

Suisse Tourisme - 100 лет | Suisse Tourisme a 100 ans

Author: Лейла Бабаева, [Цюрих](#) , 09.03.2017.



Швейцария привлекает не низкими ценами, а качеством обслуживания и пейзажами (myswitzerland.com)

По случаю юбилея туристической организации Швейцарии открылись две выставки: первая рассказывает о рекламных кампаниях прошлого, привлекавших путешественников в альпийскую страну, на второй представлены снимки, сделанные современными фотографами, увидевшими в Конфедерации не только горы и озера.

|
A l'occasion de l'anniversaire de l'organisation touristique suisse, deux expositions sont en cours. La première rappelle les campagnes publicitaires du passé qui attiraient des

voyageurs au pays alpin, la deuxième présente les photos prises par des photographes modernes, qui ont vu dans la Confédération non seulement des montagnes et des lacs. Suisse Tourisme a 100 ans

Экспозиция «**Отправляйтесь на каникулы!**» в Цюрихском музее дизайна приглашает посетителей открыть для себя (или вспомнить) яркие рекламные кампании в истории швейцарской туристической индустрии.

Вниманию любителей заглянуть в прошлое предлагается 200 афиш, подборка путеводителей, брошюр и рекламных фильмов. Картины, запечатленные на фото и видео – озера с кристально чистой водой, снежные шапки гор, величественные мосты и живописные города, крутые железные дороги и монументальные здания отелей – помогли создать образ альпийской гавани мира.

В первой рекламной кампании, проведенной Национальным туристическим офисом Швейцарии (ONST) в 1920 году, использовалась работа бернского художника Эмиля Кардино (1877-1936), который специализировался на создании рекламных и политических афиш.



Афиша 1955 г. (museum-gestaltung.ch)

Если повернуть стрелки времени назад, то можно увидеть содержателя гостиницы и национального советника кантона Вале Александра Сейлера, подающего предложение в швейцарский парламент в 1911 году о создании ONST. Александр был убежден, что игроки сферы туризма должны объединить свои усилия для привлечения путешественников в швейцарские Альпы.

Национальный туристический офис Швейцарии начал работу в 1917 году (переименован в Suisse Tourisme только в 1995 году). Целью новой структуры стало развитие и расширение популярности бренда «Швейцария» во всем мире. Кроме того, рекламные кампании ONST имели и политический подтекст: путешественники

должны были понимать, что перед ними – открытая миру, гостеприимная страна, напомнила в интервью газете 24heures историк Эстер Хурлиманн.

Рекламная кампания, запущенная в 1920 году, показала швейцарскую природу во всем ее великолепии. «Хотя оформление с годами изменилось, фон преимущественно остался тем же», - рассказала куратор выставки «Отправляйтесь на каникулы!» Беттина Рихтер.

Не менее впечатляющей была и кампания по продвижению автомобильного туризма в 1935 году. На фотомонтаже афиши, который подготовил фотограф Эрбер Маттер, была изображена заснеженная дорога, вьющаяся в направлении горных вершин. Смелый выбор темы и современная эстетика сыграли свою роль в период, когда многие швейцарцы были недовольны ростом числа личных автомобилей, а ряд горнолыжных станций высказывали возражения против наплыва машин.



Леман, 2011 г. (museum-gestaltung.ch)

Если в начале своего существования ONST изображал на своих афишах людей, которые живут и работают на фоне швейцарских пейзажей, то, начиная с 1930 годов, на плакатах появились туристы, покоряющие природу, напомнила Беттина Рихтер.

С самого начала организаторам туристической индустрии в Конфедерации было понятно, что привлечь путешественников альпийская страна может не низкими ценами. По этой причине, вопреки быстрому развитию массового туризма с 1945 года, Швейцарию старались представить, как идеальное направление для отдыха.

В течение десятилетий главным средством рекламы оставалась афиша, позднее ей на помощь пришли видеоролики. С появлением социальных сетей рекламировать отдых в Швейцарии стало гораздо легче: у Suisse Tourisme появились помощники. Речь идет о туристах, которые, как напомнила представитель организации Вероник Канель, размещают многочисленные фото в Facebook, Instagram и т.д. Suisse Tourisme нередко использует в своих кампаниях любительские снимки: они отличаются непринужденностью и спонтанностью. Любопытно, что гости из разных стран воспринимают Конфедерацию по-разному. «Китаец, никогда раньше не покидавший своей страны, удивится малонаселенности Швейцарии и чистоте ее воздуха, а француз найдет у нас знакомую культуру и пейзажи», - отметила Вероник Канель.



Афиша выставки «Отправляйтесь на каникулы!» (museum-gestaltung.ch)

Выставка продлится до 9 июля, посетить ее можно по адресу: Pfingstweidstrasse 96, Цюрих.

Еще одна экспозиция – под названием **«Странно знакомое: взгляды на Швейцарию»** - проходит в Швейцарском фонде фотографии (Винтертур), а затем переедет в Лозаннский музей фотографии Elysée (Musée de l'Elysée). Посетители увидят работы пяти известных фотографов из разных стран, которых пригласили в Швейцарию с целью проверить, что именно они решат запечатлеть на своих снимках в качестве независимых наблюдателей.

Первое, что бросается в глаза: сделанные ими фото трудно использовать в классической рекламной кампании, хотя озера и горы то и дело мелькают в кадре. Китайский фотограф Чжан Сяо совершил путешествие (пешком, на велосипеде и на поезде) вдоль Рейна, которое позволило ему увидеть множество регионов и ландшафтов, городов и деревень, познакомиться с традициями и культурой.

Гостя из Мексики Алинка Эчеверрия направила объектив на молодых швейцарцев: «Всегда открытые и приветливые, подростки и взрослые, с которыми я работала (всего 122 человека), помогли мне понять, что значит для них национальная самобытность», - приводятся слова фотографа в коммюнике Швейцарского фонда фотографии.

Британец Саймон Робертс запечатлел толпы людей в самых фотографируемых местах страны, его снимки помогают «исследовать то, как туристы создают и воспринимают свои собственные фотографии, а также задуматься об эстетике, аспектах индивидуального и коллективного в рамках нашей «культуры моментальной фотосъемки».

Американец Шейн Лавалетт посетил двенадцать деревень, в которых до него побывал со своей фотокамерой швейцарский фотограф Тео Фрей (1908-1997). «Мной руководила случайность встреч и мои собственные мысли о прошлом, настоящем и будущем».

Немка Ева Лейтольфф заинтересовалась границами страны. «Где начинается Швейцария, и где она заканчивается? Кто живет в стране, а кто остается за ее пределами? Как определяются, меняются, защищаются и преодолеваются границы?»



Саймон Робертс исследовал то, как туристы фотографируют сами себя, 2016 г. (fotostiftung.ch)

«Разница во взглядах показывает более сложную Швейцарию, чем та, которая предстает в рекламных кампаниях, - отметил директор Швейцарского фонда фотографии Петер Пфрундер. - Ведь в Швейцарии мы часто задаемся вопросом, как нас воспринимают за рубежом».

Стоит ли Конфедерации внести изменения в свои рекламные кампании? Об этом можно вдоволь поразмышлять на выставке. Что же до Suisse Tourisme, то мнение организации сформулировала Вероник Канель: «От образа горной страны избавиться нельзя, так как это – наш символ и одно из наших главных преимуществ».

Выставка продлится до 7 мая в Швейцарском фонде фотографии в Винтертуре, а с 25 октября 2017 до 7 января 2018 года будет показана в Лозаннском музее фотографии Elysée.

[Suisse Tourisme](#)

[туризм в Швейцарии](#)

[достопримечательности швейцарии](#)

[природа швейцарии](#)

[горы Швейцарии](#)

[озера швейцарии](#)

[пейзажи швейцарии](#)

Статьи по теме

[Романтическая свадьба в швейцарском иглу](#)

[Осенние краски сердца Швейцарии](#)

[Женева - швейцарский лидер городского туризма](#)

[Швейцария присоединилась к европейскому проекту «Год культурного наследия](#)

[2018»](#)

[Большой тур по Швейцарии](#)

[Пивными тропами Швейцарии](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/culture/suisse-tourisme-100-let>