Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme

Herausgeber: Office national suisse du tourisme

Band: 17 (1957)

Rubrik: Propagande et matériel de propagande

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: 05.07.2025

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

Dans le domaine du tourisme international, notre Directeur préside la délégation suisse du « Comité du Tourisme OECE », ainsi que la « Commission pour la publicité collective européenne aux Etats-Unis ». M. Bittel est également membre du « Comité exécutif de l'Union internationale des organismes officiels de tourisme », ainsi que de la « Commission européenne de tourisme ».

III. Propagande et matériel de propagande

1. Imprimés et service du matériel

En 1957, l'ONST a fait paraître les brochures et imprimés suivants : « La Suisse en été », « La Suisse en hiver », « La pêche en Suisse », « Carte touristique de la Suisse », « Petit guide thermal suisse », « La Suisse, terre de beauté », « Les stations d'hiver en Suisse » ; en outre, relevons l'impression d'une carte de menu, de cartes de vœux pour les fêtes de fin d'année reproduisant dix anciennes gravures de paysages suisses et de cartes postales ayant pour sujet l'affiche d'hiver signée Falk, sans oublier les brochures pour nos agences de Buenos Aires, Rome/Milan, Amsterdam, Bruxelles et Londres. Diverses affiches ont paru : une affiche d'intérieur en trois panneaux illustrant le slogan « La Suisse en toute saison paradis de vacances » ; une affiche d'hiver « Sports au soleil en Suisse », avec légende en plusieurs langues, une affichette « En plein Schuss », avec textes pour des actions spéciales aux USA ; impression de l'affiche d'hiver (« En plein Schuss ») en couleurs et réimpression de diverses affichettes.

Les chiffres suivants donneront une idée du volume du matériel de propagande distribué par nos soins en 1957 :

Brochures et prospectus des stations et des régions, prospectus des entreprises de transport, des stations thermales, guides d'hôtels et publications de l'ONST : 11 700 510 exemplaires.

Affiches de l'ONST, des offices de tourisme locaux et régionaux et des entreprises de transport : 335 220 exemplaires.

L'envoi de ces imprimés à l'étranger nécessita 3041 caisses, 1111 colis postaux et 11 380 paquets d'imprimés, d'un poids total de 280 tonnes.

2. Propagande par la presse et « Public Relations »

1957 a été également une année-record quant au nombre de journalistes, de publicistes et de groupes d'étude que nous avons accueillis et conseillés ; ce sont, en effet, 502 personnes au total que nous avons documentées, en groupe ou individuellement, sur divers aspects, touristiques ou autres, de notre pays. 315 d'entre elles participaient à 22 voyages d'études, dont une partie ont été organisés par l'ONST à l'occasion de vols inauguraux de la Swissair, de Aer Lingus, de la KLM et des South African Airways, à l'intention d'employés et de chefs de propagande d'agences de voyages et de représentants de la presse. Ces voyages d'étude ont eu lieu toute l'année, sauf pendant le mois d'août, en haute saison. Les participants venaient d'Argentine, du Chili, d'Allemagne, de Grèce, de Grande-Bretagne, de Hongkong, d'Inde, d'Irak, d'Irlande, du Japon, du Canada, de Hollande, d'Autriche, d'Arabie-Séoudite, de Suède, d'Afrique du Sud, de Thaïlande, d'Uruguay et des Etats-Unis d'Amérique. Mais de composition plus cosmopolite encore était l'ensemble de 187 journalistes appartenant à 23 nations, qui, voyageant individuellement, ont demandé à notre service de presse de les conseiller, de leur établir des itinéraires, de leur faciliter des interviews avec diverses personnalités suisses, d'organiser des voyages en vue de films ou de reportages. Une fois de plus, la preuve est faite que ce sont les Américains qui ont le plus souvent recours à notre service de renseignements, et ceci non seulement en raison de leur relative « méconnaissance » des réalités helvétiques, mais surtout parce qu'ils sont infiniment plus habitués aux « Public Relations » que tous les autres habitants de la terre : les USA sont représentés par 83 visiteurs ; viennent ensuite 17 hôtes de Grande-Bretagne, intéressants pour notre propagande, 11 des Pays-Bas, 10 d'Italie, 9 d'Allemagne, 7 d'Argentine, de Finlande et de Suède chacune, 6 du Portugal, 5 d'Israël, 4 du Canada et autant de Turquie,

3 d'Autriche et d'Uruguay et, enfin, 2 du Brésil et de l'Inde respectivement. Sept autres visiteurs venaient de quatre pays européens et trois pays d'outre-mer. Citons quelques exemples de personnalités importantes dont les articles ont rencontré un large écho dans la presse internationale : *Janvier :* Horace Sutton, reporter mondial et chroniqueur américain bien connu ; le reporter hollandais Bob van Dijk, rédacteur de l'hebdomadaire « Panorama ». *Février :* l'écrivain et essayiste austro-américain Joseph Wechsberg ; la reine de beauté globe-trotter et journaliste australienne June Finlayson. *Mars :* Winnifred Carr, chroniqueuse très appréciée du « Daily Telegraph » ; Burt Glinn, photo-reporter de première classe attaché au « Holiday Magazine » Philadelphie. *Avril :* la reporter Claire Cox de « United Press » ; le rédacteur suédois Bo Fernlund du « Svenska Dagbladet ». *Mai :* John McLeod, rédacteur section voyages du « Washington Daily News » ; Karl-Ernst Jipp, reporter de la « Volkszeitung » de Kiel. *Juin :* les écrivains D. W. Wheelwright (USA) et Paul Olberg (Suède) ; José Calvillo Moreno, rédacteur en chef de l'« ABC », Madrid. *Juillet :* le photo-reporter Frank H. Bauer, du « Catholic Digest », New York; la journaliste et reporter de radio finlandaise Annikki Arni. *Août :* Abelardo Arias, écrivain, critique d'art et commentateur radiophonique argentin; le reporter allemand Hermann Ulbrich-Hannibal. *Septembre :* Gordon Cooper, attaché au « Sketch », de Londres; Virginia Steele, rédactrice du journal féminin américain « Mademoiselle » ; Marie-Louise Furusjö, reporter et rédactrice de « Ica-Kuriren », Stockholm. *Octobre :* R. M. de Angelis, écrivain italien et collaborateur au journal « Rotosei » ; la journaliste de mode anglaise C. Betty Arlow. *Novembre* Phillis Rosenteur, « columnist » de « United Features Syndicate », New York; Dr Edelweiss Serra, rédactrice de « El Bien Publico », Montevideo. *Décembre :* le reporter de télévision anglo-américain Stephen Vercoe; Lidia Tabacchi, rédactrice italienne de « Novità », Milan.

Notre service de presse a été très souvent abordé, davantage que les années précédentes, pour la diffusion dans des publications du monde entier d'articles spéciaux ; il a été en outre mis à contribution dans les domaines les plus divers de l'information, par le texte et par l'image, qu'il s'agisse du 75e anniversaire de la ligne du

Gothard ou de l'art culinaire suisse, voire de l'art architectural de de notre pays, à l'intention d'un étudiant américain en architecture qui préparait une dissertation sur ce sujet. Sur le total de 155 sujets traités par notre service de presse et Public Relations, 22 étaient destinés à la presse suisse et 133 à des journaux et périodiques de l'étranger, dans 24 pays différents. Dans l'ordre des douze pays qui nous ont adressé le plus de demandes, les Etats-Unis se classent en tête, suivis de l'Allemagne, de la France, du Danemark, de la Grande-Bretagne, de l'Italie, de l'Inde, de la Belgique, de l'Irlande, du Portugal, du Pakistan et de l'Afrique du Sud.

Notre service de presse et ses collaborateurs ont rédigé au total 784 articles et communiqués, dont 588 textes d'actualité, informations et échos parus dans notre « Bulletin de presse », qui est diffusé en allemand, en français et en anglais. Dans le cadre de notre service d'articles, nous avons dénombré 90 reportages, dont une série consacrée aux 75 ans de la ligne du Gothard, l'événement marquant de l'année, sans oublier 10 reportages illustrés dont l'un était consacré aux prises de vues du film anglo-américain « High Hell », tourné au Jungfraujoch; mentionnons également une interview avec photos d'une jeune préposée à la circulation, appartenant au corps de police d'une ville suisse — le tout à l'intention de la presse mondiale. En outre, chaque mois, nous avons diffusé en allemand, en français et en anglais des chroniques traitant des manifestations culturelles et sportives. La presse suisse a reçu, sous le titre « Nouvelles de l'ONST », 24 articles rédigés en allemand, respectivement en français et traitant de la participation de l'ONST aux expositions de l'étranger et du pays, aux visites de cinéastes, à des voyages d'étude, sans oublier les séances et autres aspects de notre activité.

3. Expositions et foires

En 1957, notre Office a fait de la propagande pour le tourisme suisse dans le cadre d'une participation aux foires internationales et expositions suivantes :

a) *Etranger*

Holiday International Art Exhibition, à Philadelphie, janvier 1957.

Swiss Art Exhibition, à Kansas City (USA), du 21 janvier au 4 février.

Exposition des peintures et de l'œuvre graphique de Hans Erni, à Braunschweig, du 27 janvier au 27 février

Exposition « International Travelrama », à New York, du 2 au 10 février.

Exposition d'affiches suisses, à Madrid, du 11 au 26 février.

International Wintersport Trade Exhibition, à Aspen (USA), du 14 au 17 février.

Semaine Suisse, à Düsseldorf, du 9 au 16 mars.

Foire de Nice, du 9 au 25 mars.

California International Flower Show, à Los Angeles, du 16 au 24 mars.

International Photographic Exhibition, à Washington, du 22 au 31 mars.

Foire internationale de printemps, à Utrecht, du 2 au 11 avril.

Exposition « Holidays in Switzerland », à Birmingham, du 3 au 27 avril.

Exposition d'affiches touristiques suisses, à Angoulême, du 5 au 28 avril.

Exposition allemande du camping, à Düsseldorf, du 6 au 14 avril.

Foire de Milan, du 12 au 27 avril.

United States World Trade Fair, à New York, du 14 au 27 avril.

Foire de Lyon, du 27 avril au 6 mai.

Union Dime Savings Bank Travel Show, à New York, du 6 au 24 mai.

Foire de Rouen, du 10 au 20 mai.

Exposition d'art suisse, à Atlanta (USA), du 10 mai au 2 juin.

Deutsche Handwerksmesse, à Münich, du 15 au 26 mai.

Exposition « Suiza, aspectos de un pais », à Santiago du Chili, du 15 au 31 mai.

Bank for Savings Travel Show, à New York, du 15 mai au 28 juin.

World Trade Fair, à San Francisco, du 17 au 26 mai.

Hillsdale Travel & Vacation Show, à Hillsdale (USA), du 17 au 29 mai.

Exposition d'affiches touristiques suisses, à Nantes, du 17 mai au 6 juin.

Foire de printemps, à Göteborg, du 18 au 26 mai.

Foire de Limoges, du 19 mai au 2 juin.

Foire de Luxembourg, du 25 mai au 9 juin.

Foire de Padoue, du 29 mai au 13 juin.

Foire internationale d'échantillons, à Barcelone, du 1er au 20 juin.

Oeresund-Ausstellung, à Helsingör-Helsingborg, du 4 au 23 juin.

Exposition « Suiza, aspectos de un pais », à Valparaiso, du 7 au 22 juin.

Exposition d'affiches touristiques suisses, à Nancy, du 15 au 29 juin.

Foire de Bordeaux, du 16 juin au 1er juillet.

Red River Exhibition, à Winnipeg (Canada), du 22 au 29 juin.

Foire d'Ancône, du 13 au 28 juillet.

Triennale de Milan, du 26 juillet au 4 octobre.

Exposition « Bildhauer Daltrie », à Kassel, du 28 juillet au 31 août.

Exposition « Bianco e Nero », à Buenos Aires, du 29 juillet au 11 août.

Exposition d'affiches « Ferienglück », à Munich-Gladbach, dès le 16 juillet 1957.

Exposition « Schweizer Buchgraphik », à Offenbach, du 23 août au 10 octobre.

Exposition « Switzerland in Camera », à Atlanta, du 27 août au 17 septembre.

Exposition Neovista, à Montreal, du 5 au 10 septembre.

Foire internationale d'échantillons, à Zagreb, du 7 au 22 septembre.

Fiera del Levante, à Bari, du 7 au 26 septembre.

Foire internationale d'automne, à Vienne, du 8 au 15 septembre.

Exposition Esso Touring Service, à Paris, du 15 septembre au 30 octobre.

Exposition d'automobiles, à Francfort a/M., du 19 au 29 septembre

Foire internationale, à Parme, du 20 au 30 septembre.

75. Damesbeurs, à La Haye, du 27 septembre au 8 octobre.

Exposition ANUGA, à Cologne, du 28 septembre au 6 octobre

State Fair of Texas, à Dallas, du 5 au 20 octobre.

Robinson's 7th Annual International Fair, à Los Angeles, du 7 au 19 octobre.

Travel Show, à Hartford (USA), du 9 au 16 octobre.
Salon de l'Automobile, à Paris, du 13 au 23 octobre.
Exposition d'affiches touristiques suisses, à Orléans, du 14 au 24 octobre.
Exposition « L'art de l'affiche », à Bordeaux, du 25 octobre au 12 novembre.
Salon international du Chemin de fer, à Bruxelles, du 26 octobre au 3 novembre.
Foire internationale, à Rio de Janeiro, du 28 octobre 1957 au 31 janvier 1958.
Exposition touristique à Aengelholm (Suède), du 1er au 3 novembre.
Foire gastronomique de Dijon, du 2 au 17 novembre.
Royal Agricultural Winter Fair in Toronto, du 15 au 24 novembre.
Exposition photographique de Camping, à Lisbonne, du 25 novembre au 20 décembre.
Exposition « Die Völker in der Reisewerbung », à Göppingen, décembre 1957.
Exposition « Die Gebrauchsgraphik der Schweiz gestern und heute », à Berlin, décembre 1957.

On trouvera plus loin, dans les rapports de nos agences, des renseignements sur leur participation aux foires et expositions ayant un caractère local.

b) *Suisse*

Foire Suisse d'Echantillons, à Bâle, du 27 avril au 7 mai.
Exposition « GRAPHIC 57 », à Lausanne, du 1er au 16 juin.
Comptoir Suisse, à Lausanne, du 7 au 22 septembre.

Nous avons participé à l'exposition qui a eu lieu le 16 avril 1957, à Zurich, sous le titre « Le prospectus et l'affiche au service de la propagande touristique ».

4. Affiches

On constate malheureusement que la qualité de l'affiche touristique est en baisse dans le pays. L'emploi toujours plus étendu de la photographie en couleurs en est la cause principale. Il importe de maintenir une tradition et l'ONST considère qu'il est de son

devoir de lutter contre cette tendance et de stimuler l'art de l'affiche touristique à l'aide de suggestions nouvelles et originales. Dans ce but, l'idée a été lancée, il y a quelque temps déjà, d'éditer une affiche touristique présentant la Suisse au printemps, en été et en automne par un arbre aux couleurs riches et appropriées à la saison. Le graphiste Hans Falk a trouvé une bonne solution en s'inspirant du slogan « La Suisse, Paradis de vacances en toutes saisons ». Cette affiche a été tirée en cinq couleurs, bénéficiant d'une mise en valeur raffinée des possibilités de la lithographie moderne; elle offre l'avantage de pouvoir être utilisée pour une saison à choix ou pour les trois sujets formant un tout.

Pour la propagande de la saison d'hiver, nous avons édité une nouvelle affiche due également à un projet de Hans Falk, tirée en cinq langues et illustrant le thème « Sports au soleil en Suisse ». Cette œuvre excellente, qui s'inscrit dans les meilleures traditions du genre en Suisse, se prête particulièrement à un affichage en série. Une seconde affiche d'hiver au format de 32/51 cm et d'une seule couleur a été mise à la disposition des agences pour l'impression de textes annonçant des actions spéciales.

N'oublions pas de mentionner le tirage de diverses affichettes en couleurs, au format de notre revue mensuelle, cartonnées, avec support : « Les 75 ans de la ligne du Gothard » ; « La Suisse, pays des beaux lacs » ; « Vacances paisibles en Suisse » ; « La Suisse est particulièrement belle en automne » ; « Joies hivernales en Suisse ». Elles ont été mises partout en large évidence et exercé de ce fait un effet publicitaire certain.

5. Vitrines

A la mi-janvier, le « Grand Bazar », d'Anvers, a organisé une action spéciale de propagande pour l'hiver en Suisse et cela dans les 19 vitrines et à l'intérieur des locaux de vente. Le matériel de propagande employé dans ce but et rassemblé par les représentants du Grand Bazar, par l'entremise de notre agence à Bruxelles, auprès des offices de tourisme régionaux, a été complété par le matériel dont nous disposons à Zurich et expédié à Anvers directement, où

un employé de notre agence de Bruxelles a collaboré à la présentation du tout. Cette expérience a été renouvelée au Grand Bazar de Courtrai du 9 au 23 février.

Le Crédit Suisse, à Zurich, a tenu à notre disposition les 16 vitrines dont il dispose à la Bahnhofstrasse et cela du 25 mai au 12 juillet 1957, dans le cadre des fêtes commémoratives du Gothard. Le public a pris un vif intérêt à cette démonstration vivante et attrayante, due au graphiste Gérard Miedinger. A partir du 30 décembre, ces mêmes vitrines ont été à nouveau ouvertes, pendant six semaines, à la propagande de la saison d'hiver, sur le thème « Sports au soleil en Suisse ».

Toujours sous le signe du 75e anniversaire de la ligne du Gothard, nos agences ont reçu un abondant matériel de propagande (agrandissements photographiques, affichettes et dessins en couleurs). Pour la propagande de la saison d'été, comme pour celle de l'hiver, les agences ont également employé des agrandissements en couleurs des motifs d'annonces, imprimés sur soie et montés sur des plaques de pavatex de 50/50 cm. Elles ont en outre reçu un grand choix de belles pages illustrées de calendriers, pour la décoration de vitrines.

Les boîtes de construction de l'ONST rencontrent un accueil toujours plus favorable en raison de leurs multiples possibilités d'emploi et nous avons dû passer une nouvelle commande. En outre, dans le courant de l'hiver, toutes nos agences ont été pourvues du matériel d'exposition du graphiste Keller, en aluminium, ce qui leur permet de monter elles-mêmes, lorsque l'occasion s'en présente, un « stand suisse » de format moyen.

La demande en affiches et en photographies pour la décoration de vitrines de maisons de commerce (notamment par les magasins d'articles de sports et de mode, les grands magasins, etc.), d'agences de voyages et de banques a été de nouveau très importante en 1957.

6. Radio et télévision

En février, nous avons accueilli le reporter de films S. S. Selsky et son état-major qui ont tourné, pour le programme de télévision

« You asked for it », très populaire en Amérique, plusieurs films documentaires sur l'activité des pilotes de glaciers Geiger et Wissel, sur les chiens d'avalanche, ainsi que sur le skeleton et le bob, en partie en utilisant des films du Ciné Journal Suisse. En février, également, nous avons reçu Jean Shepherd, radio-reporter américain très apprécié, qui a narré ses expériences et ses rencontres suisses aux auditeurs de près de 400 émetteurs du réseau radiophonique MBS. En outre, nous avons facilité, en organisant des interviews, la diffusion régulière par la Radio de l'Allemagne du sud-ouest, de l'émission « Treffpunkt Schweiz ». Pour les programmes d'outre-mer du Service des ondes courtes de la Radio-Suisse, nous avons fourni une documentation détaillée sur des coutumes suisses et des manifestations saisonnières caractéristiques. Le reporter de film anglo-suisse Charles de Jaeger a de nouveau remporté un vif succès avec ses bandes d'actualité tournées en Suisse et diffusées par le service de télévision de la BBC, notamment avec son très original poisson d'avril, consacré à la récolte des spaghettis à Lugano qui a beaucoup amusé la presse et le public de Grande-Bretagne. Pour le programme scolaire de langue allemande de la radio suédoise, Mme Bächli a réalisé, avec notre collaboration, une série de douze émissions qui font valoir la Suisse « au cœur de l'Europe » et dont le texte très détaillé a été imprimé, pour être distribué par Radio-Stockholm aux auditeurs. Nous avons, en outre, participé aux prises de vues d'un film de voyage à l'intention de la télévision suédoise et qui relate avec humour les aventures d'un groupe de voyageurs suédois en Suisse.

Du début de l'été à l'automne, le cameraman Tom McHugh, attaché aux « Jack Douglas Enterprises », Hollywood, qui produit des bandes de télévision, a séjourné à plusieurs reprises dans diverses régions de la Suisse où nous avons facilité sa tâche; Tom McHugh était chargé de tourner des films pour cinq importants programmes de télévision des Etats-Unis, notamment le « Seven League Boots », présenté pour la première fois, au cours de l'hiver 1957/1958, sur tout le territoire nord-américain, à quelque 60 millions de spectateurs. Ces douze bandes documentaires, d'une durée de quinze minutes, représentent selon les Américains une valeur publicitaire

d'un million de francs suisses; elles évoquent notamment des fêtes et des coutumes populaires peu connues, ainsi que les divers aspects humains, alpinistes et gastronomiques d'un été ou d'un automne suisses. En décembre, mandé par la même entreprise, Stephen Vercoe, un spécialiste anglo-américain du film et de la télévision, a poursuivi cette série de reportages pour l'hiver et le printemps.

D'autres apports appréciables ont été assurés à des programmes de télévision du monde entier sous forme d'actualités suisses filmées par une équipe de reporters de la BBC; l'une de ces bandes, diffusée par le programme « Home Show » du réseau américain de télévision NBC, racontait comment un jeune couple, vainqueur d'un concours, avait vu se réaliser ses rêves de voyage en Suisse; un autre documentaire filmé par William K. McClure était consacré à l'exemplaire organisation de nos services postaux et il remporta également un vif succès; ce film présentait l'expédition, le transport et la livraison d'un colis postal et il passa deux fois au programme très suivi du dimanche soir à la télévision américaine, dans le cadre du programme d'actualités « See it now », dirigé par Ed. Murrow, le « maître des cérémonies » du Columbia Broadcasting System (CBS).

Les animateurs de programmes de radio et de télévision suisses et étrangers ont été informés, à la fin de l'été déjà, du projet de voyage des « Junior Diplomats », de telle sorte que toutes les dispositions étaient prises à la fin de l'année, lorsque 47 jeunes Américains, porteurs de journaux édités par le groupe Hearst, y compris l'« American Weekly », arrivèrent en Suisse pour entamer un circuit de dix jours, accompagnés de journalistes venus des Etats-Unis.

Comme les années précédentes, les studios de Zurich et de Genève diffusent chaque vendredi les chroniques touristiques que nous rédigeons. Le reporter Manfred Wende, de la « Süddeutsche Rundfunk », de Stuttgart, a déployé une intense activité pour la Suisse, tout au long de 37 reportages traitant de problèmes d'actualité : citons, entre autres, l'horaire de 20 cts. des CFF, le projet du tunnel du San Bernardino, les 75 ans de la ligne du Gothard, la Convention du Rotary à Lucerne, l'exposition « Graphic 57 » à Lausanne, l'OLMA à St-Gall. D'autre part, nous avons fourni à

Air-France des textes et des disques de musique folklorique pour une série d'émissions radiophoniques en Amérique centrale.

Radio-Berne a consacré un reportage à « La Suisse touristique vue de l'étranger », avec la participation des directeurs de nos agences de New York, Londres, Frankfurt et Stockholm. Le voyage aux Etats-Unis de plusieurs équipes de curlers suisses constituait une excellente propagande et deux interviews ont été réalisées à ce sujet par les studios de Zurich et de Genève.

Grâce à l'obligeance de la Direction de Radio-Lausanne, nous avons pu mettre sur pied une émission-concours intitulée « Arrêt Buffet » à laquelle ont participé les buffets de gare de Fribourg, Bâle, Lausanne, La Chaux-de-Fonds, Berne et Zurich. Les auditeurs devaient deviner le nom de la ville, puis le plat présenté au micro par le buffetier. Plusieurs prix ont été attribués. Le service suisse de télévision a sollicité notre collaboration pour un concours portant sur l'alpinisme.

7. Nos organes de presse

Au cours de sa trentième année d'existence, notre revue « *Suisse* » a mis en évidence divers anniversaires importants. Citons la célébration du 75e anniversaire de la ligne du Gothard auquel le numéro d'avril a été consacré dans sa presque totalité avec une série d'illustrations en couleurs et de textes choisis. En mai, les 75 ans de la Société suisse des hôteliers justifièrent des rappels d'ordre historique. La célébration des 800 ans de Fribourg a trouvé un large écho dans le numéro de juin et, en juillet, ce fut notre tour, à parler des trente ans de la revue et des quarante ans de l'Office National Suisse du Tourisme, avec un aperçu des multiples aspects du tourisme. Une ampleur particulière a été donnée, dans notre numéro d'août, à la célébration des deux mille ans de Bâle, et cela du point de vue culturel et de l'histoire de l'art. Deux expositions importantes ont trouvé place dans deux autres numéros : « Graphic 57 », à Lausanne, avec sa rétrospective de l'affiche suisse, et « Peintres-poètes et poètes-peintres », à St-Gall, avec de charmantes miniatures sur diverses

régions du pays. La cause ferroviaire a été présentée par des textes publiés régulièrement et portant, notamment, sur des innovations dans le domaine des transports. Deux établissements graphiques du pays (à l'occasion de Graphic 57), ainsi que les PTT et la Swissair nous ont aimablement fourni des reproductions en couleurs qui ont paru dans notre revue mensuelle dont le tirage total s'est élevé à 270 000 exemplaires pour douze numéros suisses et six étrangers.

Nous n'avons diffusé cette année, à l'intention de la presse étrangère et de ses correspondants en Suisse, que 13 numéros de notre « Bulletin ; notre service de presse ayant été mis à forte contribution pour d'autres tâches, nous avons dû renoncer à la parution au rythme prévu (début et milieu de chaque mois). Par contre, le total des informations et échos contenus dans ce bulletin, en allemand, en français et en anglais, a été porté à 588, grâce à une formule nouvelle. Le tirage total dans les trois langues s'est élevé à mille exemplaires pour chaque numéro, contre 660 en 1956; 525 sont adressés directement par nos soins, le solde étant livré par l'entremise de nos agences de l'étranger, ainsi que par les services diplomatiques de la Suisse à l'étranger; ceci en marge des éditions tirées par nos agences et correspondants à l'étranger, dans la langue du pays. Les chroniques mensuelles multigraphiées, traitant des manifestations d'ordre culturel et sportif en allemand, en français et en anglais respectivement, ont atteint un tirage de 1100 exemplaires par mois.

Quant aux « Informations de l'ONST » adressées aux autorités, aux membres du Parlement fédéral, aux organes et aux membres de l'ONST, ainsi qu'à divers cercles touristiques étendus, elles ont présenté divers aspects du tourisme international.

Cette année encore, notre *Service de renseignements* a répondu a d'innombrables demandes orales et écrites touchant le trafic ferroviaire et automobile, les possibilités de logement (dans les hôtels, pensions, appartements de vacances, camps de vacances, auberges de jeunesse, emplacements de camping), les formalités de douane, les universités, les instituts et pensionnats privés, les écoles spéciales, les homes d'enfants, les stations thermales, les sanatoriums et les cliniques, l'alpinisme, le tourisme pédestre, les manifestations sportives et culturelles, les curiosités du pays, etc. Nous recevons

également de très nombreuses demandes d'écoliers et d'étudiants sur des questions économiques et sur la statistique touristique, en vue de causeries et d'examens. Notre Service de renseignements s'est également occupé, comme les années précédentes, de la mise au point de la liste des manifestations publiées dans la revue « Suisse », ainsi que de l'édition, en été et en hiver, des brochures annonçant les manifestations principales et caractéristiques du pays. N'oublions pas le contrôle de l'impression des diverses éditions des agences.

8. Propagande par le film

Notre stock de films en couleurs s'est enrichi d'une réalisation nouvelle : un film en couleurs, 16 mm, sonore, sur les chutes d'eau de Suisse. Un film court-métrage « La Suisse, pays de congrès par excellence » a été réalisé d'après les prises de vues de l'ASTA CONVENTION; il a été mis à la disposition des agences de New York et de San Francisco pour être présenté lors de futurs ASTA Chapters. La série des bandes étroites a été complétée par une nouvelle production en Eastman Color; la version allemande porte le titre « Auf in die Schweizer Berge », la version anglaise : « Mountain Holiday in Switzerland ».

Pour assurer le ravitaillement constant de nos agences, ainsi que des ambassades, légations et consulats à l'étranger, nous avons fait tirer 243 copies 16 mm (dont 220 en couleurs) de notre production. Huit copies 35 mm (six couleurs) ont été tirées pour la projection dans les salles de cinéma.

Le nouveau film Eastman Color (35 mm) « La Suisse, pays des beaux lacs », a passé en matinée à Zurich, Berne, Bâle et Genève.

En complément de programme, des salles de Dublin ont fait passer les films sonores : « Le Rhin », et « On the Road to Switzerland ». Quatre autres bandes ont été projetées en deux matinées à Fribourg-en-Brisgau. Au Festival du film touristique de La Valette (Malte), six documentaires de paysages ont été fournis par nos soins.

Nous avons participé aux expositions et foires suivantes : Semaine Suisse, Dusseldorf, avec trois représentations (« Zigzags à travers la Suisse »; « La Suisse, pays des beaux lacs » et « Du Tessin à l'Engadine avec les cars postaux »). A l'Exposition bernoise de l'Industrie, des Arts et Métiers : « La Suisse pittoresque »; au Comptoir Suisse, Lausanne : « La Suisse, pays des beaux lacs ».

Quinze bandes étroites ont été projetées dans les colonies de vacances belges, à Melchtal et à Kandersteg, devant des milliers de jeunes hôtes. Divers clubs sportifs, entreprises de transports et agences de voyages, hôtels, sociétés de développement et grandes usines ont fait passer nos films lors de soirées ou de manifestations publicitaires. Le service de publicité et le service des voyages des CFF et du Chemin de fer Bodensee-Toggenburg ont également présenté des films de l'ONST en avant-programme. Nous avons tenu nos films à disposition de diverses compagnies de navigation, comme l'« Italia », la « Holland America Line », l'« Arosa Line », ainsi qu'à des compagnies aériennes, comme la SWISSAIR, la KLM et la TWA.

Deux de nos films ont été présentés à Munich, à l'occasion des cours touristiques ADAC organisés par la section de Zurich de l'ACS : « La Suisse, pays des beaux lacs » et « Auf in die Schweizer Berge ».

Le Touring Club Royal du Congo Belge a présenté à Stanleyville, devant 400 membres, les bandes « Zigzags à travers la Suisse », « Alpinisme en Suisse » et « Ski... Schuss », cette dernière avec un succès particulier. Les agences de l'Office suisse d'expansion commerciale à Elisabethville, ainsi qu'à La Havane, ont également projeté des films de notre Office. Signalons encore la présentation à Nairobi, Mombassa (Kenya) et Kampala (Uganda) de deux films par les soins de « Fifth Educational Tour » de la Transexchange Ltd. Les cinémas R. A. C., au Congo Belge, de leur côté, ont inscrit, en avant-programme, cinq films ONST. L'année dernière, nous avons tenu à disposition des ambassades, consulats et légations de Suisse à l'étranger 116 bandes étroites, presque toutes en couleurs.

Nous avons participé aux festivals de films suivants, de caractère international, avec « La Suisse, pays des beaux lacs » : à la VIIe « Mostra Internazionale della Cinematografica al Servizio della

Publicità » à la Foire de Milan, à la « Mannheimer Kultur- und Dokumentarfilmwoche » et à la 7e Semaine internationale du film de tourisme et de folklore, à Bruxelles, sans oublier le XIIIe « Concorso Internazionale di Cinematografia Sportiva » de Cortina d'Ampezzo, avec notre film 16 mm en couleurs : « Alpinisme en Suisse », qui a remporté le grand diplôme d'honneur.

Deux longs métrages documentaires ont été tournés en plusieurs mois par des producteurs libres. En collaboration avec l'industrie horlogère, avec la Fondation « Pro Helvetia » et d'autres groupements, nous avons participé aux frais de séjour et de voyage du team John W. Roberts et Clayton Ballou, deux cinéastes qui ont opéré en Suisse, de juillet à novembre, pour y tourner le film « This is Switzerland », pour le compte de la firme « Associated Film Producers Inc. », à Boston; il s'agit d'une réalisation conçue selon les méthodes les plus récentes de la technique de l'écran large et du son stéréophonique, et il en est résulté une présentation de la Suisse sous tous ses aspects, le paysage n'en constituant pas l'essentiel. Ce film passera aux Etats-Unis dans tous les centres culturels importants ouverts aux adultes, ainsi qu'à la télévision, ce qui, en deux ans, peut garantir un public de dix millions d'Américains. Une évocation générale de la Suisse dans sa vie quotidienne est également due à Stoneall O'Brien, de Los Angeles, producteur de films de voyages réputé, qui a réalisé « A Summer in Switzerland », film culturel en couleurs d'une durée de deux heures, dont le programme est arrêté pour les cinq années à venir.

Nous avons beaucoup aidé, en collaboration partielle avec l'Office suisse d'expansion commerciale, à la réalisation d'une douzaine de films documentaires. Citons notamment une série de films tournés à l'intention d'écoliers par l'opérateur suédois Rune Hassner, mandaté par les autorités scolaires suédoises, ainsi que l'œuvre, dont l'achèvement est prévu pour la fin de 1959, d'Ernest Kleinberg, cinéaste austro-américain titulaire de plusieurs prix, qui tourne un film de voyage commandé par la maison Caltex et une série de films scolaires pour son propre compte; le tout étant réservé à l'enseignement dans des écoles secondaires et des collèges des Etats-Unis. Un groupe de douze opérateurs attachés aux Usines Ford, aux

Etats-Unis, nous a abordés pour des prises de vue d'une route alpestre suisse caractéristique, à incorporer dans un film tourné dans le monde entier, sous le titre « World High Ways Expedition ».

Contact a été pris avec la société de films pour la télévision « Four Stars Production » d'Hollywood, pour tourner sur place une nouvelle version de Heidi, l'œuvre célèbre de Johanna Spyri. Signalons encore un film anglais pour écran large, « Postman's Holiday's », qui raconte de façon plaisante le voyage en Suisse d'un facteur anglais et ses rencontres avec des collègues helvétiques. Il est réjouissant de constater le vif intérêt que des entreprises cinématographiques de l'étranger portent à la Suisse pour y tourner leurs films. C'est le cas d'entreprises américaines comme « United Artists » qui ont fait part de leur intention de porter leur choix sur la Suisse pour y tourner des films en plus grand nombre et cet exemple ne reste pas unique. La « Paramount » britannique, notamment, a récemment tourné au Jungfraujoch quelques scènes dramatiques de son film « High Hell » et la société française « Cité-Films SA » a séjourné plussieurs semaines à Gstaad et ses environs pour y tourner une adaptation à l'écran de « Thérèse Etienne », l'œuvre de John Knittel, une production franco-suisse. Ces deux événements ont trouvé large écho dans la presse mondiale.

9. Service de conférences

Les conférenciers attachés à nos agences d'Allemagne, de France, de Hollande, de Belgique, de Grande-Bretagne et d'Autriche, ont déployé une intense activité. Sur l'initiative de la « British Mountaineering Association », le guide Werner Steiger a parlé de l'alpinisme dans neuf villes d'Angleterre, avec projection d'un film ad hoc. Au Canada, Anton R. Lendi a organisé un grand nombre de conférences sur le tourisme en Suisse. Récemment, il a également réussi à parler à la télévision canadienne et ce fut, à en croire les informations données par les services diplomatiques, une propagande magnifique pour la Suisse. Au cours d'un voyage aux Etats-Unis, M. Toni Portmann, directeur de la Fédération suisse des auberges de jeunesse,

a donné 28 conférences dans des collèges. En collaboration avec l'agence de Londres, deux nouveaux « filmstrips » ont pu être montés en Angleterre; le premier, réalisé en couleurs, montrait la Suisse centrale, et le second, en noir et blanc, présentait la Suisse en général.

A l'intention du service des conférences de l'agence de Bruxelles, et répondant à un vœu particulier, une série de diapositives sur des sujets anciens (paysages, constructions et transports) a été établie par nos soins. Au cours de l'assemblée générale de la Société de développement Scuol-Tarasp-Vulpera, nous avons brièvement exposé les tâches de l'ONST.

10. Service photographique

Dans le courant de l'année, notre laboratoire photographique a tiré 27 000 agrandissements photographiques aux formats 18 × 24 et 30 × 30, à l'intention de nos agences, de nos services diplomatiques à l'étranger, ainsi que de la presse suisse et étrangère. Notre stock de négatifs noir-blanc s'est enrichi de 600 prises de vues et il en est de même pour notre collection de dias en couleurs. Outre les envois habituels de matériel photographique qui leur parviennent automatiquement ou sur demandes spéciales, nos agences ont reçu en 1957 huit séries de vingt motifs chacune de prises de vues inédites, sans oublier trois reportages illustrés, réalisés en collaboration avec le service de presse. Nous leur avons fourni également 1100 photographies de dessins évoquant le printemps et réservés à des annonces.

Pour le 75e anniversaire de la ligne du Gothard, notre contribution a été très forte avec quelque 5000 agrandissements photographiques de vues prises dans le massif du Gothard — rail et route — et des reproductions de belles gravures anciennes. En liaison avec notre service de presse, nous avons monté des reportages illustrés de réceptions diverses, celle du « Club des Cent », notamment, adressés à toutes nos agences. Notre service de prêt de photos et de clichés est toujours très sollicité par des journalistes suisses et étrangers et des éditeurs qui nous rendent visite ou nous écrivent. Pendant l'année entière, un matériel imposant leur a été fourni sur toutes les régions du pays.

11. Actions spéciales

Les hôtes suisses de « March of Dimes » — Pendant le mois de janvier se déroula aux Etats-Unis, avec un très vif succès, la tournée d'un groupe de six étudiants et étudiantes qui avaient participé le jour du Nouvel-An au Tournoi des roses de Pasadena, ville de Californie. Invités par la Fondation américaine contre la poliomyélite, à l'occasion de sa récolte de fonds appelée « March of Dimes », nos jeunes compatriotes se sont produits dans de nombreux programmes de télévision et de radio, ainsi qu'au cours de manifestations spéciales. L'ONST s'était occupé de les familiariser avec leurs devoirs de représentation afin d'assurer à la Suisse, pays ouvert au monde au cœur de l'Europe, une délégation de sympathiques ambassadeurs-Goodwill.

Voyage d'étude et d'agrément du professeur James Bryant Conant. — En liaison avec le Conseil de l'Ecole Polytechnique Fédérale, nous avons organisé pour le professeur James Bryant Conant, ancien Haut Commissaire des Etats-Unis et Ambassadeur en Allemagne occidentale et pour d'importants spécialistes des problèmes d'éducation, un voyage de plusieurs semaines au début de l'été ; alors que la seconde partie était prévue pour un séjour de détente, la première était réservée à l'étude des méthodes d'éducation dans les écoles secondaires et dans les établissements supérieurs de plusieurs importants centres d'éducation du pays. Une conférence de presse organisée par nos soins permit au professeur Conant de parler des résultats de son enquête et la presse étrangère et indigène a fait large écho à ses déclarations.

Le reportage de mode, un nouveau moyen de propagande. — Les paysages alpestres d'hiver, qui prolongent leur charme jusqu'au début de l'été se prêtent admirablement, comme toile de fond, à la prise de photos présentant les dernières créations de la mode, surtout dans le domaine des sports d'hiver ; cela en vue de la saison suivante. L'occasion se présente fréquemment en automne déjà, au seuil de la saison d'hiver, de faire valoir les récents modèles sur un fond fraîchement enneigé. Plusieurs reportages de mode ont

été réalisés dans des stations qui ont, de cette façon, bénéficié d'une large publicité ; ceci en collaboration avec des magazines réputés comme « Sketch », « Harper's Bazar » (Angleterre), « Linea » et « Novità » (Italie), « Die elegante Welt » (Allemagne) et « Mademoiselle » (USA) et avec les syndicats d'initiative intéressés. Des démonstrations de ce genre ont été faites dans le domaine de la mode masculine sportive également, en vue de reportages et d'annonces, en collaboration avec une importante maison américaine de nylon et un groupe suisse d'exportateurs de vêtements.

Voyages gastronomiques. — En août et en septembre, Alice Peterson, spécialiste connue des questions alimentaires et qui se charge dans le « New York Daily News » et autres publications très répandues de donner conseils et suggestions pour l'enrichissement de la table familiale, a fait un voyage d'étude prolongé dans toutes les régions du pays. Elle a été documentée et conseillée par nos soins et par ceux d'un représentant de l'Union suisse des producteurs de fromage. Au cours de son voyage, Miss Peterson n'a pas seulement recueilli des impressions pour ses articles de presse, mais elle a également rassemblé une documentation pour un livre qu'elle se propose d'écrire sur la découverte de la Suisse gastronomique, ouvrage qui portera un titre inspiré d'un livre anglais fameux : « Alice in Switzerland ».

En organisant un second voyage du célèbre « Club des Cent » français, nous avons donné un élan nouveau à la propagande pour la cuisine suisse et à la gastronomie en général. Ce voyage s'est effectué du 11 au 16 septembre et nos hôtes ont eu l'occasion de goûter aux spécialités culinaires des cantons de Neuchâtel, du Valais, du Tessin, des Grisons et de Zurich. De nombreuses photographies ont été prises pour illustrer des reportages destinés à divers organes de presse spécialisés en la matière. Grâce à ce matériel, nous serons en mesure, à l'avenir, de mettre en plus forte évidence, l'important secteur de la Suisse gastronomique.

« *Junior Diplomats* ». — En juin déjà, les premiers contacts ont été pris avec les représentants à Londres du puissant groupe américain des journaux Hearst, pour préparer la tournée en Suisse, prévue

pour la fin de l'année, de cinquante porteurs de ces journaux et de l'« American Weekly », baptisé « Junior Diplomats ». Lorsqu'il arriva en Suisse accompagné de douze journalistes des Etats-Unis, ce groupe avait déjà beaucoup fait parler de lui et du pays choisi, lors des préparatifs de son voyage. Les conditions du concours qui allait permettre la sélection des participants au voyage parmi des dizaines de milliers de jeunes porteurs de journaux inscrits, avaient été diffusées dans quelque trente journaux, ainsi que dans l'« American Weekly » (tirage : 9,7 millions d'exemplaires) sous le signe du programme des vacances en Suisse, et cela par des articles et annonces, de telle sorte que 35 millions de lecteurs en furent informés et purent suivre la publication du matériel de presse illustré, fourni par l'ONST. De plus, l'attention du public a été attirée sur cet événement au cours de 3145 émissions de radio et 565 présentations à la télévision.

1957 marque la 9e année de la *campagne collective européenne de propagande touristique aux Etats-Unis* déployée par les pays membres de l'OECE auxquels se sont associés l'Espagne, la Finlande et la Yougoslavie, soit en tout 21 pays. Le Fonds Commun qui finance cette campagne a été fixé, par décision de l'OECE, à $ 250 000.— soit le même montant que l'année précédente. La part de la Suisse, réduite à 6 % en 1956, est restée inchangée et les 15 000 dollars ont été prélevés exclusivement sur le budget de l'ONST.

Comparé aux budgets publicitaires américains et à ceux de plusieurs régions concurrentes de l'Europe sur le marché des Etats-Unis, ce budget est extrêmement modeste et pour assurer l'efficacité de la campagne, la Commission de New York qui est chargée de son exécution, a donné la préférence à la continuité et au développement constant des mesures de base, plutôt qu'à des actions uniques et sensationnelles qui absorberaient la meilleure part du budget. De ce fait, le programme de 1957 ne présente pas, dans ses grandes lignes, de différences notables avec celui de 1956, mais les attributions budgétaires ont été modifiées, dans certains cas, pour répondre aux exigences du moment ou pour profiter d'occasions exceptionnelles.

3/5 du budget sont attribués à la publicité par annonces qui a recours à trois catégories d'organes : les magazines à diffusion nationale, les quotidiens à majeur tirage des grands centres qui fournissent la clientèle à l'Europe et les publications professionnelles de la branche des voyages. Dans les magazines ont paru des annonces en couleurs constituées par trois séries de 7 illustrations se rapportant aux pays membres ; les annonces passées aux quotidiens les premiers mois de l'année et en octobre, jouent avant tout le rôle d'élément coordinateur de toute la publicité faite à cette époque par l'industrie des voyages en faveur de l'Europe ; la campagne d'été que la Commission de New York avait l'habitude de lancer seule comme rappel en faveur des voyages d'automne, a dû être supprimée pour libérer les fonds nécessaires à une campagne supplémentaire en février, mars et avril, destinée à parer au recul du tourisme américain provoqué par les événements en Proche-Orient.

Quant aux annonces placées dans les publications professionnelles, elles visent avant tout à maintenir un contact permanent avec les agents de voyages et à les inciter à « vendre » l'Europe, en offrant les services de la Commission de New York les publications qu'elle diffuse et en faisant valoir les curiosités et manifestations européennes susceptibles d'attirer et de retenir le visiteur américain.

Les fonds réservés à la section « Public Relations » financent toute une série d'activités publicitaires : l'édition et la diffusion d'un dépliant général et d'un prospectus à gros tirage se rapportant à l'automne, l'hiver et le printemps, ainsi que d'un calendrier des manifestations européennes publié deux fois par an ; la production d'un service de presse comprenant articles et communiqués diffusés à un nombre considérable de rédactions de journaux, journalistes, services de radio et de télévision, et qui a pour tâche principale de développer le tourisme d'« intérêt spécial » : sport, art, intérêt confessionnel, activités féminines, etc.; la fourniture de documentation rédactionnelle et d'information générale à une série de magazines et de journaux pour des suppléments ou articles de fond traitant de l'Europe ; la participation à des expositions touristiques importantes ; la confection et la fourniture de décors de vitrines

qui a profité, cette année encore, des appareils distribués en 1955 et en 1956 de sorte que seules les séries de transparents reproduisant les annonces dans les magazines ont dû être renouvelées ; la distribution des films de la Commission en noir-blanc et en couleurs qui s'est développée ensuite de l'introduction de la télévision en couleurs dont ont bénéficié tant le film général « Invitation to Europe » que les courts-métrages consacrés à chacun des pays participants ; la coopération aux émissions télévisées « Home Show » qui a permis de présenter chaque pays membre à son tour à une très large audience; la participation aux assemblées annuelles des deux grandes associations d'agents de voyages américains, l'ASTA et la NATO où la Commission de New York représente les intérêts généraux européens.

L'Union Internationale des Organismes Officiels de Tourisme ayant tenu ses assises annuelles en novembre 1957, à Washington, cette réunion a fourni l'occasion aux membres européens participant à la campagne, de reprendre contact personnellement avec la Commission de New York chargée de son exécution ainsi qu'avec nombre d'organisations et de personnalités intéressées aux voyages en Europe. Ces prises de contact ont servi à l'examen de la situation actuelle et du programme préconisé pour la campagne 1958, laquelle, grâce aux manifestations européennes portées au calendrier de cette année, s'annonce sous les meilleurs auspices.

IV. Eléments de propagande

1. Hôtellerie

Par l'intermédiaire de ses agences, l'ONST a distribué en 1957, aux bureaux de voyages étrangers et à des particuliers, 130 400 exemplaires de l'édition française-anglaise du Guide suisse des hôtels 1957/1958 et 67 800 exemplaires de l'édition allemande-française. De plus, 10 100 exemplaires de ce même guide ont été expédiés par notre service du matériel de Zurich aux ambassades, légations et consulats, aux bureaux de voyages situés hors du rayon d'activité