

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office central suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office central suisse du tourisme  
**Band:** 6 (1946)  
  
**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:** 02.02.2026

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

## II. Propagande

### *1. Relations avec les autorités, les milieux touristiques et d'autres organisations*

Bien que, au cours de l'exercice, nous ayons déployé notre activité surtout au dehors, nous avons entretenu des relations extrêmement serrées avec les autorités fédérales, ainsi qu'avec de nombreux milieux représentant les intérêts du tourisme, de l'économie et de la culture.

Nous relevons avec une satisfaction particulière que M. Enrico Celio, conseiller fédéral, chef du Département des postes et des chemins de fer, a continué à nous témoigner sa pleine compréhension et a soutenu très activement nos efforts. Aussi voudrions-nous exprimer ici notre vive gratitude à l'Homme d'Etat responsable des intérêts touristiques du pays. Nous remercions aussi l'Office fédéral des transports, son directeur, M. Raphaël Cottier et ses collaborateurs de la division du tourisme, pour le gros travail qu'ils ont fourni. Le Département politique fédéral, quant à lui, a mis toute la bonne volonté que nous lui connaissons à établir pour nous les contacts nécessaires avec les services diplomatiques et consulaires à l'étranger, qui soutiennent avec dévouement notre effort touristique.

Nous avons aussi entretenu des rapports suivis avec les entreprises et institutions qui ont des intérêts dans le mouvement touristique: les entreprises de transport, les Chemins de fer fédéraux, les compagnies privées de chemin de fer et de navigation, la Division des automobiles de la Direction Générale des PTT, la Société suisse des hôteliers, la Fédération suisse du tourisme, l'Association suisse des directeurs de syndicats d'initiative, la Caisse suisse de voyages, l'Association des six grandes villes suisses, le Skål-Club, l'Association de la Maison suisse du tourisme, l'Automobile-Club de Suisse,

le Touring-Club suisse, l'Association suisse des stations thermales, la Société suisse de balnéologie et de climatologie, l'Association suisse des stations climatiques et d'altitude, l'Association suisse des agences de voyages et l'Association suisse de l'enseignement privé.

Nous avons eu de nombreuses occasions de travailler en commun avec les organisations économiques, ainsi que, en ce qui concerne les foires et les expositions, avec l'Office suisse d'expansion commerciale, et de traiter des problèmes de propagande générale avec la commission centrale des organisations suisses de propagande et l'Association suisse de publicité. Nous avons traité des questions culturelles et scientifiques avec Pro Helvetia, le Secrétariat des Suisses à l'étranger de la Nouvelle Société helvétique, l'Institut de recherches scientifiques pour le tourisme de l'Université de Berne, le Séminaire touristique de l'Ecole de hautes études économiques et commerciales de Saint-Gall, l'Institut suisse de projections lumineuses, l'Association « Bel ricordo » et diverses autres sociétés qui s'occupent d'entretenir des relations culturelles et scientifiques avec l'étranger.

Dans le domaine de la radio, nous mentionnerons la Société suisse de radiodiffusion et ses studios, ainsi que l'Union internationale de radiodiffusion. Etant donné la grande importance du sport pour notre propagande, nous avons resserré encore nos rapports avec les organisations sportives, parmi lesquelles nous citerons l'Association suisse des clubs de ski, l'Association suisse des écoles de ski, le Ski-Club of Great Britain, le Ski-Club académique suisse et le Ski-Club de dames, l'Association suisse des professeurs de patinage, l'Aéro-Club de Suisse et le Club alpin suisse, enfin l'Association suisse de tourisme pédestre, l'Association suisse de tennis, l'Association suisse de golf, etc.

Pour développer nos contacts avec les intéressés suisses au trafic, nous avons organisé à Zurich, du 26 au 31 août 1946, une conférence des chefs de nos agences avec les représentants de l'Office fédéral des transports, de la Police fédérale des étrangers, des Chemins de fer fédéraux de la section de l'automobile des PTT, de la Swissair, de l'Automobile-Club et du Touring-Club suisse, de l'hôtellerie, des régions touristiques, des directeurs de syndicats d'initiative, de l'Association suisse des stations thermales. Cette réunion a permis de pro-

céder à un échange de vues, qui sera fécond en résultats, au sujet de la propagande actuelle et future, ainsi que de la politique touristique suisse en général.

La reprise très nette des relations internationales se traduit par les innombrables visites que font à notre Direction des personnalités de tous pays, journalistes étrangers, délégués d'organisations et de bureaux de voyage, spécialistes du tourisme, médecins, hôteliers, représentants de légations, de consulats, de représentations commerciales et d'agences, auxquels nous avons accordé notre appui et avec lesquels nous avons aussi discuté des possibilités de collaboration.

## *2. La propagande par la presse*

### *a) Annonces*

Au cours de l'exercice de 1946, nous avons renoncé à lancer d'importantes campagnes d'annonces, pour ne publier que des communiqués dans quelques grandes revues et des éditions spéciales.

En revanche, nous avons de nouveau vigoureusement soutenu la propagande régionale. Pour la réclame d'hiver, nous avons fait publier 300 annonces dans les quotidiens et 32 dans des périodiques; pour le printemps, 126 dans les quotidiens et 2 dans des périodiques; pour l'été, 447 dans des quotidiens et 3 dans des périodiques et pour l'automne, 82 dans des quotidiens et 1 dans un périodique. Pour la publicité dans les villes, nous avons fait paraître 7 annonces dans les quotidiens, et pour la propagande en faveur des stations thermales, 24 annonces dans des revues. Pour l'ensemble de nos annonces, la dépense a été de 100 000 fr. environ.

### *b) La revue « La Suisse »*

Notre revue mensuelle « La Suisse », si appréciée d'innombrables voyageurs des Chemins de fer fédéraux et des chemins de fer privés, a eu tous nos soins. Mise à disposition du public dans les trains, dans les salles d'attente, dans de nombreux hôtels, etc., elle est lue aussi dans les avions de quelques-unes des lignes aériennes qui touchent la Suisse. Elle y trouve le meilleur accueil. Les douze éditions



ont été tirées à 21 700 exemplaires en moyenne. La présentation de la plupart des pages de couverture, en couleurs, a été confiée à des artistes connus de chez nous. Rappelons les deux vues citadines, dues au talent de H. Eidenbenz, qui, sous le titre « Les belles villes suisses » constituent les premières réussites d'une nouvelle série. L'intérieur a été consacré, comme toujours, à des reportages et à des articles sur des événements touristiques intéressants, ainsi qu'aux arts et à la littérature qui trouvent large place dans nos publications. C'est ainsi que le numéro de janvier a traité de la vie et de l'œuvre de Pestalozzi, dont la Suisse fêtait le deuxième centenaire. Le numéro d'avril était voué à la protection des sites et de la nature en Suisse.

Outre les éditions mensuelles, dont un grand nombre d'exemplaires ont aussi été distribués à l'étranger par les soins de nos agences, des légations et des consulats, nous avons fait paraître, au printemps, en été et au début de l'hiver, des éditions spéciales pour l'étranger, dans une version française et anglaise, et une version espagnole et portugaise. Ces numéros ont été largement répandus en Europe et outre-mer. Pour une part, les vues étaient celles de l'édition interne, mais, pour le reste, l'illustration avait été conçue selon une nouvelle formule adaptée au goût des lecteurs étrangers, auxquels elle était destinée. A l'avenir, les deux éditions se ressembleront plus que par le passé, en ce sens que l'édition destinée à la Suisse contiendra aussi des indications et des renseignements intéressants en premier lieu les touristes étrangers.

A titre de contribution au deuxième centenaire de Pestalozzi, nous avons publié, en 8000 exemplaires, sous le titre « La Suisse, terre classique de l'éducation », un fascicule spécial de 72 pages, en langue française, qui a obtenu un vif succès.

### *c) Service de presse*

Le service de presse vert a paru sous sa forme habituelle, deux fois par mois, en allemand et en français. Jusqu'à la fin de l'année, nous y avons joint, à l'intention de l'étranger, une feuille « Renseignements complémentaires », de plusieurs pages. De plus, nous avons continué à publier le bulletin italien sous le titre « Piccola ras-

segna elvetica ». Les informations très variées que nous avons publiées dans ces divers bulletins — et auxquels nous avons joint, comme les années précédentes, la liste mensuelle jaune des manifestations — ont été très appréciées de ceux qui les ont reçues, et largement répandues, ainsi que le prouvent de nombreux témoignages que nous avons reçus. Pour des raisons d'économie, nous avons dû renoncer à la publication du bulletin de presse vert. Il a fallu ce sacrifice pour que nous nous rendions compte de la valeur de ce service de presse. Depuis qu'il a été supprimé, nous avons reçu beaucoup de lettres exprimant surprise et regret. Nombreuses sont les personnes, les rédactions de journaux et les bureaux de voyage qui nous ont demandé de leur envoyer, en lieu et place, le service de presse pour l'étranger, que nous avons fait paraître pour la première fois à la fin de l'année, et qui, maintenant, paraît aussi deux fois par mois, en français et en anglais. Notre section de presse à Zurich comme notre siège auxiliaire de Lausanne y vouent le plus grand soin. Comme ce bulletin est imprimé à Lausanne, c'est notre bureau de cette ville qui s'occupe de la rédaction, des traductions et de la correction des épreuves. La liste des manifestations, de même que la « Piccola rassegna elvetica » continuent à paraître.

#### *d) Bulletin OCST/Service de renseignements*

Le bulletin, qui paraît à des intervalles irréguliers et contient des informations d'actualité telles que les rapports de situation rédigés régulièrement par les agences, a paru trois fois durant l'exercice. A l'avenir, il sera fort utile comme organe de liaison avec les milieux touristiques suisses.

Depuis la fin de la guerre, le service de renseignements, qui est assuré en partie par la section de presse et en partie par la section des moyens de transport et de la statistique, s'est considérablement développé depuis la fin de la guerre. Il s'occupe de répondre aux questions qui nous sont posées de vive voix, tous les jours, de l'intérieur de la Suisse, et surtout de répondre par écrit aux demandes de l'étranger, toujours plus nombreuses. Ces demandes sont conçues de telle sorte que nous ne pouvons pas y satisfaire en en-

voyant simplement un prospectus ou une liste d'adresses. Elles n'ont plus, comme avant la guerre, un caractère purement touristique et ne se limitent pas aux hôtels, aux restaurants, aux transports et aux excursions. Elles vont bien au delà. On s'informe d'autres questions: de passeports et de visas, de la douane, du rationnement, du droit de séjour et de naturalisation, d'argent et de devises, de métier et d'éducation, de traitements des maladies de toutes sortes, de sport, de climatologie, de mouvements de jeunesse, d'ethnologie, de musées, d'art, de théâtre, de musique, de littérature, de sociologie, de politique, de problèmes constitutionnels, de géographie, de statistique, etc. Les questions posées sont d'une telle variété que, pour y répondre, de nombreuses recherches sont nécessaires, qui prennent beaucoup de temps, et nous devons parfois consulter des spécialistes.

Pour faciliter à nos offices extérieurs la diffusion des renseignements, nous publions maintenant, pour l'usage interne, et suivant les besoins, des « Informations touristiques », qui contiennent, sur des feuilles isolées, en allemand et en français, des renseignements sur les domaines suivants: chemins de fer, routes avions, bateaux, tarifs, éducation; prescriptions d'entrée et de sortie, moyens de paiement, statistique, médecine, etc. Nos « Informations touristiques » sont envoyées, en une centaine d'exemplaires, à toutes les agences, et à 35 légations et consulats possédant un service de renseignements touristiques. Pendant l'exercice, nous avons rassemblé environ 200 « informations ».

#### *e) Presse étrangère*

Au fur et à mesure des publications, nous avons fourni nos bulletins de renseignements et notre matériel de propagande aux correspondants en Suisse des journaux, périodiques et agences de l'étranger. Nous leur avons aussi facilité, dans la mesure du possible, les voyages qu'ils devaient faire pour rendre compte des événements nationaux et internationaux dont notre pays était le théâtre. Nous avons entretenu des rapports agréables et féconds avec l'Association de la presse étrangère en Suisse, dont la présidence et le secrétariat ont maintenant leur siège à Berne.

Du 1<sup>er</sup> au 13 juin, nous avons organisé un voyage en Suisse pour une douzaine de journalistes américains qui avaient assisté au procès de Nuremberg. Notre Office avait assumé la responsabilité touristique de cette tournée. Ce nous fut une nouvelle occasion de constater que ces sortes de voyages en groupe comportent de sérieux inconvénients. C'est le voyage d'études individuel qui nous paraît être la bonne formule. Aussi avons-nous apporté tous nos soins à des voyages isolés de journalistes. Durant l'exercice, nous avons reçu dans nos bureaux plus de cent rédacteurs, hommes de lettres, reporters et photographes étrangers. Nous les avons aidés dans leur tâche en leur donnant tous les renseignements voulus, en leur faisant accorder des facilités de transport et en les introduisant auprès des organisations touristiques. En contre-partie, ces voyageurs ont publié sur notre pays des articles et des reportages dont nous avons lieu d'être très satisfaits. Certains reportages même étaient tout à fait remarquables. Nous avons tout spécialement accordé notre appui aux écrivains qui avaient l'intention de publier un livre sur la Suisse.

### *3. Expositions et foires*

#### *a) Etranger*

L'année 1946 s'est caractérisée par une extension de notre réclame à l'étranger, particulièrement dans le domaine des expositions. Pour les foires de l'étranger, notre effort a plus que doublé celui de 1945. L'OCST a pris part, durant l'exercice, aux foires internationales que voici:

Utrecht du 2 au 11 avril	Stockholm du 24 août au 1 <sup>er</sup> septembre
Lyon du 27 avril au 5 mai	Milan du 12 au 27 septembre
Paris du 25 mai au 10 juin	Prague du 15 au 22 septembre
Barcelone du 10 au 25 juin	Vienne du 6 au 13 octobre

Signalons encore, comme manifestation spéciale, l'exposition suisse des architectes, à Londres, qui a duré du 19 au 26 octobre.

*Foire d'Utrecht, du 2 au 11 avril 1946.* Nous nous sommes occupés avec le plus grand soin de cette première foire d'après-guerre en Hollande. Notre stand de renseignements se trouvait au centre d'une petite halle que nous avons aménagée à l'aide de beaux graphiques

pour la propagande en faveur de la Suisse, pays de détente, de repos et d'étude, et en faveur des moyens de transport modernes. Dans une salle de cinéma de 30 places assises, nous avons montré nos films les plus récents, qui ont obtenu un vif succès.

*Foire de Lyon, du 27 avril au 5 mai 1946.* A cette foire, nous disposions également d'une petite halle, dans laquelle, à l'aide de deux appareils de projection, nous avons montré de belles diapositives en couleurs, groupées par thèmes. Ces représentations ont beaucoup plu aux spectateurs, extrêmement nombreux. Des agrandissements photographiques, des lithographies en couleurs et des images nous ont permis de présenter la Suisse, pays du tourisme et des vacances. Un service de renseignements touristiques a été mis sur pied et il a eu fort à faire.

*Foire de Paris, du 25 mai au 10 juin 1946.* Comme en 1945, nous avons participé à cette foire. Nous disposions de nouveau d'une salle de cinéma de 30 places assises, qui a été bien fréquentée durant toute la foire. Nous y avons projeté nos nouveaux films. Nous avons aménagé aussi un vaste panorama de 4 m, avec chemins de fer en activité. La Suisse s'y trouvait représentée dans son ensemble, comme centre touristique. Des photographies spécialement choisies attiraient l'attention des visiteurs qui, de plus, trouvaient au stand des renseignements, toute la documentation voulue.

*Foire de Barcelone, du 10 au 25 juin 1946.* En 1946, notre participation à la foire de Barcelone a été beaucoup plus importante qu'en 1945. Dans une section de tourisme que nous nous étions réservée en propre, à l'aide de grands montages photographiques avec fond en couleurs, nous avons présenté la Suisse en tant que centre sportif de l'Europe, où les écoles et institutions sont renommées, les chemins de fer confortables et les vacances agréables. Nous y avons aussi un stand de renseignements. Les visiteurs espagnols se sont montrés vivement intéressés par notre exposition.

*Foire de Saint-Erik à Stockholm, du 24 août au 1<sup>er</sup> septembre 1946.* Cette foire a été visitée par 200 000 personnes, dont 70 000 venues de toutes les parties de l'Europe, ce qui représente une



augmentation de 55 % par rapport à 1945. L'OCST a également participé à cette manifestation. Notre stand était principalement décoré d'originaux de Carigiet, reproduisant toutes les régions touristiques du pays. Le panorama principal était constitué par la nouvelle peinture murale de Carigiet qui fut exposée pour la première fois ce printemps dans le nouveau vestibule de la Foire de Bâle. La décoration était complétée par des agrandissements photographiques des paysages, montagnes, lacs, coutumes et populations les plus typiques de la Suisse. Les tableaux en couleurs des costumes nationaux ont été très admirés des visiteurs. Notre service de renseignements à la foire eut constamment beaucoup à faire.

*Foire de Milan, du 12 au 27 septembre 1946.* En dépit de la situation dans laquelle se trouve l'Italie, nous n'avons pas pu renoncer à prendre part à la première foire d'après-guerre de Milan. Notre emplacement consistait en une paroi de treize mètres, le long du pavillon suisse qui n'était pas très grand, mais en revanche fort bien aménagé. Notre décoration était exclusivement consacrée à la propagande d'hiver, et destinée à montrer aux visiteurs qu'il pouvaient, de Milan, atteindre en quelques heures les stations suisses de sports d'hiver. Nous avons surtout exposé des photographies de grandes dimensions et des affiches.

*Prague et Vienne, du 15 au 22 septembre et du 6 au 13 octobre 1946.* En utilisant le même matériel, adapté seulement aux conditions locales différentes, nous avons pour la première fois eu l'occasion de participer à ces deux foires, dans une mesure restreinte, il est vrai. Nous avons notamment présenté, par thèmes, une exposition d'affiches suisses. A cet effet, nous nous sommes servis de 45 projets d'affiches tirés de concours organisés entre affichistes suisses. Notre stand comprenait également un service de renseignements.

*Exposition d'architecture suisse à Londres, du 19 septembre au 26 octobre 1946.* Cette exposition qui a eu lieu dans les locaux du « Royal Institute of British Architects » de Londres, bénéficiait du patronage de hautes personnalités britanniques, ainsi que du côté suisse, de celui de M. le Conseiller fédéral Etter, du ministre Ruegger, etc. Indirectement, cette exposition d'architecture a revêtu un carac-



tère touristique, en ce sens que l'exposition comprenait nécessairement des dessins, des plans et des modèles de paysages, de sites, de villes, d'instituts, d'hôtels, de restaurants suisses, etc. Un catalogue illustré, intitulé « Switzerland Planning and Building Exhibition » avait été spécialement édité à cette occasion.

*Des expositions suisses d'affiches* ont eu lieu en 1946 dans les villes suivantes: Florence, Amsterdam, Jérusalem, Alexandrie, Paris, La Haye, Olomouc, Trondhjem. Certaines de ces expositions ne comprenaient que des affiches de caractère touristique, d'autres en revanche montraient des affiches concernant les domaines les plus divers: arts, musique, commerce, industrie, manifestations nationales, bienfaisance, bataille des champs, etc. De toute façon, ces expositions d'affiches constituent une excellente réclame touristique.

#### *b) En Suisse*

L'OCST a pris part aux quatre foires suisses reconnues officiellement:

Foire d'échantillons de Bâle, du 4 au 14 mai

Comptoir suisse de Lausanne, du 7 au 22 septembre

Foire de Lugano, du 28 septembre au 13 octobre

Olma, St-Gall, du 9 au 20 octobre.

*Foire d'échantillons de Bâle, du 4 au 14 mai 1946.* Comme autrefois, notre stand se trouvait placé dans la halle aux colonnes. Sous le titre « La Suisse, pays idéal des vacances », nous avons donné aux visiteurs une idée générale de la Suisse touristique et des sites qu'elle offre aux voyageurs. A cette occasion, pour la première fois, nous avons pu présenter les neuf lithographies en couleurs d'Aloïs Carigiet, consacrées à toutes les régions du pays. Nous avons aussi aménagé spécialement une partie du stand pour faire de la réclame en faveur des postes alpestres, des routes de montagne et des eaux thermales. Un diorama circulaire de 4 mètres de diamètre, représentant la Suisse estivale, retenait le regard au centre de notre stand, dont la décoration était complétée par huit évocations en grandeur naturelle, des costumes nationaux. Le pavillon de l'OCST donnait une impression

d'élégance et de gaité qui aura obtenu l'effet escompté: créer une atmosphère de vacances et inciter au séjour dans les montagnes et sur les rives des lacs.

Le stand de renseignements touristiques que nous avons en commun avec les Chemins de fer fédéraux, dans le vestibule de la foire, a pris cette année un nouvel aspect. Il est orné notamment d'une grande fresque d'Aloïs Carigiet, de 4,8 m sur 2 m, qui offre une synthèse de la Suisse touristique et des principaux moyens de transport.

*Comptoir suisse de Lausanne, du 7 au 22 septembre 1946.* Cette fois-ci, notre stand n'était pas situé à l'endroit habituel. Nous avons trouvé place pour la première fois dans l'exposition franco-suisse, organisée sous le titre de « Foire rhodanienne ». Partant du glacier du Rhône, nous avons mis en valeur, par une série de photographies appropriées, les principales contrées que baigne ce fleuve. Le cours du Rhône sur territoire français était présenté par les organisations touristiques intéressées. Des sujets de folklore et des souvenirs de voyages complétaient, d'une façon très vivante, notre exposition. Sous le titre « La Suisse, mère des grands fleuves », nous avons présenté d'une manière analogue, en partant des cours d'eau qui prennent leur source dans le massif du Saint-Gothard, les autres parties de la Suisse. La verdure, les parterres de fleurs donnaient à notre stand un cachet spécial, d'un très bel effet. Nous avons également installé un bureau de renseignements.

*Foire de Lugano, du 28 septembre au 13 octobre 1946.* En utilisant des agrandissements photographiques que nous possédions déjà, et des œuvres de Carigiet, nous avons pu offrir aux nombreux visiteurs, dans notre propre pavillon, une image de la Suisse comme pays de vacances, c'est-à-dire des neuf régions touristiques du pays. Six grands tableaux graphiques en couleurs claires, et d'une facture grandiose, conféraient à notre pavillon l'ambiance voulue, accentuée encore par la fraîcheur émanant des plates-bandes aménagées le long des parois. Enfin, le plafond en forme de baldaquin donnait à l'ensemble quelque chose d'intime. Là non plus, le bureau de renseignements touristiques ne manquait pas.

*Olma, Saint-Gall, du 9 au 20 octobre 1946.* Pour la première fois, nous avons aussi participé à la foire de St-Gall. D'entente avec les CFF, nous y avons installé un bureau de renseignements. Une paroi longue de 15 mètres portait des textes, des agrandissements photographiques et des ornements en couleurs exaltant les beautés de la Suisse, pays de vacances, et mettant l'accent sur les voyages en chemin de fer.

Nous mentionnerons, en outre, comme manifestation spéciale, *l'exposition sur l'activité de l'OCST*, qui a eu lieu le 3 décembre à la Maison des congrès de Zurich, à l'occasion de l'Assemblée générale de la Société suisse des hôteliers.

#### *4. Propagande par la vitrine*

##### *a) A l'étranger*

Au cours de l'exercice, les transports internationaux se sont améliorés. Aussi avons-nous pu envoyer à nos agences à l'étranger du matériel d'exposition destiné à la réclame par les vitrines. Nous leur avons fait parvenir notamment des décorations toutes prêtes. Nous avons utilisé, à cet effet, des images découpées et des silhouettes dont nous avons fait usage les années précédentes pour la réclame interne; nous avons complété ces ornements par de nouveaux éléments de décoration. Nos agences ont reçu, de même, des décors aménagés pour la propagande en faveur des stations thermales. Notre service photographique a continué à fournir de nombreuses séries de vues (30/30 et 60/60 cm.), se rapportant aux thèmes les plus divers. Pour que les agences puissent les exposer dans de bonnes conditions et arranger convenablement les devantures, nous leur avons fourni des cadres métalliques passe-partout. Nous voudrions ajouter que nous avons envoyé à nos agences des séries complètes des neuf panneaux de Carigiet consacrés à toutes les régions du pays. Ces panneaux se prêtent fort bien à la réclame dans les vitrines, comme à la décoration intérieure. Nous avons aussi pu remettre aux agences un plus grand nombre d'affiches, de reproductions et d'imprimés de tous genres et en couleurs.

## *b) En Suisse*

A l'intérieur de la Suisse, nous avons concentré notre réclame par la vitrine sur les bureaux de voyages, les banques et les grands magasins. D'innombrables entreprises et magasins ont collaboré avec zèle à cette forme de propagande. Aux bureaux de voyages, nous avons surtout fourni des décorations pour la propagande de printemps, d'été, d'automne et d'hiver, ainsi que des dessins découpés consacrés aux stations thermales. Parmi nos campagnes spéciales, nous mentionnerons celle que nous avons faite dans les vitrines du Crédit suisse à la Bahnhofstrasse à Zurich. Cet établissement a mis à notre disposition 16 vitrines du 15 juin au 15 août pour la campagne d'été, et du 15 décembre au 15 février pour celle d'hiver.

Nous avons également confectionné des décorations spéciales en faveur de l'école et de l'éducation (homes d'enfants et instituts privés) ainsi que des moyens de transport et des villes suisses. Dans la grande vitrine tournante de la gare principale de Zurich, nous avons eu l'occasion de faire de la réclame en changeant le sujet tous les mois, pour les neuf régions touristiques de la Suisse. A la porte d'entrée de cette vitrine tournante, nous avons placé des décorations consacrées à l'exploitation du chemin de fer, aux vacances de printemps, aux stations balnéaires, aux postes alpestres, aux villes suisses et aux écoles de ski.

## *5. Affiches*

De tout temps, l'OCST a voué le plus grand soin aux affiches. La renommée des affiches suisses, de bonne qualité et de style moderne, est certainement due, en partie, à l'effort de l'OCST.

Notre production d'affiches de 1946 est issue entièrement des concours d'idées que nous avons organisés ces deux dernières années, et auxquels ont pris part un très grand nombre d'affichistes suisses. Nous avons fait faire une affiche pour chacune des saisons de printemps, d'été et d'hiver. Afin de pouvoir les utiliser en même temps à l'étranger, où notre réclame prend toujours plus d'ampleur, nous avons fait tirer toutes nos affiches dans le format anglais:

64 sur 102 cm. Ce format convient mieux en ce moment pour l'envoi à l'étranger et aussi pour l'exposition en vitrine.

Au printemps, nous avons fait exécuter une affiche de Hans Aeschbach, qui montre un canard en plein vol au milieu d'un paysage lacustre. Cette œuvre gaie et aux contours nettement tracés, a été répandue dans toute la Suisse sous le titre « Voyages de printemps ». L'affiche pour l'été a été conçue par Edmond Welf. Elle montre un solide viaduc de chemin de fer, avec, comme arrière-fond, un paysage de montagne. Les couleurs sont claires et le tout a belle allure. Cette affiche a également été placardée dans toute la Suisse sous le titre « Voyages d'été ». Pour utiliser entièrement la superficie du format mondial, nous avons ajouté au bas de l'affiche sur une bande blanche, un texte approprié à chaque région. Les affiches sont restées exposées au printemps et en été durant deux à trois semaines. De plus, nous en avons livré un grand nombre aux chemins de fer, pour qu'ils les placent dans les gares. L'affiche d'hiver composée par Hellinger, n'a été confectionnée qu'en vue de la propagande à l'étranger. Elle représente une partie de ski en montagne et fait une grosse impression. Un couple de skieurs en pleine ascension reçoit les rayons du soleil matinal qui fait fondre les étoiles de glace et de neige figurant dans la partie supérieure.

Les trois affiches ont été expédiées à l'étranger sous le titre rédigé en français et en anglais « Vacances en Suisse ».

## *6. Propagande par le film*

### *a) Généralités*

La propagande par le film, dont nous avons dit l'extension rapide dans notre rapport de 1945, a pris une nouvelle ampleur en 1946. Ce qui a augmenté, ce n'est pas seulement le nombre des sujets filmés, mais aussi l'activité du service de prêt. L'essai que nous avons entrepris en 1945 de faire tourner des versions internationales (titres et sous-titres en trois langues, musique d'orchestre mais sans commentaire parlé) s'est révélé bon pour un certain genre de films courts. Pour faciliter l'écoulement de nos films dans le commerce, nous avons concentré notre effort sur le film court (300 m.) pré-



senté en lever de rideau, et avons constaté que, de cette façon, nous avons surmonté certaines difficultés que nous avions précédemment avec les loueurs de films.

Nous devons reconnaître que le développement rapide de notre service des films dans l'après-guerre a posé pour nous divers problèmes techniques et financiers qui peuvent entraver l'accomplissement de nos tâches futures. D'une part, les laboratoires suisses se sont déjà heurtés à des obstacles techniques quand ils ont dû satisfaire nos grosses commandes. Il est vrai que ces obstacles sont moins grands pour les films standards que pour les films étroits. Les laboratoires manquent de machines à copier et aussi de personnel qualifié. Aussi avons-nous dû renvoyer souvent des copies qui présentaient des défauts inacceptables. Dans ces conditions, c'est avec du retard que nous avons pu envoyer le matériel nécessaire à nos agences et à nos autres bureaux de l'étranger. D'une façon générale, nous devons dire que les laboratoires suisses qui se chargent de confectonner les copies de films ont beaucoup négligé le film étroit et surtout le film étroit sonore, qui, dans ces conditions, ne répond plus aux exigences actuelles et encore le prix de ces copies est-il sensiblement plus élevé que celui que font les laboratoires étrangers. Outre que le coût des copies a augmenté dans une mesure extraordinaire, l'accroissement des frais de transport et de douane pose un véritable problème financier.

#### *b) Films de 35 mm.*

Au cours de l'exercice, nous avons fait tourner et représenter les films suivants: « Coutumes populaires suisses », « Vacances d'hiver en Suisse », « Chapelles tessinoises » et « le Château des Stockalper à Brigue ». Les visites de Winston Churchill et d'Aneurin Bevan, ministre britannique de la santé publique ont fait l'objet de reportages filmés. Le film « Le pays du St-Gothard », qui avait été retenu durant toute la guerre par la censure, a pu être utilisé. Il a été présenté en version anglaise dans les pays anglo-saxons. Nous avons acheté une copie du film de sport « La Suisse sportive » pour la présenter en France. De plus, à l'intention de quelques-unes de nos



agences, nous avons acquis des copies du film « Rythme au soleil » qui montre les méthodes thérapeutiques des cliniques de Leysin.

Les nouveaux films, achevés et présentés en 1946, sont les suivants: « Sur les routes alpestres suisses », « Patinage », « Courses de ski au printemps », « La Suisse moderne », « Villes suisses », et, dans la collection des villes suisses, un film sur Zurich, fait de vues anciennes que la guerre nous avait empêchés d'utiliser.

L'arrivée des étrangers ayant augmenté, notre service des films s'est trouvé placé devant de nouvelles tâches. La beauté des sites alpestres agit comme un aimant sur les producteurs cinématographiques étrangers, notamment sur les Britanniques. Au début de 1946 déjà, l'équipe suédoise des actualités hebdomadaires de la « Paramount » vint en Suisse. Nous eûmes ensuite à faciliter de diverses manières l'activité en Suisse de la compagnie anglaise « Peak-Films », de « l'International Arts Productions », de la « New Realm », etc. Nous avons également collaboré avec les firmes américaines « Fox-Film », « New Pictorial Films » de Hollywood, et avec la compagnie anglaise « Foundation Pictures » de Londres. Pour les bandes sonores en technicolor, nous devons nous mettre en rapport avec des producteurs étrangers, car les maisons suisses ne sont pas encore équipées techniquement où n'ont pas l'expérience voulue pour produire ces sortes de bandes. Pour le moment, parmi les films en couleurs, seuls les films étroits peuvent être tournés en Suisse, et encore non sans difficultés, et non sans qu'il faille envoyer les films au dehors pour les faire développer et copier. Or, il est clair que nous ne pouvons présenter à notre clientèle que des films répondant aux exigences de la technique moderne, sans quoi nous n'atteindrions pas l'effet de propagande que nous voulons obtenir. Aussi, pour rester constamment à la hauteur de la situation, avons-nous pris contact avec une société américaine de télévision, qui a l'intention d'introduire dans son programme certains de nos films.

### *c) Films de 16 mm.*

Dans ce domaine, nous nous sommes surtout occupés de confectionner de nouvelles versions de films anciens mais de qualité. Il ne nous paraît en effet pas très indiqué de faire de nouveaux films

muets au moment où le film étroit sonore prend plus en plus le pas sur la production muette, à moins qu'il ne s'agisse de films en couleurs. De plus, nous faisons de nombreuses copies réduites à 16 mm. de nos films de 35 mm. Dans ces conditions, si nous faisons abstraction du film sonore, nous n'avons pratiquement plus besoin de tourner directement des films étroits. Ayant achevé les deux bandes de 16 mm en noir et blanc « Vol à voile alpestre » et « Santé et joie de vivre dans les montagnes suisses », nous avons entrepris la production des films suivants: « Un peuple à ski », « Technique suisse du ski », « Ecole suisse de vol à voile », « Congrès de l'Alliance internationale du tourisme en Valais », « l'Education en Suisse » ainsi que les bandes destinées à l'armée « Patrouille en haute montagne » et les « Funiculaires de haute montagne ». Parmi la production étrangère, nous avons acquis des droits sur les films étroits suivants: « Lacs de la Suisse primitive », « Dans le beau Canton de Soleure ». Les films en couleurs « Anciens vitraux suisses » et « Chemins de fer suisses de montagne » sont achevés, alors que les prises de vues du film « Joies hivernales » sont encore en cours.

Outre les soins que nous avons apportés à notre propre production, nous avons secondé des spécialistes étrangers connus, qui font des tournées de conférences où ils présentent les bandes qu'ils ont eux-mêmes tournées. Ils élargissent ainsi sensiblement le rayon d'action de notre réclame indirecte.

#### *d) Prêt et location de films*

##### *Films standards.*

En 1946, le service de prêts pour l'étranger s'est considérablement développé. Nous avons envoyé nos films dans le monde entier, et établi des contacts prometteurs avec de grandes maisons étrangères qui présenteront nos films comme lever de rideau. Ce sera, là, une excellente réclame cinématographique. C'est ainsi que nous avons vendu une version abrégée du film « G.I's in Switzerland » à la célèbre compagnie « United Artists Co. » qui le présente maintenant aux Etats-Unis, en Amérique du sud, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Nous espérons remporter d'autres succès en 1947, notamment

en Angleterre, en Hollande, en Belgique et en France. Un grand loueur de films résidant à Lisbonne nous a acheté toute une série de films destinés à être présentés au public portugais.

Nous avons mis toute une collection de films à la disposition de l'office autrichien de films éducatifs à Vienne. Nous avons, de même, fait de gros envois en Tchécoslovaquie, en Afrique du sud, en Egypte, en Chine et en Australie. De nombreuses copies sont encore entre les mains du comité d'action pour le séjour des permissionnaires américains, ainsi que des troupes britanniques au Tyrol. Nos films ont également été présentés, dans des matinées, au cours de manifestations spéciales et dans des foires, à Paris, à Bruxelles, à Utrecht, à Rio de Janeiro, etc. Mentionnons en premier lieu les semaines internationales du film à Cannes, à Venise, à Locarno et à Bâle. A Venise, le film de Duvanel « Le Rhône » a obtenu le second prix. « La montagne sous la neige » a remporté un vif succès à Paris, lors de la manifestation en faveur du film, organisée dans le cadre de l'Unesco.

Nous n'avons naturellement pas négligé non plus la propagande en Suisse, bien que, en proportion de l'ensemble de notre effort dans le monde, celui que nous avons réservé à la Suisse ait fortement diminué. Nous avons organisé des séances, où nous avons montré toute une série de nos films alpestres sous le titre: « Le monde magique des montagnes » ainsi que d'autres manifestations spéciales où nous avons présenté « Foyers d'art et de culture de la Suisse », et nos films de ski.

### *Films étroits.*

Le service de prêt de nos agences à l'étranger a déjà pris de vastes proportions. Les films étroits sonores sont très demandés, tandis que le film muet est presque partout mis à l'écart et réservé au cinéma scolaire. Aux Etats-Unis, la distribution se fait sur une base très large par les soins de l'institut commercial « Film of the Nations », tandis que, dans d'autres pays, ce sont principalement des associations de voyage, des sociétés, des fédérations sportives, qui, en collaboration avec nos agences, légations et consulats, organisent les représentations cinématographiques. Pour la diffusion de nos films étroits également, nous faisons appel dans une toujours plus grande mesure à

des loueurs de films, auxquels nous vendons des copies aux prix normaux admis dans le commerce. De cette façon, nous tendons à assurer à nos films la plus large diffusion dans le public.

En Suisse même, c'est de nouveau en premier lieu la Centrale des films étroits du cinéma scolaire et populaire à Berne, qui s'est chargée de prêter nos quelque 150 films OCST à environ 2700 personnes et institutions. De plus, de Zurich et de Lausanne, nous avons directement mis sur pied toute une série de prêts et de représentations. Il s'agissait surtout de courts métrages sonores, car c'est seulement à partir de 1947 que la Centrale du film étroit à Berne, étendra son service de prêt aux films sonores également.

### *7. Articles de journaux et photographies*

En 1946, le service d'articles et de photographies s'est surtout occupé de développer sa propagande au moyen de la presse étrangère, soit par l'entremise des agences, soit par des prises de contact directes avec les journaux entrant en ligne de compte. Pour ce qui est des journaux suisses, nous n'avons continué à fournir des articles que dans une mesure restreinte. Nous avons mis tous nos soins à fournir des articles et des photographies à la revue « La Suisse », aux journaux du pays et à mettre le matériel photographique à la disposition des expositions. Nous avons envoyé de même beaucoup de photographies d'actualité aux agences. Au cours de l'exercice, nous avons expédié aux agences 6173 agrandissements de photos 18 sur 24 cm., et 3301 de photos 30 sur 30 cm. Nos archives possédaient à fin 1946, 38 000 négatifs.

### *8. Radio*

Les communications hebdomadaires de l'OCST, qui sont diffusées le vendredi à midi 15 à Beromünster, heure particulièrement favorable, et le vendredi à 18 h. 45 à Sottens sont maintenant bien introduites. En outre, comme chacun sait, les studios, de leur propre initiative, mettent sur pied toute une série d'émissions qui ont en elles-mêmes un cachet de propagande touristique.

Pour notre part, à l'occasion de la visite de la délégation du « Ski-Club of Great Britain », nous avons fait un reportage direct pour Sottens et enregistré des disques pour Beromünster. De plus nous nous sommes occupés d'un groupe de visiteurs de Radio-Hilversum (Pays-Pas) qui firent six enregistrements divers en Suisse. Nous avons fourni une introduction en langue hollandaise.

## *9. Conférences*

Nous continuons à assurer la distribution en Suisse, des séries de diapositives 8/12 sur 10. Mais en ce qui concerne nos agences, nous avons définitivement adapté toutes nos diapositives au format Leica 5 sur 5 en couleurs. Nous avons remis 9200 diapositives aux agences et consulats. Les agences ont toutes reçu un stock d'environ 600 pièces. Sauf celles de Francfort, Vienne et Copenhague, nos agences possèdent le matériel de projection nécessaire pour l'utilisation de ce matériel, de sorte que, dès maintenant, elles peuvent organiser elles-mêmes un service de conférences.

De plus notre propre service de prêt pour l'intérieur du pays qui possédait, lui aussi, des diapositives 8 1/2 sur 10, les a transformées en diapositives de 5 sur 5. Il nous est donc possible de mettre à disposition des intéressés, à titre de prêt, 21 séries de 50 photographies, avec légendes en français et en allemand. Outre les thèmes intéressant la Suisse en général chacune de ces séries contient au moins une photographie de chacune des régions du Pays.

Les collections de diapositives que nous possédons à Zurich nous permettent de satisfaire même les vœux spéciaux des conférenciers. Nous avons pu reprendre contact avec des conférenciers professionnels du Canada qui sont spécialisés sur le sujet « Suisse » et leur fournir du nouveau matériel inédit .

Sur l'invitation de l'Association hollandaise des voyages, nous avons mis sur pied, à Hilversum, un cours d'instruction sur la « Suisse » pour 90 guides de voyage de toutes les régions des Pays-Bas. Le Dr. Senger de Zurich et J. Mast d'Amsterdam ont fonctionné notamment comme instructeurs.



## 10. Sport

*Sports d'hiver:* Nous avons soutenu financièrement les institutions sportives suivantes:

L'Association des écoles suisses de ski

L'Association suisse des clubs de ski

L'Association suisse des maîtres de patinage

Le Ski-Club suisse de dames.

Il est essentiel que nous accordions notre appui à l'Association suisse des écoles de ski, parce que c'est elle qui fournit les cadres appelés à instruire en hiver les hôtes de la Suisse désireux d'apprendre à aller à ski. Nous avons, en outre, octroyé des subventions pour les cours de perfectionnement que cette association organise par régions, et qui nous paraissent revêtir une grande valeur au point de vue touristique.

Nous avons estimé devoir assurer la reprise des contacts, interrompus par la guerre, avec les skieurs de l'étranger. C'est ainsi que nous avons reçu une délégation du Ski-Club of Great Britain, avec lequel nous avons eu de fructueux pourparlers. Il est en effet important que la Suisse règle ses relations avec l'Angleterre en ce qui concerne la pratique du ski. Il y a lieu d'élucider les questions relatives aux tests. Dans le domaine de la participation des juges britanniques, l'Angleterre émet certaines exigences. Il faudra veiller soigneusement à la formation des jeunes. Bref, nous sommes maintenant en relations étroites avec le « Ski-Club of Great Britain ».

En outre à l'occasion de la Semaine internationale de ski de Zermatt et du congrès de la Fédération internationale de ski à Pau, nous avons repris nos relations avec l'étranger.

C'est l'OCST, qui avait été chargé de s'occuper de procurer aux permissionnaires américains l'occasion de pratiquer les sports d'hiver. Il s'agissait là d'une tâche nouvelle, intéressante, que nous avons accomplie à la satisfaction des participants. C'est du moins dans ce sens que s'exprime l'Annuaire des skieurs américains, dans un article publié sur ce sujet.

La rédaction du « Ski » organe officiel de l'Association des clubs de ski (tirage 40 000 exemplaires), qu'assume le Dr. Senger, s'est



mise, comme d'habitude, dans toute la mesure du possible, au service du tourisme helvétique.

Le concours d'articles sur « l'Hiver en Suisse », dont nous avons parlé dans notre dernier rapport annuel, et qui a été organisé en commun avec « l'Association pour la Semaine suisse » a obtenu un vif succès. Nous avons primé 2000 articles en allemand, 900 en français et 200 en italien. Rappelons que ces chiffres ne concernent que des articles récompensés c'est-à-dire une part seulement des textes envoyés pour les concours. Nous pouvons donc dire qu'une bonne partie des enfants des écoles suisses ont traité le sujet: « L'hiver en Suisse ». Par l'entremise de la Semaine suisse, nous avons remis aux auteurs des articles primés, à titre de récompense des primés appropriés.

Le cours des chefs des écoles de ski a eu lieu à Arosa. Il a réuni une très forte participation (160 personnes). M. Chr. Rubi étant malade, la direction du cours a été assumée par J. Ettinger de Davos pour la technique, et W. Fenner de Zurich pour l'exercice.

L'initiation des professeurs de ski aux langues étrangères, à laquelle nous travaillons depuis des années, fait des progrès. Au cours de l'été, diverses localités ont introduit des cours d'anglais. En automne, un groupe de 16 professeurs de ski a pu être envoyé, à des conditions avantageuses, dans des camps de travail agricoles en Angleterre, où ils ont pu améliorer leur connaissance de la langue anglaise.

Par l'intermédiaire de l'Association des écoles suisses de ski, nous avons pu placer des professeurs de ski en Espagne. Nous leur avons remis du matériel de propagande.

Nous avons donné la possibilité à deux jeunes Hollandais, un homme de lettres et un cinéaste, d'aller voir le travail des écoles de montagne et étudier les auberges suisses de jeunesse. Ces deux personnes entretiennent des rapports étroits avec les auberges de jeunesse de leur pays de sorte qu'elles feront rapport chez elles sur ce qu'elles ont vu chez nous.

*Tourisme pédestre.* Le marquage des chemins pédestres a continué. Nous avons pu conclure un arrangement avec la Centrale des possibilités de travail, aux termes duquel la communauté de travail

du tourisme pédestre recevra une subvention de 18 000 fr. pour le marquage des routes, à la condition, comme toujours, que les cantons et les communes en fassent autant. Aussi le marquage a-t-il fait des progrès réjouissants.

La tâche prochaine du tourisme pédestre sera d'examiner les possibilités offertes par les cols alpestres en période de forte circulation automobile.

## *11. Les bains*

S'il est un secteur du tourisme suisse qui peut être placé aujourd'hui au premier plan, c'est bien la propagande du thermalisme et du climatisme. Ce sont, là, des avantages que nous pouvons vanter à l'étranger sans arrière-pensée, car personne ne pourrait nous reprocher de faire de la réclame pour le maintien et le recouvrement de la santé. Aussi la propagande en faveur de nos stations balnéaires est-elle un des principaux éléments de notre action. Nous avons pris les dispositions nécessaires en accord avec l'Association suisse des stations thermales.

Mais nous ne nous dissimulons pas que c'est dans ce domaine que nous heurterons le plus à la concurrence de l'étranger. Aujourd'hui déjà, les stations de luxe de Tchécoslovaquie, d'Italie et de France s'affairent et ne manqueront pas d'exercer leur pouvoir d'attraction même sur les Suisses. C'est pourquoi nous avons porté notre effort principalement sur ces derniers, en leur consacrant une publicité collective par annonces dans d'importants journaux quotidiens et hebdomadaires. Cette campagne a été doublée de toute une série de textes préparés par le service suisse de feuillets et expédiés d'abord en langue allemande. Fort bien accueillis, ils ont été publiés par de nombreux journaux.

A notre demande, les trois stations de radio ont diffusé des émissions d'une demi-heure environ sur les cures d'eaux.

L'Association suisse des journalistes sportifs, répondant à une suggestion que nous lui avons faite, a tenu son assemblée annuelle dans une station balnéaire à Schinznach, où elle a traité, notamment,

le problème: « Dommages résultant de la pratique du sport et eaux thermales. »

Songeant à notre matériel de propagande pour l'année prochaine, nous avons chargé un dessinateur d'art de faire des illustrations de toutes les stations balnéaires.

L'Office fédéral des transports fait procéder en ce moment à l'inventaire de toutes les stations climatiques d'altitude. Ce travail est fait par les professeurs Neergaard et Moerikofer. Les documents recueillis seront mis à notre disposition et constitueront une base excellente pour notre propagande dans ce secteur.

D'entente avec l'Association suisse des stations thermales, nous avons organisé cet automne à Berne, une réunion spéciale où des orateurs ont parlé de l'état présent des stations de cure à l'étranger (France, Tchécoslovaquie, Angleterre). Cette assemblée bien fréquentée a fait l'objet d'articles importants dans la presse.

## *12. Propagande culturelle*

La diversité du patrimoine spirituel de notre pays, la richesse de sa vie populaire, l'originalité de ses institutions politiques, ses œuvres d'art et l'activité qu'il déploie actuellement dans le domaine des beaux-arts, ses établissements d'instruction, etc. constituent autant d'éléments auxquels il est naturel de consacrer une attention particulière dans le cadre de la publicité générale en faveur du tourisme suisse. De tout temps, notre Office a diffusé abondamment les renseignements sur nos institutions et particularités culturelles non seulement à l'étranger, mais aussi à l'intérieur du pays. où il a mis en œuvre ses ressources pour soutenir les efforts accomplis en ce domaine. Par le film comme dans les écrits, par le moyen de conférences, par les expositions et dans les vitrines et aussi dans la revue « La Suisse », les villes suisses, la vie au village, les manoirs et châteaux, les œuvres de nos peintres et sculpteurs, anciens et modernes, les grands services rendus par les hommes de science et les ingénieurs suisses ont été révélés, expliqués et commentés au public.

On est certainement fondé à affirmer que mieux que toute autre organisation en Suisse, l'OCST dispose de la documentation néces-

saire pour faire à l'étranger une propagande culturelle judicieuse et efficace. Le petit ouvrage de Peter Meyer, pratique, abondamment illustré et publié en quatre langues sous le titre « L'Art en Suisse », les deux brochures consacrées au même sujet et intitulées « La Suisse artistique » et « Itinéraires d'art en Suisse », les publications parues en plusieurs éditions et en différentes langues sur l'école et l'éducation, sur la Suisse centrale, la Suisse orientale, l'enseignement privé en Suisse, etc. puis le film aussi vivant qu'intéressant sur les « centres artistiques et culturels de la Suisse » méritent d'être de nouveau cités ici au nombre des publications et productions de ces dernières années.

Un excellent instrument de propagande culturelle à l'étranger est fourni par la brochure rédigée au cours de l'année écoulée et parue au début de 1947, en langue française sous le titre « La Suisse d'aujourd'hui », et en langue anglaise « All about Switzerland ». Elle expose, sous une forme condensée, le travail et l'œuvre accomplis par le peuple suisse dans tous les domaines. Une autre publication consacrée à l'illustration de notre patrimoine spirituel et éditée en 1946, a trait aux universités suisses. A ces ouvrages vient s'ajouter celui que M. G. Sauser-Hall a écrit en anglais: « The Political Institutions of Switzerland » et que l'OCST s'est fait un devoir particulier d'éditer, mérite qui est d'autant plus grand qu'aucune autre institution ne s'était risquée jusqu'ici à publier un livre de cette importance et destiné aux lecteurs étrangers.

Notre périodique « La Suisse » profita, ainsi que nous l'avons rappelé plus haut, de l'occasion offerte par la célébration du 200<sup>e</sup> anniversaire de la naissance de Pestalozzi, au début de l'année, pour sortir un numéro particulièrement soigné. Au printemps, ce numéro spécial de 72 pages consacré à l'enseignement, a paru en français sous le titre « La Suisse, terre classique de l'éducation » et a été tiré à 8000 exemplaires. Au nombre d'autres études et articles d'ordre culturel, nous tenons à signaler notamment ceux qui ont été voués aux grandes expositions de Lucerne et de Zurich, aux semaines musicales et théâtrales, aux trésors artistiques des Grisons exposés à Berne, à l'œuvre de Rodolphe Töpffer, au palais Freuler et au musée glaronnais de Näfels, aux trésors d'art valaisans, à la re-

construction du musée de Tous-les-Saints à Schaffhouse, aux examens scolaires à la campagne, au concours international d'exécution musicale à Genève, à la saison théâtrale et musicale, aux châteaux, églises et cités des bords du lac Léman, à Genève, centre intellectuel, à Morat et à Avenches, au musée national bernois, aux fêtes des vendanges et aux fêtes des costumes, aux enseignes d'auberges et aux vieilles fontaines, à l'Académie suisse des sciences naturelles et aux rencontres internationales de Genève. Enfin, le numéro d'avril a publié des exposés complets sur les efforts accomplis dans le domaine de la protection des sites naturels et du recensement des demeures paysannes.

De nombreux articles concernant notre patrimoine culturel ont été diffusés en outre par le service de propagande rédactionnelle: nos archives photographiques ont été enrichies de négatifs consacrés à des sujets intéressant notre folklore, par exemple aux coutumes populaires. Le Service de presse a également traité beaucoup de thèmes culturels; c'est ainsi qu'en 1945, la série d'articles relatifs aux musées populaires suisses a suscité un très vif intérêt; il en est de même actuellement pour les textes touchant à la ferme paysanne, qui ont été reproduits intégralement ou partiellement par de nombreux journaux.

Mentionnons enfin à ce propos le film; on a achevé les bandes sur la vie populaire en Suisse, sur le château de Stockalper à Brigue et sur les chapelles tessinoises.

Notre Office a entretenu et entretient les meilleures relations avec différents organismes chargés de défendre notre patrimoine spirituel, comme la fondation « Pro Helvetia », l'œuvre des Suisses à l'étranger de la N. S. H., la Ligue pour la protection de la nature et l'Association des costumes, ainsi qu'avec les sociétés scientifiques (Société d'histoire de l'art en Suisse, Société suisse des traditions populaires, etc.) En aménageant des vitrines, il a activement soutenu la campagne pour le lac de Sils (« campagne de l'écu »); en collaboration avec l'association « Bel Ricordo », il a fait à maintes reprises de la propagande pour le souvenir de voyage de bon goût. Lors de manifestations d'autre nature, qui méritaient son appui, il a fourni des photographies et de la documentation.



### *13. Campagnes spéciales*

Nous entendons par campagnes spéciales toutes les mesures de propagande qui ne rentrent pas sous les rubriques particulières. Il s'agit de toutes les activités que l'OCST a directement ou indirectement soutenues par l'aide en espèces, en nature ou autrement.

Par exemple, nous avons de nouveau fourni des contributions pour couvrir les frais de représentations en rapport avec l'organisation du séjour en Suisse des permissionnaires américains, ainsi qu'à la Maison suisse des transports de Zurich, des campagnes publicitaires à la caisse suisse de voyages, à la Société suisse des clubs de ski pour diverses manifestations sportives, au voyage de l'équipe suisse de hockey sur glace à Londres, à l'exposition suisse d'architecture à Londres, à l'exposition des trésors artistiques des Grisons, ainsi qu'aux représentations du théâtre antique d'Avenches.

La reprise des relations internationales nous a obligés à prendre part à de nombreuses réceptions d'hôtes étrangers et de délégations, ou à organiser nous-mêmes ces réceptions. Mentionnons la visite de Winston Churchill, ancien premier ministre britannique et de sa suite, celle du ministre britannique de l'hygiène Aneurin Bevan, les délégations économiques de Grande-Bretagne, des Pays-Bas et de Suède, les délégués de chemin de fer étrangers et d'organisations touristiques, les participants au congrès de l'Alliance internationale du tourisme, de l'Association internationale des transports aériens, de l'Association internationale des hôteliers et de la Fédération internationale des ouvriers des transports, les hôtes étrangers de la 7<sup>e</sup> Fête ouvrière de sport et de gymnastique, le groupe d'études des hôteliers de Haute-Savoie, enfin les groupes de journalistes américains, français, hollandais et scandinaves.

### *14. Imprimés*

#### *a) Production*

La production totale d'imprimés dépasse de 80 000 exemplaires celle de l'année précédente. Par suite des changements intervenus



dans la situation mondiale, la part des imprimés de langue anglaise a passé de 18 à 27 %. Nos publications sont très demandées dans tous les pays où l'anglais est utilisé actuellement. C'est ainsi que notre prospectus « Switzerland » a été distribué dans la zone occupée par l'armée américaine.

La brochure « L'art en Suisse » a eu un beau succès de librairie. L'édition anglaise « Art in Switzerland » a été vendue à la maison Nicholson and Watson à Londres (10 000 exemplaires). Nous venons d'entreprendre la diffusion du livre « Political Institutions of Switzerland » du professeur Sauser-Hall. Nous avons au préalable, publié un prospectus pour annoncer l'ouvrage. Les exemplaires de ce livre que nous avons envoyés aux agences, aux légations et consuls pour être offerts comme cadeaux ont été fort bien accueillis. Parmi les imprimés que nous distribuons gratuitement, nous devons mentionner la carte touristique de la Suisse en langue anglaise qui est très appréciée.

Voici un tableau de notre production d'imprimés en 1946.

	Tirage				
	allemand	français	anglais	en plus. lang. autres lang. en blanc	total
1. Brochures, prospectus et autres imprimés . . . . .	27 550	83 270	218 000	78 000	406 820
2. Affiches et photographies . .	2 065	8 600	9 110	29 420	49 195
3. Revue « La Suisse»					
a) édition interne . . . . .				260 800	260 800
b) édition étrangère . . . . .		8 000		36 600	44 600
4. Service de presse (vert) . .	42 250	22 550			64 800
5. Manifestations (jaune) . . .	11 400	7 000			18 400
<b>Total général de tous les imprimés OCST 1946 . . . . .</b>	<b>83 265</b>	<b>129 420</b>	<b>227 110</b>	<b>404 820</b>	<b>844 615</b>

### *b) Distribution d'imprimés et du matériel.*

Toutes les agences OCST, ainsi que la plupart de nos services diplomatiques et consulaires à l'étranger nous demandent du matériel de propagande en quantités toujours croissantes. Aussi, avons-nous, en 1946, pour la première fois depuis 1938, organisé trois envois massifs pour la réclame de printemps et d'été, et pour la réclame d'automne et d'hiver. Les conditions de transport à l'étranger s'étant encore améliorées, et certains obstacles aux expéditions ayant été levés, nous avons pu envoyer régulièrement au dehors les nouvelles publications de l'OCST et des sociétés de développement. En revanche, les envois à destination des Etats-Unis ont été entravés et compliqués par l'obligation d'y joindre les factures consulaires avec indication de la valeur de chaque imprimé.

Certaines agences, comme celles de Londres, Paris, Stockholm, Amsterdam et New-York, nous ont demandé plus de matériel de propagande que nous en avaient livré les sociétés de développement. C'est surtout le cas pour la propagande régionale. Les prospectus publiés par les centres de villégiature, par les écoles privées et les stations balnéaires ont eu le plus grand succès. Pour répondre à la forte demande du Guide suisse des hôtels, la Société suisse des hôteliers a édité trois éditions spéciales à fort tirage.

Aux quatre foires et comptoirs de Bâle, Lausanne, Lugano et Saint-Gall, le public s'est vivement intéressé aux publications de l'OCST et des sociétés locales et régionales de tourisme. A l'occasion de 21 campagnes et manifestations spéciales, nous avons remis aux bureaux de voyage, aux magasins et aux banques 3490 affiches, plus environ 8500 prospectus à distribuer.

Nos contrôles statistiques nous disent que nous avons envoyé à l'étranger en 1946, les quantités suivantes de brochures, de cartes, de prospectus et d'affiches:

a) Réception et envoi de prospectus, brochures, programmes, guides, etc.	1 198 381	(181 850) ex.
b) affiches . . . . .	82 330	(113 255) ex.

**Ces envois exigèrent:**

a) caisses . . . . .	742	(399) ex.
b) paquets postaux . . . . .	2 398	(2 828) ex.
c) paquets d'imprimés . . . . .	25 811	(13 903) ex.