

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office central suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office central suisse du tourisme  
**Band:** 11 (1951)  
  
**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:** 01.02.2026

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

fédéral de l'économie publique et à ses délégués aux accords commerciaux qui se sont constamment employés à défendre, avec énergie, nos intérêts touristiques. Nous tenons également à souligner la collaboration féconde et confiante qui s'est constamment établie entre la Fédération suisse du tourisme et notre organisme, pour la défense d'intérêts communs.

Les relations avec les associations touristiques régionales et locales ont également été fructueuses et il en est de même pour les entreprises de transport, les organes techniques de l'hôtellerie, les groupements touristiques professionnels, les associations sportives et de très nombreuses institutions scientifiques et culturelles.

Il va sans dire que nous nous sommes employés à apporter un concours sans réserve aux efforts tendant à libérer les échanges touristiques des obstacles et des complications. Notre directeur, M. S. Bittel, préside la Commission qui s'occupe de la propagande collective des pays européens aux Etats-Unis et qui doit présenter, à cet effet, des rapports aux instances compétentes de l'administration du Plan Marshall ; cette commission a fait preuve d'une grande activité et son action a été efficace. Jusqu'au mois de novembre, M. le directeur Bittel a siégé à l'Union internationale des Organismes officiels du Tourisme en qualité de « Pastpresident » ; il fait partie du comité exécutif.

### **III. Propagande et matériel de propagande**

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

L'OCST a fait paraître, l'année écoulée, les imprimés suivants :

« La Suisse en été », liste des manifestations 1951, brochure en allemand, français, anglais . . . . .	15 000
« Le Petit Guide Thermal Suisse », brochure en allemand, français, anglais . . . . .	30 000
« Stations thermales », prospectus en allemand, français, anglais . .	90 000
« Traditions populaires suisses », prospectus en allemand, français, anglais . . . . .	10 000
« Festivals d'art en Suisse », prospectus en allemand, français, anglais	65 000

« Semester i Schweiz », brochure en suédois . . . . .	15 000
« Voyage en Suisse », brochure en français . . . . .	20 000
« La Suisse, pays de vacances », brochure en allemand, français, anglais, italien, hollandais, espagnol, avec tableau sportif . . . . .	261 000
« L'Alpinisme en Suisse », brochure en allemand, français, anglais . .	30 000
« Réduction des tarifs des guides », papillon en allemand, français, anglais, italien . . . . .	190 000
« La Pêche en Suisse », brochure en quatre langues . . . . .	10 000
« L'Influence du climat alpin sur les maladies tropicales », brochure en français . . . . .	5 000
« La Suisse en hiver », liste des manifestations 1951/1952, allemand, français, anglais . . . . .	15 000
Calendrier OCST 1952 « La Suisse pittoresque », en six langues . . .	30 000
Cartes de vœux pour les fêtes de fin d'année, allemand, français, anglais, italien, espagnol, portugais . . . . .	20 000
« The Swiss Universities », brochure en anglais (réimpression) . . .	10 000
« La Suisse d'Aujourd'hui », brochure en espagnol . . . . .	10 000
« La carte touristique » (réimpression), français, anglais . . . . .	41 000
« Vacances en Suisse - A la conquête des Alpes », affiche blanco en allemand, français, anglais . . . . .	15 000
« Stations thermales », affiche en allemand, français, anglais . . . .	7 000
Affiche d'été blanco (avec photo en couleurs de Villiger) . . . . .	15 000
Affiche d'hiver blanco (avec photo en couleurs de Giegel) . . . . .	20 000
Petite affiche éditée à l'occasion de la Fête nationale des costumes suisses . . . . .	5 000
« Qui dit Ski, dit Suisse », petite affiche en français, anglais . . . .	3 000
Revue « La Suisse » en plusieurs langues . . . . .	270 000
« Informations OCST », allemand/français . . . . .	13 200
Publications éditées par les agences . . . . .	306 400

La livraison du matériel de propagande de l'OCST, des associations touristiques, des entreprises de transport et de l'hôtellerie a été assurée à nos agences de l'étranger en trois envois collectifs.

Les représentations diplomatiques et consulaires de la Suisse à l'étranger ont été pourvues à deux reprises (en été et en hiver) en matériel de propagande ; sur la demande de plusieurs d'entre elles, d'autres envois ont été assurés pour appuyer des actions spéciales.

Nos services ont dû satisfaire 4000 demandes verbales et écrites en livrant de la documentation. Un important matériel de propagande a été distribué aux services de renseignements des foires et des expositions mentionnées sous chiffre 8.

Plusieurs congrès et de nombreuses séances ont eu lieu l'année dernière dans le pays ; là aussi, une documentation en plusieurs

langues a été fournie et il en a été de même pour les participants au voyage de l'ASTA.

L'importance de cette action de propagande est démontrée par les précisions suivantes :

- 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) . . . . . 4 500 000
- b) nombre des affiches reçues et expédiées (fournies par les offices de tourisme, les entreprises de transport et l'OCST) . . . . . 80 000

1405 caisses, 1622 colis postaux et 19 726 paquets d'imprimés ont été nécessaires pour l'expédition, à l'étranger, des imprimés mentionnés plus haut ; poids total : 182 tonnes environ.

Dans le secteur *Documentation sur la Suisse*, destinée aux agences de voyages, nous avons entrepris une tâche de longue haleine. Au moment où nous écrivons ce rapport, 65 centres touristiques se sont annoncés, qui doivent imprimer à leur frais une feuille de documentation, et cette action de propagande spéciale bénéficie d'une subvention de 30 % de l'OCST.

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

Le service de presse pendant le dernier exercice a été considérablement complété par de nouvelles rubriques. Des articles épuisés que nous avons encore dans nos archives ont été réimprimés.

Nos archives contenaient, à fin décembre 1951, 542 articles en langue allemande, 335 en langue française et 227 en langue anglaise, plus des articles spéciaux dans d'autres langues, notamment en espagnol et en portugais.

En 1951, 147 nouveaux articles en allemand, 139 en français et 74 en anglais furent commandés, rédigés, photocopiés et expédiés. Ils traitent de tous les sujets qui relèvent de notre propagande :

régions touristiques, saisons, moyens de transports, manifestations, etc. Une série est consacrée aux usages populaires des diverses régions. Le service comprend en outre des articles relatifs aux manifestations sportives, culturelles, folkloriques qui auront lieu pendant le mois.

Soulignons notre contribution à des numéros spéciaux de journaux et de revues.

De nombreuses publications nous ont emprunté notre matériel de photos et de textes — notamment les Editions « Mensch und Arbeit » pour l'ouvrage « Die Schweiz, Arbeit und Leben » édité par elles, à la rédaction duquel collabora un représentant de notre office.

### **3. Radio**

Les émissions hebdomadaires ont eu lieu régulièrement comme précédemment, en liaison avec le studio de Zurich.

Notre collaboration avec la SSR (service d'ondes courtes) a donné encore cette année des résultats satisfaisants. Notre agence de Londres a spécialement attiré l'attention, par une exposition de vitrine, sur les émissions sur ondes courtes en langue anglaise. A la télévision de la BBC, différents films suisses ont été passés, ainsi qu'une série de prises de vues de sujets suisses.

Nous avons réalisé avec succès des émissions par les émetteurs de Belgique, du Portugal, d'Allemagne et d'Irlande.

Nous avons donné un appui financier à l'action aux Etats-Unis d'une association académique de travail. Quelques émissions ont été récemment préparées et diffusées avec succès.

### **4. Nos organes de presse**

#### **a) *La revue « La Suisse »***

Notre revue « La Suisse », largement diffusée en Suisse et à l'étranger, lue avec intérêt par les usagers des CFF et de nombreux chemins de fer privés a paru comme l'année précédente en 12 numéros. Les intéressants reportages sur le tourisme, la vie culturelle,

les sports d'hiver, les vacances d'été en Suisse ont retenu l'attention des lecteurs.

L'édition suisse a été cette année séparée de l'édition pour l'étranger. Elle a comporté 12 numéros d'un tirage de 15 000 exemplaires avec des textes allemands, français et anglais.

L'édition pour l'étranger a paru tous les 2 mois avec un tirage également de 15 000 exemplaires par numéro. Elle comporte le matériel de photos et de textes de 2 numéros de l'édition suisse convenablement adapté, remanié et traduit.

Des textes ont paru, en dehors des trois langues nationales, en anglais, en hollandais, en espagnol et en portugais.

La limitation à 6 numéros pour l'étranger nous a permis de porter le tirage à 15 000 exemplaires et d'assurer ainsi à la revue une plus forte diffusion à l'étranger. Des reportages spéciaux publiés dans nos numéros pour l'étranger étaient consacrés au folklore, aux manifestations artistiques et musicales. Ils furent en outre publiés en tirage à part et largement diffusés sous forme de prospectus et de brochures.

#### b) *Service de presse*

Le service de presse pour l'étranger a été rédigé, comme l'année dernière, en moyenne tous les quinze jours par les soins du Siège auxiliaire, photocopié 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 1951.

#### c) « *Communications OCST* »

Nos « Communications OCST » (service interne), qui renseignent les autorités, les membres du Parlement, les membres de l'OCST et les autres intéressés au tourisme sur notre activité et l'ensemble de la situation touristique ont paru onze fois. Elles ont partout suscité un vif intérêt.

#### d) *Service de renseignements*

Le Service de renseignements, annexé au Service de presse, a été mis à contribution de la façon la plus variée en 1951. D'in-



nombrables demandes ayant surtout trait à des voyages et des séjours en Suisse, dans les hôtels, pensions, chalets de locations, écoles, universités, cliniques et sanatoriums, ainsi qu'aux manifestations prévues nous sont parvenues de presque tous les pays d'Europe, d'Amérique du Nord et du Sud, d'Australie, des Indes, de l'Afrique du Sud, etc.

## 5. Propagande par le film

Le Service de films de l'OCST a connu une activité accrue en 1951. Contre 140 en 1950, 260 copies ont été tirées, dont 45 de 35 mm. en noir et blanc, 170 réductions à 16 mm. en noir et blanc et 42 copies de 16 mm. en couleurs. Tout ce matériel a été réparti entre les agences de l'OCST et les représentations diplomatiques et consulaires suisses à l'étranger. Plusieurs films de 35 mm. en noir et blanc ont été mis en circulation, tant en Suisse qu'à l'étranger, par des entreprises de location ; d'autres ont été projetés à la télévision et sur les bateaux des services transatlantiques. Pour illustrer l'ampleur de la propagande par le film dans nos agences, relevons, à titre d'exemple, que notre agence de Paris compte chaque mois 80 000 à 90 000 spectateurs.

De nouveaux films ont été réalisés en 1951 :

« Images de Suisse : Tradition et technique ». Ce film a été tourné en 1950 et mis en circulation en 1951. Il s'agit d'un documentaire de 35 mm. en noir et blanc sur les actualités suisses les plus importantes ; versions allemande, française, anglaise et, pour la première fois, espagnole.

« Le Simplon, la route de Napoléon » : documentaire de 35 mm. noir et blanc avec commentaire en allemand, français, anglais et, pour la première fois aussi, italien.

« La Suisse en fête » : film sonore de 16 mm. en couleurs ; sous-titres en allemand, français, espagnol et anglais.

« Festival de Zurich » : tiré des fêtes commémoratives du 600<sup>e</sup> anniversaire de l'entrée de Zurich dans la Confédération ; film sonore de 16 mm. en couleurs, avec versions allemande, française et anglaise.

Un film sonore de 16 mm. en couleurs sur les coutumes et costumes de Suisse est actuellement en travail. La Centrale suisse du film étroit, à Berne, a prêté pour notre compte, dans le courant de l'année, 1000 films environ sur présentation d'un bon. Nous constatons dans l'ensemble que, compte tenu de la demande générale pour les productions en 16 mm. sonore, de réels progrès ont pu être réalisés pendant l'année 1951.

## 6. Service de conférences

Les sociétés et écoles de Suisse font un usage régulier de nos séries de diapositives en couleurs, complétées d'un commentaire. Nous avons constitué une nouvelle série sur « les coutumes populaires ».

A l'étranger (en Grande-Bretagne, Hollande, Allemagne), nous avons pu prêter nos diapositives en couleurs à de nombreux conférenciers, et nous cherchons à inclure de plus en plus dans ce service nos films étroits en couleurs.

## 7. Service photographique

La demande en bons documents photographiques augmente sans cesse par suite de l'importance toujours plus grande donnée à l'illustration dans la presse. Le Service photographique de l'OCST a livré, pendant l'année 1951, 19 300 agrandissements contre 14 800 en 1950. De plus, nos archives se sont enrichies de 1300 nouvelles photos, dont un grand nombre en couleurs, dont les sujets ont été choisis dans tous les domaines intéressant la propagande touristique, mais avant tout des paysages. Ce matériel a été remis régulièrement aux agences de l'OCST, ainsi qu'aux journalistes et reporters qui nous rendent visite. En ce qui concerne les agrandissements au format de 50×50 cm., qui servent en premier lieu à orner les vitrines de nos agences et des bureaux de voyages de l'étranger, nous avons fait usage, pour la première fois, du nouveau procédé « Lichtdruck » qui permet, à frais égaux, d'obtenir un plus grand nombre de reproductions. Notre service photographique a, en outre, colla-



boré à l'édition de films-fixes représentant toutes les régions touristiques de la Suisse et complétés de textes adéquats. Ces films entrent en partie dans le circuit commercial tant en Suisse qu'à l'étranger. 260 nouveaux articles de presse, dans différentes langues, ont été multigraphiés et distribués ; nous avons reçu de très nombreux justificatifs qui sont classés et versés à nos archives. Notre service de clichés a également été mis fortement à contribution : 361 clichés ont été prêtés, sans frais, à la presse.

### 8. Foires et expositions

En 1951, notre Office a participé aux foires et expositions suivantes :

#### a) *A l'étranger*

Exposition internationale de tourisme, à Stockholm, 6-11 février.

Foire de Nice, 10-26 février.

Semaine suisse, à Manchester, 19 février-3 mars.

Exposition du tourisme européen, à Mar del Plata, 22 février-15 mars.

Foire internationale de Francfort s. M., 11-16 mars.

Exposition « Art and Life in Switzerland », à Manchester, 15 mars-15 avril.

Salon du Tourisme, à Metz, 1<sup>er</sup>-15 avril.

Foire internationale d'Utrecht, 3-12 avril.

Fiera di Milano, 12-29 avril.

Mostra Internazionale del Cartellone Turistico ENIT, à Milan, 12-29 avril.

Exposition internationale de la photographie et du cinéma, à Cologne, 20-29 avril.

Foire de Bruxelles, 21 avril-6 mai.

Exposition « L'affiche suisse », à Sao Paulo, avril-mai.

Foire de Besançon, 1<sup>er</sup>-7 mai.

Foire de Paris, 1<sup>er</sup>-15 mai.

Semaine suisse, à Dublin, 21 mai-3 juin.

Hotel Catering and Domestic Exhibition, à Dublin, 22 mai-1<sup>er</sup> juin.

World Trade Fair, à San-Francisco, 22-27 mai.

Exposition de l'affiche suisse, à Wiesbaden, 28 mai-9 juin.  
 Foire de Grenoble, 1<sup>er</sup>-10 juin.  
 Foire de Reims, 1<sup>er</sup>-15 juin.  
 Deutsche Handwerksmesse, à Munich, 1<sup>er</sup>-17 juin.  
 Foire de Bordeaux, 10-25 juin.  
 Exposition internationale de la santé, à Cologne, 23 juin-12 août.  
 San Diego County Fair, à Del Mar (Californie), 29 juin-8 juillet.  
 Exposition internationale de l'affiche, à Londres, juillet.  
 Exposition « Das moderne Schweizer Plakat », à Marburg, 1<sup>er</sup>-31 août.  
 Fiera di Trento, 4-19 août.  
 Südwestdeutsche Getränkemesse, à Karlsruhe, 10-20 août.  
 Foire commerciale et industrielle, à Léopoldville, 11-20 août.  
 Foire de Saint-Eric, à Stockholm, 25 août-2 septembre.  
 California State Fair, à Sacramento, 31 août-9 septembre.  
 Bundesfachschau für das Hotel- und Gaststättengewerbe und Kochkunschtchau, à Francfort s. M., 21 septembre-1<sup>er</sup> octobre.  
 Exposition de photographies « La Suisse moderne », à Paris, 29 septembre-22 octobre.  
 Mostra Internazionale di Fotografia e Cinematografia di Montagna, à Busto-Arzizio, 1<sup>er</sup>-11 novembre.  
 Foire gastronomique, à Dijon, 5-18 novembre.  
 Exposition photographique « Images de Suisse », à Nantes, 10-25 novembre.  
 Exposition photographique « Images de Suisse », à Strasbourg, 1<sup>er</sup>-16 décembre.

#### b) *En Suisse*

Foire suisse d'échantillons, à Bâle, 7-17 avril.  
 Exposition internationale des « Containers », à Zurich, 14-23 avril.  
 Comptoir suisse, à Lausanne, 8-23 septembre.

### 9. Affiches

Nous avons utilisé pour les deux nouvelles affiches blanco d'été et d'hiver des vues en couleurs des photographes Villiger (Gstaad) et Giegel (OCST Zurich) ; la réalisation graphique de l'affiche,

« Vacances en Suisse - A la conquête des Alpes », a été confiée à Hans Aeschbach et celle des « Stations thermales suisses » à Hans Kasser. Mentionnons ici les actions suivantes :

L'utilisation, dans des buts spéciaux, d'affiches au format mondial et normal prises dans nos anciens stocks (stations de service ESSO en Suisse, affichage dans les gares en Belgique, etc.) ;

L'envoi de l'affiche « Vacances en Suisse — A la conquête des Alpes » à tous les membre de l'Association suisse des magasins d'articles de sport.

## 10. Vitrites

### a) *Etranger*

Toutes nos agences ont reçu régulièrement des séries complètes d'agrandissements photographiques aux formats de 30×30 et 50×50 cm., illustrant des sujets en rapport avec les saisons.

Nous avons également distribué 800 séries en couleurs de 12 vues chacune, tirées de calendriers de diverses maisons d'édition. Elles servent avant tout à la décoration des vitrines de nos agences et à l'ornementation des bureaux de nos représentations diplomatiques et d'autres intéressés.

En outre, les agences les plus importantes ont reçu des décors de vitrines complets, ainsi qu'une collection bien choisie de bons souvenirs de voyages qui permettent d'enrichir très agréablement l'aménagement régulier de leurs devantures.

### b) *Suisse*

Action spéciale en faveur de l'été 1951, « Das Jahr der Schweizer Berge », dans les seize vitrines du Crédit Suisse, à la Bahnhofstrasse à Zurich, du 9 juin au 20 juillet 1951.

Action spéciale en faveur de l'été dans les vitrines des Grands Magasins Innovation S. A., à Lausanne, du 8 au 30 juin 1951, sous le titre « Vacances à la montagne », donnant lieu à un concours.

Idem en faveur de l'hiver, du 22 décembre 1951 au 1<sup>er</sup> février 1952, dans les seize vitrines du Crédit Suisse, à la Bahnhofstrasse, à Zurich, avec le slogan « Gesunde Jugend durch Winterferien ».

Nous avons en outre fourni divers décors de vitrines et un grand nombre d'agrandissements photographiques et d'affiches aux maisons de commerce privées, agences de voyages, banques, grands magasins, etc., qui contribuent, par l'aménagement de leurs locaux et vitrines, à la propagande touristique.

## II. Actions spéciales

L'« American Society of Travel Agents » « ASTA », la plus grande association d'agences de voyages du monde entier, a tenu du 21 au 27 octobre son assemblée annuelle ou « Convention », pour la première fois en Europe, à Paris.

En connexion avec nos agences de Paris et de New-York, nous avons distribué aux membres du Congrès des plans détaillés de voyages d'études en Suisse qui, grâce à l'aide active de nos organisations de transport, de l'hôtellerie et de tous les intéressés au tourisme, étaient très favorables du point de vue des prix. Des 1400 participants au Congrès 470 firent usage de notre offre, ce qui conduisit à une prise de contact personnel du plus haut intérêt avec les personnalités dirigeantes des agences de voyages américaines.

Nous avons appuyé activement l'action spéciale de la Société suisse des hôteliers en vue d'augmenter les taux d'occupation (prime de 50 francs) par des insertions dans la presse étrangère et par l'impression de papillons à inclure dans les brochures et les prospectus. Une action analogue fut conduite à propos de la réduction — sur décision de la Confédération — des tarifs des écoles de ski et des guides de montagne. Un prospectus et une affiche furent diffusés. Sur l'initiative de la section automobile de l'Administration des PTT, un voyage d'étude eut lieu du 22 au 30 septembre, conduisant aux principaux cols des Alpes, 21 employés de nos agences.

Nombreux furent aussi les voyages d'étude organisés par nous pour des représentants d'agences de voyages étrangères et de presse, — à la réalisation desquels participèrent les CFF, les entreprises de transport privées, les compagnies d'aviation, l'hôtellerie, les intéressés au tourisme, et dans certains cas le Département politique fédéral, l'Office suisse d'expansion commerciale, la Foire suisse

d'échantillons de Bâle, le Comptoir suisse à Lausanne, diverses industries. A noter :

Du 14 au 24 janvier : un groupe de 13 employés d'agences de voyages de France ;

Du 24 février au 8 mars : 12 employés d'agences de voyages de Belgique ;

Du 5 au 19 mars : 13 employés d'agences de voyages d'Irlande ;

Du 30 mars au 26 avril : 3 groupes de 12 employés d'agences de voyages d'Angleterre ;

Du 11 au 21 avril : 6 journalistes du Brésil ;

Du 30 avril au 6 mai : 10 directeurs d'agences de voyages du Canada ;

Du 6 au 12 août : 7 employés d'agences de voyages de l'Amérique du Sud ;

Du 9 au 11 septembre : 9 journalistes d'Alsace ;

Du 11 au 20 septembre : 3 journalistes de Yougoslavie ;

Du 7 au 18 octobre : 13 collaborateurs de l'American Automobile Association.

## **IV. Eléments de propagande**

### **1. Chemins de fer**

Tout le matériel de propagande du service de publicité que les CFF et les chemins de fer privés réservent à l'étranger (affiches, brochures, prospectus, cartes itinéraires, horaires, calendriers, etc.) est envoyé par nos soins à nos agences qui le distribuent par des moyens appropriés et divers aux agences de voyages et aux organismes intéressés de leur rayon. Cette fois encore, nos agences ont réservé une part très large à la propagande ferroviaire dans leurs imprimés et circulaires ; leurs circulaires et leurs prospectus publient les horaires et les tarifs à destination des centres importants et des stations touristiques. Une large part est également réservée aux entreprises de transport dans les expositions et dans les vitrines, grâce à des agrandissements photographiques et des maquettes. Le personnel des agences s'attache, souvent avec la collaboration