

Nous l'obtenons d'une part avec des campagnes spectaculaires, clairement positionnées. D'autre part, nous destinons à des groupes d'hôtes ciblés des opérations qui transmettent un message cultivé et chaleureux sur notre offre touristique. Voici un bref aperçu de nos activités:

«Chemins vers la Suisse» – très cotés en Suisse et à l'étranger

Dans le cadre de notre campagne de plusieurs années «Chemins vers la Suisse», consacrée aux grands chemins européens dans et à travers notre pays, nous avons pris pour 1993 le thème des Chemins de pèlerinage, popularisé grâce à un guide et à un livre. Les années précédentes, nous avons traité des Chemins des Walser et des Voies romaines. Sont en préparation les Sentiers muletiers et les Routes du baroque.

France et Allemagne: campagnes médiatiques

Au printemps, les médias de France et d'Allemagne ont été choisis pour deux campagnes d'annonces:

- «Ayez de la Suisse dans les idées» et
- «Urlaub für Fortgeschrittene. Die Schweiz»

La première était porteuse d'image, la deuxième essentiellement orientée vers le marché.

Message suisse avec «eurocultura»

Avec l'opération spéciale «eurocultura», l'ONST a démontré son attachement à tout le continent. Par des concours, deux jeunes ont été choisis dans une trentaine de pays pour participer. Au terme d'un voyage original en Suisse, la jeunesse européenne a apporté un message d'espoir à l'UNESCO à Paris. Pour terminer, le groupe a même été reçu par le président François Mitterrand.

Présence de la Suisse en Corée

L'ONST a assuré l'exécution, l'exploitation et la direction du pavillon suisse à l'exposition universelle spécialisée Expo '93 à Taejon. Avec ceux de la Chine et du Canada, notre pavillon a attiré le plus grand nombre de visiteurs. En outre, une enquête auprès du public l'a désigné comme le meilleur parmi les 128 participants internationaux. Finalement, nous n'avons pas même épuisé le crédit de 3,6 millions de francs accordé par le Parlement.

Hiver 93/94 - départ fulgurant

avec notre bonhomme de neige

La saison d'hiver a démarré en fanfare: Grâce à la participation très active des médias suisses et étrangers - ainsi qu'à la collaboration enthousiaste de nos partenaires à Saas Fee - notre opération «Bonhomme de neige» a remporté un éclatant succès. Avec ce bonhomme de neige, nous avons réussi à faire parler de la Suisse, pays de vacances d'hiver, dans les marchés cibles proches que sont l'Allemagne, l'Autriche et le Benelux, mais aussi dans le monde entier.

Représentations ONST: redéploiement

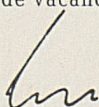
A la fin de l'année, nous avons fermé notre bureau à San Francisco. Maintenant, la représentation de Los Angeles est seule responsable de la côte Ouest. A fin février 1994, nous fermons Stuttgart, mais ouvrons une représentation dans la «Haus der Schweiz» à Berlin, où nous aurons des bureaux communs avec la Chambre de commerce Allemagne-Suisse. Pour pouvoir faire face au développement du marché, nous mettons sur pied au printemps 1994 une nouvelle antenne dans les locaux de Swissair à Hongkong.

Vers un nouvel ONST

Le rapport contient d'autres informations sur notre vaste activité. Il convient ici de mentionner l'évaluation de l'ONST commandée à l'entreprise Hayek Engineering à Zurich par le Conseil fédéral, plus précisément par l'OFIAMT. Le rapport sur l'activité et les structures de l'ONST a été présenté en septembre et se trouve actuellement dans la première des deux phases de mise en application. La nouvelle orientation de l'ONST, que nous considérons comme un défi, aura des répercussions sur l'ensemble du tourisme suisse.

Pour conclure, nous remercions encore tous les partenaires qui nous appuient dans notre mission: Parlement, autorités fédérales - notamment le Département fédéral de l'économie publique, en particulier l'OFIAMT - les CFF et toutes les autres entreprises de transport, Swissair et Crossair, les associations professionnelles nationales, les associations et offices régionaux et locaux de tourisme et bien d'autres. Des remerciements particuliers et mérités sont adressés à nos collaboratrices et collaborateurs qui effectuent un travail irréprochable dans ces temps difficiles.

Nous continuerons en commun à promouvoir la Suisse, pays de vacances, avec enthousiasme.



Walter Leu

Bernhard Lynn, de Düsseldorf:
«Pour moi, les montagnes suisses sont des aimants. En hiver pour le ski, et en été pour le vol delta. En revanche, le chocolat me laisse froid.»

