

# Des bureaux aux quatre coins du monde

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

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

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685553>

## **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.

# Des bureaux aux quatre coins du monde

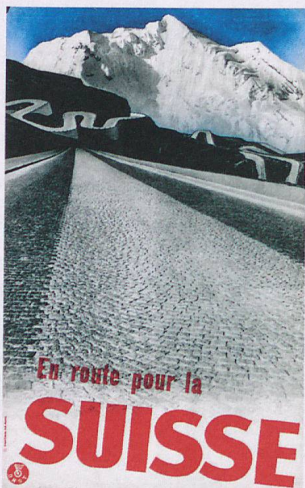
Si les premiers bureaux de l'ONST se contentaient de distribuer renseignements et billets, ils se sont progressivement imposés comme des acteurs incontournables du marketing touristique. Ils ont régulièrement fait appel à des stars pour assurer la promotion des voyages en Suisse.

Faut-il y voir la main protectrice du Walterli Tell en bronze ornant sa façade? Une chose est sûre: la Maison de la Suisse a miraculeusement échappé aux bombardements alliés sur Berlin dans les dernières semaines de la guerre, en 1945. Neuf ans plus tôt, l'Office de tourisme suisse était venu s'installer au rez-de-chaussée de cet imposant immeuble. Le public pouvait venir s'y renseigner sur les séjours en Suisse et réserver des billets pour le voyage en train jusqu'à la destination souhaitée.

## Sous un même toit

La Seconde Guerre mondiale met un frein au tourisme et le bureau berlinois de l'ONST prend en charge le rapatriement des citoyens suisses installés dans la «capitale du Reich». Berne fait toutefois le choix de laisser ouvertes ses représentations à l'étranger: la décision fait même l'objet d'un arrêté fédéral en 1939. Les douze agences gérées par les CFF, d'Amsterdam à Vienne, passent sous le contrôle de l'ONST. La promotion du tourisme en Suisse est ainsi unifiée. Celle-ci prendra par la suite des formes parfois spectaculaires, comme en 1968, quand Diana Rigg, la James Bond girl du film «Au Service secret de Sa Majesté», viendra saluer le public londonien du haut du Swiss Centre.

Un nouveau chapitre s'est ouvert il y a 20 ans avec Suisse Tourisme. À Pékin, New York, Amsterdam ou Dubaï, ses 26 bureaux sont, bien plus que de simples offices de tourisme, de véritables centres névralgiques du marketing, qui organisent des opérations, grandes ou petites, pour faire connaître la destination de vacances qu'est la Suisse, toujours en concertation avec le siège à Zurich.



Première affiche publicitaire pour le tourisme automobile. «All roads lead to Switzerland», photomontage de Herbert Matter.



L'ONST ouvre un bureau à Stockholm pour assurer la promotion de la Suisse en Scandinavie. Suisse Tourisme est désormais revenu en Suède, après une interruption de quelques années.

1935

1936



Le Conseil fédéral dévalue le franc pour faire face à la crise économique.





© ONST

007 sur le toit du Swiss Centre à Londres: le film de James Bond tourné en Suisse est le thème tout trouvé d'une campagne de promotion en Grande-Bretagne.



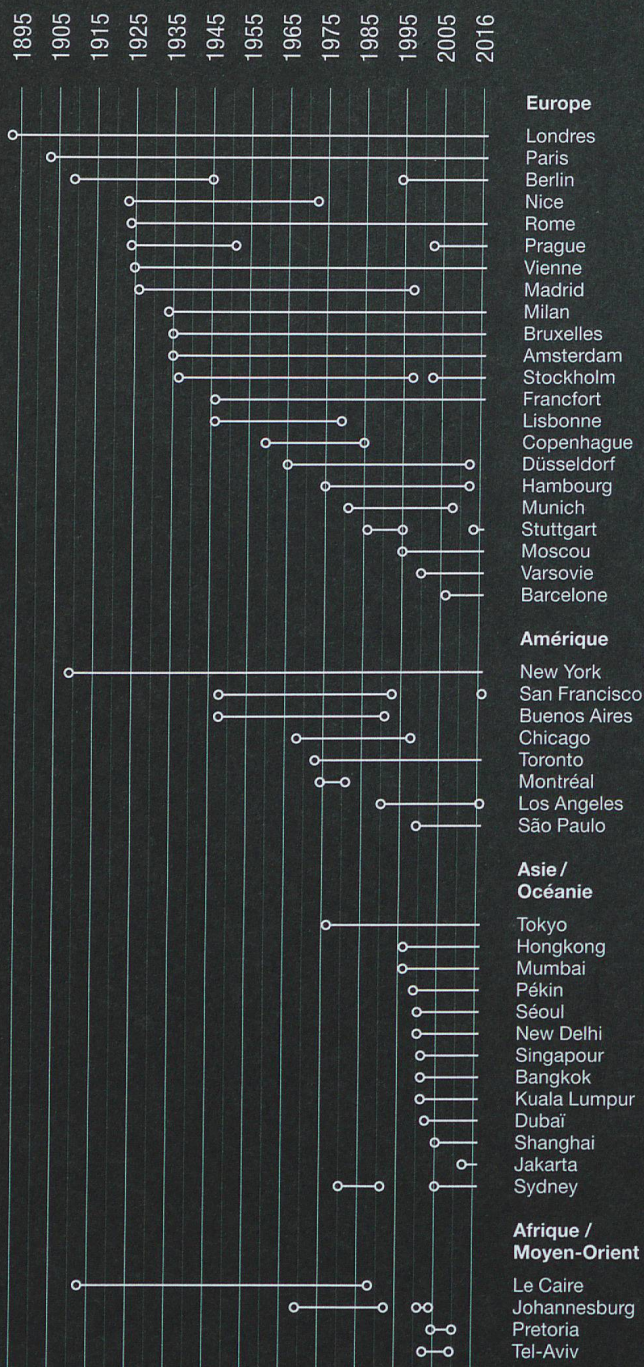
La Maison de la Suisse à Berlin: un bastion suisse durant les années de guerre.

© Landesarchiv Berlin, F Rep. 290 Nr. 0031258 / Photographe: Gert Schütz



## Une présence stratégique

Suisse Tourisme est aujourd'hui représenté dans 26 pays. Tout a commencé par des points de vente des CFF dans les villes les plus stratégiques de la planète. En 1939, ceux-ci sont transférés à l'Office central du tourisme suisse. Ce réseau s'est considérablement étoffé depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle: du Caire à Pékin, de Nice à Moscou. Petit voyage à travers le monde en quelques étapes et anecdotes.



### 1 Le Caire

En 1913, les CFF s'installent dans la capitale égyptienne, devenue incontournable, tant d'un point de vue touristique que stratégique, depuis l'ouverture du canal de Suez. L'ONST reprend les bureaux en 1941. Ils accueilleront l'agence de Swissair à la fin des années 1980.

### 2 Nice

La Côte d'Azur attire chaque année une clientèle d'estivants fortunés: une cible idéale à conquérir pour les vacances d'hiver en Suisse, se dit l'ONST en 1923. Ce bureau niçois restera ouvert 50 ans, avant de s'effacer devant Paris, siège de Suisse Tourisme en France.





### 3 Francfort

En 1946, l'ONST est le premier office de tourisme étranger à revenir dans une Allemagne en ruine. Les responsables en sont convaincus: le marché allemand ne tardera pas à rejouer un rôle majeur.

### 4 San Francisco

En 1947, l'ONST s'installe dans le prestigieux quartier d'Union Square. En 1993, la compagnie Swissair décide de créer un vol pour Los Angeles, poussant ainsi l'ONST à déménager son siège de la côte ouest des États-Unis. San Francisco connaît ensuite de grands bouleversements et l'ancienne capitale des hippies devient la porte de la Silicon Valley. En 2016, Suisse Tourisme redéménage et le projet SwissPier dote la Suisse d'une vitrine à une adresse prestigieuse.

### 5 Tokyo

En 1974 a lieu le premier vol sans escale de Swissair pour Tokyo. Deux ans plus tard, l'ONST saisit l'occasion pour s'implanter dans la capitale japonaise et nouer d'importants contacts avec la presse, la télévision, la radio et les agences de voyages. Le Japon sera longtemps le premier pourvoyeur de touristes pour la Suisse en Extrême-Orient.

### 6 Moscou

Suisse Tourisme est le premier office de tourisme national à s'installer à Moscou: le nouveau marché russe est prospecté avec succès dès 1995, quelques années seulement après la fin de l'Union soviétique, puis en collaboration étroite avec Swissair. Malgré toutes les turbulences, le marketing du tourisme suisse est aujourd'hui encore présent en Russie.

### 7 Hongkong

En 1996, la Suisse identifie le potentiel énorme de l'Asie du Sud-Est pour son tourisme. Le bureau de Hongkong est renforcé trois ans après son ouverture de façon à intensifier les activités de marketing dans toute la région. Il s'est à présent recentré sur la Chine méridionale, Singapour, la Thaïlande et l'Indonésie ayant désormais leurs propres bureaux.

### 8 Pékin

Suisse Tourisme est le premier office national de tourisme européen à avoir eu l'autorisation de s'installer en République populaire de Chine. Le bureau de Pékin, inauguré en 1999, sert aujourd'hui de quartier général pour toute la Chine continentale.