

Finances

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **11 (1928)**

PDF erstellt am: **23.07.2024**

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.

F. FINANCES.

En 1928, les recettes totales de l'Office du Tourisme se sont élevées à Fr. 637,385.48 (budget 535,825.—) en regard d'un total de dépenses de Fr. 622,561.83 (budget 540,100.—), auxquelles il faut ajouter le déficit de 1926 de Fr. 1,442.08, au total Fr. 624,003.91.

En laissant de côté le poste des cartes d'entrée provisoire pour automobilistes qui est balancé aux recettes, les dépenses peuvent être groupées comme suit :

Autorités ; Assemblée générale, Conseil du tourisme, Comité de direction (jetons de présence et frais de voyages)	Fr.	%
Traitements du personnel à Zurich et Lausanne	14,434	2,7
Location et matériel de bureau	97,930	18,3
Frais de voyages : Inspections en Suisse et à l'étranger	23,875	4,3
Ports, télégrammes, téléphone	7,907	1,5
Propagande, publicité, publications, agences à l'étranger, etc.	7,902	1,5
Commissions de propagande, des horaires et de balnéologie	369,408	69,1
Trafic, Economie publique et Statistique	2,662	0,5
Assurances et divers	2,444	0,5
	8,451	1,6
	<u>Fr. 535,013</u>	<u>100%</u>

On constatera que les dépenses de propagande et de publicité forment le plus gros poste des comptes. On pourrait y ajouter le poste relatif aux traitements du personnel, la principale activité de celui-ci ayant trait à la propagande touristique.

Les comptes de l'exercice bouclent avec un excédent de Fr. 13,381.57, au lieu d'un déficit présumé de Fr. 5717.—. La plus-value des recettes provient de la comptabilisation de la vente des cartes d'entrée provisoire pour automobilistes (90,829.75), alors qu'aux dépenses figurent les primes payées à la Compagnie d'Assurances, la quote-part versée au Touring-Club suisse et à l'Automobile-Club de Suisse, ainsi que les frais d'impression du prospectus « Avis importants aux automobilistes » (87,549.57).

Certains postes du budget, surtout en matière de publications de propagande ont dû être dépassés ; mais ces dépassements sont compensés par des économies réalisées dans le domaine des représentants de l'Office à l'étranger ensuite de vacances intervenues en Espagne et en Scandinavie.

D'autres tâches très importantes pour le développement du tourisme suisse, de manière à pouvoir mieux soutenir la concurrence des autres pays, attendent encore une solution. Leur exécution est subordonnée à l'augmentation de nos ressources financières. Nous avons en vue surtout les travaux suivants :

Publication et diffusion d'ouvrages illustrés consacrés aux beaux-arts, aux monuments historiques, aux bourgs, aux châteaux, aux passages alpestres de notre pays.

Organisation d'expositions suisses à l'étranger (tourisme et trafic, sports, stations balnéaires et climatiques, etc.) ; participation plus active à des expositions de ce genre.

Développement de la propagande par l'image : prise et diffusion de films, publicité lumineuse, édition d'albums illustrés, tableaux, affiches, agrandissements photographiques.

Publicité plus intensive dans la presse étrangère et développement parallèle de la propagande rédactionnelle.

Organisation de cycles de conférences avec projections lumineuses.

Edition et diffusion de cartes murales avec fort relief de la Suisse, à l'usage des agences de voyages.

Organisation de voyages d'études pour journalistes, écrivains, médecins, fonctionnaires des agences de voyages, en vue de mieux faire connaître la Suisse, ses beautés naturelles, ses voies de communication, les vertus curatives de ses stations balnéaires et climatiques.

Encouragement à l'aviation touristique, au tourisme automobile et aux sports en plein air.

Les études préparatoires concernant les questions qui précèdent sont faites et leur réalisation dépend de la réunion des moyens financiers.

A l'étranger, dans les anciens pays de tourisme, comme chez ceux qui ont compris plus récemment la valeur économique du tourisme (Grande Bretagne, Espagne, Tchécoslovaquie, etc.), des crédits considérables sont mis à la disposition des Offices nationaux de tourisme. Nous voulons croire que la Suisse, comblée par la nature et en possession d'une organisation hôtelière admirable, comprendra toujours davantage la nécessité d'une propagande touristique énergique et saura faire les sacrifices financiers voulus.

C'est dans cet espoir que l'Office du Tourisme s'adressera au cours de l'exercice 1929 aux subventionnants et aux membres de l'Association nationale pour le développement du tourisme dans le but d'en obtenir le renouvellement — si possible une élévation — de leurs contributions.

En terminant, nous remplissons l'agréable devoir de remercier les autorités fédérales, cantonales et communales, ainsi que les entreprises officielles et privées, de leur appui bienveillant. Nous les prions de nous continuer leur précieuse sympathie et leur collaboration.

OFFICE NATIONAL SUISSE DU TOURISME

Le Président du Comité de Direction :

TOBLER.

Le Directeur :

JUNOD.

Le Conseil du tourisme a, dans sa séance du 22 avril 1929, approuvé le présent rapport, ainsi que les comptes 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.