Finances

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Association nationale pour le développement du tourisme**

Band (Jahr): **8 (1925)**

PDF erstellt am: **23.05.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

marasme des affaires, la crise économique, la concurrence des autres pays à stations touristiques, etc. Malgré cela, le nombre des touristes enregistré dans la grande majorité de nos régions et de nos stations a été supérieur à celui des saisons précédentes, toutefois sans que cela corresponde toujours à une augmentation proportionnelle des recettes des hôtels. Les touristes les plus nombreux sont les Suisses, les Allemands et les Anglais, puis les Hollandais, les Américains du Nord, les Français, les Autrichiens, les Belges, les Italiens, etc.

On doit vivement souhaiter que toutes les stations prennent la peine d'établir une statistique des *nuitées*, qui est la seule qui permette de se faire une idée exacte de ce qu'a été la saison, puisqu'elle tient compte de la durée du séjour des touristes.

F. FINANCES

Si la situation financière de l'Office suisse du Tourisme s'est améliorée grâce à l'élévation de la subvention fédérale annuelle, elle exige cependant une stricte économie dans l'emploi des fonds mis à notre disposition et ne nous permet pas de donner suite à toutes les suggestions — souvent très intéressantes — qui nous sont présentées en vue du développement de notre propagande. Celle-ci est le plus souvent très coûteuse, qu'il s'agisse de la création et de l'entretien d'agences ou de la participation à des expositions, de l'édition de matériel de publicité, d'annonces dans les grands journaux et revues, etc. L'exécution de ces tâches nous oblige à constater combien nos ressources sont disproportionnées à une propagande de grand style telle que l'effectuent certaines villes d'étrangers de première grandeur, dont le budget de réclame dépasse sensiblement celui de notre Office. Combien modestes sont aussi les moyens financiers de ce dernier en comparaison des ressources mises à la disposition des Offices nationaux de tourisme en France et en Italie ! C'est par millions que se chiffre leur budget annuel.

Croit-on peut-être que notre pays puisse se dispenser d'une publicité aussi intense que ses principaux concurrents et s'en remettre à l'excellente organisation de ses moyens de transports, au renom de ses hôtels et de ses instituts d'enseignement, à l'aménagement de ses stations climatiques et balnéaires, à la beauté de ses sites, à son air salubre ; en un mot peut-il se contenter de vivre de sa réputation ? Les expériences faites en Suisse comme à l'étranger, dans le domaine du tourisme, de même que dans l'industrie et la banque, nous prouvent au contraire que la propagande doit être constamment répétée et renouvelée dans ses formes et ses méthodes. Il faut recourir aux moyens les plus modernes de la publicité, quelquefois aveuglante, très souvent subtile et presque invisible, toujours de bon goût,

La chose capitale est de ne pas se laisser oublier, de s'imposer même, si possible. Sa solution exige des sacrifices financiers considérables, mais qui représentent une dépense utile et fructueuse, non seulement pour les intéressés directs au tourisme, mais pour le pays tout entier ainsi que le reconnaissent unanimement nos autorités fédérales et nos économistes.

En 1925, les recettes de l'Office, y compris un excédent de l'exercice 1924 de fr. 11.995.10 se sont élevées à fr. 560.787.60 en regard de fr. 530.554.01 de dépenses. L'excédent de recettes est de fr. 30.233.59. Il est surtout dû à des paiements différés, permettant de faire face aux premières dépenses courantes du nouvel exercice, les cotisations pour 1926 n'étant pas encaissées avant la fin du mois de janvier.

En terminant, nous tenons à remercier tous ceux qui ont accordé à l'Association nationale pour le développement du tourisme et à l'Office suisse du Tourisme leur aide et leur collaboration : les Chambres fédérales et les divers Départements de l'administration fédérale, les autorités cantonales et communales, les représentants officiels de la Confédération à l'étranger, les Chemins de fer fédéraux et les entreprises privées de transports, la Société suisse des hôteliers et ses sections, l'Union des sociétés suisses de développement, l'Automobile Club de Suisse, le Touring Club Suisse, l'Association pour le Trafic de la Suisse orientale, les associations régionales et locales de développement, les instituts financiers, les entreprises industrielles et commerciales, etc. Ces remerciements seraient incomplets si nous négligions de mentionner le concours dévoué de la presse suisse en faveur du développement du mouvement des étrangers et du trafic suisse.

Nous les prions tous de nous continuer leur bienveillant appui dans l'intérêt de l'économie publique suisse dont le tourisme est une des bases essentielles.

OFFICE SUISSE DU TOURISME

Le Directeur : JUNOD.

Le Président : E. TOBLER.

Le Conseil du Tourisme a, dans sa séance du 5 mai 1926, approuvé le présent rapport ainsi que le compte d'exploitation et le bilan qui y sont annexés et propose à l'Assemblée générale de les adopter.

Au nom du Conseil du Tourisme :

Le Secrétaire : JATON.

Le Président : KUNZ.