

"Suisse, tout naturellement"

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

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

PDF erstellt am: **25.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685559>

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.

«Suisse. tout naturellement.»

Retour à la nature: le mot d'ordre du philosophe genevois Jean-Jacques Rousseau exprime à la perfection l'ADN du tourisme suisse. La conquête de notre principale ressource, les montagnes, est à l'origine d'une croissance soutenue.

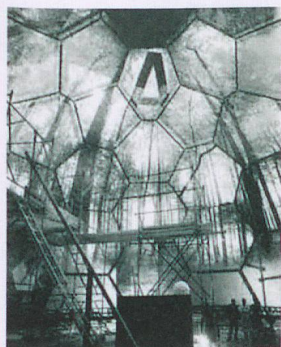
En mai 1962, le 250^e anniversaire de la naissance de Jean-Jacques Rousseau est célébré en grande pompe. Six calèches entament un périple de huit jours depuis Francfort, Munich, Milan, Lyon, Paris et Bruxelles pour converger vers l'île Saint-Pierre, où le philosophe avait trouvé refuge en 1765. Cette année-là, l'ONST met l'accent sur les joies de la nature et la richesse des contacts avec la population locale.

Préserver le capital nature

La nature est le capital du tourisme suisse. Dès ses tout débuts, les aristocrates se rendaient dans les Alpes bernoises, grisonnes ou valaisannes pour y

respirer le bon air pur des montagnes. Dans les années 1920, la notion de cure prend le dessus et, en 1951, le slogan devient «Swiss Alps calling». Les vacances en Suisse font du bien aux enfants, affirme-t-on l'année suivante, tandis qu'en 1969, c'est la minceur qui sert d'argument. Le public afflue, toujours plus nombreux, pour retourner à la nature, ses lacs bleus et ses glaciers. Partout, les remontées mécaniques partent à l'assaut de nouveaux sommets et se développent les stations. Mais dès les années 1960 et 1970, des experts clairvoyants mettent en garde contre le risque de dérive: pas de tourisme sans nature, et pas de développement à long terme sans la préservation des richesses naturelles dans toute leur diversité.

Cette préservation de la nature est un souci essentiel pour Suisse Tourisme, et donc un facteur de réussite stratégique. Le nouveau slogan créé en 2003, «Suisse. tout naturellement.», est un message clair, tout comme la création de 18 parcs naturels ou d'une charte pour le développement durable, élaborée en 2009 avec les partenaires de la branche. Pas étonnant que le slogan de l'été du centenaire 2017 reprenne ce thème originel du retour à la nature, comme motivation pour découvrir ou redécouvrir la Suisse.



L'ONST présente à l'Exposition nationale de Lausanne la «Polyvision» (film panoramique) dans un spectaculaire pavillon.

Premières publicités à la télévision suisse. Spot de l'ONST pour les vacances d'hiver.

Un accord avec Swissair permet de créer six bureaux de renseignements touristiques dans des villes d'Amérique du Sud.

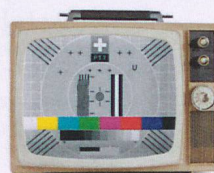


1964

1966

1967

1968



Débuts de la télévision en couleur en Suisse: une ère nouvelle et un nouveau potentiel pour la publicité touristique.