

Amoureux de la Suisse

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

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

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685569>

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.



© Musée du design de Zürich, collection d'affiches @ Haute école d'art de Zürich

Un franc succès: le ski devient un sport populaire. Le slogan «Tous les Suisses à skis» sera même mis en chanson en 1963.

Amoureux de la Suisse

Le pays préféré des Suisses, c'est la Suisse! Pouvoir profiter de la nature sans faire des kilomètres est un immense privilège. Les touristes suisses sont particulièrement fidèles à leur pays.

L'Office national du tourisme joue depuis ses débuts la carte du patriotisme. Au cœur de cette stratégie, la «Revue Suisse», qui avec ses passionnants reportages et ses nombreuses illustrations donne l'envie de voyager aux Suisses depuis 65 ans. L'importance de ce marché domestique s'affirme avec évidence chaque fois que les turbulences des marchés entraînent un renchérissement de notre devise. Comme encore récemment, le 15 janvier 2015: la décision de la Banque nationale d'abolir le cours plancher face à l'euro entraîne une envolée du franc. Suisse Tourisme réagit immédiatement par une campagne multimédia exceptionnelle

intitulée **#AMOUREUXDELASUISSE**. Ce hashtag permet à nos fans d'exprimer en mots et en images sur les réseaux sociaux les liens qui les unissent à la Suisse.

«Tous les Suisses à skis»

La campagne «Tous les Suisses à skis», dans les années 1940, est une petite révolution pour la Suisse touristique. L'objectif: faire de ce passe-temps élitiste un vrai sport populaire. De fait, tous les Suisses s'initient à la pratique du ski. Le stemm fait désormais partie du patrimoine culturel commun à tous.

M. et Mme Suisse se sentent particulièrement à leur aise dans les montagnes: d'Arosa à Zermatt, elles restent la destination de vacances qu'ils plébiscitent. Des campagnes telles que «Après chaque voyage au long cours, un voyage en Suisse» (1967) et «Le meilleur est si proche» (1970) ont été conçues pour éveiller chez nos compatriotes l'envie de découvrir ces petits coins de paradis situés sur le pas de leur porte, plutôt que les plages et les villes du bout du monde.



150^e anniversaire du tourisme d'hiver en Suisse.
L'hiver en Suisse,
«l'original depuis 1864».

2014



Inauguration du tunnel de base du Saint-Gothard.

La région de vacances qu'est le Tessin se rapproche encore un peu plus du reste de la Suisse.



2016



Campagne d'été «La nature te veut»: pour la deuxième fois en 55 ans, dame Nature joue le premier rôle dans une grande campagne touristique suisse.

2017



Année internationale du tourisme durable pour le développement (Nations unies). Élaboration d'un programme de tourisme durable.