

100 ans, 100 campagnes

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

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

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685551>

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.

100 ans, 100 campagnes

Chaque campagne promotionnelle pour la Suisse est le reflet de son époque. Les publicitaires cherchent à captiver l'attention en saisissant les dernières tendances ou en les créant eux-mêmes. Si les premières grandes campagnes ciblaient encore les curistes, c'est aujourd'hui le tourisme itinérant, en train ou en voiture, qui a la cote.

«La santé par le bain!» Les Romains de l'Antiquité avaient déjà conscience des vertus curatives des eaux thermales suisses. L'ONST a lancé l'une de ses premières grandes campagnes autour du tourisme thermal en 1926. Des affiches et de nombreuses autres mesures publicitaires invitaient le grand public à venir prendre les eaux à Bad Ragaz, Baden ou Yverdon-les-Bains. Une «commission de climatologie et balnéologie» veillait à ce que cette action concertée soit conforme à la fois aux exigences du commerce et à celles de la médecine.

Des thèmes dans l'air du temps

La promotion touristique s'articule dès lors autour de campagnes thématiques. Des slogans accrocheurs visent différents groupes-cibles: skieurs (1943: «Tous les Suisses à skis»), marcheurs et pèlerins de

Compostelle (1985: «Auf Jakobswegen durch die Schweiz – per Velo und zu Fuss»), familles (1952: «Pour la santé de vos enfants, des vacances en Suisse») ou amateurs d'activités comme le yodler, la peinture ou l'escalade (années 1970: «Hobby-Ferienkatalog»). Très tôt apparaît la notion de «basses saisons», comme le printemps et l'automne (1921/22: «Frühling in der Schweiz»), qui sont redécouverts après la Seconde Guerre mondiale (1945: «Vacances de Printemps»). Les thèmes se succèdent sans toujours se ressembler au fil des décennies. Ce qui compte, c'est de rester à l'affût des tendances et savoir humer l'air du temps. Le Grand Tour de Suisse (2015/16) referme ainsi une boucle ouverte dans les années 1930, en stimulant la soif de découverte des voyageurs individuels hautement mobiles du XXI^e siècle.

Les vacances d'hiver, valeur sûre depuis toujours:

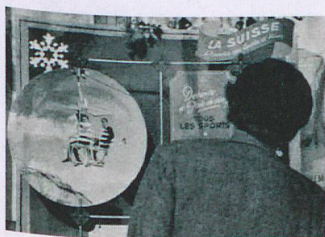
- 1934: «Vacances hivernales: vacances idéales»
- 1941: «Élan vital aux sports d'hiver»
- 1942: «Les gens malins vont aux sports d'hiver!»
- 1943: «Tous les Suisses à skis»
- 2002/2003: «Montagnes.©»
- 2009/2010: «Nous faisons tout pour que vos vacances soient parfaites.»

Le tourisme itinérant remis au goût du jour

- 1935: «En route pour la Suisse»
- 2015: «Grand Tour de Suisse»

Place aux jeunes!

- 1952: «Pour la santé de vos enfants, des vacances en Suisse»
- 1971: «Soyez jeune – restez jeune en Suisse»
- 2001: «Place aux enfants»



Ouverture de la première agence indépendante de l'ONST, à Nice. Sa mission: vendre les vacances d'hiver en Suisse aux touristes fortunés de la Côte d'Azur.

Cinq jours pour cinq francs:

la douane routière distribue des «cartes d'entrée» à tarif réduit pour faciliter la circulation automobile.

1923

1927



1928

Premiers Jeux Olympiques d'hiver en Suisse. La station de St. Moritz attire l'attention du monde entier sur la Suisse en tant que destination pour les vacances d'hiver.



«Sources thermales et baignade en Suisse» (1926), thème de la première grande campagne de l'ONST.



En 1952, le photographe attitré Philipp Giegel met en scène des enfants pour la campagne «Pour la santé de vos enfants, des vacances en Suisse».