

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office central suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office central suisse du tourisme  
**Band:** 3 (1943)  
  
**Rubrik:** 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:** 03.02.2026

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

continue à prendre une réjouissante extension. L'année 1943 a vu 1076 pilotes effectuer 43.220 vols sans moteur et totaliser 2923 heures de vol, dépassant ainsi très largement les prestations d'avant-guerre. Le championnat national de vol à voile à Samaden, fut l'événement le plus marquant de la saison, car pour la première fois dans l'histoire du vol à voile une course d'avions sans moteur s'est disputée sur un circuit alpestre de 100 km.

## II. Propagande

### *1. Relations avec les autorités, les associations et autres organisations touristiques.*

L'activité de l'Office central suisse du tourisme est avant tout basée sur le principe de la collaboration. Sa mission d'intérêt général exige surtout le ferme appui de la Confédération et de tous les intéressés au tourisme.

Citons, en premier lieu, le chef du Département fédéral des postes et chemins de fer, M. le conseiller fédéral Celio, qui voue un intérêt toujours plus grand à l'importance du tourisme. Par un « appel aux vacances », il a, entre autres, engagé nos confédérés à soutenir notre hôtellerie et nos entreprises de transport pour leur permettre de « tenir » et de lancer à notre tourisme un pont solide vers l'avenir. Nous remercions M. le conseiller fédéral Celio de l'appui toujours si compréhensif qu'il n'a cessé d'accorder à notre Office au cours de cette dernière année.

Au Palais fédéral, nous devons, avant tout, une reconnaissance toute spéciale à l'Office fédéral des transports. Le travail fourni par M. le directeur Cottier et ses collaborateurs en faveur des intérêts touristiques est important et mérite notre sincère gratitude. Le Service consulaire du Département politique nous a facilité, à maintes reprises, nos relations avec les légations et consulats de Suisse. En collaboration avec nos agences à l'étranger, les représentants diplomatiques et consulaires remplissent une mission en

faveur du tourisme qui, en dépit des formidables événements de la guerre, maintiendra intact le renom de la Suisse dans un avenir meilleur.

La collaboration des organisations spécialisées de voyages et de tourisme, ainsi que celle des Offices de propagande régionaux, cantonaux et locaux nous a été d'une aide précieuse dans la poursuite de notre propagande interne. Mentionnons les Syndicats d'initiative locaux et régionaux, la Société suisse des hôteliers, la Fédération suisse du tourisme et la Caisse suisse de voyages, l'Association professionnelle suisse de directeurs d'Offices de tourisme, la Fédération suisse des agences de voyages, l'Association suisse des stations thermales, l'Association suisse de l'enseignement privé, l'Automobile-Club et le Touring-Club suisses. Nous pouvons en dire autant des entreprises de transport — Chemins de fer fédéraux, Division des automobiles des P.T.T., chemins de fer privés, Compagnies de navigation et Swissair. Nos relations avec les associations régionales de tourisme, spécialement dans le domaine de la propagande par la presse et des expositions, ont été particulièrement étroites et nous ont permis de réaliser, grâce à la concentration des moyens, une propagande plus rationnelle et beaucoup plus opérante en faveur de nos régions de vacances.

Comme autres collaborateurs, indiquons encore l'Office suisse d'expansion commerciale avec lequel nous travaillons étroitement dans le domaine des expositions à l'étranger, la Société suisse de radiodiffusion, le Secrétariat des Suisses à l'étranger de la N.S.H. et la Fondation Pro Helvetia. Nous entretenons également des rapports suivis avec la Commission centrale suisse des organisations de propagande, l'Association des 6 grandes villes suisses, l'Association de la presse suisse, le Skål-Club, la Maison suisse des transports, l'Association suisse de publicité, l'Œuvre nationale pour la montagne, la « Swiss-American Society for cultural relations », la Société suisse des amis de l'Espagne, du Portugal et de l'Amérique latine, l'Institut d'études touristiques à l'Université de Berne, la Société suisse « Paracelse », et l'Académie suisse des sciences médicales.

Le développement de notre propagande en faveur des sports nous a conduits à entretenir d'étroites relations avec plusieurs organisations sportives, telles que : l'Association

suisse des clubs de ski, l'Association suisse des écoles de ski, l'Association suisse pour le tourisme pédestre, le Ski-Club académique suisse, la Fédération suisse de hockey sur glace, le Ski-club suisse de dames, etc. L'intérêt de notre tourisme exige que nos équipes suisses de sport se distinguent dans les rencontres internationales et soient dans ce but entraînées beaucoup plus systématiquement que jusqu'ici. Au cours de cette dernière année, nous avons fait tout notre possible pour faciliter la réalisation des cours d'entraînement de nos équipes nationales.

Dans le domaine des relations internationales, nous devons constater à regret que l'activité de la plupart des organisations de tourisme a cessé ; l'industrie, autrefois florissante, des agences de voyages est actuellement réduite, dans la plupart des pays, à une existence misérable. Partout où ce fut possible, nous avons cherché à maintenir intactes nos anciennes et bonnes relations.

## *2. Propagande par la presse.*

### *a) Annonces et publicité rédactionnelle.*

La propagande par la presse est restée, comme auparavant, notre principal moyen d'action. Les annonces de l'O.C.S.T. dans les journaux suisses sont de plus en plus remarquées. Tandis qu'en été elles étaient consacrées à notre action régionale, en automne nous avons fait paraître des croquis de vendanges, exécutés par d'excellents artistes et grâce auxquels une utile propagande en faveur des vacances d'automne et des cures de raisin put être réalisée. Le slogan « Tous les Suisses à skis » a figuré sur nos annonces d'hiver, choisies lors d'un concours entre dessinateurs connus. Notre action d'hiver fut encore complétée par des annonces en faveur des cours de ski gratuits organisés, par nos soins et en collaboration avec les écoles suisses de ski, pour notre jeunesse enthousiaste de ski.

La deuxième action importante de propagande par la presse comprend les annonces des associations régionales, auxquelles nous avons alloué d'importantes subventions pour leurs campagnes de printemps, d'été, d'automne et

d'hiver. Cette action apporte à nos régions un substantiel appui et leur permet de faire une publicité représentative dans la presse, malgré la modicité de leur propre budget de propagande.

Notre programme d'annonce comprenait une vaste propagande collective avec l'*Association suisse des stations thermales* en faveur des cures. Ces annonces mettaient en lumière la bienfaisante action des cures thermales sur la santé et leurs propriétés de prévenir, guérir et rajeunir. La fréquentation favorable des stations thermales permet d'affirmer que cette propagande a porté ses fruits.

La *propagande scolastique* comportait deux séries d'annonces faisant ressortir l'importance de l'étude des langues pour la jeune génération. Elles parurent sous le slogan « Armez vos enfants pour la vie ».

Ces campagnes d'annonces ont été complétées par une importante *propagande rédactionnelle* dans toute la presse suisse à qui nous avons fourni une quantité d'articles et de clichés.

Nous saisissons cette occasion pour exprimer à notre presse nos remerciements et notre reconnaissance pour son active et efficace collaboration.

#### b) Revue « La Suisse ».

Notre revue mensuelle de voyages « La Suisse » est depuis longtemps déjà la lecture régulière du public voyageur et des millions de lecteurs apprécient cette publication récréative et instructive. Cet organe, rédigé avec un soin tout particulier, ne traite pas que de questions strictement touristiques, mais publie de nombreux articles d'intérêt artistique et culturel suisses. Elle remplit à l'étranger une mission importante, car elle fait partie du petit nombre de revues qui parviennent encore à franchir nos frontières et maintient ainsi le contact avec nos compatriotes et nos hôtes. C'est la raison pour laquelle notre revue est très demandée par nos agences, légations et consulats, ce qui nous a obligés à porter son tirage de 20.000 à 23.000 exemplaires par numéro.

Le numéro spécial « La Suisse, source de santé », mentionné dans notre précédent rapport annuel, a paru, entre

temps, en italien et a été ainsi diffusé en cinq langues. Les préparatifs pour un nouveau numéro spécial « La Suisse, terre classique de l'éducation », sont maintenant terminés.

#### *c) Service de presse.*

Le service de presse vert paraît chaque quinzaine. Il a pour complément mensuel une liste jaune des manifestations, éditée en allemand et en français. Nous avons créé, pour la région de langue italienne, un nouveau service de presse sous le titre « Piccola rassegna elvetica ». Les journaux et revues, les agences de voyages et les bureaux officiels de renseignements, les autres intéressés au tourisme reçoivent régulièrement notre service de presse et nous devons reconnaître que nos informations ont été largement diffusées dans la presse cette dernière année.

Un service de renseignements, attaché à notre service de presse, est chargé de la liquidation des multiples et très diverses questions qui lui sont posées.

#### *d) Distribution d'articles.*

Un grand nombre d'articles consacrés à certaines régions et stations, aux différentes saisons, aux nombreuses manifestations et aux questions artistiques et folkloriques, ont à nouveau été distribués, après multiplication, à des adresses choisies judicieusement parmi les différents organes de la presse.

#### *e) Presse étrangère.*

Depuis la guerre, les colonnes des journaux de la plupart des Etats européens sont consacrées aux nouvelles politiques et militaires. La place réservée autrefois aux communications touristiques de la Suisse a complètement disparu ou a été réduite au minimum. Nos agences s'efforcent, malgré tout, de maintenir leurs bonnes relations avec la presse ; notre représentant de New-York a particulièrement bien réussi dans ce domaine et distribué de très nombreux



articles et nouvelles de Suisse aux journaux et revues américains.

Notre Office a fait un effort spécial pour maintenir le contact avec les représentants de la presse étrangère en Suisse. Dans ce but, nous avons organisé en commun avec les Chemins de fer fédéraux pour les membres de l'Association de la presse étrangère en Suisse et d'autres journalistes étrangers trois voyages d'études au cours desquels nous avons pu montrer à nos hôtes le pays et le peuple, le commerce et l'industrie, et, ce qui n'est pas moins important, les institutions politiques de notre pays. Ces voyages ont suscité de nombreux articles et nous ont permis de resserrer nos relations avec les correspondants de la presse étrangère ; nous pensons donc les répéter.

### *3. Foires et expositions.*

La grande tâche nationale et les prestations de nos entreprises de transport nous ont incités à réaliser, dans le cadre du programme des expositions en Suisse, le thème : « Le rôle des entreprises suisses de transport dans notre économie nationale ». A quelques modifications près, ce même sujet a été traité à la Foire suisse d'échantillons, à Bâle (1<sup>er</sup>-11 mai), au Comptoir suisse, à Lausanne (11-26 sept.) et à la Fiera Svizzera di Lugano (2-17 octobre).

Nous avons montré, par textes et images, l'extension du réseau ferroviaire, les prestations des chemins de fer, des autos postales et de la navigation. Des chiffres, tirés des comptes d'exploitation et de construction, ont fait comprendre les difficultés toujours plus grandes que doivent surmonter nos entreprises de transport. Le public a beaucoup remarqué cet ensemble touristique composé de modèles, de cartes régionales en couleurs, de gravures et de photos. Par la projection de diapositives en couleurs, nous transportons les visiteurs de notre stand vers les multiples sites de notre pays, dont les inestimables beautés sont accessibles à tous grâce aux entreprises de transport.

La présentation des moyens de transport sur terre et sur eau a été complétée par une exposition d'aviation ouverte à Bâle, Lausanne, Locarno et Zurich. On y pouvait

voir le développement historique de la science aéronautique et des transports aériens, une évocation des pionniers et de leurs performances, le niveau actuel et les audacieux plans d'avenir de l'aviation. Le nombre total des visiteurs des quatre expositions (près de 215.000 personnes), ainsi que les nombreux comptes rendus de presse ont prouvé qu'une grande partie de notre population vouait un vif intérêt au trafic aérien.

Enfin, nous avons également participé à la 2<sup>e</sup> exposition de modèles réduits de chemins de fer, ouverte au printemps dans la ville fédérale.

Notre participation aux foires étrangères s'est limitée à celles de Plovdiv (26 avril-9 mai), de Valence (10-30 mai) et de Barcelone (10 juin-1<sup>er</sup> juillet) ; nous y avons surtout présenté du matériel de propagande et des diapositives en couleurs. Les grandes foires internationales d'Allemagne, de France, d'Italie, de Belgique, de Hollande, etc., victimes de la guerre, n'ont pas eu lieu. Une exposition de tourisme et d'art suisse, projetée à Rome, a subi le même sort.

L'Exposition suisse de Lisbonne (30 octobre-16 novembre), due à notre initiative et organisée avec l'Office suisse d'expansion commerciale, a projeté un rayon lumineux sur le sombre tableau des foires étrangères. Ce fut la plus réussie des manifestations suisses à l'étranger depuis le début de la guerre. Elle nous a rapprochés du Portugal, cet important pays d'échanges politiques et point d'attache de la flotte suisse de commerce, et de précieuses relations commerciales se sont nouées au cours de ces journées d'automne. Précisons qu'à l'occasion de cette exposition, 220 articles (en chiffres ronds) ont été publiés sur la Suisse dans l'importante presse portugaise, que près de 80.000 personnes ont visité l'exposition et que les plus hautes personnalités portugaises du Gouvernement, des affaires, de l'industrie et des transports nous ont accordé leur patronage. Nous pouvons donc certifier avec une réelle satisfaction que cette manifestation a rempli son but et que le renom de la Suisse a été solidement implanté au Portugal, en dépit des tragiques événements actuels.

Une autre manifestation, consacrée à la propagande culturelle, l'exposition suisse des livres à Stockholm (24 mai-2 juin), a également été organisée en collaboration avec l'Office suisse d'expansion commerciale.



#### 4. *Propagande par vitrines.*

La propagande par vitrines a compté environ 1200 décorations dans toutes les villes et principales localités de la Suisse.

Les 18 vitrines du Crédit suisse, sur la Bahnhofstrasse à Zurich, très remarquées du nombreux public de cette artère d'intense trafic, ont joué, une fois de plus, un rôle important. Une autre action par vitrines, combinaison de marchandises et de matériel touristique, s'est révélée efficace ; elle a été organisée, en été et en hiver, avec de grandes industries. Mentionnons, entre autres, les vitrines exécutées par la Société Nestlé S. A. à Vevey, Hamol S. A. à Zurich, Oscar Weber et Jelmoli à Zurich. Nous devons spécialement souligner le succès remporté par l'exposition faite dans les vitrines de la maison Oscar Weber, à la Bahnhofstrasse à Zurich, sur le thème : « Tous les Suisses à skis ». Des affiches placées à l'intérieur des magasins et une série d'annonces dans la presse zurichoise complétèrent cet ensemble de vitrines. De nombreuses banques zurichoises ont mis leurs vitrines à notre disposition et c'est pour nous un agréable devoir que d'exprimer ici nos vifs remerciements aux maisons qui ont accordé leur collaboration à notre action de propagande.

Une autre action encore : « La Suisse en huit images », pour laquelle nous avons fait confectionner, en 40 exemplaires, un montage spécial avec les cartes régionales bien connues d'Otto Müller. Notre service de vitrines, en collaboration avec l'Association suisse des stations thermales, fit également exécuter 30 décors de propagande en faveur des cures thermales.

A l'occasion de la Semaine suisse, une douzaine de vitrines spéciales, destinées à propager le bon souvenir de voyage suisse, furent exécutées à Berne. Cette action, très remarquée l'année précédente à Zurich, rencontra un accueil également favorable dans la ville fédérale.

Dans le cadre de notre propagande pour les villes, nous avons entrepris deux actions spéciales par vitrines en faveur des « Six grandes villes suisses » (Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Saint-Gall et Zurich). Cette campagne avait pour but d'encourager la visite de nos villes pendant

les mois d'automne et d'hiver, au cours desquels de nombreuses manifestations intellectuelles, artistiques et mondaines donnent une grande animation à la vie de nos cités.

La décoration des vitrines de nos agences a retenu, malgré la guerre, toute notre attention. Par des envois réguliers de matériel, nous les avons mises en mesure de maintenir vivant le souvenir de la Suisse.

Enfin, nous avons été obligés de compléter sans cesse et dans divers domaines notre matériel pour vitrines, la demande de décorations originales provenant des agences de voyages, bureaux de renseignements et du monde des affaires étant en constante augmentation.

## 5. *Affichage.*

Dans les rues et sur les places de nos villes et villages les plus animés, notre propagande s'est manifestée par un important affichage. Un réseau de riantes affiches en couleurs s'est étendu sur tout le pays, du Bodan au Léman et du Jura aux sommets qui marquent la frontière méridionale de notre patrie.

Une fraîche et vivante affiche de Heinrich Steiner, portant le slogan « Vacances, ô mes beaux jours », évoquait l'atmosphère des vacances estivales. Pour l'hiver, nous avons lancé le mot d'ordre « Tous les Suisses à skis ». Deux affiches, de conception très différente, ont été éditées dans ce but. L'une, sortie de l'atelier du graphiste Pfister, à Bâle, montrait de façon pittoresque un représentant de la vieille génération qui, malgré ses 60 ans, s'est mis en tête d'apprendre encore à skier. La seconde affiche, due au graphiste Falk, de Zurich, d'une remarquable exécution artistique, mettait au premier plan la jeunesse — deux skieuses portant leurs skis sur l'épaule. Cette affiche a été primée par la Commission fédérale des affiches et classée dans les 24 meilleures affiches de l'année. Le slogan d'hiver a remporté un vif succès et a été utilisé, avec toutes les variations possibles, à des fins commerciales et privées.

L'ampleur de l'affichage s'est maintenue dans le cadre habituel et portait sur 2200 emplacements environ.

*Last but not least*, il nous faut encore mentionner les emplacements très favorables pour groupe de trois affiches dans les principales gares, qui nous permettent d'atteindre constamment l'innombrable public voyageur.

## 6. Films.

### a) Production.

Le film sonore, 35 mm., *La Suisse, terre de guérison*, est une nouvelle bande, complément de programme, qui porte au loin, de façon saisissante, la renommée de notre pays et ses possibilités dans le domaine de la médecine, des sanatoria, des stations thermales, de la climatologie et de l'industrie pharmaceutique. Ce film remplit une mission utile, car il présente aux spectateurs et fait connaître à l'étranger les éléments de la Suisse qui guérit, en un moment où l'occasion nous est offerte de mettre nos œuvres humanitaires au service des victimes de la guerre. Un deuxième film, qui comble un vide dans ce domaine, *Les sources thermales de la Suisse*, est sur le point d'être achevé.

Pour compléter notre propagande culturelle, nous avons commencé la production d'une série de films sonores, 35 mm., « Trésors artistiques de la Suisse ». Sous ce titre, trois films ont été tournés jusqu'à présent :

*Valère, une église forte en Valais.*  
*Le Musée national de Zurich.*  
*L'Abbatiale de Payerne.*

Notre film de 35 mm. sonore, *Un peuple de skieurs*, a remporté un extraordinaire succès. La plupart des vues ont été prises l'année précédente pendant le cours des directeurs d'écoles de ski à Arosa, les camps de ski de jeunesse et le camp d'entraînement de notre équipe nationale de ski, ainsi que lors de la rencontre amicale Suède-Suisse à Engelberg, des Courses nationales de ski à Arosa et des Championnats de l'Armée à Adelboden. Le film démontre la formation technique de la méthode unifiée suisse et présente, combinées avec les vues choisies des

manifestations ci-dessus, de magnifiques descentes. La meilleure preuve que ce film a suscité un vif intérêt, c'est que plus de 100.000 personnes ont assisté aux représentations données en Suisse. A l'étranger, *Un peuple de skieurs* a été projeté jusqu'à présent au Portugal, en Espagne, en France, en Suède, en Hongrie, ainsi qu'en Turquie. En plus des versions allemande et française, une bande en langue anglaise est sortie dernièrement.

D'autres films ont été commencés en 1943, mais ne sont pas encore terminés. Ce sont : *Le Rhône*, une bande sonore 35 mm., longue de 400 m. ; *Jeunesse heureuse*, un film de propagande pour les instituts (16 mm.) ; *Santé et joie de vivre sur les montagnes suisses*, un film sur l'alpinisme (16 mm.) ; *Les chemins de fer de montagne*, en couleurs (16 mm.) ; *La flore alpestre suisse*, également un Agfa Color de 16 mm.

#### *b) Distribution des films de 16 mm.*

Par l'intermédiaire de notre représentant (Schmalfilmzentrale, Berne), 1239 prêts de films ont été faits en 1943 aux écoles, sociétés et particuliers. Nous évaluons à 25.000, en chiffres ronds, le nombre des spectateurs atteints par ce moyen. Notre catalogue de films substandards, contenant un choix de 144 sujets, a dû être réédité pour satisfaire aux nombreuses demandes.

### *7. Service photographique.*

Nos archives photographiques étant l'objet de sollicitations toujours plus nombreuses, nous avons décidé d'augmenter sensiblement notre stock de négatifs. Nous avons patronné trois concours du « Photo-Expert » de Bâle, vu la possibilité d'utiliser pour notre propagande le matériel de ces compétitions (Tessin, tournées de châteaux, sports et paysages d'hiver).

Enfin, nous avons également préparé une exposition de photographies que nous espérons réaliser au cours de cette année.

## 8. *Radio.*

Les informations touristiques hebdomadaires de l'O.C.S.T. nous ont permis de faire mention, avec à propos, des manifestations locales. L'heure, jusqu'ici défavorable, de ces émissions à Beromünster (07 h. 00) a été fixée à 12 h. 15, chaque vendredi. Une heureuse décision de la censure militaire a permis d'établir et de diffuser à nouveau le bulletin d'enneigement des C.F.F., comprenant 64 stations, avec l'indication de l'état de la neige.

Un concours d'idées, organisé en commun par l'O.C.S.T. et la Société suisse de radiodiffusion, a fourni 142 suggestions pour la propagande touristique radiophonique. Des prix ont été attribués à 40 réponses et tout le matériel est resté aux studios pour étude.

Au cours de cette année de nouveau, une série d'émissions touristiques ont été réalisées qui avaient pour sujets différentes régions et divers thèmes d'intérêt touristique.

A l'occasion du Congrès de l'Union internationale de Radiodiffusion, nous avons organisé, cet été, une excursion à Sion et au Gornergrat, qui laissa une forte impression à tous les participants.

## 9. *Conférences.*

En 1943, de nombreux conférenciers ont fait usage de nos textes et de nos diapositives. Notre catalogue de conférences est de plus en plus demandé. La collection de diapositives, continuellement améliorée et augmentée, spécialement en ce qui concerne les sujets en couleurs, est en mesure de satisfaire aux très nombreuses sollicitations. Le Cinéma scolaire à Berne, grâce à son excellente organisation, contribue pour une bonne part à la diffusion de nos films de 16 mm. et de nos séries de conférences. La Centrale suisse de projections lumineuses a eu recours, dans 146 cas, à nos séries de diapos.

Pour ce qui est de notre propre activité, mentionnons les exposés de notre Direction et de nos fonctionnaires aux cours professionnels d'information touristique notam-



ment, lors du congrès suisse des transports à Zurich, de diverses manifestations touristiques, etc. Des membres de notre personnel ont donné, dans un but d'information, des conférences au sein de diverses organisations locales et régionales de propagande, de l'hôtellerie, de cercles économiques, aux Rotary-Clubs, etc. Un grand nombre de conférences fut également consacré aux diverses questions de la navigation aérienne.

Avec l'accord des autorités militaires, notre service de conférences s'est étendu aux camps d'internés et de réfugiés. Elles ont pour but de faire connaître aux internés notre pays, son peuple et sa culture, d'éveiller et de renforcer leur compréhension envers le pays qui les hospitalise.

### *10. Les sports.*

Vu la grande importance des sports dans notre tourisme, il incombe à notre Office de prendre toute mesure susceptible d'en favoriser le développement.

En été, nous avons cherché à intensifier le cyclisme par une campagne d'annonces avec l'« Union vélocipédique suisse » et en collaborant au guide d'excursions de la maison Lumina S. A., de Zurich.

Nous avons édité un panonceau en faveur du tourisme pédestre, « Le pays entier au gré des sentiers », destiné aux magasins de sport et aux agences de voyages.

Par l'acquisition et la distribution d'un grand nombre d'imprimés de l'Association suisse de golf, nous avons soutenu les efforts faits en faveur de ce sport.

Dans le domaine de l'alpinisme, nous avons tenté de donner une nouvelle impulsion aux écoles d'alpinisme. Malheureusement, cette tentative n'a pas rencontré la compréhension voulue. Nous essayerons, malgré tout, de développer ces écoles, pour autant qu'elles remplissent correctement leur tâche. Pour la première fois cet été, nous avons publié, en liaison avec l'Association suisse des guides, une liste de tous les guides, avec leur âge et leur domicile ; cette liste fut mise à la disposition des agences de voyages, des bureaux officiels de renseignements et des sections du Club alpin suisse.



Nous avons également participé au cours central des moniteurs pour la construction de modèles de planeurs qui a eu lieu à Arosa.

Mentionnons également notre collaboration avec l'Association nationale suisse de culture physique en vue de développer l'action en faveur de l'insigne sportif suisse.

Les sports d'hiver ont le privilège d'influencer très fortement le mouvement touristique : Les écoles suisses de ski, qui se trouvent réunies en Association suisse des écoles de ski, constituent un grand attrait pour nos hôtes désireux d'acquérir une formation sportive du ski. Tenant compte de l'importance de cette institution pour notre tourisme hivernal, nous avons financé à nouveau, cette année, le cours des directeurs d'écoles suisses de ski, à la Petite Scheidegg, et soutenu, pendant tout l'hiver, par de nombreuses mesures de propagande, les écoles de ski.

Nous avons déjà relevé que les succès de notre équipe nationale de ski contribuent beaucoup à faire connaître la Suisse comme pays de sports d'hiver. C'est pourquoi nous avons alloué, cet hiver également, d'importants subsides à l'Association suisse des clubs de ski pour l'entraînement de notre équipe nationale. Le Ski-club académique suisse et le Ski-club suisse de dames ont également bénéficié de nos subventions.

Nous avons aussi promis un appui financier aux cours régionaux de perfectionnement des professeurs de ski et, ce faisant, apporté une importante contribution au développement du ski. Enfin, dans les villes, les cours de ski gratuits pour la jeunesse ont été organisés à nouveau et ont remporté un vif succès.

Notre action en faveur des sports d'hiver ne s'est pas limitée au ski. Nous avons aussi accordé notre appui à la Fédération suisse de hockey sur glace et au cours d'entraînement des professeurs de patinage.

En faveur du curling nous avons publié une brochure donnant tous renseignements sur ce sport aujourd'hui très apprécié.

Sur le plan international, l'activité sportive de nos skieurs fut, par suite de la guerre, à peu près nulle. Il a toutefois été possible de déléguer l'équipe nationale suisse de ski à une rencontre amicale en Suède, d'envoyer en Hongrie une délégation du Ski-club académique suisse.

En tant que délégation étrangère, il nous faut mentionner ici le camp de ski des étudiants turcs, auxquels nous avons accordé des facilités de transport.

## *11. Actions spéciales.*

La *propagande en faveur des stations thermales* s'est sensiblement développée au cours de ces dernières années et a pris, aujourd'hui, une place importante dans notre programme d'action. Grâce à nos bonnes relations avec l'Association suisse des stations thermales, nous avons entrepris, au cours de cette dernière année, une série d'actions vigoureuses.

Notons, tout d'abord, la campagne d'annonces « Prévenir, guérir, rajeunir », slogan utilisé pour nos vitrines thermales et pour un sceau postal largement diffusé par les plus importants bureaux de poste du pays.

Les expériences favorables faites avec la propagande par affiches nous ont engagé à continuer l'affichage dans les principales gares.

En commun avec l'Association, nous avons organisé un voyage d'études dans les stations thermales suisses pour les chefs d'agences O.C.S.T. momentanément repliés en Suisse. Nous avons pensé qu'un tel voyage serait un précieux appoint à la propagande thermique d'après-guerre. En effet, nos chefs d'agences à l'étranger ayant pris personnellement contact avec nos stations seront en mesure d'améliorer leur service de renseignements grâce aux constatations faites par eux-mêmes.

A l'intention des futurs médecins, nous avons organisé une expédition climatico-balnéologique en Engadine. Les étudiants en médecine de Zurich ont eu ainsi l'occasion d'apprendre à connaître cette importante région de sources thermales.

A chaque occasion, nous avons fait ressortir dans nos propres organes, à la radio, dans les conférences, etc., l'importance des stations thermales ; de plus, les prises de vues du film qui leur sera consacré ont commencé.

La guerre et ses désastreuses conséquences de tout genre ont provoqué une importante diminution des *grandes*

*manifestations* de notre pays. Quelques villes et stations se sont efforcées de sauvegarder leur pouvoir d'attraction en organisant, malgré tout, des représentations et des manifestations de qualité. Gstaad, Braunwald, Sils et Lucerne ont mis sur pied des manifestations musicales abondantes et choisies que nous avons soutenues par notre propagande.

En mars, la déjà traditionnelle Semaine suisse de la mode s'est ouverte à Zurich ; elle présentait les produits et les nouveautés des multiples branches de la mode. Nous avons également participé à cette manifestation, de même qu'à la « Quinzaine de l'élégance » à Genève.

Les *cours professionnels d'information touristique*, fort bien lancés, ont été repris du 1<sup>er</sup> au 7 novembre et ont remporté un remarquable succès avec 70 participants. Après les cours précédemment organisés à Zurich, Lausanne, Lucerne et Genève, qui ont réuni, en chiffres ronds 300 personnes des milieux touristiques et des agences de voyages, la nouvelle série de cours donnée récemment à Zurich fut, avant tout, consacrée à des répétitions et à des discussions. Cet essai a donné de réjouissants résultats. Le Congrès des transports de la « Maison suisse des Transports » suivait immédiatement nos cours, ce qui nous a permis de le rendre obligatoire pour les participants à nos cours. Les sujets traités dans les conférences et lors des discussions furent les suivants : Caractère de la neutralité et de la démocratie suisses ; l'élément personnel et la recherche des clients dans les agences de voyages ; la géographie touristique de la Suisse ; l'importance économique du tourisme ; les tarifs voyageurs des entreprises suisses de transport ; l'employé d'agence de voyages et la propagande : *a)* lettre de propagande, *b)* le prospectus, *c)* les annonces, *d)* l'affiche, *e)* les vitrines ; les stations thermales suisses ; la climatologie ; les services automobiles publics et le tourisme automobile ; l'éducation privée en Suisse ; l'hôtel suisse, son exploitation et sa politique des prix ; le rôle de l'employé d'agence de voyages comme organisateur et guide ; la composition d'un horaire ; les moyens d'information d'un employé d'agence de voyages ; l'alpinisme, les guides et les cabanes, le tourisme pédestre. Nous tenons à exprimer ici nos vifs remerciements aux conférenciers pour l'intérêt et l'actualité de leurs exposés.

Dans le cadre de la formation professionnelle des jeunes,

mentionnons aussi les efforts de l'Université Commerciale de Saint-Gall et de la section du tourisme de l'Ecole supérieure de commerce de Neuchâtel. Nous sommes représentés au comité de patronage de cette dernière, lui accordons notre appui et l'assistons de nos conseils.

Malgré la difficulté des voyages, nous avons eu le plaisir de recevoir quelques *hôtes étrangers*, notamment M. Fodor, directeur de l'Office slovaque du tourisme, M. Ramalho, directeur général des chemins de fer portugais et son chef d'exploitation, M. De Brion, le chef du ministère au Secrétariat d'Etat du tourisme à Berlin, Dr Mahls, ainsi que M. Corbu, directeur de l'Office roumain du tourisme.

Nous nous sommes mis également à la disposition du comte Folke Bernadotte, vice-président de la Croix-Rouge suédoise et président de la Nordisk Resebyran, qui a passé quelques jours en Suisse.

Enfin, pendant le séjour des délégations hongroises et slovaques, venues en Suisse pour des négociations économiques, nous avons organisé à leur intention des excursions au Pilate et au Jungfrauoch.

Comme action spéciale, indiquons encore l'ouverture d'un *concours d'idées pour affiches d'hiver* sur le thème « Tous les Suisses à skis ». 42 concurrents ont présenté 132 projets, dont une partie a déjà été utilisée dans nos annonces et nos affiches d'hiver.

Par l'acquisition d'un nombre important d'exemplaires, nous avons grandement facilité la publication de *l'étude du Prof. Dr Neergaard* sur l'équipement médical des stations suisses de cure.

Nous appuyons de la même manière *l'Académie suisse des sciences médicales*, en nous intéressant avant tout à la publication de ses travaux scientifiques.

Pour terminer, mentionnons encore notre participation à l'édition d'une *suite musicale* sur les lacs suisses, du compositeur Giovanni Iviglia, qui a déjà été diffusée avec succès par la radio.

## 12. Imprimés.

### a) Production.

	TIRAGE				
	allemand	français	italien	anglais	total
<b>A. Brochures, prospectus et autres imprimés</b>					
La Suisse en été 1943 . . . . .	10.000	5.000	—	—	15.000
La Suisse en hiver 1943/44 . . . . .	10.397	5.182	—	—	15.579
Guide de l'enseignement privé en Suisse, édition provisoire 1943 . . . . .	2.000	2 000	—	—	4.000
La Suisse, terre de guérison. . . . .	19.670	10.000	—	—	29.670
Le curling, sport suisse. . . . .	9.850	5.300	—	—	15.150
Itinéraires d'art en Suisse. . . . .	14.800	7.200	—	—	22.000
Catalogues de l'exposition de l'air					
Bâle « Le monde sans frontières ». . . . .	3.000	—	—	—	3.000
Lausanne « Les ailes de l'avenir ». . . . .	—	3.050	—	—	3.050
Zurich « Sur les routes mondiales de l'avenir ». . . . .	3.000	—	—	—	3.000
Dépliant des cours de langue Château-d'Ex-Champéry	5.000	—	—	—	5.000
Calendrier de l'O.C.S.T. 1944 . . . . .	2.000	2.000	—	1.000	5.000
Archives cours prof. d'information touristique					
III. Les transports et le tourisme . . . . .	1.800	—	—	—	1.800
II. Le tourisme dans l'Etat et l'économie. . . . .	1.824	—	—	—	1.824
Cartes régionales O.C.S.T., en quatre langues. . . . .	—	—	—	—	66.475
Planches en couleurs des costumes nationaux. . . . .	400	200	200	200	1.000
Planches en couleurs de la flore alpestre. . . . .	400	200	200	200	1.000
Encartage spécial en couleurs de « Das Werk » (Activités de l'O.C.S.T.) juillet 1943 . . . . .	5.000	—	—	—	5.000
Rapport annuel de l'O.C.S.T. 1942. . . . .	500	150	—	—	650
<b>Total, brochures, prospectus et autres imprimés. . .</b>	<b>89.641</b>	<b>40.282</b>	<b>400</b>	<b>1.400</b>	<b>198.198</b>

**B. Affiches**

	TIRAGE				
	allemand	français	italien	anglais	total
Affiche d'été « Vacances, ô mes beaux jours » . . .	2.250	760	220	—	3.230
» » » » » » » (blanco)	—	—	—	—	2.190
Affiches d'hiver « Tous les Suisses à skis » (Pfister).	1.422	465	154	—	2.041
» » » » » » » (Falk).	2.020	628	—	—	2.648
Panonceau « Le pays entier au gré des sentiers », en trois langues (allemand, français, italien) . . . . .	—	—	—	—	3.000
Panonceau « Vacances, l'élixir de santé » . . . . .	1.500	500	—	—	2.000
Affiche petit format école de ski (blanco) . . . . .	—	—	—	—	4.300
Affiche, motif école de ski (blanco) . . . . .	—	—	—	—	5.200
Affiche école de ski : Texte général . . . . .	300	250	—	—	550
Affiche école de ski : Test. . . . .	500	150	—	—	650
Total des affiches . . . . .	7.992	2.753	374	—	25.809

**Récapitulation de la production globale de l'O.C.S.T.  
en imprimés.**

A. Brochures, prospectus et autres imprimés. . . . .	89.641	40.282	400	1.400	198.198
B. Affiches. . . . .	7.992	2.753	374	—	25.809
C. Revue O.C.S.T. « La Suisse ». . . . .	—	—	—	—	245.500
D. Service de presse . . . . .	36.850	20.000	—	—	56.850
E. Liste des manifestations . . . . .	9.500	4.700	—	—	14.200
Total général . . . . .	143.983	67.735	774	1.400	540.557



Les tableaux qui précèdent donnent de plus amples précisions sur notre production d'imprimés en 1943. Nous désirons cependant nous étendre un peu sur quelques-uns d'entre eux :

La brochure « La Suisse, terre de guérison », a paru tout d'abord en allemand et en français. D'autres éditions en italien, anglais, hollandais, espagnol, suédois et portugais suivront. De même que le numéro spécial de notre revue « La Suisse » sur le même sujet, les importants tirages de cette brochure sont spécialement réservés pour l'après-guerre et destinés à mieux faire connaître à l'étranger les propriétés de notre climat, les installations médicales de la Suisse, etc.

La brochure « Itinéraires d'art en Suisse » présente de façon objective et concise les plus importants trésors artistiques de nos localités et nos monuments. Elle est tirée d'un manuscrit de feu M. Hans Jenny, spécialiste de l'histoire de l'art ; le Prof. Dr Linus Birchler s'est chargé de l'adaptation de ce travail à l'impression. Deux éditions, l'une en allemand et l'autre en français, ont paru jusqu'à présent ; une traduction italienne est en préparation. Cette brochure, très demandée par les libraires et les agences de voyages, est une nouvelle contribution au domaine de la propagande culturelle. Nous avons fourni à la revue « Werk », pour son numéro de juillet, des encartages de couleur qui, par leurs textes et leurs illustrations, donnent une idée des activités de l'O.C.S.T. et spécialement de sa production d'imprimés.

Signalons enfin que nous avons collaboré à une brochure « Souvenir de la Suisse, pays des quatre langues », éditée par l'Association Bel Ricordo, qui tend avant tout à développer le goût des souvenirs de voyages de qualité.

#### *b) Distribution des imprimés et du matériel.*

La distribution du matériel s'est maintenue dans les limites habituelles. Une grosse quantité de prospectus a été utilisée pour les foires de Bâle, Lausanne et Lugano. Signalons, de la part des agences de voyages et de nombreux particuliers, un grand nombre de demandes de prospectus des stations thermales. La distribution d'affiches dans le

monde des affaires s'est notablement augmentée, les commerçants ayant manifesté un intérêt accru pour notre matériel.

Par suite des croissantes difficultés de transport, les livraisons à nos agences à l'étranger et aux représentations consulaires ont été limitées à de petits envois. Des expéditions plus importantes, en caisses, parviennent encore en Amérique du Sud, en Amérique du Nord et au Portugal. La demande en bonnes affiches de tourisme, émanant des consulats d'outre-mer est toujours importante et nous nous sommes efforcés d'y donner suite afin de maintenir dans toute la mesure du possible le contact avec ces bureaux de distribution.

Les chiffres ci-après illustrent l'activité de notre service de distribution du matériel :

a) *Entrées du matériel de propagande des régions, en 1943 :*

1. Brochures et prospectus . .	85.340 ex.
2. Affiches . . . . .	10.148 ex.

b) *Sorties :*

1. Caisses . . . . .	426
2. Colis postaux . . . . .	2.260
3. Paquets d'imprimés . . .	7.725

### III. Activité du Siège auxiliaire de Lausanne

Les cadres du S.A.L. sont temporairement complétés par MM. S. Blaser, chef de l'Agence de Paris, et A. Berguer, chef de l'Agence de Bruxelles.

Toute la propagande en faveur des études et de l'éducation, pour la Suisse entière, incombe aux soins du S.A.L. Cette activité spéciale du S.A.L., dont le programme pour 1943 a été arrêté au cours d'une conférence tenue au début