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

Herausgeber: Association nationale pour le développement du tourisme

Band: 21 (1938)

Rubrik: Organes de l'Association

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: 01.02.2026

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

le 7% de ce nombre, soit une proportion à peu près égale à celle de l'année précédente. Sur un nombre de 2 779 589 jours que les hôtes automobilistes ont passé en Suisse, il y eut 1 715 795 nuitées, résultat légèrement inférieur à celui de 1937. Le nombre des nuitées de ces mêmes hôtes représente approximativement le 23% du total des nuitées enregistrées pour l'ensemble des touristes venus de l'étranger ; la proportion avait été de 22% en 1937. Les postes suisses ont transporté en 1938 5 484 278 voyageurs, soit 236 111 de plus que l'année précédente.

Le trafic aérien

Au total, il a été transporté en 1938 sur le réseau aérien suisse des lignes internationales et internes, 75 937 passagers (en 1937 : 60 371), 628 tonnes d'envois postaux (314), 322 tonnes de colis express (282) et 284 tonnes de bagages enregistrés (211). A elle seule, la Swissair a transporté 35 249 passagers payants (31 344), et le nombre de kilomètres-voyageurs parcourus sur ses lignes est monté de 11 à 13 millions. L'affluence des touristes a été particulièrement élevée sur la ligne Londres-Bâle-Zurich, tant en été qu'en hiver. La fréquentation a été également bonne sur les lignes suisses Zurich-Vienne, Zurich-Bâle-Paris et Genève-Paris. La ligne Prague-Zurich se place en tête des parcours desservis par des entreprises étrangères. Les lignes internes de correspondance de l'Alpar enregistrent aussi une augmentation du nombre des passagers, qui est due essentiellement à des réductions spéciales de taxes. Pendant la crise de septembre, on a noté des chiffres records sur presque tous les parcours à grandes distances. Du point de vue touristique, on peut se féliciter de l'introduction à titre définitif du service d'hiver entre Paris et Zurich.

Il a été accompli 6410 vols circulaires, alpestres et spéciaux (4608 en 1937), au cours desquels ont été transportés 11 052 passagers (11 086). En trafic aérien privé, on a annoncé 29 301 vols (23 859) avec 10 670 passagers (10 670).

B. Organes de l'Association

A fin 1938, l'Association nationale pour le développement du Tourisme comptait 144 membres, comme l'année précédente.

La XXIe Assemblée générale, à laquelle prit part une nombreuse assistance, eut lieu le 29 mars 1938 à la Foire suisse d'échantillons, à Bâle, sous la présidence de M. le Dr Ed. Scherrer, de St-Gall. Etaient présents 48 délégués, qui représentaient 69 membres, disposant en tout de 1768 voix, ce qui correspond à 534 000 francs de cotisations. Le rapport de gestion et les comptes annuels de 1937, ainsi que le budget de 1938, furent adoptés et décharge fut donnée pour 1937 aux organes responsables de l'Association, conformément à la proposition de MM. les vérificateurs des comptes. M. le directeur Bittel fit un exposé circonstancié sur les lignes fondamentales et les buts principaux du programme d'action de l'ONST pour la propagande à entreprendre à l'étranger au printemps, en été et en automne 1938. A la lumière de considérations générales sur le marché des changes et la situation économique des divers Etats, il montra l'importance que certains pays revêtent pour notre publicité et renseigna ses auditeurs sur les principales campagnes envisagées dans les domaines de la propagande cinématographique, de la réclame pour l'automobilisme, de la publicité dans les journaux, de la rédaction et de la distribution d'imprimés, ainsi que des expositions et des foires, en particulier l'Exposition nationale de 1939 à Zurich et l'Exposition universelle de 1939 à New-York.

A l'issue de l'assemblée, les délégués visitèrent l'exposition du tourisme à la Foire d'échantillons. Le pavillon du tourisme, aménagé selon un plan méthodique par l'ONST, obtint tous les suffrages. Après le déjeuner pris en commun, on fit passer sur l'écran quelques échantillons de films fournis par l'Office.

Le *Comité* s'est réuni de nouveau trois fois

au cours de l'exercice. La première séance eut lieu à Berne, le 15 mars, la deuxième à Sion, le 22 septembre, et la troisième à Lausanne, le 3 novembre.

Lors de sa réunion du 15 mars, le Comité discuta et approuva le rapport et les comptes annuels de 1937, ainsi que le programme d'action pour la propagande de printemps, d'été et d'automne 1938.

Dans sa séance du 22 septembre, il s'occupa du programme de travail pour la saison d'hiver 1938/39. Le directeur de l'ONST donna dans son compte rendu un aperçu de l'activité de l'Office au cours de l'été 1938 et renseigna le Comité sur les diverses campagnes prévues au programme d'action. Le Comité se rallia entièrement au projet envisagé. M. le directeur Kradolfer mit ensuite ses collègues au courant de l'état des travaux préparatoires entrepris par l'Office fédéral des transports en vue de la création d'un Office central suisse du tourisme et les renseigna sur les pourparlers engagés avec les organisations intéressées.

Le 3 novembre, le Comité se réunit à Lausanne pour discuter et approuver le budget de 1939 et pour prendre connaissance du rapport de la direction sur l'activité de l'ONST, lequel recueillit l'entière approbation du Comité.

Lors de cette même séance, le Comité apprit avec un profond regret la décision de M. le Dr Ed. Scherrer, de se retirer à fin 1938 pour raisons d'âge, après avoir rempli, avec un mérite exceptionnel et pendant de longues années, les fonctions de président de l'Association nationale pour le développement du Tourisme. M. le directeur général Hunziker, 1er vice-président, fut désigné comme président *ad interim* jusqu'au moment où sera adopté le projet du Conseil fédéral créant un Office central suisse du tourisme.

Le *Bureau* a tenu cinq séances en 1938. Ses délibérations portèrent essentiellement sur le rapport et les comptes annuels de 1937, les programmes d'action pour l'été et la saison d'hiver, les questions financières, l'emploi du crédit fédéral et la contribution de la Société suisse des hôteliers, la nouvelle réglementation des rapports avec l'Ecole suisse de ski et l'Association suisse de ski, le budget de l'ONST pour 1939. En outre, le bureau entendit à chacune de ses séances un rapport détaillé du directeur sur l'activité de l'Office et les mesures de propagande envisagées.

La séance de décembre revêtit un caractère particulier du fait de la cérémonie d'adieu organisée en l'honneur de M. le président Ed. Scherrer. Celui-ci fut 15 ans membre du Comité; il le présidait depuis 1930. Au cours de cette longue activité exercée au sein de l'Office, il rendit d'inappréciables services au tourisme suisse, ce dont nous le remercions ici au nom de tous les milieux intéressés.

Administration

Fin 1938, l'Office occupait à son siège principal de Zurich 23 employés et employées, deux dans sa succursale de Lausanne et six dans les représentations à l'étranger. Cet effectif du personnel n'a pas varié au cours de l'exercice.

Le nombre des lettres reçues (circulaires et imprimés non comptés) s'est élevé à 19 000 environ, soit approximativement à 65 par jour ouvrable. Les lettres expédiées ont atteint à peu près les mêmes chiffres.

Finances

Les cotisations versées en 1938 se sont montées à 662 920 fr. au total, somme correspondant à celle du budget. Les recettes globales se sont chiffrées par 871 531 fr. 90 et les dépenses par 850 626 fr. 75. Malgré l'accroissement du travail et l'augmentation des frais de propagande, la direction est parvenue à boucler les comptes avec un excédent actif, grâce à de strictes mesures d'économie et à un emploi judicieux des ressources mises à sa disposition. Les comptes de 1938 laissent un solde actif de 20 905 fr. 15, qui servira à la constitution d'un fonds de réserve.

Les dépenses sont demeurées *grosso modo* à leur niveau antérieur, sauf les frais de port et de douane, qui ont de nouveau considérablement augmenté au cours de l'exercice. Les dépenses de ce chef ont atteint

31 309.55 fr.	en	1936
45 832.35 »	»	1937
55 627.40 »	»	1938

Cet accroissement est dû surtout au fait que l'Office envoie aujourd'hui régulièrement

de grandes quantités de matériel de propagande (imprimés et films) à tous les principaux services diplomatiques et consulaires suisses, ainsi qu'à de nombreuses agences.

Grâce au crédit extraordinaire pour la propagande en faveur du tourisme à l'étranger, qui fut fixé à 500 000 fr. comme l'année précédente, il a été possible aux deux organismes centraux de la propagande (ONST et Service de publicité des CFF) de poursuivre au même rythme leur campagne à l'étranger. L'allocation de ce crédit s'est révélée une mesure indispensable à la continuité de l'effort dans la publicité touristique. Aujourd'hui moins que jamais, la Suisse ne doit relâcher son action pour maintenir et accroître le nombre des hôtes qui la visitent. L'année 1938 offre un exemple frappant des difficultés d'ordre politique et économique qui contrecarrent notre publicité dans la plupart des pays. Une âpre lutte se déroule pour la conquête des principaux marchés touristiques ; pour la mener, nos concurrents disposent de moyens puissants.

Dans cette lutte, l'aide financière constituée par le crédit fédéral extraordinaire est absolument indispensable, et nous tenons à exprimer ici aux autorités fédérales notre reconnaissance pour la compréhension dont elles font preuve à l'égard de la propagande touristique et aussi pour leur appui efficace, qui nous aide à surmonter les difficultés.

Relations avec les autorités et associations touristiques

Nous tenons à relever ici, en premier lieu, la collaboration extrêmement féconde qui s'est établie avec les services fédéraux, notamment le Département fédéral des postes et des chemins de fer et ses divisions, le Département politique et le Département de l'économie publique.

Nous avons entretenu avec la Section de publicité des CFF et les agences de ces derniers à l'étranger des relations agréables qui nous ont permis de collaborer avec fruit. Nous sommes heureux de pouvoir remercier les organes dirigeants de ce service à Berne et les chefs d'agences à l'étranger.

La communauté de travail instituée avec l'Office suisse d'expansion commerciale à Zurich et à Lausanne a donné d'excellents résultats, notamment dans le domaine des expositions et des foires et partout où la possibilité s'est offerte de combiner la propagande en faveur du tourisme avec la réclame commerciale.

Nous nous sommes efforcés, comme au cours des exercices précédents, d'entretenir et d'étendre les relations qui nous unissent aux associations et intéressés suisses au tourisme, notamment avec la Fédération suisse du tourisme, la Société suisse des hôteliers, l'Union suisse d'entreprises de transport, l'Association suisse des directeurs de syndicats d'initiative, l'Association suisse des stations balnéaires, l'Association suisse de l'enseignement privé et avec les organisations touristiques locales et régionales. Nos rapports avec l'œuvre des Suisses à l'étranger de la Nouvelle Société Helvétique à Berne ont été particulièrement agréables.

Nous avons aussi cherché à développer nos relations avec les grandes associations touristiques internationales, dont l'importance est capitale pour notre pays, en particulier avec l'AGOT (Association des grandes organisations nationales de voyages et tourisme), la FIAV (Fédération internationale des agences de voyages) et le CCTI (Conseil central du tourisme international), ainsi qu'avec l'Union internationale des organes officiels de propagande touristique. En outre, nous avons eu à maintes reprises l'occasion de nous assurer la collaboration de la presse étrangère, de nouer de nouvelles relations et d'en ranimer d'anciennes.

Nous exprimons ici nos sincères remerciements à tous ceux qui nous ont prêté leur concours et ont fait preuve à notre endroit d'un esprit de large compréhension.

Les travaux préliminaires en vue de la création d'un office central de propagande en faveur du tourisme pour l'ensemble de la Suisse

Les efforts déployés pour réorganiser la propagande touristique ont été poursuivis avec énergie durant l'exercice écoulé. Il paraît opportun d'indiquer brièvement le cours des travaux préparatoires et leur état actuel.

Le point de départ est constitué par le premier rapport du 6 septembre 1936, que l'Office fédéral des transports adressa, d'ordre du chef du Département des postes et des chemins de fer, aux services, associations et institutions intéressés, en leur demandant leur avis. Le deuxième rapport de ce même Office, daté du 12 février 1937, renseigne sur les opinions émises et énonce les idées fondamentales du projet de réorganisation mis au net, savoir : fusion du service de propagande et des agences des CFF à l'étranger avec l'ONST en un organisme unique (et en même temps dissolution de la communauté de propagande ONST/PTT/CFF/OFT) ; transformation de l'organisme de droit privé en une corporation de droit public pour sauvegarder le caractère officiel des agences à l'étranger ; maintien de la vente des billets dans les agences ; versement d'une contribution fédérale fixe pour assurer les ressources financières du nouvel office. Une commission d'experts fut ensuite instituée ; elle comprenait MM. le Prof. Dr Volmar (Chemins de fer privés), Prof. Dr Delaquis et Directeur Primault (TCS et ACS), L. Meisser, hôtelier (SSH) et R. A. Alblas, directeur de Syndicat d'initiative. MM. le directeur Bittel et R. Thiessing, chef du Service de publicité des CFF assistèrent à toutes les séances avec voix consultative. Avec la collaboration de cette commission, l'Office des transports rédigea un avant-projet de statuts de l'Office central suisse du tourisme et l'avant-projet d'un nouvel arrêté fédéral ; en outre, il élucida les questions d'ordre financier. Les problèmes soulevés par la cession des agences des CFF à la nouvelle institution firent l'objet de discussions approfondies avec la Direction générale des Chemins de fer fédéraux ; le projet de contrat remanié fut approuvé par le Conseil d'administration des CFF le 3 septembre 1938.

Les travaux préliminaires entrepris à l'effet d'assurer de façon durable des ressources suffisantes pour faire face aux besoins sans cesse croissants de la propagande touristique générale furent particulièrement longs. La contribution que la Société suisse des hôteliers s'est engagée à verser conformément au « projet Keller » de 1933 paraît notamment compromise. Les outsiders bénéficiant de la propagande sans payer de cotisations à la SSH, celle-ci a beaucoup de peine, surtout en temps de crise, à encaisser auprès de ses membres les redevances perçues en faveur de la propagande touristique. C'est pourquoi la SSH a demandé l'introduction de taxes obligatoires de propagande (redevances par nuitée), d'un montant modique et qui seraient prélevées dans toute l'hôtellerie. Malheureusement, les dispositions constitutionnelles n'autorisent pas cette solution sur le terrain fédéral. Aussi a-t-on proposé d'atteindre le but par voie de concordat passé entre tous les cantons ou entre ceux qui sont particulièrement intéressés au tourisme. Présidée par M. le Conseiller fédéral Pilet-Golaz, une conférence réunit le 9 mars 1938 à Berne les représentants des gouvernements cantonaux et des organisations intéressées ; les participants se déclarèrent d'accord que l'affaire fût poursuivie. Une commission d'étude composée des délégués des cantons de Berne, des Grisons, de Lucerne, du Tessin, du Valais, de Vaud et de Zurich s'est occupée du problème le 4 novembre 1938 sur la base d'un rapport particulier dont elle avait été saisie par l'Office des transports. Elle a décidé en principe qu'une loi-modèle serait élaborée à l'intention des cantons entrant en ligne de compte.

Les organes de l'Association nationale ont été constamment tenus au courant de ces travaux et pourparlers préliminaires considérables ; ceux-ci achevés, le Département des postes et des chemins de fer put soumettre aux Chambres fédérales un message daté du 17 janvier 1939. Ce message donne tout d'abord dans son premier chapitre un aperçu historique, puis expose dans le deuxième la nécessité de créer un organisme unique et indique dans le troisième la voie à suivre. L'aspect financier du problème est étudié à fond dans un quatrième chapitre ; les fonds nécessaires y sont évalués à 4,4 millions de francs, et le message prévoit la répartition suivante des charges :

	fr.
1. Contribution des Chemins de fer fédéraux	400 000.—
2. Contribution de l'Administration des postes et des télégraphes	250 000.—
3. Contribution de l'hôtellerie .	250 000.—
A reporter . . .	900 000.—

Report.	900 000.—
4. Contribution des entreprises de transport privées, des cantons, des communes, des associations touristiques, etc. . .	250 000.—
5. Recettes provenant de l'activité commerciale	500 000.—
6. Subvention fixe de la Confédération	2 500 000.—
7. Subvention variable de la Confédération	250 000.—
	4 400 000.—

C'est le Conseil des Etats qui a la priorité ; sa commission, présidée par le Dr Keller (Aarau), a déjà discuté le projet et en a admis le principe. La commission du Conseil national s'en occupera en mai, de sorte que l'objet semble pouvoir être réglé au cours de la session de juin 1939. Ainsi se trouvera exaucé un vœu que les intéressés au tourisme ont formé depuis longtemps.

C. La propagande de l'Office national suisse du tourisme

1. Généralités

Nous avons, au cours de l'exercice, porté de nouveau tout l'accent de la propagande à l'étranger sur les pays d'Europe dont les nationaux peuvent voyager sans difficulté et qui, grâce à leur situation économique et politique, promettaient à notre action le plus large succès ; il s'agit de l'Angleterre et de l'Irlande, de la France, de la Hollande, de la Belgique, du Danemark et de la Suède. La propagande entreprise méthodiquement en 1937 en Amérique du Sud (Buenos-Aires), aux Indes néerlandaises (Batavia), aux Indes britanniques (Bombay), dans l'Union Sud-Africaine (Johannesburg) et en Australie (Sydney) a été poursuivie et renforcée avec le concours des agents consulaires suisses établis dans ces pays. Des considérations de nature politique, monétaire et économique nous ont obligés à restreindre notre activité dans divers Etats du nord, de l'est et du sud de l'Europe, où nous nous sommes bornés, par notre publicité, à rappeler l'existence de l'industrie touristique suisse. Nous pensons ici à la Yougoslavie, à la Bulgarie, à la Grèce, à la Turquie, à la Finlande, à la Norvège et aux Etats riverains de la mer Baltique.

2. Agences et représentations

Conformément à l'accord passé avec la communauté de propagande ONST/CFF/PTT/OFT, nos représentations à Bruxelles, Prague et Stockholm ont été reprises le 1er janvier 1938 par les Chemins de fer fédéraux. Pour renforcer notre propagande au Danemark, il a fallu détacher un agent spécialisé en matière de tourisme au Consulat général de Copenhague, chargé de la publicité en faveur du tourisme suisse. Grâce aux ressources nouvelles fournies par le crédit fédéral extraordinaire, notre représentation de Buenos-Aires, qui travaille avec l'agence des Wagons-lits/Cook sur la base d'un contrat nous assurant la collaboration de celle-ci, a été à même d'élargir son programme d'action. De même, nos agences de Nice et de Budapest ont été mises en mesure, grâce à des crédits spéciaux, de redoubler d'efforts en faveur de la Suisse touristique.

3. Collaboration des représentants diplomatiques et consulaires

Si nos campagnes de propagande se déroulent sans accrocs dans les territoires d'outre-mer, nous le devons en bonne partie aux légations et consulats de Suisse, qui nous ont aidés dans un esprit de large compréhension et ont défendu avec succès nos intérêts, notamment dans les régions les moins accessibles à nos propres agences touristiques. Le crédit fédéral extraordinaire a permis à plusieurs postes diplomatiques et consulaires d'étendre leur action de propagande par le moyen de la presse, par la distribution de matériel de publicité, par l'organisation de réceptions en l'honneur des