

Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme
Herausgeber: Office national suisse du tourisme
Band: 17 (1957)

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: 04.05.2026

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

qui a profité, cette année encore, des appareils distribués en 1955 et en 1956 de sorte que seules les séries de transparents reproduisant les annonces dans les magazines ont dû être renouvelées ; la distribution des films de la Commission en noir-blanc et en couleurs qui s'est développée ensuite de l'introduction de la télévision en couleurs dont ont bénéficié tant le film général « Invitation to Europe » que les courts-métrages consacrés à chacun des pays participants ; la coopération aux émissions télévisées « Home Show » qui a permis de présenter chaque pays membre à son tour à une très large audience ; la participation aux assemblées annuelles des deux grandes associations d'agents de voyages américains, l'ASTA et la NATO où la Commission de New York représente les intérêts généraux européens.

L'Union Internationale des Organismes Officiels de Tourisme ayant tenu ses assises annuelles en novembre 1957, à Washington, cette réunion a fourni l'occasion aux membres européens participant à la campagne, de reprendre contact personnellement avec la Commission de New York chargée de son exécution ainsi qu'avec nombre d'organisations et de personnalités intéressées aux voyages en Europe. Ces prises de contact ont servi à l'examen de la situation actuelle et du programme préconisé pour la campagne 1958, laquelle, grâce aux manifestations européennes portées au calendrier de cette année, s'annonce sous les meilleurs auspices.

IV. Eléments de propagande

1. Hôtellerie

Par l'intermédiaire de ses agences, l'ONST a distribué en 1957, aux bureaux de voyages étrangers et à des particuliers, 130 400 exemplaires de l'édition française-anglaise du Guide suisse des hôtels 1957/1958 et 67 800 exemplaires de l'édition allemande-française. De plus, 10 100 exemplaires de ce même guide ont été expédiés par notre service du matériel de Zurich aux ambassades, légations et consulats, aux bureaux de voyages situés hors du rayon d'activité

de nos agences, ainsi qu'à divers intéressés. En étroite collaboration avec la Société suisse des hôteliers et ses sections, nous avons organisé cette année 22 voyages d'étude, en partie à l'occasion de vols inauguraux de la Swissair ou de compagnies de navigation aérienne étrangères; 315 personnes de 19 pays différents, pour la plupart représentants de la presse et employés ou chefs de publicité d'agences de voyages, ont pris part à ces voyages. Notre service de presse a fourni, entre autres, à la presse étrangère plusieurs reportages — qui ont reçu un excellent accueil — sur des hôtels suisses nouvellement construits et aménagés. Nous n'avons pas manqué également, chaque fois que l'occasion s'en présentait, de faire valoir la stabilité des prix de l'hôtellerie suisse. Au début de l'année, pour mettre fin à certains bruits qui couraient avec insistance à l'étranger, nous avons dû, sans perdre de temps, informer nos agences et la presse que l'approvisionnement en carburant était assuré en Suisse et qu'il n'y avait aucune crainte à avoir quant au chauffage des hôtels.

2. Chemins de fer

Comme nous l'avons fait l'année précédente pour le Jubilé du Simplon, le « 75^{me} Anniversaire de la ligne du Gothard » fut, en 1957, le thème central de notre propagande pour la Suisse en général, comme pour le trafic ferroviaire en particulier. Nous avons saisi chaque possibilité de mettre au maximum cet événement en valeur, tant par l'image que par la presse, la radio, les conférences, etc. Notre service de presse a diffusé 24 articles détaillés et 3 reportages illustrés chacun de 10 photographies, relatant l'histoire, la construction et l'exploitation de la ligne du Gothard. Au total, nous avons consacré à cette manifestation 5000 photographies de presse, en chiffre rond, et 8750 textes dactylographiés; 554 coupures de presse, en majorité illustrées, nous sont parvenues soit directement soit par l'intermédiaire de nos agences. Ces articles provenaient essentiellement des deux pays voisins, l'Allemagne et l'Italie, mais également 116 des USA, ce qui représente, en annonces, une valeur de 130 000 francs suisses. Pour la décoration des vitrines, nous avons réalisé 450 agrandissements photographiques au format de 50 × 50,

en noir et blanc et en couleurs, représentant 30 sujets différents de la ligne du Gothard, que nous avons mis à la disposition de nos agences et des bureaux de voyages. Notre agence de Milan a reçu un 1er prix pour sa vitrine consacrée à cet anniversaire. Une édition suisse et une édition étrangère de notre revue « Suisse » ont été réservées au Gothard, de même que le stand touristique du Pavillon suisse à la Foire de Milan et les vitrines du Crédit suisse, à Zurich. Une affichette, tirée à 12 000 exemplaires, représentait une « flèche rouge » sur le pont de Staveldro.

Les visites des bureaux de voyages par les employés de nos agences ont été intensifiées et, dans la plupart des pays, nous avons pu organiser, en commun avec le Service commercial des CFF, des cours d'instruction pour booking-clerks, au cours desquels des questions relatives à la vente des billets, aux tarifs et décomptes, à l'organisation de voyages collectifs ont été traitées. Les circulaires envoyées par nos agences aux bureaux de voyages contiennent régulièrement des renseignements sur les voyages par chemins de fer, voire même des tableaux de prix et des horaires à destination des principales localités de notre pays. Les 12 et 13 novembre, des séances ont eu lieu au Service commercial des CFF, trafic des voyageurs, à Berne, avec les chefs des services de billets et d'autres collaborateurs, en vue d'étudier spécialement les mesures susceptibles de donner une impulsion nouvelle au trafic ferroviaire. En Suisse, les courses spéciales et les trains supplémentaires ont, comme précédemment, été annoncés régulièrement chaque vendredi dans nos chroniques radiophoniques.

3. Trafic routier

En 1956, nous avons fait des tirages importants de diverses publications en faveur du tourisme routier, de telle sorte qu'il ne nous a pas été nécessaire, en 1957, de procéder à de nouvelles impressions, si ce n'est la liste imprimée en trois langues « Camping en Suisse ». Cette liste peut être classée parmi les publications relatives au tourisme routier, puisqu'il est de notoriété publique que le 85 % des campeurs se recrutent parmi les touristes motorisés. Notre service

de presse a fourni toute une série de reportages sur le tourisme automobile aux journaux et revues spécialisés, qui en ont fait bon usage, d'Allemagne, de Hollande, de France, de Belgique, d'Espagne, de Grande-Bretagne et des U. S. A. En collaboration avec l'A. C. S., des reportages illustrés sur le Service SOS et le déblaiement de la neige sur les routes de montagne ont été réalisés. Notre bulletin de presse a aussi publié régulièrement des communiqués sur la construction des routes, les plans de réseau routier national, les projets de tunnels routiers, etc. Nous avons, de plus, assisté les représentants de grandes sociétés étrangères d'automobiles et de carburants lors des prises de vues de leur film « La Suisse, pays du tourisme automobile ». Nos archives photographiques se sont enrichies d'une collection de beaux négatifs sur les routes alpestres, fournis par les P. T. T. Nos agences tiennent à la disposition des intéressés la documentation de l'ACS et du TCS : cartes, guides, itinéraires, état des routes, etc. Tout le matériel de propagande des PTT, le dépliant des CFF « Transport des automobiles à travers les tunnels alpins » sont aussi très largement distribués à l'étranger. Au début de l'année, plusieurs communiqués ont été adressés à la presse étrangère et aux clubs d'automobilistes pour les aviser de ce que tous les touristes étrangers pouvaient obtenir suffisamment d'essence pour leurs voyages en Suisse.

4. Navigation

Nous disposons maintenant d'un très bon matériel de propagande sur la navigation (photographies, articles, motifs de décoration, etc.) confectionné l'année dernière pour appuyer notre slogan « La Suisse, pays des beaux lacs ». Tout ce matériel a pu être utilisé à nouveau cette année pour mettre en valeur le tourisme sur les lacs suisses. Des vues de lacs ou de bateaux ont également et à maintes reprises servi à illustrer nos campagnes d'annonces. 70 copies ont été tirées du film 16 mm. sonore, en couleurs, « La Suisse, pays des beaux lacs » ; elles roulent dans le monde entier et la bande 35 mm. du même film a été incorporée dans divers programmes de cinémas.

5. Trafic aérien

Notre collaboration avec les compagnies de navigation aérienne, et avant tout avec la Swissair, a été particulièrement intense en 1957, notamment dans le domaine des voyages d'étude pour la presse et les représentants d'agences de voyages étrangères; il n'y en eut pas moins de 22, avec 315 participants. Mais nous nous sommes aussi occupés activement de l'accueil et de la réception des participants aux vols d'inauguration de la Swissair, de la Lufthansa, de Aer Lingus, de la K. L. M. et des South African Airways. Dans nos agences, maintes actions sont menées en commun par l'ONST et la Swissair : participation aux foires et expositions, organisation de conférences et de présentations de films, décorations de vitrines, réceptions, cours d'instruction pour booking-clerks, etc. En 1957 également, nous avons accueilli les gagnants du concours « Cinerama-Holiday » ouvert par la Swissair aux U. S. A. De grandes quantités de matériel de propagande ont à nouveau été livrées aux compagnies de navigation aérienne étrangères desservant la Suisse, entre autres des affiches blanco, des dépliants et des brochures documentaires. De cette manière, notre propagande a pu atteindre bien des pays d'outre-mer où l'ONST ne possède pas d'agence.

6. Thermalisme et climatisme

Notre propagande pour les stations thermales s'est faite, comme de coutume, en collaboration avec l'Association suisse des stations thermales. Notre campagne d'annonces a été concentrée sur la Suisse, étant donné que la clientèle de nos stations thermales provient très essentiellement de notre pays. Une 5^e édition en langue allemande du « Petit guide thermal suisse », très demandé, a été tirée à 10 000 exemplaires. Lors de chaque envoi, ce guide est accompagné de la liste de prix « verte », qui renseigne sur les prix des hôtels et les moyens curatifs; chaque hôte peut ainsi, avant le début de sa cure, en estimer le coût. Cette liste est mise à jour chaque année. Les photographies réalisées l'année dernière ont permis l'édition d'un prospectus en couleurs, qui est distribué surtout par

nos agences et qui complète efficacement la documentation existante sur nos stations thermales. Son tirage global de 50 000 exemplaires se répartit sur trois langues : allemand, français et anglais. Une propagande spéciale, sous forme d'annonces, a paru dans trois quotidiens importants d'Allemagne; elles mentionnaient l'adresse de notre agence de Francfort pour tous renseignements. Tous les étudiants en médecine sortis de nos universités ont reçu une lettre de félicitations pour la réussite de leurs examens, accompagnée du « Petit guide thermal ». Leurs adresses nous ont été communiquées par le Service fédéral de l'hygiène publique, que nous remercions ici. Dans le domaine du climatisme, M. le professeur O. Högl, président de la Communauté de travail pour les recherches climatologiques, a terminé son rapport. Les renseignements sur ces vastes recherches scientifiques sont consignés dans une publication spéciale « Einleitung der schweizerischen Klimakurorte », qui contient aussi la définition du concept « station climatique ». La liste dressée par la « Commission des indications » de la Communauté de travail précitée reconnaît 39 stations classées comme stations climatiques.

7. Sports

Grâce au succès de nos démarches antérieures, plusieurs groupes de l'organisation britannique « Center of Physical Recreation » se sont rendus à Champéry pendant les mois de décembre 1956 à mars 1957. Après quelques difficultés de démarrage, ces déplacements touristiques se sont déroulés pour la plus grande satisfaction de tous les participants et l'on peut espérer que Champéry restera le centre de ski de cette organisation. L'auteur anglais, James Riddell, photographe et skieur, a visité, sous notre égide, plus de trente grandes stations de sports d'hiver; les offices de tourisme régionaux et locaux nous avaient assuré leur collaboration totale et compréhensive. Le résultat de cette « tournée à ski » qui a duré exactement trois mois, est la parution d'un « Ski Baedeker », très détaillé, en langue anglaise, portant le titre « The Ski Runs of Switzerland ». Ce livre a été accueilli avec enthousiasme en Grande-Bretagne, où Riddell s'est fait un nom, aussi bien par ses guides

touristiques que comme skieur. C'est un excellent ouvrage qui peut être considéré également comme un précieux moyen de propagande. Le 24^e Cours des directeurs d'écoles de ski a eu lieu dans la première moitié de décembre à St-Moritz, avec un nombre record de participants, soit 1800 personnes, en nombre rond, pendant les deux semaines de cours. Ainsi un journal a-t-il pu dire, non sans raison, qu'il s'agissait du plus grand cours de ski du monde ! Par l'intermédiaire de nos agences, nous avons invité, à frais communs avec St-Moritz, des représentants de la presse d'Allemagne, d'Angleterre, de France, d'Italie et d'Espagne. La BBC-Télévision a fait un reportage sur ce cours, dont le film a été projeté le 30 décembre en Grande-Bretagne. Le beau temps et les parfaites conditions d'enneigement ont beaucoup contribué à la pleine réussite de cette manifestation.

8. Education

Pour la première fois depuis la guerre, il nous est donné de pouvoir articuler quelques chiffres statistiques relatifs à l'enseignement privé, établis sur des bases précises et non simplement sur des estimations. En effet, il ressort du produit de la taxe de séjour encaissée auprès des pensionnats, instituts et homes d'enfants figurant dans le rapport annuel de l'Office du tourisme du canton de Vaud, que, l'un dans l'autre, 2550 élèves ont séjourné à longueur d'année dans nos internats (homes d'enfants compris), totalisant ainsi 932 575 nuitées pour le seul canton de Vaud. Evidemment, le nombre effectif des élèves est de beaucoup supérieur, puisque le contingent de l'année scolaire est largement renforcé, pendant les mois de juillet à septembre, par de jeunes hôtes qui ne séjournent que quelques semaines. Sur ce point, nous manquons de données, comme d'ailleurs sur le nombre d'élèves inscrits dans les externats et dont il faudrait aussi tenir compte. On peut néanmoins se faire par là une idée de la valeur et du volume économique que représente l'enseignement privé, pour le canton de Vaud en particulier. Ceci d'autant plus que la très grande majorité des internes proviennent de l'étranger. Les chiffres pour 1957 ne seront certainement pas

inférieurs, puisque les internats ont été occupés à 100 % pour l'année scolaire — quelques nouveaux instituts mis à part — et que les cours de vacances ont connu le même succès que précédemment. Les nationalités dominantes semblent toujours être les Anglo-Saxons, les Italiens et les Allemands.

Comme de coutume, les homes d'enfants ont été occupés au maximum pendant les périodes de vacances scolaires. On note, en outre, de toujours plus nombreuses colonies de vacances étrangères. Augmentation constante également dans la fréquentation des cours de vacances des universités romandes : à Genève, 860 étudiants (contre 718 en 1956); à Lausanne, 1116 étudiants (1077 en 1956) ont suivi ces cours pendant quatre à cinq semaines en moyenne. On voit, par tout ce qui précède, que l'intérêt pour les établissements d'éducation et d'instruction de Suisse, tant officiels que privés, est toujours très vif à l'étranger. Confirmation nous en est donnée par les rapports que nous recevons de certaines de nos agences où les demandes de renseignements affluent, ainsi que des représentations diplomatiques suisses, dont le concours nous est très précieux. Nous les en remercions ici. Notre service spécialisé, de son côté, est très sollicité et doit être en mesure de répondre aux demandes les plus diverses, nécessitant une documentation abondante et toujours à jour. Dans le courant du printemps et de l'été 1957, nous avons visité plus d'une vingtaine de pensionnats, instituts et homes d'enfants dans la région du Léman, des Alpes vaudoises et valaisannes; pour la plupart, maisons ouvertes depuis peu d'années, ayant changé de direction ou installées dans d'autres immeubles. Nous avons cependant pu constater que, dans leur ensemble, ces institutions sont dignes de celles d'ancienne réputation et qu'il se trouve à leur tête des directeurs tout à fait qualifiés et même de valeur. Très utiles par les contacts personnels que nous établissons, ces visites nous permettent en outre de documenter nos agences de façon plus précise. En dehors de la liste annuelle des cours de vacances (multigraphiées à environ 4000 exemplaires en français, en allemand, en anglais et en suédois), aucune publication consacrée aux écoles privées et homes d'enfants n'est sortie de presse en 1957. Nous continuons à distribuer largement notre brochure « Ecoles privées en

Suisse », de même que les guides illustrés de la Fédération suisse des associations de l'enseignement privé et de l'Association suisse des homes d'enfants; les prospectus particuliers des institutions, toujours très demandés, ne nous parviennent jamais en quantité suffisante.

9. Propagande dans le domaine culturel

En 1957, dans le cadre de l'activité normale de notre Service de presse, nos articles mensuels « La vie culturelle en Suisse » ont passé en revue les principales manifestations culturelles de Suisse. Ces articles, dont le tirage global est de 550 exemplaires par mois, sont rédigés en allemand, en français et en anglais; ils sont favorablement accueillis, surtout par la presse étrangère. Soit directement, soit par l'intermédiaire de nos agences, des ambassades, légations et consulats, non seulement la presse mondiale est, de cette manière, tenue au courant des manifestations culturelles qui ont lieu dans un proche avenir, mais également le cinéma, la radio et la télévision. L'intérêt de l'étranger pour la vie culturelle suisse s'affirme et se manifeste en particulier pendant les périodes de festivals, c'est-à-dire en juin, août et septembre. De très nombreux critiques d'art étrangers viennent assister aux concerts, représentations théâtrales ou expositions organisées à ce moment-là et leurs comptes rendus sont aussi efficaces pour notre propagande touristique que les articles des meilleurs journalistes. L'exposition internationale « Graphic 57 », qui a eu lieu à Lausanne en juin et dont il a été abondamment parlé de longs mois à l'avance, a attiré particulièrement tous ceux qui touchent de près ou de loin à la presse. Cet intérêt croissant pour la vie culturelle nous a amenés, en 1957, à resserrer encore notre collaboration avec la Fondation « Pro Helvetia » et son Service de presse pour l'étranger. Avec son assistance, nous avons reçu l'écrivain et esthète argentin Abelardo Arias, bien connu dans toute l'Amérique latine par ses livres, ses articles et ses conférences; pendant son séjour de plusieurs semaines en Suisse, cet été, l'occasion lui a été offerte d'entrer en contact avec d'éminents écrivains, artistes et hommes de science de notre pays. Le voyage d'information, au début

de l'été, du rédacteur en chef du quotidien madrilène « ABC », M. José Calvillo Moreno, a également eu une grande portée culturelle. D'autre part, nous avons réussi à engager des producteurs de films documentaires à ne pas se limiter uniquement à des bandes représentant, comme ce fut le cas pour Walt Disney, exclusivement une nature et un folklore suisses, mais bien à envisager un travail plus solide, basé sur de meilleures connaissances historiques et culturelles. C'est ainsi qu'ont été réalisés, entre autres, les films sonores, en couleurs : « A Summer in Switzerland » (Stoneall O'Brien Productions, Los Angeles) et « This is Switzerland » (Associated Film Producers, Boston).

V. Activité des agences

Généralités. — Le nombre des nuitées des hôtes étrangers dans les hôtels et pensions du pays s'est élevé, en 1957, à 12,7 millions en chiffre rond, ce qui représente, sur les totaux de l'année précédente un progrès de plus d'un million de nuitées.

Nos 17 agences de l'étranger ont largement contribué à ce succès fournissant une fois de plus un effort considérable et nous avons dû recourir au concours d'employés temporaires. Nous recevons chaque mois les rapports détaillés de nos agences et nous nous attachons à entretenir un contact suivi avec leurs directeurs et leurs employés; d'autre part, à l'occasion de vacances qu'ils passent en Suisse, nous pouvons nous entretenir avec eux de problèmes latents.

Des visites d'agences sont effectuées régulièrement par les membres de notre direction. En outre, des contrôles d'ordre financier et administratif ont eu lieu à Amsterdam, Londres, Milan et Rome.

Amsterdam. — La haute conjoncture favorable au développement du mouvement touristique entre les Pays-Bas et la Suisse, qui dure depuis plusieurs années, s'est maintenue en 1957. Ce résultat réjouissant est d'autant plus remarquable que les Autorités, à la suite d'une forte diminution des réserves monétaires et d'un important déficit de la balance des paiements, ont décrété diverses