

Zeitschrift: Relazione annuale / Svizzera turismo
Herausgeber: Svizzera turismo
Band: - (2016)

Artikel: 100 campagne in 100 anni
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685573>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

100 campagne in 100 anni

Le campagne dei promotori del turismo svizzero rispecchiano lo spirito dell'epoca in cui nascono. Per attirare attenzione non ci si limita a seguire i trend, ma se ne creano addirittura di nuovi. Un tempo le grandi campagne erano indirizzate soprattutto agli ospiti delle località di cure, oggi a chi viaggia in treno o in automobile.

«In salute con i bagni!» Già i romani conoscevano le proprietà curative delle nostre fonti termali. Nel 1926 l'UNST dedica una delle prime grandi campagne proprio alle cure termali. Manifesti e altri mezzi promozionali invitano a immergersi nelle salutari acque di Bad Ragaz, Baden o Yverdon-les-Bains. La «Commissione balneare-climatologica» garantisce che l'iniziativa comune rappresenti tutti gli interessi, sia dal punto di vista della promozione turistica, sia da quello medico.

La congiuntura dei temi

Da allora le campagne sono il motore della promozione turistica svizzera. Attraverso slogan arguti si fa leva sulle preferenze di specifici gruppi di utenti. Ci si rivolge agli sciatori (1943: «Tutto il popolo scia»), quindi ai «viaggiatori lenti» e ai pellegrini (1985: «Il cammino di Santiago in Svizzera, in bicicletta o a

piedi»), ai giovani e ai giovani di spirito (1952: «Per la salute dei vostri bimbi vacanze in Svizzera») ma anche a chi è alla ricerca di un hobby e vuole imparare per esempio lo jodel, la pittura naïf o l'arrampicata (anni Settanta: «Catalogo di hobby per le vacanze»). Molto presto entrano in gioco anche le cosiddette mezze stagioni, primavera e autunno (1921/22: «Primavera in Svizzera»). Questi leitmotiv torneranno alla ribalta dopo la Seconda guerra mondiale (1945: «Vacanze di primavera»). Nel corso dei decenni i temi vanno e vengono. A fare la differenza è sempre il fiuto del pubblicitario per i trend che sono nell'aria. Il Grand Tour of Switzerland (2015/16) invece propone un tuffo negli anni Trenta e risveglia lo spirito della scoperta nei turisti individuali del XXI secolo, più mobili che mai.

Le vacanze invernali sono un tema costante delle campagne – ecco i titoli:

- 1934: «Vacanze invernali – Doppie vacanze»
- 1941: «Forza interiore grazie alle gioie dell'inverno»
- 1942: «Fatti furbo: prenditi una vacanza invernale»
- 1943: «Tutto il popolo scia»
- 2002/2003: «Montagne.©»
- 2009/2010: «Facciamo di tutto per rendere le tue vacanze perfette»

Un grande successo anche nel passato:

Touring reloaded

- 1935: «Per meravigliose gite in automobile»
- 2015: «Grand Tour of Switzerland»

Sulle tracce degli ospiti più giovani

- 1952: «Per la salute dei vostri bimbi vacanze in Svizzera»
- 1971: «La Svizzera resta giovane con i suoi ospiti»
- 2001: «C'è posto per i bambini»



Aprire a Nizza la prima agenzia estera dell'UNST – Durante le vacanze in Costa Azzurra i «belli e ricchi» vengono motivati a trascorrere le vacanze invernali in Svizzera.

Cinque giorni di «touring» per cinque franchi:

Le dogane stradali distribuiscono «biglietti d'ingresso» a prezzo ridotto per «facilitare il traffico automobilistico».

1923

1927



1928

Per la prima volta le Olimpiadi invernali si svolgono in Svizzera. St. Moritz attira l'attenzione internazionale sulla Svizzera come destinazione turistica invernale.

BADET EUCH GESUND!



Badekuren erhalten die Körperfrische, sie heilen u. stärken!

IHR ARZT
wird Ihnen am besten sagen, welches Bad für Sie am bekömmlichsten ist
BESUCHEN SIE aber die Bäder auch zur VORBEUGUNG
VORBEUGEN IST BESSER ALS HEILEN

**VERBAND
SCHWEIZER BADEKURORTE**

© UNST

Le fonti termali e località balneari della Svizzera sono il soggetto della prima grande campagna dell'UNST nel 1926.

**GESUNDE KINDER DURCH SCHWEIZER FERIEEN
POUR LA SANTÉ DE VOS ENFANTS DES VACANCES EN SUISSE**



Photo Giegel

**PER LA SALUTE DEI VOSTRI BIMBI VACANZE IN SVIZZERA
HEALTH AND HAPPY HOLIDAYS FOR CHILDREN IN SWITZERLAND**

Nel 1952 il fotografo svizzero Philipp Giegel mette in primo piano i bambini per la campagna «Per la salute dei vostri bimbi vacanze in Svizzera».