

Zeitschrift: Rapport annuel / Association nationale pour le développement du tourisme
Herausgeber: Association nationale pour le développement du tourisme
Band: 8 (1925)
Rubrik: Finances

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: 25.06.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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.