

Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme
Herausgeber: Office national suisse du tourisme
Band: 18 (1958)

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: 02.02.2026

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

sur le Cours des professeurs de ski de Grindelwald et le séjour à Saas Fee du « Oxford & Cambridge University Ski Club », en liaison avec un intermezzo de la mode sportive d'hiver suisse organisé par l'Union des exportateurs de l'industrie suisse de l'habillement.

Voyages de journalistes au « Comptoir Suisse » à Lausanne. — Selon une tradition bien établie, nous devions, en 1958 également, donner l'occasion à des journalistes étrangers, appartenant au pays qui était l'hôte d'honneur du Comptoir, de visiter notre foire nationale d'automne et d'effectuer un voyage d'information dans notre pays. Nous avons renoncé à cette formule, la Chine exposant à Lausanne. En revanche, nous avons organisé à l'intention de 6 journalistes anglais et de 5 allemands, deux voyages d'information d'une durée de cinq à six jours et dont le programme prévoyait la visite du Comptoir, en collaboration avec la Swissair, la direction du Comptoir, le service d'information et de presse du Département politique fédéral, de l'Office suisse d'expansion commerciale et le service culturel pour l'étranger de la Fondation « Pro Helvetia ». Nous avons pu ainsi associer les intérêts de chacun de manière efficace et présenter à ces journalistes des aspects nouveaux de notre pays, d'ordre culturel, économique, sociologique et touristique.

IV. Eléments de propagande

1. Hôtellerie

Par l'intermédiaire de ses agences et directement, l'ONST a distribué, en 1958, 131 000 exemplaires de l'édition française-anglaise et 65 000 exemplaires de l'édition française-allemande du Guide suisse des hôtels 1958/1959, ainsi que 6050 exemplaires en allemand et 10 250 en français et en anglais de la nouvelle édition du Guide spécial du Groupement des hôtels de 1^{re} classe. A cela s'ajoutent encore 9950 exemplaires d'un dépliant en plusieurs langues publié par ce groupement. Nous avons organisé, en étroite collaboration avec la Société suisse des hôteliers et ses sections, 9 voyages d'études groupant

110 agents de voyages venus de 10 pays différents, ainsi que 6 autres voyages d'information à l'intention de 120 journalistes et de représentants des autorités, à l'occasion des vols inauguraux de diverses compagnies de navigation aérienne. Le service de presse de l'ONST a pu, à plusieurs reprises, faire paraître des reportages sur des hôtels suisses, en liaison avec des prises de vues de défilés de mode, dans d'importantes revues étrangères. Pour répondre aux nombreuses demandes reçues de l'étranger, nous avons édité une liste des motels en exploitation. Nous saisissons chaque occasion pour insister sur la stabilité des prix de notre hôtellerie. Nos agences ont, comme les années précédentes, facilité la tâche de nombreux hôteliers suisses qui se sont rendus à l'étranger en voyage d'affaires ou d'agrément.

2. Trafic ferroviaire

Comme aucun anniversaire de tunnel n'était prévu, l'activité de l'ONST s'est consacrée, dans le secteur ferroviaire, au renforcement de la tâche habituelle de propagande. Les circulaires adressées par nos agences aux bureaux de voyages ont régulièrement donné des renseignements relatifs aux chemins de fer, notamment un choix de tarifs et d'horaires à destination des principales villes et stations de notre pays. Nous nous sommes également efforcés d'intensifier les visites de bureaux de voyages par des employés de nos agences et, dans la plupart des pays, nous avons pu organiser, en collaboration avec le personnel du service commercial des CFF, des cours d'instruction pour booking-clerks traitant de la vente des billets, des questions relatives aux tarifs et aux décomptes, de l'organisation des voyages collectifs, etc. Les agences de New York et de San Francisco se sont employées, en coopération avec d'autres représentations d'administrations ferroviaires européennes, à faire connaître à la clientèle américaine le nouveau titre de transport dit « Eurailpass », qui entrera en vigueur en 1959. Notre revue « Suisse », dont 12 000 exemplaires sont accrochés chaque mois aux patères des voitures CFF et des chemins de fer privés, des bateaux de nos lacs et des avions de la Swissair, a publié dans chaque numéro un reportage sur les divers aspects de nos entreprises de transport. Les courses spéciales et les trains

supplémentaires sont annoncés chaque vendredi dans nos chroniques radiophoniques.

3. Trafic routier

Nous avons fait évidemment la plus vaste propagande possible — dans la presse, à la radio et par l'édition, en plusieurs langues, de feuilles volantes encartées dans nos brochures et cartes — à l'heureuse suppression, dès le 1^{er} janvier 1958, des documents douaniers qui étaient exigés de conducteurs de véhicules à moteur se déplaçant à titre privé pour l'entrée en Suisse. La brochure: « La Suisse en auto, trente circuits à votre choix », toujours très demandée, a été rééditée en allemand, en français et en anglais, à raison de 80 000 exemplaires. Nous avons également procédé à la réimpression en 100 000 exemplaires et sous une nouvelle forme graphique, de l'édition allemand/italien de notre Carte routière officielle. Le matériel d'information de l'ACS et du TCS — guides, cartes, itinéraires, bulletins de l'état des routes — est à disposition des intéressés au comptoir de nos agences, de même que la documentation des PTT. Le prospectus des CFF « Avec l'auto à travers les tunnels alpins » a été largement distribué à l'étranger. Nous avons publié, en collaboration avec l'ACS, un reportage illustré sur les cols de nos Alpes. Nous faisons passer fréquemment dans notre « Bulletin de presse » des informations au sujet de la construction des routes, de la planification du réseau routier national, des projets de tunnels, etc.

4. Navigation

Notre service de presse a publié un article illustré sur le thème « Navigation sur les lacs suisses », qui a été bien accueilli par la presse étrangères. Nos archives photographiques se sont enrichies d'une série de prises de vues présentant l'Untersee et le Rhin. Les quelque 130 délégués du Congrès annuel de la WATA ont goûté aux riches attraits du paysage des bords du Rhin, au cours d'une balade en bateau, de Schaffhouse à Kreuzlingen. Nous n'avons pas manqué également d'incorporer au programme des voyages d'étude d'agents de voyages et de journalistes, dans la mesure du possible, un tour sur l'un ou l'autre de

nos lacs. Le film sonore en couleurs « La Suisse, pays des beaux lacs » est l'une de nos bandes les plus demandées à l'étranger.

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; mentionnons notamment les réceptions, les cours d'instruction à l'intention d'employés de comptoirs d'agences de voyages, l'organisation d'expositions et de foires, de soirées cinématographiques et de conférences, ainsi que la décoration de vitrines, etc. La Swissair prend également une part très active aux voyages d'étude organisés par nos soins à l'intention d'agents de voyages et de journalistes étrangers. Nous avons accueilli et documenté au cours de leur séjour en Suisse environ 100 participants aux vols inauguraux des compagnies de navigation aérienne suivantes : Trans-Canada-Airlines, Olympic Airways, El Al et Lufthansa. L'ouverture en 1957 de la ligne de la Swissair en direction de l'Extrême-Orient nous a donné l'occasion bienvenue de distribuer notre matériel de propagande dans les pays où, faute d'agences, il n'avait accès que par l'intermédiaire de nos représentations diplomatiques. Les compagnies de navigation aérienne étrangères desservant la Suisse ont reçu, comme les années précédentes, une grande quantité de documentation, en premier lieu des affiches-blancs, des dépliants et des textes.

6. Thermalisme et climatisme

Les stations thermales ayant bien voulu allouer un montant spécial (Fr. 870.— chacune) pour une propagande renforcée sous forme d'annonces, nous avons pu lancer en 1958 une campagne publicitaire comprenant, pour la première fois, des annonces d'une page entière. Ces insertions ont paru trois fois dans 7 importants quotidiens suisses, la première série durant la période du 15 au 25 mars, la seconde du 15 au 25 avril et la troisième du 10 au 20 mai. L'annonce était fort bien venue; elle comprenait un texte bref, la liste des indications géné-

rales et un emplacement était réservé à chaque station thermale, dans l'ordre alphabétique, pour des renseignements d'ordre local. Un « bon » facilitait la commande du « Petit guide thermal suisse ». Ces bons nous furent adressés en grand nombre (le record fut atteint le 22 avril avec une entrée de 110 exemplaires); nous avons pu évaluer ainsi dans une certaine mesure le succès de cette campagne et en tirer d'intéressantes conclusions. Outre ces annonces d'une page, quelques autres ordres de publicité isolés furent encore donnés en Suisse. A l'étranger, nous nous sommes bornés à faire paraître une annonce dans quatre grands journaux allemands: « Welt am Sonntag », « Die Welt », « Frankfurter Allgemeine » et « Industriekurier ». La liste des hôtels indiquant les prix forfaitaires et les tarifs de traitement a été rééditée en 12 000 exemplaires. Le stock du « Petit guide thermal suisse » s'est avéré suffisant pour les besoins courants (en 1956: 5^e édition en allemand). La série d'insertions dans l'« Annuaire médical suisse » a paru sous sa forme habituelle. Une carte d'entrée aux stations thermales a été adressée à tous les médecins, à titre de rappel. Le Service fédéral de l'hygiène publique nous a communiqué les adresses de tous les étudiants en médecine sortis de nos universités et nous leur avons fait tenir une lettre de félicitations pour la réussite de leurs examens, ainsi qu'un exemplaire du « Petit guide thermal suisse ». Les numéros spéciaux que notre revue « Suisse » a consacrés aux « Fontes Helveticae » ont constitué une propagande d'un caractère tout particulier en faveur de nos stations thermales. Quelques centres balnéaires importants acceptèrent spontanément de verser une contribution supplémentaire de Fr. 1000.— pour ces numéros spéciaux; en contre-partie, des photographies en couleurs d'une page évoquèrent ces diverses stations dans notre revue. Un numéro spécial présentant toutes les stations thermales du pays fut publié dans l'édition étrangère, avec un tirage de 15 000 exemplaires. Pour l'édition suisse, nous avons réparti la riche documentation dont nous disposions sur les numéros d'avril et de mai (tirage: 15 000 exemplaires chaque fois), le premier traitant des stations de plaine et le second des centres balnéaires en montagne. Hans Erni, peintre lucernois bien connu, avait signé la page de couverture. Ces numéros spéciaux rencontrèrent partout un vif intérêt et constituent, par l'impression

d'exemplaires supplémentaires, une documentation complète que nous pourrions encore utiliser au cours de ces prochaines années, notamment pour la distribution en des occasions spéciales. A l'étranger, nos agences ont envoyé ce numéro des stations thermales à des adresses choisies (médecins, spécialistes de la branche balnéaire et journalistes). Le projet de film publicitaire sur les stations thermales a été encore remis à plus tard, pour des considérations d'ordre financier; sa prompte réalisation serait pourtant très souhaitable. Les centres balnéaires étaient présents à l'Exposition universelle de Bruxelles, dans la section touristique du Pavillon suisse, avec un modèle représentant les installations de captage de la source de Saint-Moritz à l'âge du bronze, complété par des légendes. Notre service d'articles s'est enrichi de deux nouveaux textes. Outre ces principales tâches publicitaires, notre service de renseignements sur des cures dans les stations thermales, les possibilités d'hébergement, etc., est toujours plus sollicité. Comme nous l'avons déjà relevé, l'expédition du « Petit guide thermal suisse » a pris une grande ampleur et nous a mis fortement à contribution. L'« Annuaire médical suisse », qui paraît chaque année, est envoyé à nos agences et, à tour de rôle, à nos représentations diplomatiques à l'étranger, de telle sorte que ces bureaux sont en mesure de fournir également certains renseignements d'ordre médical. La Communauté de travail pour les questions climatiques, sous la direction de M. le professeur O. Högl, a édité en français la brochure publiée en allemand en 1956 « Classification des stations climatiques suisses ». Nous en avons fait tenir des exemplaires à toutes nos agences de l'étranger.

7. Sports

M. David Ross, directeur plein d'initiative de l'agence de voyages « World Sport and Travel Service » a ouvert un nouveau « London Winter Sport Center » au cœur de Londres, à la Sloane Street. Ce centre assure le service usuel d'un bureau de voyages et il permet en outre aux clients de suivre, dans le même bâtiment, des cours de ski sur sciure, de voir des films et des diapositives et de se renseigner auprès de spécialistes sur les centres de sports d'hiver. Nous sommes

intervenues pour l'engagement de M^{lle} Elsbeth Willener, en qualité d'institutrice de ski suisse rompue aux finesses de la langue anglaise et qui a commencé son activité à la mi-novembre, donnant des cours de ski sur sciure et des renseignements sur les sports d'hiver en Suisse. M. Ross est très satisfait du succès de cette nouvelle propagande en faveur des sports d'hiver. Nous avons fourni encore de nombreuses diapositives en couleurs sur les centres de sports d'hiver de notre pays et l'agence de Londres a mis à disposition de ce centre quelques films.

Sur notre intervention, un camp de ski pour des enfants de journalistes anglais a eu lieu à Arosa, du 23 mars au 1^{er} avril. 13 fillettes et 12 garçons, venus de toutes les parties de l'Angleterre, avaient été choisis par la « National Union of Journalists » qui avait également désigné son « Education & Research Officer », M. Robert Plant, comme accompagnateur du groupe. Aucun des participants n'avait auparavant tâté de la neige ou chaussé des skis. Neuf de ces jeunes skieurs firent de rapides progrès et passèrent avec succès les épreuves du test de bronze de l'Ecole suisse de ski. La BBC et le Ciné-Journal Suisse ont tiré un film qui fut projeté à la télévision des enfants, en Angleterre. La presse anglaise consacra d'excellents articles à cette initiative et l'organisation citée plus haut a l'intention d'organiser un nouveau camp de ski en Suisse, à ses frais. L'ONST et l'Office du tourisme de Grindelwald ont invité des journalistes anglais, allemands et italiens à participer au 25^e Cours des professeurs des écoles suisses de ski qui a eu lieu du 6 au 13 décembre à Grindelwald et a remporté un vif succès. La plupart des articles rédigés à la suite de cette invitation portaient le titre: « Le plus grand cours de ski du monde » et mettaient en évidence l'activité pré-hivernale des stations suisses. L'intérêt rencontré par ce cours des professeurs des écoles suisses de ski augmente chaque année, particulièrement à l'étranger; le nombre toujours plus élevé des participants le prouve. Le camp de ski des universités d'Oxford et de Cambridge a eu lieu à Saas Fee, du 6 au 20 décembre, avec un total de 350 participants; au cours d'un « Swiss Evening » nous avons présenté un bref exposé et projeté le nouveau film de l'ONST: « Symphonie suisse du ski » qui eut un vif succès. Le publiciste allemand Walter Pause, de Munich, a édité un livre

richement illustré sous le titre « Die 100 schönsten Skiabfahrten in den Alpen ». La Suisse y est en très bonne place avec 32 descentes. Nous avons prêté notre collaboration à l'auteur pour le choix des itinéraires comme par la livraison de photographies. Cet ouvrage, dont la première édition de 10 000 exemplaires est déjà vendue et la seconde à l'impression, constitue, indirectement, une excellente propagande en faveur de la Suisse, pays des sports d'hiver. Des reporters du Service des ondes courtes ont participé, sur notre invitation, à une démonstration de sauvetage du Club alpin suisse aux Engelhörn, près de Rosenlauri.

8. Education

Quelques chiffres tirés de la « Revue suisse d'éducation » reflètent assez bien la courbe ascendante générale de l'importance et du développement de l'enseignement privé en Suisse depuis le début du siècle. Ils ont trait aux seules écoles catholiques et l'on constate que le nombre des instituts et collèges de garçons est passé de 25 (en 1900) à 43, avec 8900 élèves, en chiffres ronds; les instituts de jeunes filles de 30 à 71 avec 7500 élèves; les écoles ménagères de 4 à 32 avec 850 élèves. Par rapport à l'effectif des écoles officielles de la Suisse entière, celui de l'ensemble des écoles privées s'inscrit avec 7 %; il est même de 20 % pour le degré de l'enseignement supérieur. Si nous disons encore que les salaires déclarés à l'AVS par les 42 principales écoles privées du canton de Vaud dépassent 4 millions de francs, on pourra se faire une idée de leur importance dans l'économie générale. Les écoles privées, ne l'oublions pas, sont également un élément de stabilité et elles sont bienvenues dans certaines stations touristiques, où non seulement elles fixent une riche clientèle internationale — parents d'élèves ou anciens élèves dont certains y ont même acheté ou fait construire un chalet — mais où leur apport est très important pour l'économie d'une communauté montagnarde: elles constituent, en effet, une clientèle fidèle pour les négociants de la localité, permettent à beaucoup d'instructeurs de ski d'avoir une activité régulière durant tout l'hiver et sont aussi pour les entreprises de transport

(chemins de fer, autocars, ski-lifts, etc.) les clients appréciés des jours ouvrables.

Bien que leur développement suive naturellement la marche de la conjoncture économique, les établissements privés d'éducation n'ont pas eu à souffrir de la récession américaine de 1958. Tout au contraire, la demande en provenance des USA a encore augmenté, à tel point que les internats ne peuvent plus y faire face et qu'ils se voient dans l'obligation de limiter le contingent anglo-saxon pour conserver un sain et harmonieux équilibre entre les diverses nationalités. Il importe, et ceci est essentiel, de sauvegarder le caractère international de nos institutions privées, qui fait en grande partie leur succès. Elles ont à nouveau été fréquentées au maximum pendant toute l'année et de nouveaux instituts et pensionnats ont été ouverts.

Les cours de vacances, tant universitaires que privés, connaissent eux aussi un succès toujours croissant. A l'Université de Genève, 914 inscrits de 52 nationalités différentes (contre 860 en 1957), l'Allemagne venant en tête avec 198 unités suivie de près par les USA (187); l'Université de Lausanne a totalisé 1307 inscriptions (1116 en 1957), 35 nationalités; ici aussi l'Allemagne est au premier rang avec 372 étudiants. La durée moyenne des séjours, tant à Genève qu'à Lausanne, est de 4 à 5 semaines. Pendant le premier semestre 1958, le nombre des étudiants étrangers immatriculés dans nos universités s'était élevé de 317 à un total de 5065, ce qui représente environ le 30 % de l'effectif total des étudiants en Suisse. La part la plus élevée revient à l'Université de Genève, avec 58 %, suivie immédiatement par l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich. Aucun autre pays ne compte autant d'étudiants étrangers.

Seule la situation des homes d'enfants reste assez précaire, du fait des longs mois creux d'entre-saisons. Il faut relever aussi l'annulation de diverses colonies de vacances françaises, survenue tardivement, ce qui a mis dans un grave embarras plusieurs propriétaires de maisons de vacances.

En ce qui concerne les publications relatives à l'éducation, signalons une nouvelle édition, remise à jour, de la brochure « L'enseignement universitaire en Suisse », avec un tirage de 10 000 exemplaires dans chacune des langues française, allemande et anglaise. L'accueil

qu'elle a reçu dans tous les pays a été si grand que nous avons immédiatement dû procéder à un tirage complémentaire en langue anglaise. La demande ne cessant d'augmenter d'année en année, la liste des cours et camps de vacances a été établie et multigraphiée à 4000 exemplaires en français, allemand, anglais, espagnol et suédois, plus une impression spéciale de 2500 exemplaires en italien, soit au total 6500 exemplaires. Notre brochure « Ecoles privées en Suisse » arrivant à épuisement complet, nous avons largement distribué les guides illustrés de la Fédération suisse des associations de l'enseignement privé et de l'Association suisse des homes d'enfants, ainsi que, dans la mesure de nos disponibilités, les prospectus particuliers des écoles privées.

Notre service de renseignements répond quotidiennement aux demandes très variées qui nous parviennent de partout. En outre, comme par le passé, nous veillons attentivement à toujours mieux faire connaître à l'étranger les établissements d'instruction et d'éducation en Suisse, en particulier en documentant les personnalités et journalistes qui s'adressent à nous et en fournissant à nos diverses représentations diplomatiques tous les éléments qui peuvent leur faire défaut. Ces dernières, on le sait, sont très fréquemment sollicitées pour des questions d'éducation et nous nous efforçons de leur faciliter la tâche dans toute la mesure du possible; leur collaboration nous est infiniment précieuse et nous les en remercions ici.

9. Art et culture

Placée sous le signe de la SAFFA et du slogan « L'année de la femme suisse », l'année 1958 a offert de nombreuses occasions d'enrichir la propagande touristique dans le domaine culturel. L'une des contributions de l'ONST les plus appréciées au cours de cette année SAFFA fut l'édition en allemand et en français d'une brochure forte de 48 pages « La femme suisse », sous une présentation de Werner Wälchli et richement illustrée de reproductions de costumes, en couleurs, signées Kurt Wirth. Des textes de la plume de femmes-écrivains connues, présentaient les différents types et l'héritage culturel des femmes de tous les cantons suisses; ils furent également mis à la disposition de la presse suisse et étrangère, dans le cadre de notre

service de presse et d'articles. La brochure « Les Traditions et fêtes populaires en Suisse » répondait à un besoin qu'avaient mis en évidence les milieux de la presse, de la radio et du cinéma, ainsi que le nombre croissant des voyageurs désireux de s'instruire et de se cultiver. Editée en allemand, en français et en anglais, elle présente, par le texte et par l'image, les manifestations traditionnelles ayant lieu chaque année dans tout le pays, depuis la réception des diplomates étrangers au Palais fédéral, au début de l'an, jusqu'aux anciennes coutumes des « Silvesterkläuse », en Suisse nord-orientale.

Comme les années précédentes, nous avons publié chaque mois, dans le cadre des publications régulières de notre service de presse, un aperçu des prochaines manifestations culturelles — expositions artistiques, festivals, concerts et représentations théâtrales particulièrement intéressants; il a paru douze fois en allemand, en français et en anglais, sous la forme d'un article de plusieurs pages, comprenant diverses rubriques, et a trouvé un écho favorable, tant en Suisse qu'à l'étranger. En outre, de nombreux articles de notre service de presse furent consacrés essentiellement à des sujets culturels, comme les vestiges romains en Suisse, la signification des « Landsgemeinden », les lieux de pèlerinage suisses et de leurs monuments artistiques, ainsi que les coutumes de Noël en Suisse. Toute une série de journalistes étrangers ont pu, grâce à la collaboration des organisateurs compétents, assister à nouveau à des festivals internationalement réputés, comme le Festival de juin, à Zurich, les Semaines internationales de musique, à Lucerne, les Semaines musicales de l'Engadine et le Septembre musical, à Montreux et à Vevey. En revanche, les démarches entreprises depuis des années pour assurer la retransmission à la radio et à la télévision, particulièrement aux USA, de l'un ou l'autre de ces festivals, avec l'assistance de critiques musicaux renommés, ont échoué à nouveau en raison de l'attitude intransigeante et des honoraires exorbitants exigés par les mandataires des musiciens suisses organisés. En collaboration avec la Fondation « Pro Helvetia », nous avons accueilli et documenté, avec succès et de manière plus efficace encore que les années précédentes, des publicistes intéressés par l'aspect culturel de notre pays, et se rattachant à tous les milieux, de la presse à la radio; le Service information et presse du Département politique

fédéral et l'Office suisse d'expansion commerciale ont également contribué à leur donner un tableau complet de la Suisse d'aujourd'hui. Outre divers hôtes isolés venus de pays européens et d'outre-mer, plusieurs voyages d'étude de groupes de reporters ont pu être ainsi « synchronisés », notamment à l'occasion des vols inauguraux de compagnies de navigation aérienne du Canada, de Grèce et d'Israël et en liaison avec le « Comptoir Suisse » qui fut le point d'attraction du voyage d'étude d'un groupe de journalistes anglais et de celui de journalistes allemands.

V. Activité des agences

Généralités. — Sur un total de 22,7 millions de nuitées dénombrées dans les hôtels et pensions, la part des hôtes étrangers s'est élevée en 1958 à 12,5 millions. Si l'année dernière, malgré diverses circonstances peu favorables, le record des nuitées enregistrées en 1957 a été presque atteint, nous le devons dans une très large part aux efforts de nos 17 agences de l'étranger. Leurs rapports mensuels font ressortir dans les grandes lignes les diverses activités exercées par elles, dans les territoires qui leur sont confiés et l'on trouvera dans ce chapitre un rapide résumé de la tâche accomplie pendant l'année entière. En dehors des visites que les membres de la direction font de temps à autre dans des agences, nous avons fréquemment l'occasion de recevoir au siège central nos représentants à l'étranger.

Des contrôles d'ordre financier et administratif ont eu lieu à Bruxelles et à Paris, en collaboration avec les mandataires des CFF.

La 13^e Conférence des chefs d'agence s'est tenue à Bruxelles du 30 avril au 3 mai, sous la présidence de M. Bittel et en présence de M. Armin Meili, d^r h.c., président de notre office. Successivement, des séances ont mis nos représentants à l'étranger en contact avec les délégués des CFF, des PTT, des chemins de fer privés, de la Société suisse des hôteliers, de la Swissair, ainsi qu'avec les directeurs d'offices de tourisme régionaux et locaux.