

L'activité de l'Office national du tourisme

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **18 (1935)**

PDF erstellt am: **20.06.2024**

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.

Berne et le 18 juillet au Bürgenstock. On y traita notamment des détails du programme d'action de l'Office national, des comptes et du rapport de gestion de 1934, ainsi que du budget pour 1935 et 1936. Le bureau s'est occupé spécialement de la propagande touristique à l'étranger et de toute une série de questions, telles que la réclame collective dans les journaux de l'étranger, l'Hôtel-Plan, l'exposition universelle de Bruxelles, les voyages à forfait, les écoles de ski, la réclame par le film, etc. Il élaborera en outre un nouveau cahier des charges, comprenant l'organisation du service pour la Direction de l'Office national

Finances

Bien que le nombre des membres n'eût pas diminué, les contributions sont restées de 33.135 francs inférieures aux prévisions budgétaires. Nos recettes ont également été défavorablement influencées du fait que bien des cantons et des communes ont réduit leurs subventions du 10 % ou du 20 %. D'autre part, nos besoins en moyens de réclame ont été considérables en 1935. Cela explique que nous nous sommes finalement trouvés en présence d'un déficit de 49.207 francs. Pour rétablir l'équilibre, nous travaillons activement à obtenir l'adhésion à notre Association nationale de tous les milieux intéressés au tourisme. Ce recrutement de nouveaux appuis est d'autant plus urgent que la subvention fédérale annuelle est tombée de 200.000 à 150 mille francs.

C. L'activité de l'Office national du Tourisme

I. La propagande à l'étranger

Nous n'avons pas besoin de dire que nous avons consacré le meilleur de nos forces à la propagande à l'étranger, qui est la tâche principale de notre institution. Avant d'organiser notre réclame, nous avons fait une enquête sérieuse sur les conditions du « marché » touristique. A cet effet, nous avons prié les bureaux de voyages et les chambres de commerce suisses à l'étranger, nos représentants diplomatiques, nos consuls, ainsi que les Suisses ayant une situation en vue à l'étranger, de répondre à un questionnaire approprié.

Certaines initiatives prises par des particuliers (Hôtel-Plan, Centrale des prospectus) ont desservi notre propagande, dont l'unité et la concentration laissent fortement à désirer. Les actions isolées laissent une impres-

sion de dispersion des forces et provoquent des confusions et des malentendus.

En ce qui concerne les *agences*, nous mentionnerons que notre représentation à Amsterdam a été remplacée à la fin de 1935 par l'Agence de voyages des C.F.F., conformément au Projet Keller. Pour des raisons financières, nous avons dû supprimer à la fin de l'année notre représentation à Madrid. Nos ressources étant fort limitées, nous avons dû renoncer à poursuivre les préparatifs engagés pour l'installation de nouvelles représentations et de points d'appui en diverses contrées intéressantes.

Nous voudrions ici souligner l'utile coopération du *Service de publicité des C.F.F.* dans le domaine de la propagande à l'étranger, et le gros effort fourni par les agences des Chemins de Fer Fédéraux à Amsterdam, à Berlin, au Caire, à Londres, à New-York, à Paris, à Rome, et à Vienne.

Nous exprimons aussi notre gratitude aux *représentants diplomatiques* de la Suisse qui, pleins de compréhension pour les besoins du tourisme, nous ont admirablement soutenus dans notre travail de propagande. En outre, 46 légations et consulats en Europe et outre-mer jouent le rôle précieux et indispensable de centrales de distribution pour notre matériel de propagande. Nous souhaitons que les services diplomatiques de la Suisse à l'étranger s'intéressent toujours davantage à la réclame de notre tourisme.

La collaboration avec l'*Office suisse d'expansion commerciale*, à Zurich et à Lausanne, a de nouveau été confiante et efficace, notamment dans le domaine des expositions et des foires.

Nous avons également apprécié l'appui du *Secrétariat des Suisses à l'étranger*, dont le siège est à Berne. Nous avons resserré notre contact avec la « Quatrième Suisse », en prenant part à la Journée des Suisses à l'étranger, tenue à Baden. Est-il nécessaire de dire qu'en 1935 nos relations avec la *Société suisse des hôteliers* ont été très suivies ? Il en a été de même avec l'*Association des directeurs de stations climatiques* et des *Bureaux de renseignements*, avec la *Fédération suisse du Tourisme* et l'*Association suisse des stations balnéaires*. Nous avons entretenu soigneusement nos rapports habituels avec les groupements nationaux et internationaux des agences de voyages, avec les offices nationaux des autres pays et les organisations touristiques internationales.

1. Expositions et foires

A l'Exposition Universelle de Bruxelles, nous avons fait la propagande du tourisme suisse dans la section réservée à notre pays, et installé un bureau de renseignements dans la gare-modèle, qui fut le clou de l'exposition et qui ne comprenait rien d'autre de suisse. L'agencement du pavillon suisse a donné lieu à certaines critiques dont il sera tenu compte.

Le pavillon suisse de la Foire d'échantillons des Pays-Bas, à Utrecht, nous a aussi fourni l'occasion de faire une large réclame pour la Suisse comme pays de tourisme. Nous avons encore participé à 11 autres expositions ou foires, dont 3 en Suisse.

2. Devantures

En vertu d'un arrangement spécial, la Direction générale de la Compagnie internationale des Wagons-Lits/Cook a mis à notre disposition, pour l'été, pendant quatre semaines, la plus grande et la mieux placée des vitrines de 31 de ses agences dans les villes principales des pays suivants : France, Espagne, Italie, Belgique, Hollande, Allemagne, Tchécoslovaquie, Yougoslavie, Roumanie, Suède, Danemark, Afrique du Nord.

Pour la saison d'hiver, nous avons de nouveau disposé, pendant 6 semaines, des 18 meilleures vitrines des agences Wagons-Lits/Cook, à Paris, Marseille, Cannes, Lyon, Strasbourg, Lille, Milan, Madrid, Barcelone, Bruxelles, Anvers, La Haye, Amsterdam, Cologne, Prague, Copenhague et Stockholm. Là également, nous pouvons être très satisfaits des résultats obtenus.

Nous avons aussi pris, avec l'entreprise suisse de voyages « Edelweiss », à Mulhouse et Strasbourg, un arrangement qui nous a permis de disposer toute l'année des deux plus grandes vitrines du bureau de Strasbourg.

Le bureau de voyages Rominger, à Stuttgart, l'un des plus importants de l'Allemagne du Sud, nous a également alloué une devanture pour la saison d'été.

Par un arrangement spécial, nous avons pu assurer à nos stations de printemps une vitrine du grand bureau de voyages Nyman et Schultz à Stockholm.

Nous avons également pu obtenir pour notre usage exclusif quelques devantures de la compagnie American-Express à Rotterdam.

A Marseille, le Bureau général du tourisme nous a abandonné une vitrine gratuitement pendant quatre mois.

Pour la réclame de nos voyages à forfait, nous avons occupé pendant plusieurs semaines une grande vitrine du nouveau bureau de voyages Paul Suys à Anvers. Cette agence est admirablement placée, et notre vitrine, garnie de photographies présentées avec goût, fit le meilleur effet.

Au début du mois de juillet, nous avons envoyé à l'étranger, aux agences suisses de voyages, ainsi qu'à nos légations et à nos consulats, plusieurs centaines de bouquets

de « rhododendrons ». Ces fleurs ornaient notre petite affiche de la Suisse aux devantures de nos agences de tourisme.

Au surplus, nous avons saisi toutes les occasions d'exposer dans les vitrines et fourni aux bureaux de voyages tout le matériel nécessaire à leurs étalages.

3. Congrès

Nous sommes intervenus dans bien des cas avec succès pour obtenir que des congrès et des réunions internationales se tiennent en Suisse, et avons profité des réunions tenues en notre pays pour y faire la propagande de notre tourisme : nous avons distribué aux participants des publications et du matériel de réclame, propres à les inciter à faire tôt ou tard un voyage en Suisse.

En commun avec l'Association suisse des costumes nationaux, nous avons délégué un groupe de costumes, de danseurs et de musiciens, fort de 34 participants, au *Congrès international des danses populaires*, qui s'est tenu à Londres du 15 au 20 juillet 1935. Ce groupe, admirablement représentatif, a été très remarqué dans la capitale anglaise.

4. Annonces

a) Réclame collective.

Pour la saison d'été 1935, d'accord avec le Service de publicité des C.F.F. et avec le concours financier des organisations intéressées au tourisme, nous avons publié une réclame collective dans la presse allemande, française, anglaise, italienne, hollandaise et belge. Notre annonce, complétée par les annonces des sociétés de développement et des stations, a paru dans 126 quotidiens, périodiques et journaux automobiles ; au total 324 annonces, qui coûtèrent 131.500 fr., dont 59.850 fr. aux frais des C.F.F. et de l'ONST. et le solde, 71.650 fr. à la charge des intéressés.

Pour l'hiver 1935/36, d'entente avec nos grands centres sportifs, nous avons fait, dans les principaux journaux d'Angleterre, d'Allemagne, de France, des Pays-Bas et de Bel-

gique une réclame collective, qui a coûté 50 mille francs, et qui mettait notamment en relief les avantages des voyages à forfait. Les grands centres de sports d'hiver y ont contribué pour 14.000 fr., le solde étant fourni par les diverses organisations touristiques. Nos grandes annonces collectives ont paru dans 40 journaux et périodiques ; pour la saison d'hiver nous avons publié en tout 85 annonces.

b) Actions spéciales.

A l'occasion du *Jubilé du roi Georges V*, nous avons entrepris une campagne d'annonces spéciales, en avril, mai et juin, dans les premiers quotidiens londoniens (coût environ 14.000 fr.), afin d'attirer sur la Suisse l'attention des milliers de ressortissants anglais d'outre-mer qui étaient accourus à Londres pour ces festivités.

A l'occasion des *Jeux olympiques d'hiver*, nous avons inséré plusieurs annonces marquantes dans l'organe officiel *Jeux Olympiques 1936*, afin d'inciter les milieux sportifs à visiter nos classiques stations de sports d'hiver avant ou après les Jeux de Garmisch.

c) Numéros spéciaux et suppléments aux journaux.

Nous avons présidé à la publication d'un numéro spécial du *Bergsteiger* (organe des clubs alpins d'Autriche et d'Allemagne tiré à 15.000 ex.) consacré à la vallée de l'Inn.

D'autre part nous avons contribué à la publication d'un fascicule spécial de la revue sportive *Winter* (Editions Rudolf Rother, Munich) consacré aux courses de la FIS à Mürren en janvier 1935.

Nous avons mis également à contribution le bulletin des Suisses à l'étranger, l'*Echo Suisse*, qui a publié à la fin de juin un numéro double consacré aux *Vacances en Suisse*. Pour la partie réservée à la propagande, nous avons fourni une série d'articles et d'illustrations propres à émouvoir le sentiment patriotique des Suisses de l'étranger en faveur de notre tourisme.

A notre instigation, les Voyages Brooke, l'importante agence de voyages suisse en Belgique, a de nouveau consacré ce printemps

à notre pays un numéro spécial de ses *Feuillets du Tourisme*, qui sont distribués à 30.000 exemplaires.

Moyennant un ordre de publicité passé à l'organe officiel du Club alpin néerlandais, *De Berggids*, nous avons bénéficié d'une large propagande dans la partie rédactionnelle de ce périodique. Les numéros de mai, juin et juillet ont été presque exclusivement consacrés à la Suisse.

En vue du *Congrès mondial du sionisme*, tenu à Lucerne du 20 au 30 août, nous avons obtenu de la Centrale de la presse juive qu'on publiât un fascicule spécial sur la « Suisse, pays de vacances ». D'entente avec l'agence de voyages Nitour établie à Batavia, nous avons travaillé les colonies néerlandaises au moyen d'un copieux numéro spécial de la revue *Nitour Wereld Gids* (octobre), qui est répandue dans tous les milieux coloniaux aisés de l'archipel.

Nous avons également atteint les milieux sportifs anglais en joignant un prospectus d'hiver au numéro de décembre des *Ski Notes and Queries*, publiées par le Ski Club of Great Britain, et des mieux cotées dans les milieux sportifs.

d) *Annonces diverses.*

Cette année, de nouveau, nous avons publié un grand nombre d'annonces d'intérêt général dans les journaux, revues, guides, etc., pour une somme de fr. 14.907.

5. Service de presse

Tous nos ordres d'annonces, collectifs ou particuliers, ont été subordonnés à l'octroi d'un large équivalent dans la partie rédactionnelle des journaux, et dans la plupart des cas nous pouvons nous louer de la part qui nous a été faite. Nous avons pu placer ainsi bon nombre d'articles tirés de notre service de presse.

En Suisse même l'envoi de notre *Service de presse* imprimé est régulièrement accompagné d'un certain nombre d'articles multi-copiés, et nous avons pu constater que les

rédactions utilisaient volontiers cet intéressant matériel.

A l'étranger l'utilité de notre service de presse se voit fort diminuée en certains pays par la politique des devises, à laquelle obéissent les journaux. C'est ainsi que nous avons dû supprimer temporairement l'édition italienne de notre bulletin, les actuelles dispositions de l'Italie ne justifiant plus une propagande aussi coûteuse.

Des raisons budgétaires nous ont conduits, au surplus, à ne plus faire paraître notre service de presse allemand et français que tous les quinze jours à partir du Nouvel-An 1936.

Les *Informations touristiques* destinées à l'Angleterre sont rédigées par notre agence de Londres sur la base de notre édition allemande, de manière à tenir mieux compte des besoins et des tendances des milieux anglais.

Pour la Hollande le service de presse est également assuré par notre agence d'Amsterdam.

A côté du *service de presse*, que les agences de voyages reçoivent aussi bien que les journaux, notre bureau de presse se consacre principalement à la rédaction de notre revue *Suisse*, qui comprend un tirage mensuel de 21.000 ex. pour la distribution interne, et tous les quatre mois une édition étrangère en plusieurs langues, distribuée à 25.000 ex. Cette revue, bien rédigée et copieusement illustrée, possède un rayon d'action considérable, grâce aux 16.000 exemplaires qui en sont chaque fois déposés dans les wagons de chemin de fer ; à l'étranger ce sont nos agences et nos postes diplomatiques et consulaires qui se chargent de la placer aux meilleures adresses. Total du tirage annuel : 352.000 ex.

Le bureau de presse s'occupe enfin à constituer les listes et répertoires des manifestations d'intérêt touristique, où les agences de voyages, journaux, studios de cinéma et de radio, ateliers d'étalagistes, etc., trouvent une précieuse source d'informations. Au cours de cette année, *l'Illustré suisse*, le plus populaire de nos hebdomadaires, a introduit une rubrique des manifestations, que notre service de presse alimente régulièrement.

6. Voyages d'études

Du 24 janvier au 2 février nous avons organisé avec grand succès une tournée de *journalistes français et belges*. Les justificatifs qui nous sont parvenus dans la suite constituent la plus belle contre-partie qu'on puisse souhaiter de la part de journaux aussi importants, et attestent des excellentes impressions que nos invités ont remportées de notre pays.

D'entente avec les compagnies aériennes Imperial Airways Ltd et Swissair, nous avons arrangé un voyage d'études à l'intention du haut *personnel des agences de voyages anglaises*, du 27 avril au 3 mai, auquel nous avons convié 18 représentants qualifiés des meilleures agences. Amenés par avion à Zurich, ces messieurs se sont rendus par le train à Lucerne, Interlaken, Montreux et via Domodossola à Locarno et Lugano. Ce voyage, dont la relation détaillée a paru dans les *Travel Topics*, a été très chaleureusement apprécié par nos hôtes, et ne laissera pas d'avoir les meilleurs effets pour notre tourisme en Angleterre.

Du 21 au 30 septembre, 10 *représentants d'agences* et deux membres de la presse, choisis dans le rayon de notre agence de Nice, ont à leur tour parcouru les Grisons, le Valais, la Suisse centrale et l'Oberland bernois. Voyage également très réussi et fructueux pour notre propagande.

Par l'entremise de notre légation de Belgrade, nous avons invité M. *Ratko Stefanowitch*, rédacteur du plus grand journal yougoslave, sportsman et conférencier, à faire un tour en Suisse, et nous attendons de cette visite des effets concrets, articles de journaux et conférences avec projections et films.

Nous ne voudrions pas en finir sur cet objet sans exprimer ici nos vifs remerciements à toutes les compagnies de transports, sociétés de développement, stations et entreprises hôtelières qui nous ont prêté leur appui compréhensif pour assurer le succès de ces voyages d'études.

7. Affiches

En 1935 nous avons édité les nouvelles affiches suivantes :

pour le tourisme automobile : « En route pour la Suisse » : en français, allemand, italien, anglais, hollandais, espagnol, tchèque, hongrois, suédois. 20.000 ex.

pour le tourisme aérien : « Venez en Suisse par avion » : en français, allemand, anglais. 6400 exemplaires.

Suisse en costume « Venez en Suisse » : en français, allemand, italien, anglais ; format 182/256, 1000 ex., format 45×32, 2000 exemplaires.

Séjours libres à forfait, en français et allemand 2.500 ex.

L'affiche monumentale de la Suisse a été apposée aux endroits les plus passants de la circulation de Londres, et à Paris aux points les mieux exposés.

En vertu d'un arrangement avec la Cie internationale des Wagons-lits, 50 de ces affiches ont été placardées en bonne place dans les agences les plus importantes de Wagons-Lits-Cook ; tandis que 1000 ex. de l'affiche d'été, format 62 × 100, étaient exposés dans toutes les agences de la Compagnie, et 200 ex. du format 240×320 placardés par ses soins sur les meilleurs points de Paris et des villes de la Province. Notre affiche de la Route, fort bien venue, avec texte en suédois, a été placardée aux piliers de Stockholm, Göteborg et Malmœ.

Du tirage anglais de la même affiche, 1200 exemplaires ont été distribués par les soins de l'Agence de voyages Autochèques dans les garages et bureaux de renseignements des grandes firmes automobiles de Londres, entre autres chez Ford, Austin et Vauxhall.

8. Publications

Prospectus :

« Voyage de Pâques en auto vers le Sud », allemand, français, anglais 14.000 ex.

Brochures :

« Im Auto durch die Schweiz » . . . 12.000
« La Suisse en automobile » . . . 15.000
« La Svizzera in automobile » . . . 5.000
32.000

	<i>ex.</i>	
« Der Kleine Schweizer Führer »	30.000	
« Le petit guide suisse »	30.000	
« Piccola guida svizzera »	15.000	
« A short Guide to Switzerland »	10.000	
« Kleine Gids voor Zwitserland »	15.000	
	<u>100.000</u>	
« Schweizer Bergfibel »	15.000	
« La Suisse, école d'Alpinisme »	15.000	
« Mounteneering in Switzerland »	20.000	
	<u>50.000</u>	
« Schweiz im Schnee », réimpression	20.000	
« La Suisse sous la neige », »	20.000	
« La Svizzera sotto la neve »	10.000	
« Switzerland under snow »	20.000	
« Zwitserland in Wintertooi »	5.000	
	<u>75.000</u>	
« Switzerland », réimpression	45.000	
« Summer in Switzerland », réimp.	15.000	
<i>Prospectus :</i>		
« Golf in Switzerland »	22.000	
<i>Brochures :</i>		
« Manifestations en Suisse » :		
allemand, français, anglais été	25.000	
hiver	18.000	
	<u>43.000</u>	
« Indicateur aérien officiel suisse »		
allemand-français été	30.000	
hiver	11.000	
	<u>41.000</u>	
<i>Panneaux muraux :</i>		
« Lignes postales aériennes suisses »,		
allemand-français	3.000	
<i>Prospectus :</i>		
« Le vol à voile en Suisse »,		
allemand-français	20.000	
<i>Cartes des lignes aériennes :</i>		
Zurich-Bâle-Londres et		
Zurich-Bâle-Paris, français-anglais	5.000	
<i>Carte automobile :</i>		
« Carte routière officielle »,		
allemand-français-anglais	100.000	
<i>Brochures :</i>		
« Image de la Suisse » (français)	500	
<i>Calendriers :</i>		
« La Suisse », all.-franç.-ital.-anglais	10.000	

	<i>ex.</i>
<i>Brochures :</i>	
« Suisse, voyages libres à forfait,	
pour 7 jours tout compris »,	
allemand	32.500
français	9.500
	<u>42.000</u>
« Nouveaux week-ends-tout-compris »	
allemand-français	18.000
<i>Prospectus :</i>	
« Séjours-libres-à-forfait et	
week-ends tout compris »	
allemand	30.000
français	20.000
	<u>50.000</u>

Sur notre initiative, la Cie du Southern Railway, à Londres, a publié dans la série de ses périodiques de voyages *Off the beaten Track* une brochure sur la vallée du Rhône, qui paraîtra prochainement en 30.000 exemplaires aux frais du Southern Railway, et sera distribuée par les soins des agences de voyages anglaises et des offices de renseignements de cette compagnie. C'est là de l'excellente réclame, attendu que les *Off the beaten Track* sont très appréciés du public anglais.

9. Agences de voyages

Cette année, comme d'habitude, nous avons mis tous nos soins à entretenir et à resserrer les relations avec les bureaux de voyages. En prenant part au *Congrès de l'Association internationale des Skal-Clubs* (Amicale du Tourisme) du 26 au 29 septembre, à Lucerne, et au *XVI^e Congrès de la Fédération internationale des agences de voyages* du 29 au 31 octobre à Dijon, et en y faisant des exposés, nous avons marqué notre intérêt aux entreprises de voyages et noué des relations précieuses.

De nombreuses agences ont tenu très largement compte de notre pays dans leurs guides et leurs brochures. L'Agence Cook, à Londres, nous a été particulièrement favorable. Dans sa brochure d'été *Summer Holidays Abroad*, ainsi que dans la brochure *Easter Holidays Programm*, la Suisse vient au premier rang. En outre, Cook a publié à ses frais

un guide spécial pour la Suisse, *Holidays in Switzerland*. Enfin, par des annonces, des avis spéciaux, etc., Cook a beaucoup travaillé pour notre pays et consacré de fortes sommes à la propagande touristique d'été en faveur de la Suisse.

Nous avons entretenu d'étroites et fructueuses relations avec les succursales que l'entreprise suisse A. Kuoni S.A. possède à Paris et sur la Riviera française. En matière d'affichage et de devantures, toutes les agences Kuoni en France nous ont prêté une large collaboration.

10. Séjours à forfait

A la demande du Comité Central de la Société suisse des hôteliers, nous nous sommes occupés du lancement des nouveaux séjours à forfait pour la saison d'hiver 1935/36. Les agences de voyages du dedans et du dehors ont coopéré à cette action. Le résultat en a été satisfaisant. Il aurait été meilleur encore si, dans certains pays, les restrictions sur les devises n'avaient empêché bien des gens de franchir la frontière. Nous avons constaté une fois de plus que les voyages à forfait sont de plus en plus demandés et constituent un moyen efficace pour ranimer le tourisme. L'étranger a suivi attentivement notre initiative et plusieurs pays examinent la possibilité d'introduire chez eux le système des voyages à forfait, preuves que nous avons vu juste.

11. Réclame sur les paquebots

Nous nous sommes efforcés de pourvoir aussi les paquebots de notre littérature touristique. A cet effet, nous avons pris avec diverses compagnies maritimes des arrangements prévoyant l'échange du matériel de réclame. Ces échanges nous ont donné pleine satisfaction.

II. Propagande par la Radio

La Radio a inauguré une rubrique d'actualités hebdomadaires par les soins du Studio de Berne. Les émissions lancées l'été dernier à titre d'essai sont définitives depuis cet hiver. La station de Berne dispose de son pro-

pre camion de reportage. De son côté, Zurich a inauguré son « Zürcher Bilderbogen ».

Grâce à ces émissions, le programme de la radio peut faire plus qu'auparavant en faveur de la propagande touristique, et s'est enrichi d'un attrait nouveau auprès des sans-filistes.

Notre tâche a consisté à maintenir le statu quo dans nos rapports avec les stations suisses de radio ; c'est dire que nous apprécions à sa juste valeur l'excellent travail de chacun des émetteurs du pays et cherchons à les soutenir de toute manière. De Zurich même, nous avons travaillé avec Sottens, qui émet maintenant à 100 kw, et dont le champ de diffusion s'est considérablement élargi. Nous avons ensuite prié la Société suisse de radio-diffusion d'entreprendre une enquête sur le champ de diffusion des émissions suisses à l'étranger. C'est là une tâche difficile, mais de simples approximations même nous sont utiles, car elles nous apprennent jusqu'où va notre propagande, et surtout où elle ne va pas ; nous pouvons alors combler la lacune par d'autres moyens.

La Société suisse de radio-diffusion s'est préoccupée tout spécialement des émissions à ondes courtes pour l'étranger, qui peuvent aussi servir notre propagande touristique.

Les émissions sur la *Suisse gastronomique* ont eu de l'écho. On peut en dire autant des émissions en langues hollandaise, anglaise et tchèque sur *l'hiver en Suisse*.

Enfin, nous avons réussi à placer quelques émissions à l'étranger, en Hollande, à Strasbourg, en Suède, en Afrique du Sud, à Belgrade, en Hongrie et en Australie.

III. Propagande par conférences

Nous nous sommes donné pour tâche de placer autant que possible des séries complètes de conférences dans tel ou tel pays. C'est ainsi que nous avons pu traiter en Allemagne le thème des Alpes, en Belgique et dans le nord de la France le thème du Valais, en Tchécoslovaquie le thème « En auto à travers la Suisse ».

Les pays scandinaves ont entendu des conférences sur « La Suisse au printemps ». A toute occasion, nos agences de tourisme à l'é-

tranger ont utilisé méthodiquement les séries de diapositifs dont elles disposaient sur « L'école suisse de ski ». Les prochaines séries, actuellement en préparation, traiteront de « La Suisse catholique », « La Suisse protestante », « Le soleil et la neige en Suisse », « La flore alpine en Suisse », « Le Valais en été », « En automobile à travers la Suisse », « L'Engadine », etc.

En 1935, il s'est tenu au total 244 conférences organisées directement ou indirectement par nous.

IV. Propagande par le cinéma

Nous sommes pleinement conscients de l'importance exceptionnelle du cinéma pour la propagande. Aussi avons-nous voué, en 1935, à cette partie de notre activité, un soin particulier.

Mais, avant tout, afin de donner une plus grande impulsion à la production de films suisses ou du moins de films tournés dans le cadre suisse, nous avons créé une Centrale du film suisse, inscrite au registre du commerce, qui aura pour tâche d'étudier les possibilités d'écoulement des films suisses à l'étranger, et surtout de faciliter la production de films suisses instructifs et documentaires. A cet effet, la Centrale a publié un catalogue qui comprend les films suivants :

La petite ville.
Neige, la joyeuse fée blanche.
La montagne blanche.
Neige et glace.
La symphonie de l'eau.
Conte d'hiver.
Au pays des Rhéto-Romans.
Chant d'automne tessinois.
Au pays de la soif.
Entre Lac Bleu et Blümlisalp.
L'artiste-paysan : Les fileuses de l'Oberland bernois.
La route du Loetschberg.
Vers le soleil !
Puissance invisible.

Ces films présentent la Suisse à toutes les saisons et s'efforcent de mettre en valeur non seulement les paysages, mais aussi le folklore des diverses régions. Comme nous le marquions en nos rapports précédents, notre programme est de représenter l'homme dans sa naturelle ambiance.

Nous avons en outre travaillé à concentrer tous les moyens et les forces capables de développer le cinéma en Suisse. C'est là le seul moyen pour obtenir des résultats. Les milieux intéressés au tourisme, les régions, les entreprises de transport devraient, plus encore que par le passé, s'attacher à ce programme d'entente avec l'Office du Tourisme.

A ce propos, rappelons que l'Autriche fit paraître, en 1935, 21 films touristiques, que l'Office central des chemins de fer du Reich a 4 opérateurs travaillant en permanence, et que l'Italie entend consacrer 70 millions de lires à stimuler l'industrie cinématographique pendant les trois prochaines années.

A la fin de l'année ont été créées les *actualités sonores et parlantes suisses*. Il y a deux ans que nous travaillons à réaliser ce point de notre programme. Le succès de cette heureuse innovation, que nous considérons comme indispensable, dépendra de la bonne volonté des directeurs de salles.

Les films muets (35 mm.) dont nous disposons encore, ont été confiés au Cinéma scolaire et populaire à Berne. Nous avons dû constater en 1935 que les films muets (normaux) peuvent de moins en moins trouver emploi, en Suisse comme à l'étranger. Aussi avons-nous porté notre attention sur le *film de 16 mm.*

Nous avons réussi à mettre sur pied un *service de prêt* pour l'intérieur du pays. Ce service possède plus de 70 films suisses de 16 mm. qu'il met gratuitement à la disposition des hôtels, des Sociétés de Développement, des entreprises de transport et des sections de l'Automobile-Club et du Touring Club de Suisse. A cet effet, nous avons dressé un catalogue spécial des films de 16 mm. Pour autant que nous sachions, il est fait largement usage de ce service.

Au Comptoir suisse de Lausanne, nous avons installé un petit cinéma permanent, où nous avons projeté des films de 16 mm. La fréquentation a été bonne.

Nous avons mis un appareil de projection de films de 16 mm., ainsi que les films nécessaires à la disposition de notre représentant en Hollande, qui a organisé des séances de projection au sein de diverses sociétés.

V. Propagande automobile

A partir du 1^{er} mai, deux agents spécialement affectés à la propagande automobile ont travaillé à Berlin et à Paris. Ce sont, pour Berlin, M. Diener, fonctionnaire d'exploitation de l'Administration des PTT, et, pour Paris, M. Aeberhard, inspecteur ONST, auparavant à Nice. Ils se sont occupés spécialement de la réclame du tourisme automobile et aérien, d'abord à titre d'essai jusqu'en octobre 1935. Leur tâche consistait à se tenir pendant l'été à disposition du public pour le renseigner sur ces deux formes de tourisme.

En fait de *réclame collective*, nous avons publié à l'étranger des annonces spéciales dans les journaux et périodiques suivants :

Allemagne : Motorwelt Berlin, Motor & Sport, Allg. Automobilzeitung ; *France* : Action automobile, Auto Magazine, Revue des Usagers de la Route, Revue du Touring Club français ; *Angleterre* : Autocar, Motor ; *Italie* : Le Vie d'Italia, Bolletino del Reale Automobile Club Italiano ; *Hollande* : De Auto, De Autokampioen ; *Belgique* : L'Automobile Belge, Royal Auto.

La *carte d'informations routières* a été confiée à la maison d'éditions Vogt-Schild à Soleure, et tirée à 150.000 exemplaires, contre 100.000 l'année précédente. Nous avons fait encore un tirage pour l'étranger, à distribuer directement par nos agences aux Automobile-Clubs des pays intéressés. Cette édition a été beaucoup demandée.

Dans la série de nos brochures, nous avons publié *La Suisse en automobile (Im Auto durch die Schweiz)*. Cette brochure sera publiée en d'autres langues encore. Ces éditions sont en préparation.

Notre « Service de presse » a adressé aux journaux divers *articles* en faveur de l'automobilisme. Citons entre autres :

En auto sur les routes suisses. Unsere Alpenpässe erwarten Sie. Schweizer Bergtouren vom Automobile aus. Mit Auto und Gletscherpickel durch die Schweiz : a) Zentralalpen, b) Westschweiz, c) Graubünden. Im Postautomobil durch Berge und Täler der Schweiz. Einige Ratschläge für Ihre Fahrt über die Schweizer Alpenpässe. Die Alpenpässe der Schweiz : a) Ostschweiz, b) Zentralschweiz, c) Westschweiz. Bergsteigen vom Auto aus. Automobilismus in der Schweiz. The Swiss Alps by Motor-Diligence. Alpine Motor-Roads.

L'affiche routière d'Herbert Matter a eu beaucoup de succès. Pour donner de l'impulsion aux *transports de sociétés par autocars*, nous avons publié, en allemand et en français, sous ce titre : « Ce que le propriétaire d'autocar étranger devrait savoir de la Suisse », un résumé des dispositions relatives à ces transports. Ce document a été envoyé à l'étranger aux principaux intéressés.

L'introduction d'un *laisser-passer provisoire* pour les automobilistes venant de France nous a amenés à faire immédiatement des démarches auprès des autorités compétentes pour obtenir une mesure semblable en faveur des automobilistes venant d'Angleterre.

Nous avons été invités par la Division du commerce du Département fédéral de l'économie publique à donner notre avis sur le prix de la *benzine*. Nous avons fait savoir qu'à notre avis ce prix ne devait pas être augmenté pour les touristes étrangers, et qu'il y avait lieu de s'en tenir au prix le plus modéré possible.

Pour avertir les touristes étrangers des conditions particulièrement favorables qui leur étaient faites sur le prix de la benzine, nous avons fait distribuer en masse des feuilles volantes en français, anglais, hollandais et italien, où toutes les explications utiles étaient données pour les différents pays.

Fin août, nous avons mis sur pied un voyage d'études de cinq jours, qui a conduit à travers les principaux cols des Alpes les représentants des sections touristiques des Automobile-Clubs des pays suivants : Allemagne, Belgique, Hollande, Italie, Tchéco-

slovaquie, Angleterre. Le représentant de la France a été malheureusement empêché au dernier moment de prendre part au voyage.

D'entente avec la Société de Développement de Lucerne nous avons réservé à l'Austin-Rallye un accueil qui a trouvé dans les milieux anglais un écho extrêmement favorable.

VI. Sport

a) Ecoles de ski.

Les écoles de ski ont été l'objet de tous nos soins. Cet hiver, nous avons organisé notre propagande à l'étranger sur des bases toutes nouvelles : par exemple, nous avons mis sur pied des écoles de gymnastique de ski selon la méthode suisse, dans les grandes villes de l'étranger où la réclame de nos sports d'hiver avait chance de réussir.

Pour cette nouvelle action de propagande, nous nous sommes laissés guider par les quatre principes suivants :

1. Toute l'organisation devait avoir un *caractère officiel* (agences suisses de tourisme) ;
2. Partout où c'était possible, les cours devaient être organisés par les fédérations nationales de ski ou par certains clubs, le cas échéant aussi par d'autres sociétés ou institutions des villes entrant en ligne de compte.
3. Les *instructeurs* devaient être des professeurs de gymnastique, de sport ou de ski du pays intéressé.
4. Les *directeurs des cours* devaient, dans des cours spéciaux, recevoir une *instruction uniforme*.

Nous avons prévu des cours à Paris, Strasbourg, Bruxelles, Amsterdam et Milan. Les cours suivants ont pu être mis sur pied :

I. FRANCE :

a) à Paris. Organisation : Office suisse du Tourisme, Paris.

b) à Strasbourg, Mulhouse, Colmar. Organisation : M. E. Rubin, Voyages «Edelweiss», Strasbourg, sous le patronage de la Fédération des Skieurs des Vosges.

II. BELGIQUE :

c) Bruxelles, Anvers et Gand. Organisation : Office suisse du tourisme, Bruxelles (MM. Berguer et Liengme, prof. de gymnastique). A Bruxelles sous le patronage du « Club Alpin Belge ».

III. HOLLANDE :

d) à Amsterdam eut lieu un cours central pour les professeurs hollandais de gymnastique ou de sport. Organisation : Office suisse du tourisme à Amsterdam.

IV. ITALIE :

Il fallut renoncer à entreprendre une action en Italie. En revanche, on put organiser avec un plein succès un cours à Nice, sous le patronage de la Fédération de ski de la Côte d'Azur et de Provence.

V. ANGLETERRE :

Londres : Agence officielle des Chemins de fer fédéraux à Londres, organisé en collaboration avec le Ski-Club of Great Britain.

Pour l'instruction et le développement des chefs de course, nous avons organisé 4 Cours centraux :

à Paris : pour la France (Alsace-Lorraine non comprises).

à Colmar : pour l'Alsace-Lorraine et les participants belges.

à Amsterdam : pour la Hollande.

à Nice : sous le patronage de la Fédération de ski de la Côte d'Azur et de Provence.

Nous avons pu obtenir, pour diriger ces cours, le concours de M. Leutert, professeur de gymnastique à Zurich.

A l'occasion de tous ces cours, nous avons fait intervenir, pour assurer le maximum de propagande, les *journaux*, le *cinéma*, les *conférences*, les *projections lumineuses*, les *brochures*, les *affiches*, etc. La fourniture des skis, pour les participants aux cours, n'a été nécessaire que pour la Belgique.

b) Le mouvement du tourisme à pied

prend de l'extension en Suisse centrale et à Schaffhouse. Nous nous sommes efforcés de l'introduire en d'autres cantons. Dans la conférence sur *La route et le tourisme*, qu'il a donnée à l'occasion de l'assemblée an-

nuelle de l'Union Suisse des Professionnels de la Route à Lucerne, M. Senger a expressément recommandé ce mouvement. Son exposé a ensuite été publié dans l'organe de cette Union (Revue suisse de la route) et, comme article de tête dans la Revue automobile. Cet été, 5.000 nouveaux indicateurs ont été placés sur les routes. De nouvelles cartes régionales ont été publiées. On a travaillé très intensivement dans le canton d'Argovie. Tout le mouvement est en ce moment en pleine organisation. Il serait désirable de le voir prendre pied également en Suisse romande.

c) Ecoles d'alpinisme.

Grâce au contrat d'assurance collective passé avec la Société générale d'assurance-accidents et responsabilité civile Zurich, nous avons fait un nouveau pas vers le perfectionnement de nos écoles d'alpinisme. La plupart des centres intéressés se sont affiliés au contrat, et l'activité déployée par le centre de Pontresina a fait aboutir heureusement l'essai. A notre avis, les autres contrées devraient faire davantage dans le domaine de la propagande locale et de l'organisation.

d) En ce qui concerne le canotage, nous avons fait passer dans les journaux des articles donnant des conseils pratiques pour le parcours et l'utilisation des moyens de transport, ainsi que sur les possibilités de canotage en Suisse. Nous avons en outre obtenu que la radio diffusât nos informations sur le niveau des eaux.

VII. Propagande en faveur de la navigation aérienne

Par suite d'un arrangement pris avec les autorités et les entreprises privées intéressées à la navigation aérienne en Suisse, l'Office national du tourisme a pu faire pour la première fois cette année de la propagande en faveur de l'aviation.

Pour cette branche, la plus récente de notre activité, nous avons publié le matériel d'information suivant : *Horaire officiel aérien* (édition d'été, édition d'hiver), *carte du*

parcours pour les passagers à destination de Paris et de Londres, affiches en faveur de l'aviation (en trois langues et avec cinq textes différents pour l'été et deux pour l'hiver), *affiches-placards des avions postaux* (édition d'été et édition d'hiver), *horaire aérien mural* destiné à Bâle, Berne, Genève et Zurich, dépliant *Le vol à voile en Suisse* (en deux langues).

Nous avons incorporé le trafic aérien dans notre service de presse. A plusieurs reprises, nous avons publié dans notre revue «Suisse» de grands reportages en faveur de l'avion. Notre bulletin de presse a, en outre, publié de nombreuses communications traitant de cet objet. Entre temps, nous avons distribué aux quotidiens divers articles spéciaux sur le tourisme aérien. Celui-ci a eu également sa place dans les exposés touristiques que nous avons faits à la radio deux fois par semaine. Nos archives photographiques se sont complétées d'environ 100 négatifs se rapportant à tous les aspects de la navigation aérienne. Nous avons également réuni une importante collection de tableaux statistiques et de photographies qui nous permettront de mettre en relief l'aviation dans les expositions futures. Nous pourrions également présenter un modèle d'avion «Douglas», ainsi que deux grands tableaux représentant le réseau aérien et l'aviation sportive. Tout ce matériel a servi à plusieurs reprises déjà aux étalages de nos agences à l'étranger. Notre film sonore «Zur Sonne empor» est destiné à faire de la réclame en faveur du tourisme aérien dans les Alpes en hiver. Nous avons, en outre, distribué aux personnes intéressées de Suisse et de l'étranger 700 exemplaires d'un fascicule spécial traitant de «l'aviation et de ce qu'on devrait en savoir».

Notre collection de diapositifs concernant l'aviation s'est augmentée de nombreux sujets et a rendu de très grands services lors des conférences faites soit par nous-même soit par des tierces personnes. Nous avons mis à la disposition de l'office central de projections lumineuses une collection spéciale de ces diapositifs avec un texte de conférence.

Pendant l'hiver 1935/36, nous avons fait un échange de matériel de propagande avec la société de navigation aérienne hollandaise K.L.M. Cela nous a permis de faire de la ré-

clame dans les Indes britanniques et néerlandaises en faveur des sports d'hiver en Suisse.

Nous soutenons l'aviation sportive suisse par la garantie que nous lui donnons de prendre à notre charge et de répartir un certain stock des nouvelles cartes d'aviation. Nous avons en outre facilité le voyage à travers notre pays du premier club d'aviation étranger venu visiter la Suisse avec ses propres avions privés : nous voulons parler du club parisien « Roland Garros ».

En commun avec la Swissair, nous avons organisé également divers voyages à travers la Suisse pour des journalistes et des spécialistes du tourisme venus de l'étranger. La Swissair s'est chaque fois chargée du transport gratuit par avion de ces hôtes, de leur domicile en Suisse.

Notre inspecteur pour l'étranger a eu l'occasion à plusieurs reprises, notamment en Belgique, en Hollande, au Danemark et en Suède, de défendre les intérêts du trafic aérien suisse en discutant avec les représentants des sociétés de la navigation aérienne de ces divers pays.

Enfin, nous avons remis à nos autorités et aux sociétés de navigation aérienne, une statistique détaillée reflétant les résultats de la saison aérienne de 1935.

VIII. Activité du Bureau de Lausanne en 1935

Notre bureau de Lausanne, conduit par M. Paul Budry, et chargé de traiter toutes les affaires courantes en relation avec la Suisse romande, fonctionne également comme un poste de rédaction française chargé d'alimenter notre Revue, notre Service de Presse, de nous fournir les traductions, textes, révisions, slogans pour toute notre propagande, et de répondre aux demandes d'articles français et de photographies venant de l'intérieur ou de l'étranger.

Chargé du service de presse et des publications du III^e Congrès du tourisme à Montreux, il s'est associé avec suite à la publicité de toutes les manifestations d'intérêt touristique en territoire romand, et occasionnellement en d'autres parties du pays (FIS, Tournée des as du saut, Foire des Vins vaudois,

Tell à Mézières, Championnats d'escrime, Aéroport de Sion, Gastronomie, Salon de l'Auto, Tour de Suisse, Ecoles de Ski, Congrès de la Vigne et du Vin, Voyage Cook, Comptoir suisse, Tunnel routier du Simplon, Exposition Courbet, etc.).

Le titulaire a fait personnellement des reportages littéraires et photographiques en Gruyère, Pays d'En-Haut, Genève, Jungfrau-joch (vol à voile), Valais (vol du Cervin), Tessin, Furka-Oberalp, Engadine, Martigny-Châtelard, Jura Bernois, Lac de Biemme, Fête des Vendanges, Neuchâtel, Exposition culinaire de Zoug, etc.).

Il a escorté à plusieurs reprises des tournées d'invités de l'ONST, notamment celle des rédacteurs sportifs français et belges dans les Grisons et l'Oberland bernois.

Il a collaboré encore à la démonstration de l'école suisse de ski à la Salle des Ingénieurs à Paris.

EXPOSITIONS

Il a pourvu à la représentation de l'ONST au Salon de l'Automobile, et organisé au Comptoir suisse, conjointement avec les CFF, un stand de renseignements touristiques et un studio de projections cinématographiques de films de 16 mm.

FILMS

Son rôle s'est borné à élaborer ou à réviser des scénarios et des montages des films de 16 mm., tournés en Suisse romande, à distribuer des films à diverses sociétés ou conférenciers, à s'entremettre entre certaines stations et des producteurs, et à collaborer de sa plume aux entreprises de notre service central des films.

RADIO

Il a entretenu des relations suivies avec les studios de Lausanne et Genève, par des chroniques touristiques hebdomadaires, des bulletins d'enneigement, diverses causeries au micro, et une participation active à certains reportages régionaux (Gruyère, Vallée de Joux, Pays d'En-haut, Neuchâtel, Crans, etc.).

Le Bureau de Lausanne, chargé d'un service réduit de renseignements et de distribution de matériel a effectué 415 envois de cet ordre.

Organes de l'Office National Suisse du Tourisme

COMITÉ

- MM. *Dr. E. Scherrer*, ancien président de la Ville de St-Gall, Président.
H. Hunziker, Directeur de l'Office fédéral des transports, Berne, Vice-président.
Dr. H. Seiler, Président de la Société Suisse des Hôteliers, Zermatt, Vice-président.
von Almen, Hôtelier, Lauterbrunnen.
Altwegg, Chef de service à l'Office fédéral des Transports.
G. Bener, Directeur des Chemins de fer rhétiques, Coire.
W. Bösiger, Conseiller d'Etat, Berne.
Prof. Delaquis, Directeur du Touring-Club, Genève.
E. Fazan, Conseiller d'Etat, Lausanne.
Dr. Gafner, Président de la Fédération suisse du tourisme, Zurich.
Haefeli H., Hôtelier, Lucerne.
S. Haeusermann, Inspecteur général des douanes, Berne.
E. Hess, Chef du service commercial des C. F. F., Berne.
R. Jaussi, Hôtelier, Montreux.
Dr. E. Klöti, Conseiller aux Etats et Président de la Ville de Zurich.
P. Kradolfer, Vice-directeur de l'Office fédéral des Transports, Berne.
Maurer, Conseiller d'Etat, Zurich.
L. Meisser, Hôtelier, Klosters.
Dr. M. Paschoud, Directeur général des C. F. F., Berne.
G. Petrolini, Directeur de la Banque de la Suisse Italienne, Lugano.
M. Primault, Directeur de l'Automobile Club de Suisse, Berne.
F. Raaflaub, Conseiller municipal, Berne.
Dr. M. Riesen, Directeur du Bureau central de la S.S.H., Bâle.
Dr. Rothmund, Chef de la Division de Police du Département de Justice et Police, Berne.
R. Streuli, Conseiller d'Etat, Zurich.

- MM. *P. Trachsel*, Directeur de l'Association des Intérêts de Genève, Genève.
H. Valaer, Directeur de la Société de développement, Davos.
Dr. Prof. Volmar, Directeur du Chemin de fer des Alpes bernoises, Berne.
G. Wenk, Conseiller d'Etat, Bâle.
Zimmermann, Directeur de la Swissair, Zurich.

BUREAU

- MM. *Dr. E. Scherrer*, ancien Président de la Ville de St-Gall.
H. Hunziker, Directeur de l'Office fédéral des transports, Berne.
P. Kradolfer, Vice-directeur de l'Office des Transports.
L. Meisser, Hôtelier, Klosters.
Dr. M. Paschoud, Directeur général des C. F. F., Berne.
Dr. H. Seiler, Président de la Société Suisse des Hôteliers, Zermatt.
Dr. Prof. Volmar, Directeur du Chemin de fer des Alpes bernoises, Berne.

REVISEURS DES COMPTES

- MM. *Dr. Born*, Secrétaire de la Chambre de Commerce, Interlaken.
H. Gölden, Hôtelier, Zurich, suppléant.

Direction, Zurich.

- MM. *S. Bittel*, Directeur.
F. Niederer, Vice-Directeur.
Dr. M. Senger, Chef de division.
Dr. W. Dollfus » »

Succursale, Lausanne.

- M. P. Budry*, représentant pour la Suisse romande.

Représentants à l'étranger

- MM. *E. Aeberhard*, Paris.
M. Berguer, Bruxelles.
A. Manz, Nice.
Neuffer, Prague.
M. Surber, Budapest.
A. Tamò, Milan.