

L'activité de l'Office du tourisme

Objektyp: **Group**

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

Band (Jahr): **1 (1917-1918)**

PDF erstellt am: **25.06.2024**

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.

répandus de la Suisse allemande, romande et italienne. De l'examen attentif des candidatures inscrites, qui occupa le comité de direction pendant plusieurs séances, il résulta que le concours n'avait produit un choix satisfaisant de candidats que pour la division de l'économie publique. Les postes de chefs de division pour la publicité et le trafic ont donc été pourvus par voie d'appel. Ont été nommés chefs de division:

- a) pour la publicité: M. Henri Hartmann à Interlaken;
 - b) pour le trafic: M. Battista Quattrini à Lugano;
 - c) pour l'économie publique et la statistique: M. le Dr. Otto Töndury à Tarasp.
- MM. Hartmann et Töndury sont entrés en fonctions le 1er octobre 1918. M. Quattrini ne pourra le faire que le 1er mars 1919.

M. Maurice Jaton à Berne a été nommé secrétaire-comptable.

Le personnel comprend en outre trois sténodactylographes.

Reste
du personnel

III. Locaux.

Locaux

Les bureaux de l'office du tourisme ont d'abord été installés au 1er étage de la maison Usterstrasse 19. Ils ne comprenaient que 6 pièces, de sorte que cette installation ne pouvait être que provisoire et passagère. Après d'assez longues recherches, la direction a réussi à trouver des locaux qui suffiront apparemment à nos besoins pour longtemps, d'autant plus qu'il y a des possibilités d'extension dans le même immeuble. Les locaux en question, situés au 1er étage de la maison Löwenstrasse 55, ont été occupés le 27 décembre 1918.

IV. Ouverture de l'Office du tourisme.

L'office suisse du tourisme est entré en service le 17 juin 1918.

Ouverture de
l'Office du
tourisme

C. L'activité de l'Office du tourisme

du 17 juin au 31 décembre 1918.

L'activité de
l'Office du
tourisme

I. En général.

En général

La direction a noué des relations avec le département suisse des chemins de fer, les chemins de fer fédéraux et les autres administrations de chemins de fer suisses, ainsi qu'avec les administrations des postes, des télégraphes et des douanes, les sociétés de développement et les maisons d'édition.

Les imprimés qui ont été remis à l'office du tourisme par ces diverses institutions forment le stock de base des archives et de la bibliothèque.

Des démarches ont été faites auprès de la direction générale des chemins de fer fédéraux pour obtenir que les projets d'horaires des C. F. F. soient régulièrement et directement communiqués à l'office du tourisme, et qu'il soit accordé à celui-ci le droit de se prononcer sur les projets d'horaires sans passer par le canal des autorités cantonales.

Le directeur a élaboré un programme d'action pour l'année 1919, que le comité de direction a approuvé dans sa séance du 4 décembre 1918.

Programme
d'action 1919

Contrôle
de la
comptabilité

Inscription au
registre du
commerce

Publicité

Le contrôle de la comptabilité et de la caisse de l'office du tourisme a été assumé par le contrôle des finances du canton de Zurich, avec la bienveillante autorisation de la direction cantonale des finances.

Le comité de direction ayant décidé de faire inscrire l'association au registre du commerce, les démarches nécessaires ont été faites en vue de l'exécution de cette décision.

II. Publicité.

(Rapport du chef de division pour la publicité).

L'office du tourisme et avec lui son service de publicité, ont vu le jour à la veille du regroupement des peuples. Ce qui se meut dans le cadre de ce monde nouveau doit s'y adapter ici. Mais on n'a pas attendu en Suisse, que les événements s'accomplissent, pour se rendre compte de la nécessité d'une réforme dans le domaine de la publicité. Les essais et le travail préliminaire utile n'ont pas manqué. Les vœux qui ont été adressés à ce sujet à l'office du tourisme tendent en thèse générale à ce que le niveau de la propagande soit relevé dans son ensemble, à ce que celle-ci soit affinée au point de vue littéraire et artistique, et à ce qu'on applique davantage les méthodes indirectes. Il s'agira de trouver les solutions justes pour l'application pratique de ces formules. Une première tentative en ce sens a été faite par le moyen de l'exposition d'œuvres des arts graphiques dans les pays du Nord, dont nous reparlerons. Il sera très intéressant d'examiner, à la fin de cette manifestation, dans quelle mesure celle-ci a satisfait aux postulats prémentionnés, au point de vue esthétique, et jusqu'à quel point le but pratique a été atteint. Sous ce dernier rapport, il est évident que si l'art graphique suisse, si florissant à l'heure actuelle, a exercé une action efficace comme moyen de propagande, des avantages palpables en résulteront pour une branche importante de notre économie publique. De même, les divisions de l'économie publique et de la publicité travailleront encore désormais en commun, en faveur d'autres branches de l'activité nationale; elles s'efforceront de gagner la confiance et par suite l'appui matériel des puissants groupements de forces qui les représentent.

Conquérir le monde à notre petit coin de terre, au pays qui nous a donné la vie, qui nous a faits ce que nous sommes, à la glèbe qui est nôtre et à laquelle nous attachent tant de liens indissolubles, tel est le but que le rapporteur s'est assigné. Pour atteindre ce but, il faut un mécanisme compliqué, délicat et partant couteux, comme un appareil de télégraphie sans fil. Encore l'appareil ne suffit-il pas; pour l'actionner, pour qu'il projette dans l'espace les ondes messagères de l'idée, il faut la force agissante de la pensée humaine, d'une volonté motrice.

Les ondes projetées ne doivent pas s'éparpiller et se perdre dans l'infini, mais atteindre les antennes qui surgissent de la masse amorphe, prêtes à les recueillir, à les transformer et à les transmettre.

Le service central de publicité est le générateur et la station de lancement des ondes électriques. Les agences à créer sont les antennes. Il existe déjà de ces antennes, créées par les chemins de fer fédéraux et la société des hôteliers. Nous serons sans doute autorisés à les utiliser. D'autres doivent encore être créées.

Ce n'est pas sans dessein que nous nous sommes servi de cette image de la station génératrice et des antennes. Elle illustre une des tâches principales, fondamentales de l'office du tourisme. Mais elle nous marque en même temps la limite de ce que

peut réaliser actuellement cette institution. Supposons qu'on doive créer dans le monde entier quatre agences seulement, mais installées et dotées de façon à satisfaire aux besoins de leur champ d'action, au triple point de vue intellectuel, financier et représentatif, et à atteindre leur but économique, il faudra compter, selon les circonstances, avec une dépense annuelle de 50.000 fr. pour chacune. Or, quatre fois 50.000 fr. font 200.000 fr., ce qui absorberait près de la moitié de nos recettes actuelles, sans que le but d'ensemble soit atteint pour cela.

Cette constatation aurait de quoi nous décourager. On pourrait se laisser déconcerter par la petitesse de notre pays et la modicité de ses ressources. Mais ce serait nous condamner à l'inactivité. Nous devons donc nous accommoder de ce que nous avons, et chercher à obtenir sur ce terrain tout ce qu'il est possible d'atteindre. Et dès que l'office du tourisme aura des résultats positifs — des succès — à faire valoir, la confiance en lui s'établira automatiquement. Nous nous efforçons de gagner cette confiance notamment celle du commerce et de l'industrie. Nous devons aussi nous employer pour eux, et à leur tour ils nous fourniront des ressources qui nous permettront de mettre en ligne, unies, les forces les plus puissantes de notre pays en faveur de l'élément de notre économie nationale qui est actuellement le plus faible et qui, longtemps encore, exigera la sollicitude la plus attentive, l'industrie hôtelière des régions qui tiraient leur principale ressource du mouvement des étrangers.

Suivant le développement futur de l'office du tourisme et la participation toujours plus efficace de l'industrie, qui a un intérêt éminent à ce que la Suisse établisse partout à l'étranger des postes d'observation, nous pourrions augmenter peu à peu le nombre de nos agences. En attendant, nous pourrions nous tirer d'affaire en désignant dans les localités importantes des correspondants, c'est-à-dire des personnalités du monde commercial ou consulaire, capables de nous procurer de nouvelles relations et de nous faire des propositions utiles.

Si, en tant qu'institution d'économie publique, nous sommes en mesure de rendre de bons services à l'industrie en général, celle-ci nous aidera sans doute avec empressement à poursuivre nos buts spéciaux.

Quel appui ne pourrait-elle pas donner précisément à notre propagande, si elle s'engageait à mettre au service de celle-ci, en collaboration régulière avec nous, selon un plan méthodique, ses étiquettes, ses emballages et tous les accessoires à images que chaque année elle répand par millions à l'étranger ! L'utilisation systématique de ce mode de publicité, non encore organisé bien que représentant des dépenses considérables, nous fournirait un moyen incomparable de suggestion sur les masses. Notre office pourrait offrir en revanche à l'industrie une contre-prestation immédiate. Il devra trouver les voies et moyens d'établir en faveur de notre industrie un service d'informations et de propagande auprès des étrangers qui séjournent en Suisse. Il s'agirait d'attirer et de retenir l'attention des hôtes de notre pays, dans les hôtels où il descendent, sur les produits riches et variés de notre travail national, horlogerie, bijouterie, dentelles, broderies, sculptures, chocolats etc., cela sous une forme agréable, élégante et jamais importune. Cette activité devrait se déployer par l'intermédiaire des organisations locales de développement et des entreprises de transports.

C'est dans l'union et la collaboration des forces industrielles diverses qu'est la clef du triomphe de notre volonté commune, dans le domaine économique. Doréna-

vant, les forces ne doivent plus agir isolément ou se contrarier, mais s'unir pour atteindre le but.

Depuis la nomination du chef de la division de publicité, en septembre, celle-ci n'a pu, comme nous l'avons déjà indiqué, accomplir beaucoup de travail pratique, aux résultats tangibles. Néanmoins, le contrôle de la correspondance, avec 450 lettres expédiées, montre qu'en ce court laps de temps, et malgré une interruption temporaire, le service a entrepris activement les travaux d'organisation. D'ailleurs, beaucoup de temps a dû être consacré aux conférences, audiences etc. Ces devoirs de représentation ne diminueront naturellement pas à l'avenir, mais on peut prévoir le moment où l'organisation intérieure et la répartition du travail auront assez progressé pour libérer dans la mesure nécessaire le chef de division des occupations secondaires. Les propositions et projets de propagande adressés par des tiers à l'office, dans l'enthousiasme et les aspirations du début, forment une telle masse qu'il faudra déjà des mois pour les étudier et que pour réaliser toutes ces idées, s'il pouvait en être question, il faudrait des dizaines d'années.

La première manifestation extérieure de l'activité de la division de publicité a été l'exposition ambulante d'art graphique en Suède. Dans la mesure où ils ont pu être contrôlés, les résultats de cette exposition ont été favorables, du moins moralement. La presse suédoise a accordé à l'entreprise l'attention qu'elle méritait, de sorte qu'au point de vue de la publicité, l'exposition n'a pas manqué son effet. Toutefois on peut reconnaître d'ores et déjà que si l'organisation avait été plus compacte et plus tendue vers cette fin, le résultat aurait pu être encore plus certain. Nous tiendrons compte de cela pour l'exposition projetée aux Pays-Bas. Pour ce pays si intéressant et important, la chambre de commerce hollandaise à Zurich nous a assuré son concours actif. Si l'exposition en Hollande peut être préparée en temps utile et à fond, selon les prévisions actuelles, et s'il ne se produit pas de complications, elle pourra, avec l'aide précieuse d'une publicité déjà assurée, se développer en une action efficace de propagande générale.

Nous devons dorénavant nous appliquer à ne parler des travaux du service de publicité qu'avec brièveté et discrétion. Le rapport annuel de l'Office du tourisme est un document public. Or les affaires de propagande sont souvent de caractère si délicat qu'il est impossible de les étaler au grand jour. La matière devant en quelque sorte être traitée comme secret d'affaires, le compte-rendu devra se limiter aux généralités et aux choses qui ne réclament pas une discrétion particulière.

La discussion du compte annuel et du budget fournira du reste toujours au rapporteur l'occasion de donner oralement les explications nécessaires.

Nous avons esquissé ci-dessus, en quelques traits essentiels, la manière dont nous envisageons notre tâche. Nous espérons pouvoir, l'année prochaine, rendre compte de l'application de ces principes et des résultats obtenus, ainsi que du développement de l'organisation, et vous présenter une première et belle récolte de fruits mûrs.

Nous avons besoin pour cela de votre appui solide et conscient du but à atteindre.

III. Economie publique et statistique.

(Rapport du chef de division).

Economie
publique et
statistique

Le chef de la division d'économie publique et de statistique de l'Office suisse du tourisme a été engagé pour le 1^{er} octobre 1918 et est entré en fonction à cette date.

Les grandes lignes selon lesquelles doivent se développer les travaux de cette division sont tracées dans le programme d'action.

Une des tâches principales assignées à la division est l'étude du mouvement des voyageurs au point de vue économique et dans ses relations avec la politique des transports. Rentrent dans cette étude: les rapports du mouvement des voyageurs avec l'industrie hôtelière, le commerce, les arts et métiers, l'industrie, l'agriculture et l'enseignement.

Poursuivant cette tâche, le chef de la division s'est occupé en premier lieu, avec l'assentiment du comité de direction, des questions de balnéologie et de climatologie. La valeur économique qui réside dans nos stations balnéaires et nos sources minérales, dans notre climat aux éminentes vertus curatives et — last not least — dans les beautés naturelles de notre pays, n'a été ni justement appréciée ni dûment exploitée jusqu'ici.

A la vérité, il existait depuis bien des années une «Société balnéologique suisse», qui a pris en 1917 le nom de «Société suisse de balnéologie et climatologie». Mais cette association est exclusivement composée de médecins et n'avait pas le contact nécessaire avec les intéressés aux entreprises de stations balnéaires et d'eaux minérales.

Les milieux médicaux eux-mêmes déploraient cette lacune, et les statuts de la Société suisse de balnéologie et climatologie, révisés en 1917, prévoient la constitution d'une section économique, composée de personnes étrangères à l'art médical.

En vue de la réalisation de ce vœu a eu lieu le 16 novembre 1918, sous la présidence du chef de la division d'économie publique et de statistique de l'O. S. T., une première conférence entre les représentants de la Société de balnéologie et climatologie et les intéressés aux stations balnéaires et eaux minérales. Dans cette conférence, comme dans celles qui l'ont suivie, le 29 novembre à Bâle et le 19 décembre à Zurich, l'opinion générale a été qu'une utilisation plus rationnelle de nos bains et sources minérales s'imposait et qu'à cet effet il y avait lieu tout d'abord de créer une association entre les représentants de la science balnéologique et les intéressés aux stations balnéaires et aux eaux minérales. La fondation de cette association a été décidée à l'unanimité et une commission, composée de MM.: Dr. med. H. Keller, Rheinfelden; Dr. med. E. Mory, Adelboden et Dr. jur. O. Töndury-Pedotti, Zurich, a été chargée d'élaborer les statuts et le programme d'action.

Comme première manifestation d'activité, l'association se propose d'inviter tous les intéressés aux eaux minérales de la Suisse à participer à une exposition collective à la foire d'échantillons à Bâle, à l'instar des trois stations balnéaires grisonnes: Passugg, Tarasp et Val Sinestra. L'Office suisse du tourisme assumerait les frais d'impression d'une petite brochure à distribuer durant la foire et de l'engagement d'une personne qualifiée pour donner des renseignements, tandis que les intéressés n'auraient à supporter que les frais de location de l'emplacement et d'installation. A titre d'orientation scientifique, notre autorité en matière de bal-

néologie, M. le Dr. med. H. Keller à Rheinfelden établira des tableaux graphiques en couleurs, destinés à illustrer la comparaison entre les sources minérales de notre pays et celles de l'étranger, de composition analogue. Les travaux préliminaires ont été immédiatement entrepris et sont actuellement si avancés que la réalisation du projet d'exposition paraît assurée.

Une autre tâche de la division d'économie publique est l'étude des conséquences sociales du mouvement des étrangers par rapport aux conditions d'existence de la population indigène.

On a commencé à recueillir les matériaux relatifs à cette question et à étudier les données statistiques réunies précisément.

La tâche formulée ainsi: Appui à donner aux efforts tendant à l'amélioration de la condition sociale du personnel des hôtels, peut être entreprise dans deux directions:

1. Amélioration de l'instruction professionnelle, et
2. Amélioration des conditions d'engagement.

Jusqu'ici, la division ne s'est occupée que de la seconde partie de cette tâche.

En premier lieu, on a étudié l'attitude des employés, cela sur la base du mémoire adressé au comité de direction de l'O. S. T. par M. A. Baumann, secrétaire général de l'Union Helvetia et intitulé «Zum Arbeitsprogramm der Schweizerischen Verkehrszentrale», ainsi que d'après le travail publié par le même auteur dans la «Schweizerische Zeitschrift für Statistik und Volkswirtschaft» (1918, Fasc. 2 et 3): «Das schweizerische Hotelpersonal in der Kriegszeit» et de nombreux travaux parus dans les années 1917 et 1918 de l'«Union Helvetia».

En sa qualité d'ancien président de la Société suisse des hôteliers, le chef de la division d'économie publique est bien au courant de ce qui s'est fait jusqu'ici du côté des employeurs.

Dans toutes les négociations entre employés et employeurs nous nous efforçons de jouer le rôle de médiateurs, afin de faire aboutir une entente fondée sur la justice.

Selon mandat donné par le comité de direction, le chef de division est aussi entré en relations avec M. le Dr. Rüfenacht, chef du service des assurances sociales du Département fédéral de l'Economie publique, à Berne.

Au sujet de la réglementation des jours de repos, il a conféré plusieurs fois avec M. le conseiller aux Etats A. Laely à Coire, auteur de la loi grisonne sur la matière, lequel a mis obligeamment à sa disposition les excellents matériaux qui ont servi à l'élaboration de ladite loi.

Congé du
directeur

D. Congé du directeur.

Le 3 août 1918, M. Calonder, président de la Confédération, fit savoir à notre directeur, M. A. Junod, que le Conseil fédéral avait jeté son dévolu sur lui, pour le poste de ministre résident à Petrograd et qu'il comptait que le comité de direction de l'Office du tourisme accorderait à son directeur un congé d'une année, afin de lui permettre de remplir cette mission, à laquelle étaient attachés des intérêts essentiels de la Confédération.