

Zeitschrift: Rapport annuel / Office central suisse du tourisme
Herausgeber: Office central suisse du tourisme
Band: 13 (1953)

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: 01.01.2026

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

existé entre la Fédération suisse du tourisme et notre organisme, en vue de réaliser nos tâches communes.

Les relations avec les associations touristiques régionales et locales ont été fructueuses, de même qu'avec 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.

Dans le domaine de la collaboration internationale pour le développement du tourisme, nous cherchons activement à sauvegarder les intérêts de la Suisse.

Notre directeur est membre du Comité exécutif de l'Union Internationale des Organismes officiels du tourisme (U. I. O. O. T.), du Comité du Tourisme de l'O. E. C. E. et il préside la Commission européenne de propagande collective aux U. S. A.

III. Propagande et matériel de propagande

1. Imprimés et service du matériel

L'OCST a fait paraître en 1953 les imprimés suivants :

Brochure « La Suisse en été 1953 », Rapport de l'OCST pour 1953, Dossier spécial « Documentation sur la Suisse ». Prospectus « Les Stations thermales suisses » ; « Le Petit Guide thermal », réimpression. Brochure « Voyages en Suisse » pour les agences de Paris et de Nice. Brochure « Quelques conseils pour des voyages en Suisse », pour l'agence de Vienne. Brochure « La Suisse en hiver 1953/54 ». Un livre, « La Suisse — un vade-mecum pour touristes ». Calendrier de l'OCST 1954. Brochure « La Suisse d'aujourd'hui », réimpression. Prospectus « Switzerland, the Country of Electric Railways ». Tirage à part de l'article de la revue « Le Rôle du tourisme dans l'économie nationale suisse ». 10 numéros des « Informations de l'OCST ». Affiche d'été « Repos et détente en

Suisse » de Carigiet ; la même affiche cartonnée avec support (25 x 38 cm.) ; Affiche « agneau », réimpression.

L'ensemble des imprimés de l'OCST pour 1953 atteint le total de 1 003 590 exemplaires — y compris notre revue « Suisse », les brochures éditées par les agences et les prospectus.

Les quelques chiffres suivants donneront une idée du volume du matériel de propagande réparti par nos soins dans le courant de l'année :

- a) Brochures et prospectus des stations et régions, des entreprises de transports, des stations thermales ; imprimés spéciaux de propagande pour les sports et les établissements d'éducation, guides généraux, y compris les publications de l'OCST. Reçu et expédié 6 200 000 ex.

b) Affiches éditées par les offices de tourisme locaux et régionaux, les entreprises de transport et l'OCST. Reçu et expédié 142 000 ex.

L'envoi de ces imprimés à l'étranger nécessita : 2126 caisses, 1626 colis postaux, 24 033 paquets d'imprimés. Poids total environ 212 tonnes. Les frais d'expédition se sont montés à Fr. 232 000.—.

2. Propagande par la presse et « Public relations »

Certaines transformations administratives et personnelles ont eu lieu dans ce secteur du fait que les contrats avec la Firme Foote, Cone and Belding pour la propagande aux U. S. A., en vigueur depuis 1950, sont arrivés à terme.

Deux jeunes journalistes, particulièrement au courant des besoins de la presse anglo-américaine, ont été chargés du service de presse au siège de Zurich et auprès de l'agence de New-York ; ils s'occupent aussi du secteur toujours plus important des « Public relations ».

Le service de presse du siège de Zurich prépare des articles exclusifs pour des publications déterminées. Pour permettre une

plus rapide orientation du public suisse sur les événements touristiques, à titre d'essai, des « Nouvelles », polycopiées au gré de l'actualité, ont été distribuées à environ 35 organes-clef d'informations suisses et à des correspondants intéressés de journaux étrangers.

Les articles mensuels consacrés aux manifestations sportives et culturelles du mois suivant ont été pour la première fois groupés en un article d'ensemble sur les principales manifestations sportives pour la saison d'hiver, qui a rendu de précieux services, surtout à l'étranger.

Le meilleur moyen d'obtenir de bons résultats dans le domaine de la propagande rédactionnelle avec des moyens relativement modestes, est d'inviter des journalistes et des photographes de presse en Suisse. C'est pourquoi nous nous sommes efforcés de faciliter le plus possible le travail des représentants de la presse étrangère, des reporters et des journalistes indépendants qui rendaient à notre pays une visite utile à notre propagande. Nous avons aussi donné notre appui à des « équipes de reportage » de publications importantes, telles que le « Harpers Bazaar » de Londres et « Mademoiselle » de New-York. Dans ces deux publications parurent ensuite de substantiels reportages sur la Suisse.

Nous remercions chaleureusement les personnalités suisses, les entreprises et les organismes officiels à l'étranger, et surtout les légations et les consulats qui ont soutenu notre activité dans le domaine de la propagande rédactionnelle de presse, en s'entretenant pour la publication de nos textes et documents photographiques et en facilitant la préparation de nos invitations.

3. Radio et télévision

a) Radio

Nos émissions touristiques hebdomadaires par le poste de Bero-munster (Radio-Zurich) ont changé de forme. Elles ne se font plus en dialecte, mais sont livrées en bon allemand et prêtes à être lues au studio de Zurich. Ce changement a été fait eu égard à l'écoute

des auditeurs de l'Allemagne voisine. Nous sommes reconnaissants envers le studio de Zurich pour la parfaite transmission de ces émissions. Il a été en outre organisé une émission d'une heure le samedi soir (à la meilleure heure d'écoute), par le studio de Zurich, intitulée « Feriensorgen » et une émission sur les « Stations thermales ».

Nous avons pu documenter des représentants de radios étrangères — de Hollande, de Belgique (en flamand) et Autriche. Nous avons reçu également le groupe international délégué par le plan Marshall, représentant sept pays, chargé de réaliser un radio-reportage sur le Rhin, depuis la source jusqu'à son embouchure. L'agence de San-Francisco a émis pendant six mois 72 courtes annonces payées sur le thème : « La Suisse en général ». Pour le Home service écossais, deux émissions d'une heure chacune furent diffusées sous le titre « Nos amis, les Suisses ».

Notre collaboration avec le Service d'ondes courtes a bénéficié d'une heureuse amélioration technique, grâce à la transformation des deux nouveaux émetteurs de Schwarzenbourg sur 100 kw et à la mise en activité d'une voiture de reportage. Nous pouvons donner à titre indicatif les chiffres suivants, les résultats définitifs n'étant connus que pour 1952 : au cours de 62 déplacements à travers les 22 cantons, 152 reportages et interviews en langue anglaise et espagnole ont été émis sous la rubrique : « Tourisme, transport et folklore ». Les envois de programmes et des échanges du service d'ondes courtes avec l'étranger nous intéressent même lorsque ces programmes ne sont pas consacrés uniquement au tourisme. En 1952, 332 programmes furent envoyés à l'étranger, représentant un total de 204 heures, et 368 programmes furent échangés, représentant un total de 134 heures. Une série de 26 courtes conférences en langue anglaise a été transmise sur le thème « L'Actualité de la Suisse à la lumière de ses donjons et de ses châteaux ».

b) *Télévision*

La télévision, qui a son centre à Zurich, offre au tourisme d'intéressantes perspectives pour sa propagande. Nous préparons actuel-

lement des émissions régulières de cinq minutes sous le titre « *Wir greifen heraus* » (« Quelques exemples ») et qui traitent des principaux événements de la quinzaine, avec de courtes interviews sur des questions touristiques. Pour faciliter le service de télévision, on a rassemblé une grande quantité de matériel de films se trouvant dans toute la Suisse. Un grand nombre de nos propres films ont pu être émis. Nous avons pu donner notre appui cet été encore au reporter du service de télévision de la BBC pour une série de prises de vues en Suisse.

La télévision de la BBC nous a adressé un acteur de la Radio avec un caméraman à qui nous avons pu être utiles pour des prises de vues à Bâle, Zurich, Berne, Neuchâtel et Genève. La proposition faite au service de télévision à Londres, il y a deux ans, d'adapter « *Heidi* » pour la télévision est devenue une réalité. « *Heidi* » sera diffusée en six émissions.

4. Nos organes de presse

a) *Revue « Suisse »*

Le renouvellement graphique de la revue réalisé par le numéro spécial d'octobre 1952 sur « *La Suisse romaine* » s'est encore accentué. La nouvelle méthode qui consiste à donner moins d'images, mais des photographies soigneusement choisies et reproduites en grand format, s'est avérée juste. Preuve en soit l'intérêt qu'elle a suscité, confirmé par des commentaires de presse, de nombreux témoignages adressés à l'OCST, l'augmentation de la vente de la revue.

Les essais de laquer les pages d'images par une seconde impression et de teinter les pages de texte ont donné plus de vie aux cahiers, pour lesquels des pages de couverture artistiques, imprimées en plusieurs couleurs, ont été conçues.

Les cahiers variés sur l'hiver et le premier printemps furent suivis d'un numéro régional, « *La région du Léman* ». En mai, le 600^{me} anniversaire de Berne donna prétexte à un numéro spécial sur « *Le vivant pays de Berne* ». Vinrent ensuite les numéros spé-

ciaux sur « Le Valais, son peuple et ses sites », « L'appel du Tessin » et une publication dédiée aux « Six grandes villes de la Suisse ». Le numéro d'août, d'un caractère particulier, qui illustrait par une présentation statistique impressionnante le sens économique du tourisme suisse, trouva une profonde résonance dans la presse. Comme l'année précédente, le tirage s'est maintenu à 12 cahiers pour la Suisse, tirés à 15 000 exemplaires, et à 6 pour l'étranger, tirés également à 15 000 exemplaires.

b) *Service de presse*

Le service de presse pour l'étranger a été rédigé en langue française, comme l'année dernière, en moyenne tous les 15 jours, par les soins du Siège auxiliaire de Lausanne, 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 leur propre service de presse. A partir de l'automne, ce bulletin a été complété par une édition en langue anglaise. 22 numéros du « Bulletin » ont paru en 1953.

c) *Informations*

Nos « Informations OCST » (service interne) qui renseignent les autorités, les membres du Parlement, les membres de l'OCST et un vaste cercle d'intéressés au tourisme sur notre activité et l'ensemble de la situation touristique à l'intérieur et à l'étranger, ont paru 10 fois en 1953. Elles ont suscité partout un vif intérêt.

d) *Service de renseignements*

Notre service de renseignements a été très actif et mis à contribution de la façon la plus variée en 1953. D'innombrables demandes ayant surtout trait à des voyages et des séjours en Suisse, dans les hôtels, chalets en location, écoles, universités et sanatoriums, ainsi qu'à toutes questions relatives au tourisme en général et à la statistique, nous sont parvenues non seulement de tous les pays d'Europe, mais dans une mesure croissante des pays d'outre-mer.

5. Propagande par le film

Le stock de films en couleurs s'est enrichi de trois nouvelles productions, en 1953 : « Mountaineering in Switzerland », « Joyeuse jeunesse au soleil d'hiver » et « Ski - Schuss ». 115 réductions en noir et blanc, 76 copies couleurs et son de 16 mm. et 8 copies de format normal ont été tirées. Le matériel a été réparti entre les agences et les représentants diplomatiques et consulaires suisses à l'étranger.

14 films de format normal ont été mis à disposition pour des matinées de films en Suisse et à l'étranger. Dans les salles de reprises, en Suisse, nos films « Vacances de neige et de soleil » et « Chillon » ont été projetés comme documentaires en complément du film principal « Romeo et Juliette ». La production « Praesens » : « Our Village » (Village Pestalozzi) a été projetée en Hollande avec notre film 35 mm. : « Winter Holidays in Switzerland ».

Nous avons mis à la disposition de la télévision aux Etats-Unis et au Canada, à l'occasion de la diffusion de « Heidi », nos productions « Paradis du ski » et « Vacances d'hiver en Suisse ». Nous avons offert aux stations de télévision canadiennes nos films étroits « L'Hiver dans les Alpes suisses », « Le Rhône », « Switzerland » et « Un peuple de skieurs » ; ils ont été diffusés par les émetteurs CBC Ottawa, Toronto et Montreal.

Mentionnons comme actions spéciales, en dehors de nos lignes de propagande habituelles, que nos films 16 mm. purent être placés dans le Proche-Orient (Grèce et Turquie), dans certaines parties des Indes, au Japon, en Afrique, de même qu'en Amérique du Nord et du Sud. Le rayon d'action de notre propagande a été élargi et prolongé grâce au placement de nos films outre-mer. Comme nouveauté, signalons que nos films ont été projetés pendant toute la durée de la MUBA devant des salles de cinéma pleines. Nos productions ont aussi figuré dans des projections quotidiennes à la foire de printemps de Bienne. Nous avons pu faire figurer nos films documentaires aux expositions et festivals suivants :

Exposition du tourisme, Munich (film en couleurs sonorisé : « La Suisse d'aujourd'hui »).

Exposition horticole, Hambourg (« Ville de Suisse », « Rhin », « Tour de Suisse », 35 mm.).

Foire de l'industrie cinématographique, Festival de cinématographie agricole, Rome (« Le Rhin », 35 mm.).

Fêtes de la Merced, Barcelone (« Routes de Suisse », « Qui dit ski dit Suisse », 35 mm.).

3^{me} Semaine internationale du Film de tourisme et de folklore, Bruxelles (« Ste-Ursanne », « Images de Suisse », « Qui dit ski dit Suisse »).

IX^{me} concours international de cinématographie sportive, Cortina d'Ampezzo (« Qui dit ski dit Suisse »). Cette production a obtenu une coupe d'honneur.

La Suisse est toujours l'objectif préféré des producteurs américains de « travelogues » (films de voyages). Nous nous sommes toujours efforcés d'aider au développement de ces films en couleurs de 16 mm. qui sont d'une grande efficacité pour la propagande. En 1953, quatre nouveaux « travelogues » ont été tournés pour être utilisés à la propagande en Amérique.

Tout en encourageant la production de films étroits, nous avons tenu à soutenir de tous nos moyens les projets de films suisses des éminents producteurs américains Walt Disney et Louis de Rochemont. Il s'agit de grands films en couleurs de 35 mm. Le film de Walt Disney sera exclusivement consacré à la Suisse, tandis que le film tourné par Louis de Rochemont pour Cinerama : « Cinerama Holiday », d'une durée de projection de 100 minutes, se déroulera pour un bon tiers en Suisse.

Nous pouvons affirmer avec satisfaction qu'avec ces deux grands films, notre propagande pour l'année prochaine aux U. S. A. bénéficiera d'un soutien tel qu'elle ne pourrait en souhaiter de meilleurs.

6. Service de conférences

Notre service de prêts de séries de diapositives par la « Schulwarte » suisse a consigné 66 prêts pendant le premier semestre 1953. Nous envisageons en ce moment l'envoi de nos séries complètes de

diapositives en couleurs au même service pour décharger notre centrale.

Certaines agences apprécient beaucoup les possibilités qu'offre le service de conférences. C'est ce qui ressort du rapport de l'agence de Bruxelles qui, de septembre 1952 à juin 1953, a pu faire 140 conférences en flamand, 159 en français, soit 299 conférences. A l'occasion de son séjour en Suisse, le fameux reporter de la Radio, Dr Gautschy, de New-York a fait ressortir dans ses 31 conférences sur la Suisse, les besoins financiers de l'OCST pour sa propagande à l'étranger.

Au cours de voyages d'études, nous avons apporté notre aide, en vue de nouvelles causeries, à nos conférenciers, à Lille, à Bruxelles (de langue flamande), en Angleterre et à d'autres en Allemagne. Les films diapositives s'avèrent comme particulièrement utiles pour les écoles, mais dans ce but, ils doivent être élaborés d'une façon toute différente que pour les conférences touristiques. Nous sommes en pourparlers avec « Pro Helvetia » pour la préparation de ces diapositives spécialement destinées à l'étranger.

7. Service photographique

L'illustration tenant une place toujours plus grande dans la presse, la demande de bons documents photographiques a été en augmentation par rapport à l'année précédente. Notre laboratoire photographique a livré 23 100 agrandissements dans les formats 18 × 24 cm. et 30 × 40 cm. contre 18 700.

Nos archives se sont enrichies de 620 nouveaux négatifs — non comprise la collection des photos en couleurs qui s'est également enrichie. Des sujets divers ont été représentés, depuis des paysages jusqu'à des reportages complets. Le matériel est envoyé régulièrement à nos agences et à des légations et consulats, à des rédactions et est remis aux journalistes étrangers qui visitent nos bureaux.

Le service des clichés a connu aussi une demande accrue, surtout de la part de la presse suisse. 443 clichés ont été donnés tantôt gratuitement, tantôt aux tarifs de prêts d'usage.

8. Expositions et foires

Notre Office a participé, en 1953, aux foires et expositions suivantes :

a) *Etranger*

Exposition « Das Schweizerische Bühnenbild von Appia bis heute » à Dusseldorf, 4 janvier-1^{er} février.

Exposition d'affiches suisses à Tarragona, 24 janvier-1^{er} février.

Exposition « Hartford Times Travel Show » à Hartford (U. S. A.), 25-31 janvier.

Holiday Exhibition à Croydon, 29 janvier-14 février.

Holiday Exhibition à Middlesex, 8-28 février.

Holiday Exhibition, à Londres, 16-21 février

Exposition touristique suisse, à Bogota, 20-28 février.

Foire internationale de printemps, à Francfort s/M., 22-26 février.

Exposition « Beautiful Switzerland », à Francfort s/M., 25 février-10 mars.

International Travel Show, à Louisville (USA), 27-28 février.

Exposition internationale du tourisme, à Nancy, 5 mars-7 avril.

Foire internationale du textile et du vêtement, à Cologne, 8-12 mars.

Exposition internationale d'horticulture, à New-York, 8-14 mars.

California International Flower Show, à Inglewood, 14-22 mars.

Exposition « Architecture Suisse Contemporaine », à Lille, 14 mars-12 avril.

Foire internationale à Utrecht, 17-26 mars

Rand Easter Show à Johannesburg, 23 mars-6 avril.

Exposition de camping et tourisme, à Lisbonne, 24-29 mars.

Exposition « Schweizer Kunst der Gegenwart », à Baden-Baden, 29 mars-28 juin.

Foire de Lyon, 11-20 avril.

Fiera di Milano, 12-29 avril.

European Travel Poster Exhibition, à Oakland, 15-30 avril.

Exposition « Architecture suisse contemporaine », à Bordeaux, 18 avril-3 mai.

Exposition « Die Welt des Puppenspiels », à Augsburg, 18 avril-1^{er} juin

Rauchwarenmesse, à Francfort s/M., 19-22 avril.

Exposition de camping à Barreiro (Portugal), 20-25 avril.

Foire de Bruxelles, 25 avril-10 mai.

Exposition « Internationale Fremdenverkehrsausstellung », à Wels (Autriche), 26 avril-3 mai.

Exposition « Internationale Gartenbauausstellung », à Hambourg, 30 avril-10 octobre.

Exposition de livres alpestres, à Barcelona, avril 1953

Exposition « Cinquantenaire de l'agence OCST », à Paris, 1^{er}-20 mai.

Exposition internationale d'affiches, à Karlsruhe, 8-17 mai.

Exposition suisse du livre, à Utrecht, 10 mai-1^{er} juin.

Foire de Limoges, 14 mai-1^{er} juin.

Exposition « Vacation Travel Months », à San Francisco, 18 mai-13 juin.

Holiday Exhibition, à Llandudno (Pays de Galles), 23-30 mai.

Swiss Week, à Manhasset (Long Island), 25-30 mai.

Exposition « The Glacier of Switzerland », à Londres, 27 mai-15 novembre.

Foire de Grenoble, 30 mai-7 juin.

Foire d'Innsbruck, 31 mai-7 juin.

Foire d'échantillons de Barcelone, 1^{er}-20 juin.

Exposition internationale de poupées, à Nîmes, 20 juin-1^{er} juillet.

Exposition d'agriculture, à Rome, 27 juin-31 octobre.

Exposition internationale de photographie, à San Francisco, 30 juin-5 juillet.

Exposition « Blick in die Schweiz », à Göttingen, 30 juin-15 juillet.

Central African Rhodes Centenary Exhibition, à Bulawayo, juin-août.

Exposition internationale d'affiches, à Chicago, juillet-août.

Exposition du tourisme suisse, à New-York, 11-31 juillet.

Exposition « Vacances et Weekend », à Strasbourg, 15-31 juillet.

Exposition internationale de vol à voile, à Boppard (Allemagne), 25-27 juillet.

Exposition « Artistes au service du tourisme », à Buenos Aires, 10-22 août.

Exposition des Transports terrestres, maritimes et aériens, à Lisbonne, 20 août-3 septembre.

Quinquennale di Lecco (Italie), 22 août-12 septembre.
Exposition d'affiches suisses, à Wexford, août 1953.
Exposition d'affiches suisses, à Capetown, août 1953.
Exposition d'affiches suisses, à Johannesburg, septembre 1953.
Exposition « Modern Swiss Paints and Drawings », à Londres,
18 septembre-18 octobre.
Exposition internationale du tourisme, à Liège, 26 septembre-
5 octobre.
Deutsche Industrie-Austellung, à Berlin, 26 septembre-11 octobre.
Allgemeine Nahrungs- & Genussmittel-Ausstellung, à Cologne,
3-11 octobre.
Exposition internationale d'affiches touristiques, à Lisbonne,
5-20 octobre.
Robinson's Foreign Fair, à Los Angeles, 15-31 octobre.
Foire internationale de Tunis, 17 octobre-1^{er} novembre.
VIth Annual Air Fair, à Los Angeles, 18 octobre.
Mostra del Manifesto, à Vicenza (Italie), 25-31 octobre.
Exposition touristique, à Anvers, 31 octobre-9 novembre.
Foire gastronomique de Dijon, 31 octobre-16 novembre.
International Exhibition of Photograph, à Bombay, octobre 1953.
Exposition d'affiches suisses, à Pretoria, novembre 1953.
National Education Week, à Warrenbourg (USA), 9-14 novembre.
Bazar « Secours à l'enfance », à Stockholm, 11-15 novembre.
World Travel Show, à Chicago, 13-15 novembre.
Swiss Bazaar, New-York, 4-6 décembre.
Exposition d'affiches touristiques suisses, à Tours, 5 décembre 1953-
10 janvier 1954.

b) Suisse

Foire suisse d'échantillons, Bâle, 11-21 avril.
Exposition « Das Plakat », au Musée des Arts et Métiers, à Zurich,
18 avril-17 mai.
Exposition des stations thermales, à Genève, 23-28 août.
Comptoir suisse, à Lausanne, 12-27 septembre.

Les rapports de nos agences donnent des renseignements sur leur participation à des expositions et foires d'intérêt local.

Pour nos futurs stands d'exposition, nous avons conçu un nouveau système de présentation.

9. Affiches

Pour l'été, une nouvelle affiche d'Aloïs Carigiet sur le thème « Repos et détente en Suisse », format 64 × 102 cm. a été tirée à 15 000 exemplaires en allemand, français, anglais, italien et espagnol. Il en a été tiré 20 000 exemplaires en format réduit d'affichettes avec support.

Nous avons également utilisé des affiches du format normal et mondial d'anciens stocks pour certaines actions spéciales.

10. Vitrines

a) *Etranger*

En 1953, comme précédemment, nous avons donné une grande attention à la propagande par vitrines. Les agences européennes et l'agence de New-York ont été équipées d'un matériel complet de vitrines exécuté dans nos ateliers de Zurich, et notamment de photomontages, de photos en séries, etc.

A Londres, des vitrines spéciales ont été conçues pour le couronnement, et les parois du hall des guichets ont été décorées de nouvelles images.

b) *Suisse*

Le Crédit Suisse à Zurich a mis de nouveau ses vitrines à notre disposition pour la période du 25 juillet au 4 septembre. Nous y avons exposé un matériel sur le thème : « Le rôle du tourisme dans l'économie nationale suisse ». Nous avons confié des agrandissements photographiques et des affiches à de nombreuses maisons de commerce privées, agences de voyages, banques, grands magasins, etc., qui contribuent par l'ornementation de leurs vitrines, à la propagande touristique.

11. Actions spéciales

Nous nous sommes chargés de l'organisation de la section des stations thermales pour la future exposition « Hospes » qui aura lieu à Berne. Ce travail aura certainement un bon résultat de propagande touristique.

La « Documentation sur la Suisse », comme nous l'avons indiqué dans le précédent rapport, a été terminée et distribuée au printemps par nos agences à 6000 bureaux de voyages du monde entier, soit à 3200 bureaux dans les pays de langue anglaise, 2000 dans les pays de langue française et 800 dans les pays de langue allemande. Cette documentation a été bien accueillie partout, ce qui ressort de l'enquête faite par l'agence de Paris auprès des bureaux de voyages. Il ne fut malheureusement pas possible de répondre aux demandes supplémentaires, et complémentaires, car le tirage a dû être limité pour des raisons budgétaires.

Le groupe parlementaire pour le tourisme a été orienté sur l'activité de l'OCST et son organisation de propagande qui embrasse le monde entier par une conférence de notre directeur, M. Bittel, tenue le 14 juin et par la présentation de 40 tableaux richement illustrés. La même présentation augmentée de photographies et d'affiches de stations thermales fut faite à l'occasion de la conférence tenue par M. le conseiller national Schirmer, à l'issue de la réunion générale de la « Caisse suisse de voyages ».

A l'occasion du 50^{me} anniversaire de l'agence de Paris, qui fut la première agence ouverte par les Chemins de fer fédéraux à l'étranger, une exposition a eu lieu dans les locaux de l'agence qui illustrait le développement de l'agence en même temps que les progrès réalisés dans le domaine de la propagande, au moyen de tableaux historiques, de gravures, de photos, de brochures, de prospectus et d'affiches. Cette exposition suscita un grand intérêt. Le 27 mai fut ouverte à Londres, au Geological Survey and Museum pour une durée de 6 mois une exposition des « Swiss Glaciers ». Sur une paroi de 40 mètres de longueur, une soixantaine de vues représentaient les glaciers suisses. Des prêts avaient été faits à l'exposition par le Professeur Streiff, de Zurich, et par le Musée alpin, de Berne. Elle était

complétée par des transparents et par des objets d'équipements pour alpinistes mis à disposition par la Maison Attenhofer, de Zurich. Cette exposition circulera, après sa fermeture, dans six autres musées d'Angleterre.

Le Congrès mondial du Rotary Club international a eu lieu à Paris du 24 au 28 mai. 10 107 personnes de 76 pays y prirent part. Les congressistes américains formaient le groupe principal. A cette occasion, nous avons organisé dans la vitrine de notre agence une décoration spéciale pour la propagande de notre pays, et en collaboration avec l'« Helvetia European Tours », un « Swiss Rotary Information Center » au premier étage de notre agence, qui a facilité les voyages de ceux des congressistes qui désiraient se rendre en Suisse. En outre, nous étions représentés à la « Maison de l'Amitié » du Palais de glace qui fut très visitée, par un de nos collaborateurs très qualifié et polyglotte.

Nous avons offert un vivant enseignement touristique aux employés des agences de voyages étrangères, par le moyen de voyages d'études. En étroite connexion avec les CFF, les PTT, les entreprises de transports, l'hôtellerie et les directeurs des offices de tourisme nous avons pu organiser les voyages suivants :

<i>Employés d'agences françaises</i> (agence de Nice)	12	participants
(11 - 17 janvier 1953)		
<i>Employés d'agences françaises</i> (agence de Paris)	12	»
(18 janvier - 2 février 1953)		
<i>Booking-clerks anglais</i>	11	»
(18 janvier - 1 ^{er} février 1953)		
<i>Employés d'agences italiennes</i>	15	»
(12 - 27 janvier 1953)		
<i>Employés d'agences allemandes</i>	11	»
(21 février - 8 mars 1953)		
<i>Employés d'agences belges</i>	12	»
(9 - 22 mai 1953)		
<i>Employés d'agences danoises et journalistes</i>	13	»
(24 - 27 avril 1953)		

<i>Employés d'agences hollandaises</i>	12 participants
(7 - 19 septembre 1953)	
<i>Employés d'agences françaises</i>	12 »
(12 - 20 septembre 1953)	
<i>Employés d'agences anglaises</i>	11 »
(21 septembre - 5 octobre 1953)	
<i>Employés d'agences allemandes</i>	11 »
(2 - 16 octobre 1953)	

Nous avons aussi, à côté de ces voyages d'étude, accordé notre appui à des voyages destinés à l'étude de notre pays, mais organisés par des tiers, notamment pour les voyages suivants :

Parmi les voyages d'étude organisés par des tiers, qui touchèrent notre pays, il faut mentionner les « Familiarization Tours » organisés par la grande compagnie d'aviation américaine TWA pour

son personnel. 7 voyages TWA furent réalisés en 1953, avec la participation de 112 passagers. Durant ces voyages, la TWA put compter sur l'appui de notre centrale, des entreprises de transports et des offices de tourisme.

Nous avons saisi l'occasion du « World Travel Congress » de l'ASTA (American Society of Travel Agents) à Rome, du 26 au 30 octobre, pour consolider nos relations avec cette importante association de bureaux de voyages américains. Le directeur de l'OCST, M. S. Bittel, à cette occasion, souligna dans un rapport très remarqué, la précieuse activité que déploie l'« European Travel Commission », à New-York, dans le domaine de la propagande européenne collective.

Dans la dernière session plénière nous pûmes adresser, en accord avec la Région du Léman, une invitation au congrès pour que l'ASTA-Convention se tienne en Suisse en 1955. Cette offre fut accueillie avec une visible satisfaction par les congressistes.

Nous trouvons un autre exemple de la force d'attraction de la Suisse dans le fait qu'aux « Pre & Post Convention-Tours » organisés par notre centrale, 250 personnes participèrent au congrès de l'« Alliance internationale de l'hôtellerie » qui eut lieu en mai à Lucerne ; notre directeur-adjoint, M. Fl. Niederer, a fait une conférence avec films sur la « Suisse, pays de voyage ». A la demande de la Société suisse des hôteliers, nous avions organisé, à l'occasion de ce congrès, en collaboration avec l'« Helvetia European Tours », dans la Maison des congrès de Lucerne, un bureau de renseignements touristiques.

Sur l'invitation de l'Association des bureaux de voyages allemands, notre directeur adjoint, M. Niederer, fit le discours d'ouverture à la réunion annuelle de cette importante association qui eut lieu le 24 avril à Dusseldorf.

A la clôture des brillantes fêtes officielles qui ont eu lieu pour l'ouverture de l'aéroport de Zurich-Kloten, le gouvernement du canton de Zurich a offert le 31 août une excursion d'un jour sur le Saentis et à Saint-Gall à ses hôtes d'honneur étrangers. Notre centrale fut chargée de l'organisation de cette excursion qui fut favorisée par un temps magnifique. Les lettres enthousiastes adressées

par les dirigeants de l'aviation à leurs hôtes attestent que cette excursion a laissé à ceux qui y participèrent une impression durable.

A l'occasion de la visite du Prince héritier du Japon, Akihito, en Suisse, en août/septembre, la Légation du Japon à Berne nous a priés d'organiser un voyage touristique en Suisse. Nous croyons nous être bien acquittés de la tâche qui nous avait été confiée, en collaboration avec toutes les instances et organisations du tourisme. Nous avons eu également l'occasion de recevoir un autre hôte éminent en la personne du Président de la ville de San-Francisco, le Major Elmer Robinson.

IV. Eléments de propagande

1. Chemins de fer

Tout le matériel de propagande des CFF et des chemins de fer privés, comprenant horaires, cartes de parcours, brochures, affiches, calendriers, etc., est distribué à l'étranger par nos agences aux quelque 7700 agences de voyages de leurs secteurs d'activité. Comme par le passé, une large place est réservée à la propagande ferroviaire dans les imprimés de nos agences, par la publication, notamment, d'horaires et de tarifs à destination des principales villes et des centres touristiques de Suisse. Nous avons continué à organiser, chaque fois que l'occasion s'en présentait, des voyages d'instruction pour les employés des services de renseignements des agences de voyages. Notre revue «La Suisse» qui est accrochée mensuellement en 12 000 exemplaires dans les wagons des CFF et des chemins de fer privés, dans les avions de la Swissair et dans les bateaux des compagnies suisses de navigation, a développé une intense propagande pour nos entreprises de transport, en Suisse et à l'étranger. En 1953, cette revue a, entre autres, publié les reportages suivants, richement illustrés : Harmonie des formes dans la technique des transports, Jubilé du chemin de fer de l'Albula, Eloge du train omnibus, les ateliers