

# 100 campagne in 100 anni

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

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

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685573>

## **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.

# 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».