

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office central suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office central suisse du tourisme  
**Band:** 14 (1954)  
  
**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:** 31.01.2026

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

### III. Propagande et matériel de propagande

#### 1. Imprimés et service du matériel

L'OCST a fait paraître en 1954 les imprimés suivants représentant un tirage global de 1 022 175 exemplaires :

Brochures : « La Suisse en été », « La Suisse en hiver », Rapport d'activité de l'OCST pour 1953, prospectus « Stations thermales suisses », brochures pour nos agences de New York et San Francisco : « Switzerland-Travel Tips » ; pour notre agence de Bruxelles : « Guide pratique pour vos vacances en Suisse » et « Practische gids voor uw vakantie in Zwitserland » ; pour Paris et Nice : « Voyages en Suisse — Repos et détente en Suisse » ; pour Londres : « Hints for your Holidays in Switzerland » ; pour Stockholm : « Semester i Schweiz — vila ut, koppla av i Schweiz » ; pour Buenos Aires et Mexico : « Suiza, como se debe visitar ». Réimpression de « Sur les routes suisses ». Réédition de « All about Switzerland », « La Suisse d'aujourd'hui », « Alt om Schweiz », « Ferienland Schweiz », « Écoles privées en Suisse ». Nouvelle édition de « Les stations d'hiver en Suisse ». Édition franco-anglaise de la carte routière officielle suisse ; « Informations de l'OCST », « Costumes suisses », « Cartes de menus ». Affiche d'été blanco. Affiche d'hiver « Qui dit ski dit Suisse » (primée) et affiche d'hiver blanco. Les chiffres suivants donneront une idée du volume du matériel de propagande réparti par nos soins en 1954 :

- 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 (brochures, prospectus, cartes et guides). Reçu et expédié : . 6 538 810 ex.
- b) Affiches éditées par les offices de tourisme locaux et régionaux, les entreprises de transport, y compris les affiches de l'OCST. Reçu et expédié . . 181 010 ex.

L'envoi de ces imprimés à l'étranger nécessita : 2516 caisses, 1627 colis postaux, 9020 paquets d'imprimés, d'un poids total de 230 tonnes.

## 2. Propagande par la presse et « Public relations »

Le service de presse proprement dit, dont la tâche est la préparation et la distribution d'informations intéressantes, a pu fournir à la presse étrangère un matériel rédactionnel et photographique d'une grande valeur de propagande, soit directement, soit par l'intermédiaire des agences OCSST. Nous avons réuni une documentation substantielle pour les publications suivantes : « La Revue des Voyages » (éditée par les Wagons-Lits/Cook), « Travel News » (Londres), « Travel Topics » (Londres), la « Revue » illustrée (Hollande). Le publiciste italien Elio d'Aurora a reçu une riche documentation pour le livre qu'il prépare sur la Suisse. Parmi les nombreux articles spéciaux qui nous ont été demandés, mentionnons notamment : « La chasse en Suisse » (agence de Bruxelles) ; « En vélo à travers la Suisse » (agence de Stockholm), « Cathédrales suisses » (Légation de Suisse au Mexique) ; « Switzerland all the year round » (Légation de Suisse de Dublin pour le « Irish Times »). Au début de l'année, nous avons distribué partout un aperçu sur « l'année mariale en Suisse » ; vers la fin de l'année, sur la saison d'hiver en préparation, « Ski — Soleil — Suisse » et sur la « Fête des Vignerons à Vevey en 1955 ». Il a paru intéressant de publier pour répondre à l'intérêt qu'y portaient des lecteurs étrangers, un exposé sur les services suisses du téléphone et du télégraphe (« Switzerland's Telecommunications »).

Comme les années précédentes, de nombreux journalistes étrangers ont visité la Suisse pour y réunir eux-mêmes un matériel d'information sur la Suisse. Notre tâche à l'égard de ces hôtes n'a pas consisté seulement à leur donner tous les renseignements qu'ils pouvaient désirer, mais à préparer pour eux des plans détaillés de voyage et de travail, et à les introduire auprès des associations s'intéressant au tourisme. Il s'agit là d'un travail d'investissement à longue vue, car les articles de ces journalistes ne paraissent souvent qu'après des mois ou des années, mais il n'en est pas moins fécond et donne de remarquables résultats, tels que les reportages avec photos en couleurs qui ont paru pendant l'année dans des magazines américains à grande diffusion comme « Holiday », « Sports Illustrated » et « Mc Calls ». De tels concours pour notre propagande, littéralement

inappréciables, ne sont pas le fruit du hasard, mais celui des relations que nous entretenons soigneusement pendant des années avec les reporters, photographes et rédacteurs.

Le résultat publicitaire des voyages en groupes de journalistes étrangers n'apparaît aussi que peu à peu, mais est néanmoins assuré. Parmi ces groupes de journalistes qui ont visité la Suisse au cours de l'année, mentionnons : les correspondants européens des principaux quotidiens canadiens (sous les auspices des voyages d'études organisés par « Pro Helvetia »), les collaborateurs des plus grands journaux et périodiques de Californie (venus en Suisse à l'occasion de l'ouverture de la route polaire de la SAS), les participants allemands et autrichiens au « Eric Reger—Seminar » de l'Institut international de la presse à Zurich (week-end touristique organisé par l'OCST). Des contacts plus étroits ont pu être pris, à diverses occasions, avec la presse suisse et les correspondants de la presse étrangère accrédités en Suisse.

Le secteur des « Public Relations » qui s'intensifie d'année en année est une sorte de superpropagande qui double et relie en même temps les modes les plus variés de la propagande traditionnelle. Le but principal des « Public Relations » est d'attirer d'une façon quelconque l'attention du public qui voyage, sur la petite Suisse et de le préparer ainsi à la propagande qui a pour but ensuite de lui vendre des voyages en Suisse. Cette propagande préliminaire et de base est particulièrement nécessaire dans les pays d'outre-mer où de larges couches de la population ont une grande puissance d'achat et un grand appétit de voyages.

Il faut donc saisir toute occasion, tout événement qui éveille en soi déjà, la curiosité du public et qui apporte quelque information générale sur la Suisse. Une bonne occasion est offerte par les films de voyages et de distraction tournés par des producteurs indépendants. Que l'OCST ait réussi, après des années de travaux préparatoires, à faire admettre la Suisse comme « décor » second en importance du spectaculaire « Holiday Cinerama » est un de nos plus grands succès de l'année. Si des frais spéciaux n'en résultèrent pas, l'OCST eut cependant pas mal d'obstacles à surmonter. En outre, notre compatriote E. A. Heiniger a tourné pour Walt Disney un film documentaire

en couleurs sur la Suisse et ses habitants. Les producteurs de films de voyage Neil Douglas et Nagel et Moore prirent des vues complémentaires pour leurs films à grand succès, et l'« European Travel Commission » fit prendre des vues pour un film de propagande sur toute l'Europe.

Le séjour d'étude du professeur Frederico Garcia Sanchiz, conférencier connu dans tous les pays de langue espagnole, la préparation et la confection de plats typiquement suisses pour les gourmets américains ont réclamé des soins tout particuliers et des concours individuels.

La révision de nombreux guides et livres sur la Suisse rédigés par des tiers réclame un travail minutieux et un tact quasi diplomatique, de même que, dans certains cas, l'élimination de publications plutôt nuisibles à notre propagande, qu'elles résultent de rapports malveillants et mal informés, ou de véritables « accidents de travail » comme il peut s'en produire.

### 3. Radio et télévision

Nos émissions touristiques hebdomadaires éveillent un intérêt toujours plus vif auprès des organisateurs de spectacles et d'expositions, etc. Les CFF tout particulièrement et les chemins de fer privés apprécient hautement cette propagande utile et efficace, ainsi qu'une enquête auprès des gares l'a démontré. Pour mieux faire connaître la notion de « voyage », le studio de Berne a consacré une émission de trois quarts d'heure à Thomas Cook, le père de l'organisation de voyage moderne. Les studios s'efforcent d'eux-mêmes d'enrichir leurs programmes par des émissions touristiques.

Nous avons apporté notre concours à la télévision par des informations et la mise à disposition de matériel. A l'occasion d'un cours de l'Université commerciale de Saint-Gall, le Dr Senger a fait un rapport très documenté sur « ce qu'attend le tourisme de la télévision ».

### 4. Nos organes de presse

#### a) *Revue « Suisse »*

Cette revue a de nouveau fait paraître, en 1954, quelques numéros consacrés à un thème unique ; depuis le numéro de mai — nouveauté très appréciée — elle publie en supplément « Le petit Nebelspalter »,



qui donne désormais à chaque numéro une note gaie et qui recevra prochainement son complément en français.

Le numéro d'avril était placé sous le signe d'« Hospes » ; en juillet, la Suisse centrale fut à l'honneur ; le numéro de septembre fut consacré à la région « Fribourg-Neuchâtel-Jura bernois ». Dans ce numéro comme dans les deux suivants, les textes furent enrichis d'illustrations en plusieurs couleurs. En juin, grâce au vif intérêt porté à notre publication par la Fondation Oskar Reinhart à Winterthour, il nous a été possible de donner un fac-similé du « Pont du Diable » de Blechen, romantique allemand, et en août, une insertion en plusieurs couleurs de l'Office du tourisme de la ville de Zurich nous permit de reproduire sur la même page une image de Max Hunziker en couleurs. Pour le numéro de septembre, le Service topographique fédéral mit obligeamment à notre disposition des fragments des nouvelles cartes du Jura. 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 français et en anglais, 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. 22 numéros du « Bulletin » ont paru en 1954.

#### 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, ont paru 12 fois en 1954. Elles ont suscité un intérêt vif et croissant, ce qui fait que le tirage a dû être plusieurs fois augmenté.

#### d) *Service de renseignements*

Notre service de renseignements a été très actif et a été mis à contribution de la façon la plus variée en 1954. D'innombrables demandes nous sont parvenues, non seulement de Suisse et d'Europe,

mais dans une mesure toujours plus grande des pays d'outre-mer. Elles avaient trait à des voyages en chemin de fer et en auto en Suisse, à des séjours dans les hôtels, pensions, dortoirs, logements de vacances, camping, auberges de jeunesse ; aux formalités de frontières, aux devises, aux permis de circulation, aux communications ferroviaires et postales, aux universités, aux instituts d'éducation, aux écoles spéciales, aux homes d'enfants, aux cours de vacances, aux stations thermales, aux sanatoriums et maisons de repos, aux associations sportives et culturelles, à l'alpinisme, aux curiosités à voir, etc. De nombreuses questions nous ont été posées par des écoliers et des étudiants sur la statistique et l'importance du tourisme dans l'économie nationale, en vue de travaux d'examens ou de conférences.

### 5. Propagande par le film

En considération de la demande croissante de nos films documentaires par les agences, les représentations diplomatiques et consulaires à l'étranger, 364 réductions en noir et blanc et 140 copies couleurs de nos productions ont été tirées (les frais ont été deux fois et demie plus élevés que les années précédentes).

La circulation intensive des copies provoque une usure du matériel qui doit être périodiquement renouvelé ce qui absorbe une grande partie des ressources disponibles pour ce secteur. Le stock de films en couleurs s'est enrichi d'une nouvelle production qui porte le titre de « Une joyeuse journée d'hiver en Suisse ». 10 films de format normal ont été constamment mis à disposition pour des matinées de films en Suisse et à l'étranger, en outre des films documentaires 35 mm ont pu être projetés comme seconds films dans les salles de reprises.

Indépendamment de nos prêts de films aux sociétés, clubs, associations professionnelles par notre service des films étroits, nos films ont été projetés pendant les jours de pluie de l'été à nos jeunes hôtes étrangers (dans le Melchtal seul, 17 000 enfants belges ont été logés par groupes successifs) ; les « Rangers » américains à Glion, les nombreux étudiants étrangers du campement de Leysin, ont apprécié nos films, également présentés au Congrès international des laborantines, au Congrès dentaire international à Zurich, aux manifes-

tations de groupes professionnels, à des réunions d'étudiants, aux participants aux voyages d'étude étrangers, aux ski-clubs, etc.

Une série de films étroits a été mise à la disposition de compagnies de navigation (entre autres Lloyd Triestino), dont les bateaux sont équipés pour les projections.

En 32 émissions, les films suivants qui ont été mis à la disposition de Radio Canada et de Rediffusion Montreal ont été diffusés par les émetteurs de télévision de ces postes : « Swiss Panorama », « Simplon », « Le Rhin », « Ski printanier », « Colourful Switzerland », « Joyeuse jeunesse au soleil d'hiver », « Speeding skis ». Par la Rediffusion Inc. Montreal ont été diffusés : « All About Switzerland », « The River Aare », « Le Rhône », « En route pour la Suisse », « Switzerland Today », « Villes de Suisse I/II », « G. I.'s in Switzerland ».

Nous avons pu faire figurer nos productions aux expositions et festivals de films suivants :

IV Mostra Internazionale della Cinematografia al Servizio della Pubblicità, Milan ( « Ski... Schuss » ).

First Durban International Film Festival, Durban ( « Colourful Switzerland » « Speeding Skis » ).

Centre International de Diffusion et d'Information du Film d'art, Amsterdam ( « Valère »/« St-Ursanne » ).

4<sup>me</sup> Semaine Internationale du Film de Tourisme et de Folklore, Bruxelles ( « Ski... Schuss », « Joyeuse jeunesse au soleil d'hiver » ).

X Concorso Int. di Cinematografia Sportiva, Cortina d'Ampezzo ( « Ski... Schuss » ).

Cette dernière production fut primée et reçut la « Coppa del Comune di Cortina ». A l'occasion du Festival du film documentaire des peuples latins, Paris, le « Grand prix Cat. B. pour ses mérites folkloriques » fut décerné à notre film en couleurs sonorisé : « La Suisse pittoresque ».

## **6. Service de conférences**

Pour décharger notre service de conférences, un accord a pu être conclu avec la « Picture Post » (Londres) pour la création de « Filmstrips » qui ensuite sont vendus à 2000 écoles anglaises, et



cédés à nos agences à des prix spéciaux. Jusqu'à présent les films suivants ont été faits, avec texte d'accompagnement détaillé : « Switzerland » (en trois parties avec au total 103 sujets), « Switzerland's Amazing Railways » (43 sujets) et « Alpine Family » (34 sujets). Il s'agit de films en noir et blanc 35 mm qui sont utilisés à la place de diapositives. Sur les autres activités de ce service à l'étranger, voir les rapports particuliers des agences.

## **7. Service photographique**

La demande de bons documents photographiques de la part des agences, des représentations diplomatiques et consulaires à l'étranger, ainsi que des bureaux de presse s'est encore intensifiée. Notre laboratoire photographique a livré 29 000 agrandissements dans les formats de 18×24 cm à 30×30 cm, contre 23 000 l'année précédente. Le volume de la production a doublé depuis 1950. Un grand nombre d'épreuves choisies, spécialement exécutées, ont pu être livrées aux postes de télévision des États-Unis et du Canada. Nous avons non seulement complété notre collection de photographies en couleurs, mais nos archives photographiques se sont enrichies de 940 nouveaux négatifs représentant les sujets les plus divers.

Le matériel est envoyé régulièrement à nos agences, à des légations et consulats, ainsi qu'aux rédactions de journaux suisses et étrangers. Nos archives photographiques ont été visitées par de nombreuses personnes venues du monde entier et principalement par des journalistes étrangers qui purent emporter des collections complètes.

Le service des clichés a aussi connu une demande accrue de la part de la presse suisse.

## **8. Expositions et foires**

Notre office a participé, en 1954, aux foires et expositions suivantes :

### *a) Étranger*

Exposition « Glaciers suisses », à Bristol, du 8 janvier au 20 février.

Travel Show, à Hartford (USA), du 17 au 23 janvier.

Holiday Exhibition, Sheffield, du 20 janvier au 10 mars.

Holiday Exhibition, à Croydon, du 21 janvier au 10 février.  
 Travel Show, à New York, du 23 au 31 janvier.  
 International Motor Sport Show, à New York, du 6 au 14 février.  
 Exposition « Swiss Mountain Scenes », à Swindon, du 6 février au  
 2 mars.  
 Exposition « Schweizer Grafik », à Hanovre, du 7 au 28 février.  
 Exposition « Qui dit ski dit Suisse », à Nice, du 12 au 18 février.  
 Exposition internationale de la photo, à New York, du 17 au 22  
 février.  
 Foire de Nice, du 6 au 22 mars.  
 Foire internationale de Francfort s/M., du 7 au 11 mars.  
 Semaine suisse de la mode, à Copenhague, du 27 mars au 2 avril.  
 Exposition « Glaciers suisses », à Manchester, du 29 mars au 29 mai.  
 Foire internationale d'Utrecht, du 30 mars au 8 avril.  
 Exhibition of Swiss Stamps, à Detroit, du 1<sup>er</sup> avril au 30 juin.  
 Exposition « Photokina », à Cologne, du 3 au 11 avril.  
 Fiera di Milano, du 12 au 28 avril.  
 Mostra Internazionale della Cinematografia pubblicitaria, à Milan,  
 du 13 au 23 avril.  
 Deutsche Camping-Ausstellung, à Munich, du 17 au 25 avril.  
 Semaine bâloise, à Rotterdam, du 19 au 24 avril.  
 Exposition « Reiseprospekte aus aller Welt », à Stuttgart, du 24  
 avril au 3 mai.  
 Foire de Lyon, du 24 avril au 3 mai.  
 Oesterreichische Camping-Ausstellung, à Vienne, du 24 avril au  
 9 mai.  
 Salon du Tourisme à Montreal, du 7 au 16 mai.  
 International Travel Exhibition, à New York, du 10 mai au 10  
 juillet.  
 Exposition « Das internationale Plakat », à Francfort s/M., du  
 12 au 23 mai.  
 Exposition internationale d'affiches touristiques au Caire, du 15 au  
 31 mai.  
 International Golden Gate Trade and Maritime Festival à San  
 Francisco, du 17 au 23 mai.  
 Exposition internationale de camping à Lisbonne, du 20 mai au 6 juin.

Foire de Limoges, du 21 mai au 3 juin.  
 Foire de Paris, du 22 mai au 7 juin.  
 Exposition de photos « Paysages suisses », à Tarragona, du 23 au 30 mai.  
 International Flower Show, à Chelsea, du 26 au 28 mai.  
 Foire internationale de Barcelone, du 1<sup>er</sup> au 20 juin.  
 Foire de Bordeaux, du 12 au 24 juin.  
 Corso d'Arte Vetrinistica e Pubblicitaria à Milan, du 14 au 28 juin.  
 Verkaufs-und Modewoche der DOB, à Dusseldorf, du 15 au 20 juin.  
 Exposition « Das Internationale Plakat », à Darmstadt, du 30 juin au 13 juillet.  
 Exposition « Switzerland and the Photographer's Paradise », à New York, du 1<sup>er</sup> juillet au 12 août.  
 Ferdinand Hodler-Ausstellung, à Cologne, du 7 juillet au 15 août.  
 Foire de Luxembourg, du 10 au 25 juillet.  
 Exposition « Das Schweizer Plakat », à Berlin, du 14 août au 4 septembre.  
 Uhrenmesse à Francfort s/M., du 20 au 25 août.  
 Europäische Wochen à Passau, du 21 août au 6 septembre.  
 Exposition internationale de Sao Paulo, du 21 août 1954 au 25 janvier 1955.  
 Canadian National Exhibition, à Toronto, du 27 août au 11 septembre.  
 Exposition « Glaciers suisses », à Bradford, du 28 août au 10 octobre.  
 Internationale Messe, à Zagreb, du 3 au 14 septembre.  
 Frankfurter Herbstmesse, du 4 au 9 septembre.  
 Internationale Schau für Gastronomie und Fremdenverkehr à Munich du 11 au 26 septembre.  
 Exposition « Internationaler Jugendverkehr », à Amsterdam, du 15 septembre au 2 octobre.  
 Deutsche Industrie - Ausstellung à Berlin, du 25 septembre au 10 octobre.  
 Semaine suisse à Capetown, du 27 septembre au 2 octobre.  
 Salon de la Télévision à Paris, du 1<sup>er</sup> au 13 octobre.  
 Exposition de modèles réduits de chemins de fer à Bruxelles, du 2 au 10 octobre.  
 Foire d'Oran, du 2 au 17 octobre.

Foire de Tunis, du 16 au 31 octobre.

International Women's Exhibition, à New York, du 1<sup>er</sup> au 7 novembre.

Ski Carnival Week, à San Francisco, du 1<sup>er</sup> au 8 novembre.

Semaine suisse à Hilversum, du 6 au 13 novembre.

Foire gastronomique de Dijon, du 6 au 21 novembre.

Exposition « National Education Week », à Whiting (USA), du 8 au 12 novembre.

Do-It-Yourself Show à Oakland, du 11 au 21 novembre.

Foire internationale de la ville de Sao Paulo, du 15 novembre 1954 au 6 janvier 1955.

International Winter Sport Show à New York, du 20 au 28 novembre.

Semaine suisse à Tarrasa (Espagne), du 29 novembre au 5 décembre.

World Travel Show à Chicago, du 10 au 12 décembre.

Les agences OCST ont participé à d'autres expositions de caractère régional. On en trouvera mention dans leurs rapports.

#### b) Suisse

Schweizer Mustermesse à Bâle, du 8 au 18 mai.

Hospes, à Berne, du 14 mai au 21 juin.

Exposition internationale de poupées à Neuchâtel, du 25 août au 15 septembre.

Comptoir Suisse de Lausanne, du 11 au 26 septembre.

Ausstellung für Landwirtschaft, Forstwirtschaft und Gartenbau à Lucerne, du 16 septembre au 11 octobre.

Exposition internationale de poupées à La Chaux-de-Fonds, du 24 septembre au 10 octobre.

Nous participions pour la 25<sup>me</sup> année à la Foire suisse d'échantillons de Bâle et faisons donc partie des « jubilaires ». A cette occasion, nous avons montré notre nouveau matériel d'exposition qui permet de monter très rapidement un pavillon touristique.

#### 9. Affiches

Pour la propagande de printemps, les agences ont reçu une affiche qui avait déjà connu un grand succès auparavant et qui est toujours demandée : « L'agneau bondissant » de Donald Brun.

Pour la propagande d'été, il restait encore un stock suffisant de l'affiche des costumes de Kurt Wirth et de l'affiche sur le thème « Repos et détente en Suisse » de A. Carigiet, qui fut distinguée par le Département fédéral de l'intérieur. Pour illustrer l'affiche blanco d'été et d'hiver, on s'est servi de vues en couleurs des photographes F. Schneider et W. Luthy. Pierre Monnerat a composé l'affiche « Qui dit ski dit Suisse ».

A l'occasion d'une exposition internationale d'affiches touristiques au Caire, à laquelle prirent part la plupart des pays européens, la Suisse obtint le second prix. La presse berlinoise a consacré des articles détaillés et élogieux à l'exposition d'affiches suisses à Berlin-Ouest.

Il convient de mentionner encore notre action d'affichage dans les vitrines, les expositions et lors de diverses manifestations.

## 10. Vitrines

### a) *Étranger*

Nous nous sommes toujours efforcés d'équiper nos agences d'un matériel qui leur permette de se signaler par une publicité de vitrine efficace. Nous leur avons livré à cet effet tout un matériel spécial, des photomontages et des séries de photos ; de plus, nous mettons à leur disposition des décorations complètes de vitrines. Des décors spéciaux de vitrines ont été élaborés dans notre atelier de Zurich pour certaines manifestations d'importance (Hospes, Championnats du monde de football et Championnats d'athlétisme léger). On a installé à l'agence de New York un télésiège et 12 grandes peintures murales comme décoration intérieure.

### b) *Suisse*

Du 16 avril au 4 juin, les 16 vitrines du Crédit Suisse, à la Bahnhofstrasse à Zurich, ont été mises à notre disposition pour la propagande en faveur du printemps en Suisse. Ces 16 vitrines nous ont encore été aimablement offertes pour la période du 30 décembre 1954 au 2 février 1955 pour la propagande d'hiver sur le thème « Qui dit



ski dit Suisse». La décoration très attrayante a été assurée par le graphiste Leo Gantenbein de Zurich.

Des firmes privées toujours plus nombreuses, particulièrement bien situées — bureaux de voyages, banques, grands magasins — ont été approvisionnées en agrandissements photographiques et en affiches, en vue d'organiser des vitrines de propagande touristique.

## 11. Actions spéciales

Nous avons pu offrir en 1954 un vivant enseignement touristique aux employés des agences de voyages étrangères par le moyen de voyages d'études. En étroite collaboration avec les entreprises de transport, les associations touristiques et l'hôtellerie, nous avons organisé les voyages d'études suivants :

<i>Employés d'agences de voyages allemandes</i> . . . . .	12 participants	
(15 au 26 janvier 1954)		
<i>Employés d'agences de voyages hollandaises</i> . . . . .	12	»
(17 au 28 janvier 1954)		
<i>Employés d'agences de voyages françaises</i> (agence de Nice) . . . . .	13	»
(29 janvier au 7 février 1954)		
<i>Booking-clerks belges</i> . . . . .	12	»
(20 au 30 avril 1954)		
<i>Employés d'agences de voyages et journalistes du Brésil</i> . . . . .	10	»
(30 mai au 10 juin 1954)		
<i>Employés d'agences de voyages espagnoles</i> . . . . .	13	»
(30 août au 12 septembre 1954)		
<i>Booking-clerks anglais</i> . . . . .	12	»
(14 au 28 septembre 1954)		
<i>Employés d'agences de voyages nord-africaines</i> . . . . .	10	»
(2 au 10 octobre 1954)		

A l'occasion de la Foire de Bâle, 8 journalistes italiens ont été invités par l'Office suisse d'expansion commerciale. Des facilités de transport furent accordées à ce groupe pour le parcours suisse.

La même faveur fut octroyée à un groupe de 8 journalistes français qui vint visiter le Comptoir Suisse à Lausanne, en septembre, sur l'invitation de l'OSEC. En avril, pour l'ouverture de la ligne directe Madrid-Genève, la Swissair a invité un groupe de 15 journalistes et employés d'agences espagnoles. L'OCST aida à recevoir ces hôtes et mit gracieusement à leur disposition les billets pour le parcours Genève-Montreux-Caux et retour.

L'OCST participa également à la réception de 14 journalistes américains et canadiens invités par les compagnies d'aviation scandinaves pour l'inauguration de la route polaire Los Angeles-Groenland-Copenhague.

Nous n'avons pas pu compter en 1954, comme durant les années 1950-1953, sur un appréciable crédit spécial pour la propagande aux USA. Nous avons donc dû nous borner à mettre à profit les possibilités de propagande n'exigeant pas de grands moyens financiers. Notre effort a tendu à nous assurer l'active collaboration de nombreuses agences américaines de voyages. Ces organismes de tourisme jouent en Amérique du Nord un rôle considérable, la plupart des touristes pour l'Europe passant par l'intermédiaire d'une agence de voyages.

Notre second but — qu'il valait la peine d'atteindre — fut de faire élire la Suisse pour siège du congrès mondial de l'ASTA (American Society of Travel Agents) en 1955, la puissante organisation de l'industrie américaine du tourisme. Ce but a été heureusement atteint : la plus grande rencontre touristique de 1955 aura lieu dans notre pays, du 9 au 15 octobre, dans la région du Léman.

Depuis plusieurs années, nous souhaitons qu'une « Convention » du Rotary international ait lieu sur le sol suisse. Pour voir s'accomplir ce vœu, nous avons soutenu efficacement les efforts des Rotary Clubs de notre pays, et particulièrement du Club de Lucerne. Nous avons fait profiter de notre collaboration la « Manager Convention » du RI qui s'est tenue en Suisse durant l'année. Ces divers efforts conjugués ont abouti, et la Convention du Rotary aura lieu, en 1957, à Lucerne et dans les environs.

Nous avons voué toute notre attention au potentiel touristique américain de la « zone des USA » en Allemagne. Nous avons fait

une propagande par des conférences avec films dans les clubs féminins qui exercent une grande influence dans la question des voyages. Nous avons donné du matériel de propagande et des renseignements aux « Special Service Clubs » compétents pour les voyages de permission des unités militaires.

A l'occasion du grand événement sportif de l'année, les Championnats du monde de football, nous avons déployé une grande activité. Notre directeur adjoint, M. Florian Niederer, dirigea la commission à qui il incombait de s'occuper des nombreuses personnes venues de près ou de loin pour assister à ces jeux.

Le congrès « Touropa » qui a siégé du 19 au 21 mars à Lucerne et Lugano (notre agence de Francfort s'était particulièrement employée pour qu'il ait lieu en Suisse), a connu un plein succès. Le nombre des articles illustrés qui ont été consacrés dans la presse allemande à ce congrès est impressionnant. Grâce à la collaboration de tous les intéressés au tourisme (CFF, PTT, Swissair, Ville de Lucerne et OCST), il fut possible, avec de relativement faibles moyens de faire servir au maximum à l'intérêt de notre pays cette remarquable occasion de propagande.

Depuis que des crédits spéciaux pour la propagande aux USA ne nous sont plus attribués, la campagne collective de l'European Travel Commission dans ce pays a pris une plus grande importance pour nous. Pour cette propagande, en 1954, 250 000 dollars furent investis, montant auquel la Suisse participa pour 20 000 dollars. La contribution suisse fut constituée avec l'aide de la Confédération, des CFF, des PTT, de la Swissair, de la SSH et de l'OCST. Cette campagne collective européenne se propose surtout d'intensifier le tourisme américain vers l'Europe pendant la « Thrift Season ». Dans ce but 39 insertions ont paru en février, mars, juin et novembre dans 19 grands quotidiens, 25 dans 6 magazines importants et 21 dans 6 journaux spécialisés. Sur la base de cette action, 29 745 demandes affluèrent, de janvier à septembre, aux agences membres de l'ETC, contre 11 198 seulement pendant toute l'année précédente : 2263 de ces demandes (1953 : 839) se référaient à la Suisse. Dans le cadre de cette propagande collective, en 1954, un dépliant fut publié, en 100 000 exemplaires sous le

titre « See Europe Now », ainsi qu'un calendrier des manifestations en trois éditions ; au total 48 000 exemplaires. Le service de presse de l'ETC alimente plus de 2000 quotidiens et illustrés. De plus, des décorations de vitrines furent mises à disposition pour des expositions ; un film documentaire 16 mm sur les 21 pays européens participant à cette propagande fut réalisé ; des émissions furent faites à la radio et à la télévision.

## **IV. Éléments de propagande**

### **1. Hôtellerie**

L'OCST a assumé, comme précédemment, la diffusion du Guide suisse des hôtels, à raison de 101 500 exemplaires de l'édition française/anglaise et 55 000 exemplaires de l'édition allemande/française qui ont été distribués par ses agences aux bureaux de voyages à l'étranger et aux intéressés au tourisme. En outre l'OCST s'est chargé de la diffusion du Guide du groupement des hôtels de tout premier rang, à raison de 20 000 exemplaires de l'édition allemande/française et 58 700 exemplaires de l'édition anglaise. Notre travail de collaboration avec la Société suisse des hôteliers et ses sections a de nouveau porté essentiellement sur l'organisation en commun de voyages d'études pour employés d'agences de voyages étrangères et représentants de presse. Comme nous l'avons dit ailleurs, 12 de ces voyages ont eu lieu durant l'année, avec 126 participants de l'Europe et des pays d'outre-mer, et constituèrent une remarquable propagande pour notre tourisme en général et pour l'hôtellerie en particulier. Nos agences ont pu se rendre utiles à de nombreux hôteliers suisses qui se sont rendus à l'étranger pour étude ou pour affaires.

### **2. Chemins de fer**

Le centre de gravité pour la propagande des chemins de fer se trouve naturellement dans nos agences à l'étranger qui rendent régulièrement visite aux agences de voyages autorisées à la vente des billets et qui leur donnent des cours d'instruction sur les ques-