

Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme
Herausgeber: Office national suisse du tourisme
Band: 16 (1956)

Rubrik: Eléments 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>

consacrés à l'Europe par plusieurs des principaux magazines américains.

Comme l'a prouvé l'intérêt suscité par la réunion de la « European Travel Promotion Conference », l'importance et l'influence de la campagne collective européenne ne font que croître et se consolider. Cette campagne s'avère toujours plus comme un excellent instrument publicitaire qui répond à l'habitude américaine de considérer l'Europe comme un tout. Vers la fin de l'année, au moment où la presse américaine diffusait, au sujet des restrictions de carburant, des nouvelles susceptibles de nuire au tourisme transatlantique, il a été possible de provoquer, par le canal de la Commission de New York, des conférences de presse et la diffusion de communiqués qui ont permis une précieuse mise au point.

IV. Eléments de propagande

1. Hôtellerie

Par l'intermédiaire de ses agences, l'ONST a distribué, en 1956, aux bureaux de voyages étrangers et à des particuliers 119 100 exemplaires de l'édition française-anglaise et 48 800 exemplaires de l'édition allemande-française du Guide suisse des hôtels 1956/1957. De plus, notre service du matériel, à Zurich, a expédié 21 075 exemplaires aux légations et consulats, aux bureaux de voyages étrangers situés hors du champ d'activité de nos agences, ainsi qu'à divers intéressés au tourisme. Cette année encore, nous avons organisé, en étroite collaboration avec la Société suisse des hôteliers et ses sections, onze voyages d'études pour employés de bureaux de voyages et représentants de la presse européenne et des Etats-Unis ; ces voyages se sont révélés être très fructueux pour notre propagande touristique et hôtelière. Nos agences ont, comme les années précédentes, assisté de leurs conseils et facilité la tâche de nombreux hôteliers suisses qui se sont rendus à l'étranger pour affaires ou pour se documenter. A la fin de l'année, nous avons dû, sans perdre de temps, informer nos agences et la presse étrangère que, contrairement aux bruits qui couraient

hors de nos frontières, l'approvisionnement en carburant était assuré en Suisse et que le chauffage l'était également dans tous les hôtels, en particulier ceux des stations d'hiver.

2. Chemins de fer

La propagande en faveur du trafic ferroviaire fut centrée cette année sur le Jubilé du Simplon : le 50^e anniversaire du tunnel. Nous avons tiré parti au maximum de tous les moyens de propagande mis à notre disposition : articles, photos, diapositives, films, annonces, radio, télévision, conférences, vitrines, affiches, expositions, notre revue « Suisse », etc. La presse fut particulièrement soignée : 16 articles tirés à 6000 exemplaires et 113 photos reproduites en 3350 exemplaires furent mis à la disposition de la presse suisse et étrangère par l'ONST. Les 400 coupures qui nous sont parvenues de l'étranger — et qui ne représentent certainement qu'une partie des articles, informations et illustrations parus — couvriraient, selon nos calculs, une surface de 17 mètres carrés au moins. Comme toujours, les agences se sont efforcées de donner aux préposés aux guichets des agences de voyages des instructions précises au sujet des tarifs, des horaires et des décomptes. Les circulaires envoyées à ces agences donnent fréquemment des avis relatifs aux chemins de fer, ainsi que, par exemple, un choix d'horaires et de tarifs pour les parcours les plus importants de notre pays. L'ensemble du matériel de la propagande CFF et des lignes privées est distribué, par nos agences, aux quelque 8300 correspondants de leur secteur. Notre revue « Suisse », qui est accrochée chaque mois, en 12 000 exemplaires, dans les voitures des CFF et des chemins de fer privés, les bateaux de nos lacs et les avions de la Swissair, représente aussi un efficace moyen de propagande en faveur de nos entreprises de transport. Dans le domaine ferroviaire, cette revue a notamment publié, en 1956, les reportages suivants, dont certains étaient richement illustrés : « Hiver 1905/1906 » (premier horaire des Chemins de fer fédéraux) ; « Que seraient les Grisons sans le Chemin de fer rhétique ? » ; « En train » (poème de Fridolin Tschudi) ; « Cadenazzo-Pino », une évocation romantique du rail ; « 1906-1956 » (Jubilé du Simplon) ; « Chemins de fer et artistes » ;

« Les 50 ans du tunnel du Simplon » ; « Les 100 ans de la cité du rail, Olten » ; « Le train Vitznau-Rigi » ; « Douze mois aux CFF » ; « Un film de propagande des chemins de fer fédéraux à l'honneur » ; « Les voyages en train permettent de multiples combinaisons » ; « Le billet de chemin de fer, petit compagnon de voyage », etc. Le tout enrichi de 43 photographies se rapportant au chemin de fer, certaines sur une page entière. Les courses spéciales et les trains supplémentaires sont annoncés chaque semaine dans nos chroniques radiophoniques.

3. Trafic routier

La brochure « La Suisse en auto, trente circuits à votre choix », éditée en quatre langues en 1955, a été à ce point demandée et redemandée, que nous avons dû, en collaboration avec la maison Shell, en Suisse, procéder à sa réimpression. De même, la réédition de notre carte routière officielle, en anglais et en français, s'est avérée nécessaire. On peut maintenant obtenir les éditions en langues française, anglaise et italienne de la brochure « Routes alpestres suisses », parue en allemand en 1954. Les revues professionnelles et touristiques étrangères ont fait large emploi des photographies de routes suisses et de travaux routiers, ainsi que de quelques articles traitant du tourisme routier. Nos agences tiennent à la disposition des intéressés les guides, cartes et itinéraires, ainsi que les bulletins d'état des routes de l'ACS et du TCS. Les cars alpestres ont été mis en évidence dans les vitrines de nos agences et d'autres bureaux de voyages, par des diapositives en couleurs de 50 sur 50 centimètres et des photos en couleurs ; cette excellente propagande a encore été renforcée par plusieurs reportages dans notre revue « Suisse », ainsi que par l'évocation du 150^e anniversaire de la route du Simplon, mis en particulière évidence. Nos agences distribuent aussi tout le matériel de publicité des PTT, de même que le dépliant des CFF « Transport des automobiles à travers les tunnels alpins ».

4. Navigation

« La Suisse, pays des beaux lacs ! » Ce slogan, choisi comme texte de l'affiche de Pierre Monnerat, nous a permis d'insister sur l'attrait de

la navigation sur nos lacs. Des écrivains suisses connus ont signé 52 articles qui furent mis à la disposition de la presse suisse et étrangère, certains d'entre eux étant complétés par des photographies. La navigation a occupé également dans des expositions et des vitrines la place qui lui est due. Nos lacs ont été à l'honneur dans le numéro de juin de notre revue « Suisse » alors que l'édition de septembre était consacrée aux îles, ce qui nous a permis également de parler de la navigation.

5. Trafic aérien

La collaboration ONST/Swissair est demeurée très étroite dans tous les domaines se rattachant à la propagande, aussi bien en Suisse qu'à l'étranger. Nos agences ont eu l'occasion de participer à de nombreuses actions communes ; citons, par exemple, des réceptions, des cours d'instruction réunissant des employés de comptoir d'agences de voyages, la participation à des expositions et à des foires, l'organisation de soirées cinématographiques et conférences, la décoration de vitrines, etc. La Swissair a pris une part très active aux voyages d'études organisés par nos soins à l'intention d'agents de voyages et de représentants de la presse ; nous lui avons prêté notre appui lors de la réception de journalistes et agents de voyages étrangers participant au vol inaugural des deux Convair-Metropolitan. Nous avons accueilli les gagnants américains du concours « Cinerama-Holiday », organisé par la Swissair, lors de leur voyage en Suisse qui a trouvé un écho favorable dans la presse américaine. Les compagnies de navigation aérienne étrangères desservant la Suisse ont reçu, comme les années précédentes, notre matériel de propagande, ce qui nous permet d'atteindre les pays d'outre-mer particulièrement.

6. Thermalisme et climatisme

Les mesures de propagande prises en son temps avec l'Association suisse des stations thermales ont été appliquées, conformément au programme, sauf, toutefois, en ce qui concerne l'affichage, en raison des trop nombreuses affiches électorales exposées le printemps der-

nier. Un nouveau dépliant a été tiré à 50 000 exemplaires pour une large diffusion ; nous avons d'autre part réalisé un vœu exprimé depuis longtemps, en annexant un tarif au guide thermal. Cette liste indique les prix de pension de chaque établissement et leurs tarifs de traitement. Les intéressés peuvent ainsi se faire eux-mêmes une idée du prix de la cure qu'ils envisagent. Ce tarif a été édité en trois langues (allemand, français et anglais) et devra, à l'avenir, être chaque année mis à jour. Une enquête faite cet été auprès des hôteliers membres de l'association a permis d'éclaircir la question des régimes diététiques. Il s'agissait là aussi d'une mise au point indispensable, car les demandes de la clientèle à ce sujet devenaient toujours plus nombreuses. Des actions spéciales ont pu être entreprises au sud de la Suède, en Angleterre et en Afrique du Sud, en intervenant directement auprès des médecins. Malgré les conditions climatiques défavorables de l'été passé, il a quand même été possible de prendre de nouvelles photographies de plusieurs stations thermales, ceci non seulement en noir et blanc, mais aussi en couleurs. Les choses sont maintenant bien avancées et nous serons bientôt à même de répondre au vœu exprimé par l'Association des stations thermales en éditant, sous une forme encore à déterminer, un prospectus général, en couleurs. Nous sommes également en train d'établir la liste — devenue nécessaire — des maisons suisses de convalescence. La Commission scientifique pour les recherches climatologiques est parvenue à définir exactement le concept : « climat curatif — station climatique » et 29 stations ont été cataloguées.

7. Sports

Après de longues démarches, nous avons réussi à gagner à la Suisse l'organisation semi-officielle de la « Physical Recreation » d'Angleterre, qui envoyait jusqu'ici en Norvège des groupes importants pour y apprendre le ski. Des équipes comprenant essentiellement des débutants ont pris le chemin de Champéry et de Frutt, pour l'hiver 1956-1957. Parallèlement, une série de conférences intitulées « A propos de ski en Suisse », sera donnée sur place par un instructeur de ski. L'Association des écoles suisses de ski a été chargée de vouer une

attention toute particulière à l'enseignement du ski aux enfants et à l'organisation d'une sorte de « Kindergarten ». Nous sommes de l'avis que de nombreux couples prendraient des vacances d'hiver s'ils avaient l'assurance que les enfants qui n'ont pas encore atteint l'âge de scolarité seront en bonnes mains. Dans le domaine de l'alpinisme, un guide a donné une série de conférences dans les milieux de la « British Mountaineering Association ». George Alan Smith, écrivain alpiniste des Etats-Unis en séjour en Suisse, a été pourvu de matériel et de conseils pour le livre qu'il consacrera à la technique de l'alpinisme en Suisse. Les brillants résultats de l'expédition suisse à l'Himalaya en 1956 ont été mis en valeur dans les vitrines de nos agences et nous avons organisé une émission en anglais « Alpinism in Switzerland » pour l'émetteur d'ondes courtes de Schwarzenburg. En 1955, nous avons facilité la tâche de Mr. et Mrs. Hogg (Angleterre) qui avaient pu ainsi apprendre à connaître la Suisse en la parcourant à pied ; cette année, leur livre « Swiss Spring » a été édité à 10 000 exemplaires. Nous avons préparé un dépliant sur les auberges de jeunesse, répondant ainsi à de nombreuses demandes et au vœu exprimé par nos agences. Le 23^e cours des directeurs d'écoles suisses de ski a eu lieu cette année à Wengen et a été favorisé de bonnes conditions d'enneigement et de temps. On a dénombré 500 participants à la première semaine et 650 à la seconde ; les recettes hors saison que ce cours a rapportées à Wengen sont évaluées à Fr. 25 000. Des représentants de la presse étaient venus des Etats-Unis, de Grande-Bretagne, d'Espagne et d'Italie.

8. Education

L'ensemble de nos institutions d'éducation privée peut considérer que 1956 fut, elle aussi, une année favorable. Ainsi plusieurs instituts pour filles et garçons ont pu s'ouvrir en Suisse romande et au Tessin. La clientèle de nos instituts privés se recrute dans presque tous les pays du monde libre. Dans certaines écoles, on trouve des élèves venant de vingt pays différents. Le Bureau fédéral de statistique a fait à ce sujet une enquête dont les résultats seront publiés ici plus tard. Le nombre des étudiants étrangers dans nos universités aug-

mente aussi constamment : on en dénombrait 4218 pendant le premier semestre 1956 (premier semestre 1955 : 4047) ou le 27 % d'un total de 15 539 étudiants. Les Américains viennent en tête avec 1069 étudiants ; suivent 812 Allemands (principalement à Bâle), 421 élèves des pays asiatiques, 338 Français, 249 Grecs, etc. Genève accueille presque la moitié de tous les étudiants étrangers. Les homes d'enfants ont connu également une bonne fréquentation, surtout pendant les vacances d'été et d'hiver. Nous nous sommes à nouveau occupés des logements et des conditions de séjour appropriées pour des groupes d'enfants ; comme toujours la demande a été grande. Les cours de vacances universitaires et privés connaissent chaque année un succès grandissant. L'Université de Genève a reçu 718 inscriptions venant de 33 pays, dont 175 de Suisse. La durée de séjour moyenne a été de cinq semaines. 1077 intéressés se sont inscrits au cours de vacances de l'Université de Lausanne, dont un groupe de 130 élèves de Boston. En revanche, on note, à Genève comme à Lausanne, un recul des étudiants suédois, ce qui s'explique sans doute par le fait que la langue allemande est devenue maintenant la langue étrangère la plus importante dans les écoles suédoises. Afin que le personnel de nos agences soit mieux renseigné sur nos instituts et pensionnats, nous avons organisé un voyage d'étude, du 8 au 13 octobre, auquel prirent part des employés des services de renseignements de nos agences d'Amsterdam, Bruxelles, Francfort, Londres, Madrid, Milan, New York, Rome et Stockholm. Le voyage commença par la visite de l'Ecole de la Société suisse des hôteliers à Zurich, se poursuivit par Kaltbrunn, Lucerne, Interlaken-Wilderswil, Adelboden, Neuchâtel, Lausanne et Aigle ; finalement le groupe a visité les nouveaux aménagements de Leysin qui devient un centre du tourisme social. Les participants ont vu au total 19 instituts, pensionnats et homes d'enfants. Ils furent agréablement surpris des nombreux travaux d'agrandissements et de modernisation entrepris (chambre de bains, douches, chauffage, cuisine, etc.). Revue et augmentée, la brochure « Ecoles privées en Suisse » a été rééditée en 20 000 exemplaires ; elle est toujours très demandée. Notre agence de Rome a multigraphié et distribué en Italie une liste donnant un choix des instituts catholiques suisses. Une liste des cours de vacances et camps de vacances de l'été 1956

a été tirée à 4000 exemplaires, en français, allemand, anglais et suédois ; celle des « Boarding schools in Switzerland preparing for British or American schools » à 400 exemplaires. Nos agences ont distribué 5000 exemplaires en anglais et 6500 exemplaires en français de la brochure éditée par la Fédération suisse des associations de l'enseignement privé et celle de l'Association des homes d'enfants suisses en 3000 exemplaires. Au moyen d'articles et de photos, ainsi que dans les vitrines de nos agences, nous avons fait de la propagande en faveur des écoles privées. Dans ce domaine aussi, il convient d'apprécier à sa juste valeur la coopération de nos représentations diplomatiques et consulaires qui répondent à toutes les questions concernant la Suisse pédagogique.

9. Art et culture

Dans le cadre de notre service mensuel d'articles de presse, « La vie culturelle en Suisse », rédigés en allemand, français et anglais et distribués à la presse suisse et étrangère, nous rendons compte de tous les événements importants et manifestations touchant à l'art et à la culture. En outre, une propagande spéciale a été faite autour de notre slogan « La Suisse, pays des beaux lacs », en collaboration avec les membres de l'Association suisse des écrivains qui ont surtout fait valoir les aspects artistiques et culturels de nos lacs. En coopération avec le service de presse de la fondation « Pro Helvetia », nous avons accueilli des groupes de journalistes italiens, espagnols, portugais, français, anglais, irlandais et allemands ainsi que divers autres journalistes ; nous les avons documentés lors de leurs voyages d'étude qui portaient essentiellement sur la culture et l'histoire de l'art. Nous avons aussi reçu la visite d'autres groupes, comme les membres les plus en vue de l'Institut international de la presse, une délégation de rédacteurs canadiens, sans oublier un choix de journalistes venant du monde entier et travaillant temporairement au service d'informations des Nations Unies à Genève ; des contacts précieux ont pu ainsi être établis avec des personnalités influentes dont l'intérêt qu'elles portent à notre pays n'est pas de caractère strictement touristique. Parmi les publications étrangères inspirées par nous, citons la série d'articles

parus dans le journal américain « Christian Science Monitor » sur les villes de Genève, Bâle, Berne, Winterthour et Zurich, centres artistiques et culturels. Chaque mois, nous donnons à la presse, en trois langues, un aperçu des prochaines manifestations culturelles — folklore, expositions, théâtre, art et musique. Comme par le passé, nous nous efforçons de faire de notre revue « Suisse », une revue largement ouverte à l'art et à la culture, dans le texte comme dans la présentation. La 9^e Semaine artistique internationale a eu lieu du 2 au 10 août. 17 personnalités venant de Belgique, de Hollande et de France y prirent part et visitèrent sous une conduite experte quelques centres artistiques des cantons de Berne, du Valais, de Soleure et d'Argovie.

V. Activité des agences

Généralités. — Ainsi qu'il ressort des statistiques, le nombre des nuitées d'hôtes étrangers en Suisse a augmenté encore, pendant l'année 1956, de plus de 650 000 unités. C'est dire que le travail de nos agences est de plus en plus intense et que seule une augmentation du personnel permet d'y faire face. Par l'ouverture de l'agence de Madrid, en juin 1956, notre réseau à l'étranger a atteint le chiffre impressionnant de 17 agences. Bien que très récente, l'activité de ce nouveau bureau — dont la direction a été confiée au chef d'agence de Lisbonne, M. A. Bourgnon — s'avère des plus réjouissantes, ainsi qu'en témoigne le rapport que l'on trouvera plus loin.

La direction est régulièrement tenue au courant de la bonne marche des agences par les rapports détaillés qui lui parviennent chaque mois et que complètent des visites personnelles, ainsi que les nécessaires contrôles d'ordre financier et administratif.

La Conférence annuelle des chefs d'agences a eu lieu à Giessbach (lac de Brienz), du 3 au 11 septembre, avec la participation de tous les directeurs d'agences, sauf ceux de Buenos Aires, du Caire et de San Francisco. En dehors des problèmes intéressant directement les buts et les projets de l'ONST, cette conférence a permis à nos « ambassadeurs du tourisme helvétique » de prendre contact successive-