

Objektyp: **FrontMatter**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Office national suisse du tourisme**

Band (Jahr): **28 (1968)**

PDF erstellt am: **16.07.2024**

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.



Le temps
des vacances –
l'heure de la Suisse

ONST – 50 ans

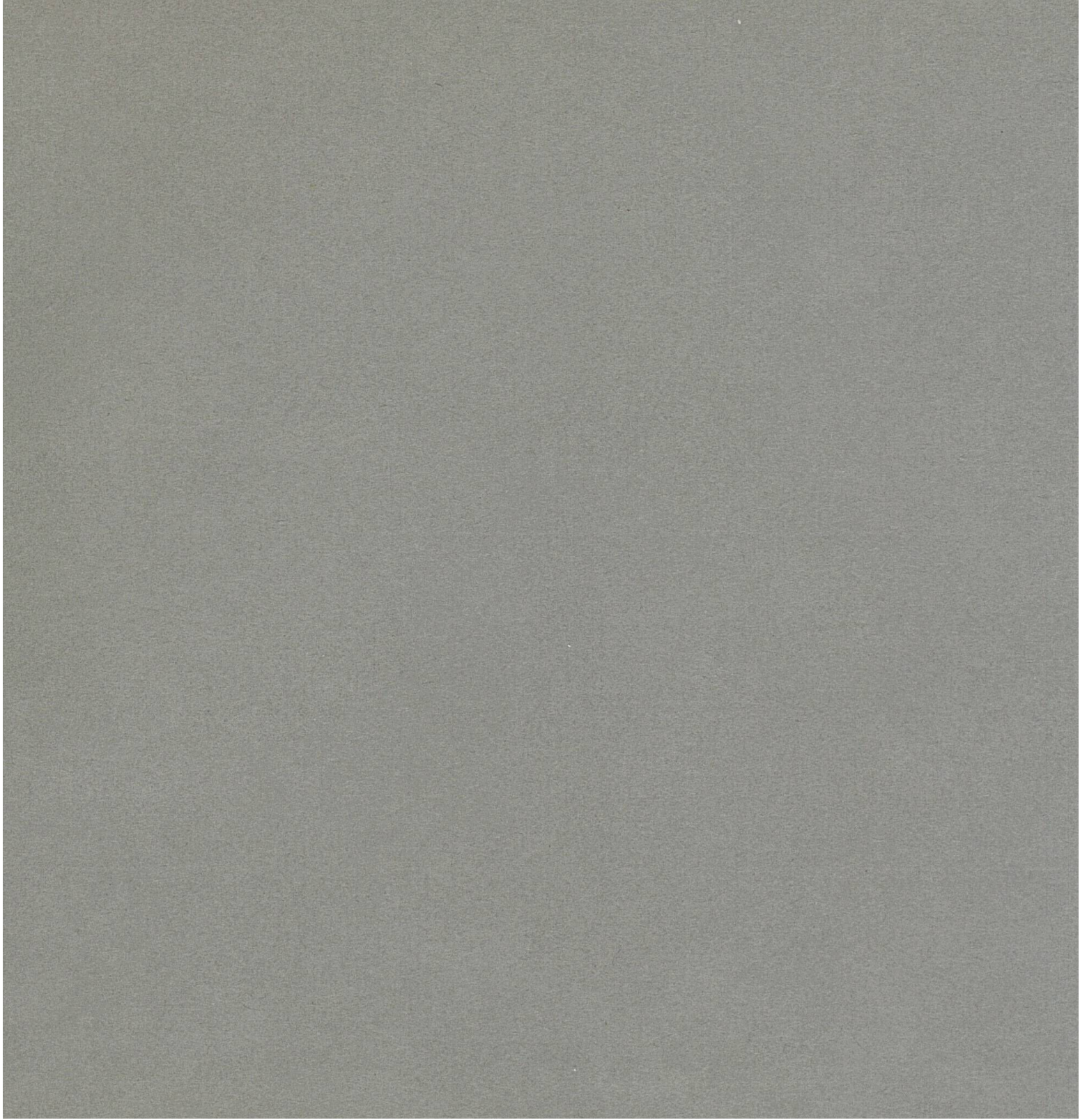
Ce rapport – le vingt-huitième – retrace l'activité du cinquantième exercice de l'ONST. On se demandera pourquoi ce désaccord entre jubilé et numérotation? Celle-ci part de 1941, l'année où l'ONST est devenu une corporation de droit public. On a voulu marquer de cette manière qu'une ère nouvelle avait commencé. Mais, en fait, ce rapport est bien le cinquantième.

Une publication spéciale marquera cet anniversaire. Elle retracera le long chemin parcouru depuis le temps où la propagande était purement touristique jusqu'à nos jours où elle a pris une dimension nouvelle, une portée véritablement nationale. Les trois phases de l'évolution de l'ONST depuis sa fondation y seront présentées.

Au cours des vingt premières années, alors que les discussions sur la politique en matière d'information touristique à l'étranger étaient fort animées, l'ONST a lutté inlassablement pour coordonner les efforts et en augmenter l'efficacité.

En 1939, on a reconnu que l'activité déployée par l'ONST sur les marchés étrangers était un instrument de la politique économique du pays. Cette promotion de la propagande touristique a marqué le début de la deuxième phase. L'intégration des agences CFF dans l'appareil de l'ONST lui a permis, dès la fin de la seconde guerre mondiale, d'affirmer la présence de la Suisse sur tous les marchés touristiques.

La troisième phase coïncide avec la construction de Centres suisses et l'intensification de la collaboration avec les milieux soucieux de souligner plus efficacement la présence de la Suisse à tous les horizons. La présentation du pays ne se limite plus aux aspects touristiques, mais englobe tous ceux qui, ensemble, font de la Suisse un pays digne d'être connu et visité. C'est à cette conception nouvelle de la propagande que les entreprises et organisations dont l'activité s'étend à l'étranger ont été invitées à se rallier: En tous lieux, la propagande doit être un miroir de la diversité du pays.



28^e Rapport annuel
de l'Office national suisse du tourisme
du 1^{er} janvier au 31 décembre 1968

58^e Rapport annuel
de l'Office national suisse du tourisme
du 1^{er} janvier au 31 décembre 1988

Couverture: Au cours de l'exercice, la propagande de l'ONST et de ses agences a illustré le thème «Le temps des vacances – l'heure de la Suisse». Cette photo, qui a figuré sur nombre de nos insertions, traduit bien cet appel à la détente que la

Suisse adresse au touriste pressé, cette invite à jouir sans hâte d'un séjour reposant dans un pays tout ensemble beau, aimable et accueillant.