

Zeitschrift: Rapport annuel / Office central suisse du tourisme

Herausgeber: Office central suisse du tourisme

Band: 10 (1950)

Rubrik: Propagande et matériel de 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: 06.02.2026

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

III. Propagande et matériel de propagande

1. Imprimés et service du matériel (production et répartition)

Pendant l'année sous rapport, l'O.C.S.T. a fait paraître les imprimés suivants :

	Expl.
« Traditions et fêtes populaires en Suisse 1951 », brochure en allemand, français et anglais	10 000
« Le Léman », brochure en français	10 000
« La Suisse d'aujourd'hui », brochure en danois	7 000
« La Suisse d'aujourd'hui », réimpression, français, anglais	20 000
« Festivals d'art en Suisse », prospectus en allemand, français, anglais et italien	95 000
« Carte touristique de la Suisse », réimpression en allemand, italien, hollandais et espagnol	38 270
« Itinéraires d'art en Suisse », réimpression, français	10 000
« Ecoles privées en Suisse », réimpression, allemand, français, anglais	10 000
« Carte routière officielle » de Suisse, réimpression, français, anglais	108 000
« Stations thermales en Suisse, prospectus réimpression, hollandais	10 000
« La Suisse en été », liste des manifestations de 1950, allemand, français, anglais	15 000
« La Suisse en hiver », liste des manifestations 1950/51, allemand, français, anglais	15 000
« Vacances d'hiver en Suisse », tableau sportif, allemand, français, anglais, italien, hollandais, espagnol	268 000
« Une offre exceptionnelle », papillon, allemand, français, anglais, italien	260 000
« La Suisse, terre de beauté », cartes postales de Nouvel-An, allemand, français, anglais, italien	128 000
Calendrier OCST 1951, en six langues	30 000
Revue « La Suisse », en quatre langues	263 600
« Manifestations en Suisse » (listes mensuelles de manifestations)	15 400
« Communications OCST », allemand, français	4 900
« Swiss Universities Holiday Courses », affiche	2 000
Publications éditées par les agences	<u>1 167 100</u>
Total	2 487 270

L'OCST a expédié à ses agences par caisses, en six envois collectifs, la majorité de son matériel de propagande et de celui des intéressés suisses au tourisme, des entreprises de transport et de l'hôtellerie. En règle générale, les représentations diplomatiques et consulaires de la Confédération à l'étranger ont reçu des paquets d'imprimés.

Il vaut également la peine de mentionner que le seul service du matériel répondit directement à quelque 2500 demandes indivi-

duelles de documentation. Enfin, les nombreux congrès internationaux qui se sont tenus en Suisse nous ont fourni l'occasion de distribuer un très important matériel en plusieurs langues.

Les chiffres suivants donneront une idée de l'ampleur de ce mouvement de matériel pendant l'année :

- | | |
|---|-----------|
| a) nombre des brochures et prospectus reçus et expédiés (prospectus des stations, des régions, des entreprises de transport, des stations thermales ; imprimés spéciaux de propagande pour les sports et les établissements d'éducation ; guides généraux y compris les publications de l'OCST) | 4 450 000 |
| b) nombre des affiches reçues et expédiées (fournies par les offices de tourisme, les entreprises de transport et l'OCST) | 85 000 |

1605 caisses, 1626 colis postaux et 15 800 paquets d'imprimés ont été nécessaires pour l'expédition à l'étranger des imprimés susmentionnés, dont le poids total s'est élevé à 175 tonnes environ.

2. Propagande par la presse en Suisse et à l'étranger

Après que plusieurs pays eurent libéré davantage de devises suisses, nous avons intensifié de façon très étudiée notre activité dans cet important domaine. Nous avons mené aux Etats-Unis, sur la base d'un contrat avec la maison Foote, Cone & Belding, à New-York, une campagne d'insertions dans les principaux journaux et magazines de ce pays, campagne qui durera un an. Nous avons pu faire place, dans nos bureaux de Zurich, aux employés de cette maison qui travaillent pour nous en Suisse, ce qui nous permet de collaborer de façon particulièrement étroite.

En ce qui concerne l'Europe, notre campagne d'annonce s'est étendue à la France, la Belgique, l'Angleterre et l'Irlande, l'Italie et l'Allemagne. Nous avons en outre effectué une action spéciale de propagande par annonces dans les journaux de bord des principales compagnies de navigation d'outre-mer.

Au début de la saison d'été et en hiver, nous avons fait paraître dans la presse suisse deux séries d'annonces qui rappelaient au

public du pays les avantages de nos lieux de villégiature et attiraient son attention sur la baisse des tarifs de l'Ecole suisse de ski. Nous avons de nouveau appuyé par des ristournes les annonces que les régions et stations ont fait paraître dans les journaux. Notre service de presse a entretenu des relations spécialement étroites avec la « New York Herald Tribune » et a élaboré des thèmes d'articles pour « France-Illustration ». Le chef de ce service a également pris part au voyage d'étude que les journalistes belges et hollandais ont effectué en Suisse.

Le service des articles a été réorganisé en 1950 ; les textes trop vieux pour être utilisés ont été remplacés et on a fait de nouveaux tirages de ceux qui restaient valables. A la fin décembre 1950, nos archives contenaient 406 articles en allemand, 218 en français, 161 en anglais et un certain nombre en d'autres langues (espagnol, portugais, hollandais, etc.). Pendant la même année, nous avons commandé ou rédigé, polycopié et diffusé 124 articles en allemand, 107 en français et 76 en anglais qui embrassent tous les domaines auxquels s'étend notre propagande, notamment aux régions touristiques, aux quatre saisons, aux moyens de transport, etc. Ces nombres contiennent deux séries de textes, publiés au début de chaque mois et qui donnent un aperçu sur les manifestations sportives d'une part, folkloriques et culturelles de l'autre, qui auront lieu pendant le mois. Cette innovation a joui dès le début d'une grande faveur.

3. Radio

Comme par le passé, Beromünster a diffusé chaque vendredi nos « Verkehrsmittelungen ». Dans l'ensemble de leurs programmes, les studios ont fait au tourisme une place dont nous leur sommes très reconnaissants ; ils ont ainsi suscité indirectement un très réel intérêt en faveur du tourisme. Comme actions spéciales menées avec le concours de notre office, nous citerons l'émission de Monte-Ceneri sur les sports d'hiver en Engadine, dans la région du Saint-Gothard et en Valais et celle, de plusieurs heures, que Radio-Munich a intitulé « Sur les traces de Platen », ainsi qu'une interview accordée à cette dernière occasion. Le service des ondes courtes de la SRS nous a adressé une collaboratrice de Radio-Vancouver, Mrs. Ellen

Harris, dont nous nous sommes également occupés, lui fournissant notamment des disques et de la littérature pour une émission sur la Suisse. Le Siège auxiliaire de Lausanne a pris une part très active aux reportages organisés par Radio-Lausanne sur l'ascension du Cervin. Cette émission a produit un effet que nous n'hésiterons pas à qualifier de considérable, notamment dans les pays anglo-saxons. Radio-Lausanne n'a pas rempli moins de trois forts volumes avec les coupures de presse recueillies à ce sujet. Nous avons prêté notre appui à toute une série d'émissions en langue anglaise se rapportant à des sujets touristiques, culturels et économiques. Pour donner une idée de l'activité si diverse déployée par le studio de Berne en faveur de la propagande touristique, relevons qu'il a diffusé dans ce domaine 85 conférences et causeries, plus 45 communiqués de propagande, 15 émissions dite « Heimatsendungen » et 15 émissions régionales. On réalisera enfin plus pleinement l'activité et le rayon d'action du service d'ondes courtes de la SRS en apprenant qu'il n'a pas reçu moins de 15 173 lettres en 1950 ; sur ce nombre, 3616 provenaient d'Angleterre, 1889 des Etats-Unis, 1210 de Suède, 1188 d'Espagne, 406 de Nouvelle-Zélande, 380 du Canada et 365 d'Australie.

4. Nos organes de presse

a) Revue « *La Suisse* »

Comme en 1949, notre revue « *La Suisse* » a retenu l'attention d'un grand nombre de lecteurs ; elle a été diffusée en Suisse et à l'étranger en douze numéros totalisant un tirage appréciable ; dans l'essentiel, sa disposition et sa présentation sont restées les mêmes qu'en 1949. De nombreuses et belles photographies, des reportages intéressant des questions scientifiques ou culturelles, les sports d'hiver et les distractions estivales ont suscité l'intérêt qu'ils méritaient. La rubrique « *Die Wanderung des Monats* », en hiver « *Die Skitour des Monats* », a continué à paraître régulièrement ; tant de lettres ont prouvé son succès qu'il semblerait éventuellement indiqué de réunir ces petits exposés en une brochure. La « *Touristische Rundschau* », elle aussi, a continué à paraître régulièrement. A l'intention plus particulière de nos lectrices, nous avons introduit

des pages de mode et des reportages plus spécialement susceptibles de les intéresser. On a également ménagé une place convenable aux institutions de l'OCST.

Comme l'année précédente, certains numéros ont été centrés sur un thème particulier. C'est ainsi que la livraison de février a réservé plusieurs de ses pages aux problèmes qui intéressent l'hôtellerie suisse. Le numéro de mai était consacré au Jura alémanique et romand, et celui de juin aux lacs de notre pays. Rédigés en quatre, et parfois cinq langues, les douze numéros de la revue ont atteint un tirage de 20 à 22 000 exemplaires, dont 15 000 au moins, contenant des textes en allemand, français et italien, ont été diffusés en Suisse et le reste à l'étranger (textes en français et anglais, pour la plupart).

b) *Service de presse*

Sous le titre de « Manifestations en Suisse », il a été procédé à onze tirages à part, sur papier jaune, des listes de manifestations figurant à la fin de la revue.

Le service de presse pour l'étranger a été rédigé en moyenne tous les quinze jours par les soins du Siège auxiliaire, polycopié sous le titre de « Bulletin OCST » et adressé à tous les intéressés, mais en première ligne aux agences qui y puisent les éléments de leurs propres services de presse. Vingt-deux numéros du « Bulletin » ont ainsi paru en 1950.

c) *« Communications OCST »*

Nos « Communications OCST », qui renseignent les autorités, nos membres et les autres intéressés au tourisme sur notre activité et l'ensemble de la situation touristique ont suscité partout un vif intérêt.

d) *Service de renseignements*

Le Service de renseignements, annexé au Service de presse, a été à la tâche de la façon la plus variée en 1950. D'innombrables demandes, ayant surtout trait à des voyages et des séjours en Suisse, dans des hôtels, pensions, chalets de location, écoles professionnelles, Universités, cliniques et sanatoria, ainsi qu'aux manifestations prévues nous sont parvenues de presque tous les pays d'Europe, des

Etats-Unis de l'Amérique du Sud, de l'Australie, des Indes, de l'Afrique du Sud, etc., et il leur a toujours été répondu. De longues recherches ont été plus d'une fois nécessaires, surtout lorsqu'il s'agissait de remplir les quantités d'interminables questionnaires que des maisons d'édition, des organisations professionnelles ou des autorités étrangères nous ont envoyés et qui contenaient parfois plus de cent rubriques.

5. Propagande par le film

Le Service de film de l'OCST a connu en 1950 une très grande activité, le nombre des demandes de films suisses à destination de l'étranger allant toujours croissant.

Cent quarante copies de films, 35 et 16 mm., ont été tirées et réparties entre les agences de l'OCST et les représentations diplomatiques et consulaires suisses à l'étranger. Un circuit est assigné à chaque bande remise aux Consulats et Légations de Suisse, afin que la même copie atteigne le plus grand nombre possible de spectateurs. Notre Service de film est donc en contact permanent avec la plupart des représentations diplomatiques et consulaires suisses à l'étranger.

De nouvelles productions ont vu le jour en 1950 et ont en partie été distribuées en versions française, anglaise et allemande ; leur nombre est de six : un film en couleurs de 16 mm. l'« Automne en Suisse », un documentaire sur « Le Rhin », deux films d'hiver « Le Patinage » et « Vacances de Neige et de Soleil », « La Suisse en fête », un film de 16 mm. en couleurs et sonore et « Image de Suisse », tiré des actualités suisses les plus importantes.

La Centrale pour le film de format réduit, à Berne, assure toujours la diffusion de nos films en Suisse, sur présentation de bons émis par notre service.

Films Panoram : sous cette dénomination se vendent actuellement en Suisse et dans seize autres pays des films de 30 m. prêts à être projetés, sur des thèmes intéressant directement le tourisme. Grâce à la collaboration de l'OCST qui a mis à disposition le matériel de sa cinémathèque, ces films sont offerts sur le marché à un prix très abordable, n'excédant pas, pour le cinéaste amateur, le coût de la même bobine de film vierge. Comme on pouvait s'y

attendre, ces courts métrages ont remporté un vif succès auprès des étrangers qui peuvent ainsi emporter un vivant souvenir de Suisse et le faire valoir dans leurs pays.

6. Service de conférences

Nos séries de diapositifs ont été prêtés 130 fois en tout à des écoles ou associations de Suisse. Une nouvelle série ayant trait aux « Stations thermales de Suisse » a été constituée et mise en circulation. La mise au point de six nouvelles séries destinées à l'agence de New-York est encore en travail. Nous avons eu la douleur de déplorer en 1950 le décès de M. De Waele, de Bruxelles, notre très actif conférencier de langue flamande. Nous avons pu le remplacer par une personnalité qualifiée, en sorte que notre Service de conférences en Belgique n'a subi qu'une brève interruption.

7. Service photographique

Le laboratoire photographique de l'OCST a produit au cours de l'année 1950, 14 800 agrandissements de tous formats ; 1600 nouvelles prises de vues, pour la plupart d'heureuse venue, ont été versées dans les archives de l'OCST ; plusieurs régions ont été prospectées. De même, plusieurs thèmes ont été traités, tels que le tourisme automobile sur les routes alpestres. Nous avons particulièrement poussé la photographie en couleurs de grand format.

De nombreux journalistes étrangers ont rendu visite à notre service et ont emporté le matériel photographique nécessaire à l'illustration de leurs reportages en Suisse.

De même, nombre d'articles dus à des plumes autorisées ont été traduits en plusieurs langues et remis aux agences de l'OCST, illustrés par des séries de photographies. Les thèmes les plus divers, représentant toutes les branches du tourisme, y sont traités et renouvelés à chaque saison. 1950 a vu la diffusion de 150 de ces articles.

Le Service de clichés connaît toujours la faveur de la presse ; 300 clichés ont été remis à titre de prêt pour illustrer diverses publications qui souvent franchissent nos frontières.

8. Expositions et foires

a) Etranger

En 1950, notre Office a fait de la propagande en faveur du tourisme suisse en participant aux foires et expositions suivantes :

Foire de Nice, du 25 février au 13 mars ;

Exposition de boîtes à musique et de poupées dansantes à New-York, du 18 mars au 15 avril ;

Foire d'échantillons de Francfort, du 19 au 24 mars ;

Exposition d'horlogerie à Cologne, du 20 au 31 mars ;

Exposition à la « International School of Art » à New-York, du 1^{er} au 20 avril ;

Salon national des sports à Paris, du 3 au 19 avril ;

Fiera di Milano, du 12 au 30 avril ;

Foire de Lyon, du 15 au 24 avril ;

Exposition d'affiches suisses à Milan, du 20 au 30 avril ;

Foire de Bruxelles, du 29 avril au 14 mai ;

Exposition de motifs suisses à Nova-Friburgo, du 29 avril au 20 mai ;

Exposition d'affiches suisses à Turin, du 10 au 21 mai ;

Foire de Paris, du 13 au 29 mai ;

Foire d'échantillons de Prague, du 14 au 28 mai ;

Semaine suisse de Copenhague, du 16 au 24 mai ;

Third Annual World Trade Fair de San-Francisco, du 23 au 28 mai ;

Foire de Grenoble, du 3 au 12 juin ;

Foire de Lille, du 10 au 25 juin ;

Foire d'échantillons de Barcelone, du 10 au 30 juin ;

Exposition « L'Affiche Internationale d'Aujourd'hui », Berlin-Tempelhof, juin 1950 ;

Exposition de boîtes à musique et de poupées dansantes, Atlantic City, du 15 juin au 15 septembre ;

San Diego County Fair de Del Mar, du 30 juin au 9 juillet ;

First United States International Trade Fair de Chicago, du 7 au 20 août ;

Exposition du commerce et de l'industrie, Elisabethville, du 12 au 21 août ;

Exposition industrielle de Domodossola, du 12 au 27 août ;

Semaine allemande du théâtre de marionnettes, Cassel, du 28 août au 2 septembre ;
California State Fair à Sacramento, du 31 août au 10 septembre ;
Foire de Gand, du 9 au 24 septembre ;
Foire d'échantillons de Francfort, du 17 au 22 septembre ;
Exposition internationale d'affiches de Philadelphie, du 18 au 30 septembre ;
Foire d'échantillons de Zagreb, du 23 septembre au 8 octobre ;
Exposition internationale de Windhoek, des 28 et 29 septembre ;
Exposition de l'industrie allemande, Berlin, du 1^{er} au 15 septembre ;
Exposition touristique européenne de Rosario, du 17 au 31 octobre ;
Exposition de la Corporation anglaise des marionnettes et modèles de théâtres, Londres, du 28 octobre au 11 novembre ;
Exposition ferroviaire à La Haye, du 1^{er} novembre au 15 décembre ;
Exposition d'affiches suisses à Buenos-Ayres, en octobre 1950 et à Montevideo en novembre 1950 ;
Exposition itinérante « L'Affiche suisse » à La Haye (6/20 janvier), Manchester (31 janvier/21 février), Birmingham (27 février/4 mars), Cardiff (8/19 mars), Londres (23 mars/6 avril et 14/28 avril), Copenhague (16/28 mai), Bruxelles (24 juin/9 juillet), Esch (12/27 août), Paris (30 septembre/22 octobre), Bordeaux (10/27 novembre) ;
Participation à l'Exposition du Livre suisse à Seattle (10/24 janvier), San-Francisco (16/28 janvier), Munich (12/25 mars), Stuttgart (9/22 avril), Cologne (7/20 mai) et Helsinki.

b) Suisse

Foire suisse d'échantillons à Bâle, du 15 au 25 avril ;
« La Suisse, pays de tourisme », exposition au Helmhaus de Zurich, du 15 avril au 14 mai.

9. Affiches

Nous avons utilisé en nombre rond 13 500 affiches de Carigiet (régions touristiques) et ce de la façon suivante :

- a) 500 séries ont été pourvues de l'inscription « La Suisse, paradis de vacances » pour la propagande d'été et d'automne ;

- b) 110 séries ont été munies de la légende « La Suisse, pays du tourisme » pour l'exposition du même nom au Helmhaus de Zurich ;
- c) 540 séries ont été expédiées telles quelles à l'agence de Londres pour diverses actions spéciales ;
- d) 345 séries ont été expédiées telles quelles à diverses autres agences.

Pour l'action spéciale en faveur de la prime de 50 francs offerte par la Société Suisse des Hôteliers, nous avons expédié aux agences 4500 affiches d'hiver, affiches à en-tête de Richard Gerbig, munies du texte « Une offre exceptionnelle » en langues allemande, française, anglaise ou italienne.

Nous avons employé en faveur des Ecoles suisses de ski 5400 exemplaires de l'affiche à en-tête de 32 × 51 cm., de Thöni, éditée en 1948, dont 2000 ont été distribuées en Suisse munies d'un texte spécial concernant la baisse des tarifs de cette école. Nous avons également distribués de plus grandes affiches concernant l'ESS, prises sur nos réserves.

Nous avons aussi diffusé environ 4000 exemplaires de l'affiche du « poulain » due à Donald Brun et des affiches à en-tête des quatre saisons de Richard Gerbig. Des affiches de formats normal et mondial prélevées sur nos anciens stocks ont été utilisées pour des actions spéciales en Belgique, au Danemark (Semaine suisse de Copenhague), en Angleterre et en France.

10. Vitrines

a) Etranger

Un nombre toujours croissant de vitrines ont été décorées par les soins de nos agences à leurs sièges mêmes et dans des magasins et agences de voyages. Nous leur avons fourni dans ce but cinquante nouvelles « boîtes de construction OCST » améliorées. Leur utilisation a permis d'appreciables progrès dans la qualité de la présentation.

Toutes les agences sont régulièrement approvisionnées en séries complètes d'agrandissements photographiques 25 × 25 cm. et de 50 × 50 cm. qui illustrent des sujets en rapport avec les saisons.

Elles ont également reçu des photomontages en couleurs, du papier peint et du tissu de décoration imprimés tous deux de motifs en couleurs, ainsi qu'un grand nombre de chromographies et de souvenirs de voyages.

b) Suisse

La propagande par vitrines a été intensifiée en Suisse par l'approvisionnement de maisons privées en affiches et agrandissements photographiques. Le matériel existant a été utilisé dans des agences de voyages, banques, grands magasins, etc.

Du 10 juin au 22 juillet 1950, nous avons décoré les seize vitrines du Crédit Suisse à la Bahnhofstrasse à Zurich ; le thème choisi était l'alpinisme. Nous avons de nouveau pu disposer des mêmes vitrines pour la propagande d'hiver entre le 22 décembre et le 6 février 1951 ; aménagées par le graphiste Fritz Keller, elles avaient pour sujet les « Vacances d'hiver en Suisse ». Par l'originalité de leur présentation et de leur documentation, ces deux actions ont de nouveau recueilli un vif succès dans la presse et auprès du public.

Nous avons enfin pu mener à chef des actions d'une certaine envergure aux Grands Magasins Innovation S. A. à Lausanne pendant la saison d'été et Robert Ober pendant la Semaine suisse.

II. Actions spéciales

La presse étrangère a publié, surtout depuis la dévaluation de 1949, un nombre toujours croissant d'articles où la Suisse était qualifiée de pays « quasiment inabordable » comparativement à d'autres pays touristiques. C'est pourquoi l'OCST a eu à cœur de se livrer, avec la collaboration de neuf de ses agences d'Europe, à une enquête comparant les prix selon des critères uniformes. On a ainsi pu arrêter les sommes qu'un touriste de revenus moyens doit débourser pour ses déplacements, son logement et son entretien, ainsi que pour les extras et certaines dépenses accessoires, dans les centres urbains et touristiques proprement dits. La comparaison entre les données relatives à ces neuf pays étrangers et celles de Suisse a nettement prouvé que, de nos jours, les prix des transports, des hôtels et même des extras — en partie tout au moins — restent absolument modérés dans notre pays. Son équipement lui permet en outre d'offrir, dans

toutes les catégories de prix, des prestations d'une qualité incontestablement supérieure à ce que l'on obtient ailleurs. Nos propres organes de presse et nos agences ont fait connaître les résultats de cette enquête à la presse des pays entrant en ligne de compte. Nous avons alors eu la satisfaction de constater que, depuis lors, la Suisse est de moins en moins dépeinte comme un pays cher, fait auquel l'augmentation des prix à l'étranger n'est certainement pas étrangère.

Le mouvement des autocars étrangers ayant augmenté depuis la fin de la guerre d'une façon considérable, il nous a paru indiqué de procéder auprès de nos agences et des membres de l'Association suisse des directeurs d'offices de tourisme à une enquête au sujet de son importance pour notre tourisme, enquête qui a révélé toute une série de conclusions intéressantes.

Pour appuyer l'action spéciale de la Société Suisse des Hôteliers (prime de cinquante francs), nous avons diffusé, à l'étranger surtout, un papillon intitulé « Une offre unique », tiré à 260 000 exemplaires en allemand, français, italien et anglais.

Nous avons fait l'acquisition d'environ 1400 séries de douze photos en couleurs qui illustraient les calendriers édités par Calendaria A.-G. à Immensee, Gebr. Stehli à Zurich et Büchler & Cie à Berne, et en avons envoyé une partie à nos agences, ainsi qu'aux légations et consulats de Suisse, qui pourront les utiliser pour décorer les vitrines ou les suspendre aux murs.

En terminant, mentionnons enfin les vitrines spécialement décorées par nos agences à l'occasion de l'Année Sainte.

IV. Eléments de propagande

1. Chemins de fer

Nous expédions à nos agences le matériel de propagande (affiches, prospectus, brochures, cartes-itinéraires, horaires, calendriers, etc.) destiné à l'étranger que nous remettent les CFF. Celles-ci se chargent de le distribuer aux agences de voyages et aux différents intéressés au tourisme de leurs rayons d'action. Dans leurs propres publications, elles ont eu soin de mettre en relief les correspondances et les tarifs des billets pour les principaux centres urbains et de vil-