

Zeitschrift: Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale

Band: 30 (1957)

Heft: 7

Artikel: L'importance du transport aérien pour le tourisme suisse

Autor: Virchaux, Max P.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-779738>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

heimnis für den Erfolg unserer Gesamtwerbung zu sein, wie sie auf Grund einer Rundfrage von den schweizerischen diplomatischen und konsularischen Stellen bestätigt wurde.

Noch 1954, am Verkehrskongreß in Bern, mußte Direktor Siegfried Bittel zur Solidarität in der Verkehrswerbung aufrufen:

«Auch die Werbestellen unseres Fremdenverkehrs müssen sich immer enger zusammenschließen. Wieviel wirkungslose und mangelhafte Propaganda, wieviel Doppelarbeit und Verschwendung könnte vermieden werden, wenn sich alle zu einer disziplinierten Werbung auf gemeinsamer Grundlinie mit zweckmäßiger Arbeitsteilung, aber ge-

meinsamer Zielrichtung bekennen würden, damit die Schweiz nach außen als starke, geschlossene Werbeeinheit in Erscheinung tritt. Manches ist in dieser Hinsicht schon besser geworden; der alte Spruch: „Einigkeit macht stark“ muß aber von unseren touristischen Werbestellen immer wieder aufs neue und allen Ernstes beherzigt werden.»

Heute hat sich, wie die Tagung in Locarno zeigte, dieser Zusammenschluß vollzogen, nicht zuletzt deshalb, weil Direktor Bittel «sein Gebiet» in zehn Regionen aufgeteilt hat. Dabei wurde die föderalistische Struktur des Dreistufensystems nicht zerstört. Von sich aus suchte jeder Schulter-schluß mit dem andern: Bei aller Vielfalt der

Werbung und dem föderalistischen Nebeneinander tritt die Schweiz im Ausland mit einer «propagande dirigée» auf. Den Ruf der SVZ nach vermehrter Auslandwerbung geben die regionalen und lokalen Werbestellen vorbehaltlos weiter. Sie wissen, daß eine Verstärkung dieser Propaganda ihnen selbst wiederum zugute kommt. Seien wir des Wortes von Henri de Ziegler am Kongreß der Kur- und Verkehrsdirektoren 1938 in Luzern eingedenk: «*La Suisse est petite, mais ne la faisons pas trop petite.*»

WERNER KÄMPFEN
Verkehrsdirektor, Zürich

L'IMPORTANCE DU TRANSPORT AÉRIEN POUR LE TOURISME SUISSE

Le tourisme dépend dans une large mesure des moyens de transport. Un pays bénéficiant de bonnes liaisons ferroviaires, routières, maritimes ou aériennes sera toujours avantagé par rapport aux pays n'ayant pas de bonnes voies de communications. Grâce à sa situation au cœur de l'Europe, la Suisse bénéficie, à ce point de vue, d'une situation privilégiée. Lorsque, il y a plus de cinquante ans, les transports ferroviaires prirent l'essor que l'on sait, elle devint rapidement le carrefour de la plupart des grandes lignes. Du nord au sud, de l'ouest à l'est, des trains venant de toutes les parties du continent se croisaient dans notre pays. Ils y débarquaient quotidiennement un large contingent de touristes. C'est ainsi que les Européens apprirent à connaître les beautés de la Suisse et que, de plus en plus, celle-ci devint le pays du tourisme par excellence.

La situation, aujourd'hui, n'a pas changé. Elle a simplement évolué. L'avènement de l'avion a modifié les possibilités des moyens de transport et les a portées à l'échelle mondiale. Il y a vingt ou trente ans, les trains qui passaient en Suisse venaient, au plus loin, d'Istanbul, de Copenhague, de Londres ou de Budapest. Aujourd'hui,

les avions arrivent de Sydney, de Tokio, de Bombay, du Caire, de Johannesburg, de Buenos Aires, de Rio de Janeiro, de Caracas ou de New York. Grâce à l'avion, les courants touristiques à destination de notre pays se sont étendus au monde entier. Des Américains, des Asiatiques, des Sud-Africains viennent maintenant grossir le flot des touristes européens et permettent à la Suisse d'améliorer sa balance commerciale. On sait, en effet, l'importance capitale du tourisme pour notre économie nationale. L'aviation y contribue de plus en plus. L'exemple suivant est, à ce point de vue, suggestif: depuis que nous avons des liaisons aériennes avec les Etats-Unis, le nombre de visiteurs de ce pays a passé de 39 000 en 1938 à 160 000 environ en 1955.

Avant la guerre, ils étaient relativement peu nombreux, les Américains qui pouvaient s'offrir des vacances suffisamment longues pour venir nous rendre visite. Il fallait déjà compter 10 à 12 jours de traversée maritime plus un long voyage en chemin de fer. L'Américain moyen, bénéficiant de trois semaines de vacances par an, n'avait donc pas beaucoup d'intérêt à faire un si long voyage pour ne passer que 8 à 10 jours sur le vieux continent. Avec l'avion, tout cela a

changé. En une nuit – demain en 7 heures – on franchit l'Atlantique-Nord, de sorte que le citoyen des Etats-Unis dispose pratiquement de ses trois semaines pour visiter l'Europe et notre pays tout à loisir. Selon le Département du commerce des Etats-Unis, 55 % des Américains se rendant en Europe pour y passer des vacances utilisent l'avion. On peut admettre que ce pourcentage est également valable pour notre pays, soit que nos hôtes viennent directement, soit qu'ils fassent une ou deux escales auparavant en Europe. Cela signifie qu'en 1955, environ 84 000 Américains sont arrivés en Suisse par la voie des airs, c'est-à-dire deux fois plus que le total de 1938. Selon les mêmes sources, les Américains qui ont séjourné chez nous en 1955 ont dépensé approximativement 38 millions de dollars. On peut donc admettre que ceux venus par avion ont dépensé un peu plus de la moitié, autrement dit environ 20 millions de dollars, ce qui représente quelques 84 millions de francs suisses.

Cet exemple indique assez combien le transport aérien est utile à notre tourisme et par là à notre économie nationale.

MAX P. VIRCHAUX
Le chef du Service de presse et des Public Relations
de la Swissair

Die Grimselstraße, die durch das Haslital im Berner Oberland und über den Grimselpaß nach Gletsch im Wallis führt. - Lithographie von Cuno Amiet, 1927

La route du Grimsel qui mène par le Haslital et le col du Grimsel de l'Oberland bernois à Gletsch, en Valais. - Lithographie de Cuno Amiet

La strada del Grimsel (Litografia di Cuno Amiet, 1927): attraverso il passo omonimo, essa conduce dalla valle dell'Hasli (Oberland bernese) a Gletsch (Vallese).

The Grimsel Road leading from Hasli Valley in the Bernese Oberland over the Grimsel Pass to Gletsch in the Valais. - Lithograph by Cuno Amiet, 1927.