

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office national suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office national suisse du tourisme  
**Band:** 20 (1960)

**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:** 17.04.2026

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

Comme les années précédentes, nous avons fourni à des services ou délégués compétents de divers pays étrangers des précisions sur l'organisation de notre propagande touristique.

### **III. Propagande et matériel de propagande**

#### **I. Imprimés et service du matériel**

Nous avons fait paraître, en 1960, les imprimés suivants : « La Suisse en été », « L'hiver en Suisse », « Camping — Vacances en Suisse », « La Suisse en auto », « Stations thermales en Suisse » (avec indication des prix), « Cours et camps de vacances en Suisse », « Auberges de jeunesse en Suisse », « La Suisse — Terre de beauté », « La Suisse d'aujourd'hui », « Sur les routes suisses », « Les stations d'hiver en Suisse », une feuille volante signalant les nouvelles prescriptions sur la circulation routière (maximum autorisé pour la traversée des agglomérations), ainsi qu'une annexe à la brochure « Beaux voyages par rail en Suisse », notre rapport annuel, des cartes de vœux de fin d'année présentant cinq sujets différents, des cartes de menus présentant deux sujets, un article de M. le directeur Bittel : « 10 années de propagande collective aux USA pour le tourisme européen », les numéros 88 à 92 des « Informations de l'ONST », un dépliant intitulé : « CH — Confoederatio Helvetica » avec une nouvelle page de titre, une brochure « Cliniques privées en Suisse », ainsi que des brochures éditées pour les agences de Bruxelles, Lisbonne, Londres, Milan et Rome, Paris et Nice, Stockholm et Vienne.

Signalons encore des affiches blanco pour l'hiver, présentant deux sujets différents, trois affiches d'été avec texte, ainsi qu'une affiche destinée au 27<sup>e</sup> cours de ski de l'Association suisse des écoles de ski, à Villars s/Bex.

Les chiffres suivants donnent une indication de l'ampleur du matériel de propagande distribué en 1960 : prospectus des régions et des stations du pays, prospectus des entreprises de transport, des stations thermales, Guide suisse des hôtels et Guide suisse des restaurants, hôtels et cafés, en sus des imprimés de l'ONST : au total 10 148 550 exemplaires, affiches des syndicats d'initiative, des entreprises de transport et de l'ONST : au total 233 910 exemplaires. Ces totaux comprennent la distribution de matériel de propagande intéressant l'ensemble du pays, à 6643 personnes faisant partie de 70 congrès, assemblées et groupes de voyages siégeant ou se déplaçant en Suisse. L'expédition de ces imprimés et de ces affiches, ainsi que du matériel d'exposition, de films, de photographies, etc., a nécessité 3727 caisses, 1224 colis postaux et 11 242 paquets d'imprimés d'un poids total de 317 tonnes.

## 2. Service de presse et Public Relations

Le total des communications faites à la presse en diverses langues a atteint le millier, un nouveau record ; il s'agit de textes et de reportages, illustrés ou non, du bulletin imprimé « Informations de l'ONST » diffusé en Suisse, et du « Bulletin de l'ONST », rédigé en trois langues, multigraphié et distribué dans le pays et à l'étranger, ainsi que de nos bulletins de presse mensuels consacrés à la vie culturelle et artistique du pays, de même qu'à son activité sportive.

En marge de ces actions régulières, destinées en majeure partie à des correspondants de l'étranger, notre Service de presse a répondu à environ 350 demandes individuelles dont une cinquantaine provenaient de Suisse. La majeure partie venait de rédactions de journaux, de maisons d'édition, de bureaux de propagande, de stations de radio et de télévision, ainsi que de producteurs de films et de photographies, établis dans une vingtaine de pays. Les contacts les plus étendus et les plus fréquents ont eu lieu avec des correspondants des Etats-Unis, de Grande-Bretagne, d'Allemagne, de pays scandinaves et sudaméricains, d'Israël, de France, de l'Union Sudafricaine et du Canada qui se sont adressés à nous.

Les demandes de renseignements provenant du Japon et de l'Australie ont augmenté, tant pour le nombre de visiteurs que pour la correspondance. Nous avons reçu des centaines de visiteurs étrangers et constaté que, plus la distance est grande, plus ils tiennent à prendre contact personnellement. De toute façon, le nombre de visiteurs venant d'Autriche, de France et de Belgique, où l'on est largement documenté sur la Suisse, est proportionnellement moins fort que celui des pays de l'Amérique du Nord et du Sud, ainsi que de l'Extrême-Orient. L'écho que ces visites ont recueilli dans la presse mondiale est particulièrement réjouissant ; il s'agissait essentiellement de journalistes, soit une fraction de tous ceux que nous avons accueillis et qui provenaient des milieux du film, de la radio, de la télévision et des lettres. Relevons dans la longue liste des publications qui ont tiré parti des efforts de leurs collaborateurs et de la documentation que nous avons remise à ces derniers, les titres suivants : « Esquire », « Holiday » et « National Geographic Magazine » (USA), « Excelsior » (Mexique), « Asahi Shimbun » (Japon), « O Cruzeiro » (Brésil), « Alwatan » (Syrie), « Kauppaletti » (Finlande) et « Reizen » (Hollande). Nous avons élaboré les programmes remis à quelque cinq cents participants à des voyages d'études, à des vols d'inauguration, à des congrès et à des assises professionnelles.

### 3. Expositions et foires

En dehors de sa participation traditionnelle à la Foire de Bâle et au Comptoir de Lausanne, l'ONST était présent dans 82 expositions et foires à l'étranger, soit 54 en Europe, 18 en Amérique, 5 en Asie, 4 en Afrique et 1 en Australie. A ce chiffre s'ajoute la collaboration directe de nos agences à l'étranger à des foires et des expositions d'un caractère plutôt régional.

### 4. Affiches

Signalons l'impression de deux nouvelles affiches blanco s'inspirant du slogan : « La Suisse — Paradis des sports d'hiver », et illustrées par des photographies de Philippe Giegel et Hans Kasser. No-

tre affiche d'hiver consacrée au ski a reçu un second prix à l'exposition internationale des affiches à Tel-Aviv.

## 5. Vitrites

Nous avons fourni à nos agences, ainsi qu'à des ambassades, légations et consulats de Suisse à l'étranger, en marge de notre décoration de vitrines générales, près de 12 000 affichettes à support présentant des paysages suisses en couleurs, sous le signe des vacances en Suisse. Huit vitrines de la Caisse d'épargne d'Olten ont été décorées avec notre matériel d'exposition pour l'hiver, du début de janvier à la fin de mars. Le graphiste G. Miedinger a été chargé de la décoration des vitrines du Crédit suisse, à Zurich, du début de janvier à la fin d'août, et le sujet traité de façon suggestive était l'appel des Alpes ; le public a fait bon accueil à cette démonstration graphique. Ces mêmes vitrines ont accueilli, dès la fin de décembre et pour une durée d'un mois, l'action de propagande consacrée à l'hiver dans le thème « Au-dessus des brouillards ». A Zurich toujours, la Société de banque suisse a mis ses vitrines à notre disposition, de la mi-novembre à la mi-janvier pour une propagande portant sur les vacances dans la neige. Mentionnons encore l'action spéciale de la Maison L. Kost & C<sup>ie</sup>, à Bâle (articles de sport) vouée à « La Suisse, pays du ski ».

La Chambre de commerce de Rome et le « Giornale d'Italia » avaient mis sur pied un concours réservé aux meilleures présentations de vitrines à Noël et notre agence de cette ville a décroché le « Diploma di benemerenzza, 1<sup>o</sup> assoluto di categoria », avec médaille.

## 6. Radio et télévision

Cette année encore, nous nous sommes chargés de rédiger les textes des chroniques touristiques hebdomadaires diffusées par les émetteurs de Beromünster et de Sottens. Dès le mois de décembre, ces communications, ainsi qu'un bulletin d'enneigement des CFF et d'autres informations touchant les sports d'hiver, ont été diffusées

au studio de Zurich sous une forme nouvelle et plus développée, avec le titre : « Week-end dans la neige ». Nous avons obtenu des collaborateurs de l'émission hebdomadaire « Le rail, la route, les ailes », de Radio-Genève, qu'une place plus grande soit accordée aux chemins de fer privés.

Mr. Take Aso, qui pratique le ski depuis plus de trente ans et qui est l'actuel secrétaire du Comité d'organisation des Jeux Olympiques de 1964, à Tokio, s'est prêté à une interview sur le sport du ski au Japon et en Suisse. Nous avons pu livrer à la Broad Casting Foundation of America (BFA) une série de bandes magnétiques traitant de Bâle, de Zurich et de Saint-Gall, pour l'émission « Portraits of cities ».

## 7. Services de presse et de renseignements

Nous avons poursuivi la présentation de notre revue mensuelle « Suisse », dans le style de l'année dernière et, comme les années précédentes, nous avons pu insérer dans quelques numéros des pages en couleurs illustrant nos cols alpestres ; ceci grâce à l'appui financier des PTT. Le numéro de juin était essentiellement consacré à M. le directeur Bittel, et ce fut pour nous l'occasion de présenter une rétrospective des efforts développés par l'ONST dans le domaine artistique, et cela dès le début ; des personnalités du domaine des transports, des postes et de l'hôtellerie ont fourni des articles appropriés. En septembre, nous avons insisté sur les dangers que courent certains paysages et certaines villes dans leur intégrité artistique. Douze numéros ont été diffusés en Suisse et six à l'étranger, avec un tirage total de 270 000 exemplaires.

Les « Informations de l'ONST » ont paru cinq fois. Notre service de renseignements a, une fois de plus, répondu à d'innombrables demandes verbales et écrites traitant des circuits touristiques par le rail et par la route, des tarifs de titres de transport, des possibilités de logement dans les hôtels, des chalets et des appartements, des écoles privées et des homes d'enfants, ainsi que des manifestations d'ordre culturel, sportif et folklorique. Le nombre s'accroît sans cesse d'interventions portant sur des données statistiques et sur la docu-

mentation nécessaire à des conférences ou à des travaux d'examen, dans le domaine touristique. Notre service de renseignements s'occupe de rassembler les précisions nécessaires à la présentation, dans les colonnes de notre revue « Suisse », des manifestations qui ont lieu dans le pays et il prépare l'édition des brochures de manifestations en été et en hiver, tout en contrôlant les textes et l'impression des brochures de nos agences à l'étranger.

## **8. Propagande par le film**

158 copies (16 mm) de films en couleurs ont été tirées et remises à nos agences et aux représentations diplomatiques et consulaires de la Suisse à l'étranger, ainsi qu'au Service de prêts pour la Suisse. Douze copies de format normal ont été tirées pour projection dans des salles de cinéma ; des bandes de court-métrage 16 mm Kodachrome ont été préparées pour projection continue dans les expositions et les foires, et cette action a débuté à la Foire de Milan, ainsi qu'à la Foire d'automne de Vienne. Un nouveau film 16 mm Kodachrome, présentant les sports pratiqués en hiver, ainsi que la détente de l'« après-ski », est en voie d'achèvement. On tourne actuellement un film en couleurs de 35 mm Eastman qui groupe principalement des manifestations sportives organisées cet hiver. Dans les salles de cinémas de la Suisse et du Liechtenstein, nos deux films Eastman en couleurs sur les lacs suisses ont été diffusés ces cinq dernières années. En Irlande, nos bandes de 35 mm passeront, pour une année encore, devant quelque 150 000 spectateurs et, en Allemagne, nos films ont été présentés en plus de cent matinées. A la X<sup>e</sup> Semaine internationale du film, à Bruxelles, le film sonore et en couleurs des CFF « Les trains-navette » et du Chemin de fer des Alpes bernoises « Le foulard rouge » ont été projetés. Nous alimentons en films cinquante représentations diplomatiques et consulaires suisses de l'étranger.

150 bandes de 16 mm ont été prêtées à des associations, instituts, colonies étrangères, clubs et écoles. Nous tenons constamment à la disposition des organes touristiques intéressés les films que nous

avons dans nos archives, à l'usage des entreprises commerciales et industrielles qui tiennent à agrémenter leurs assises ou leurs actions de propagande en Suisse aussi bien qu'à l'étranger. Citons l'exemple des représentations organisées par le Service suisse du Peuple et du Soldat au Kongresshaus de Zurich, qui accueillait 700 visiteurs, et par l'Association touristique des amis de la nature, dans la salle des spectacles de la Société suisse des commerçants de cette ville (300 participants venus de pays voisins) et n'oublions pas les campagnes de propagande de la SA Laurens, de l'Association Pro Radio-Télévision et de la SA Reiser & Curioni, de Lima. Dans les milieux officiels de formation professionnelle en Australie et en Nouvelle-Zélande, comme dans les universités de l'Afrique du Sud et du Canada, les productions de l'ONST passent régulièrement sur l'écran. 70 copies du film « Village of Switzerland » sont à la disposition de cinémathèques universitaires des Etats-Unis.

### **9. Service des conférences**

L'ONST a fourni des diapositives de sa collection à nombre d'étudiants suisses désireux de parler de leur pays au cours de voyages et de séjours d'étude aux Etats-Unis. A Cologne, dans le cadre de l'exposition IKONA (Photo et Cinéma), une firme zuricoise a présenté 170 diapositives en couleurs illustrant la Suisse. D'autre part, nous avons été chargés de donner des conférences avec projection de films à l'Institut-sur-le-Rosenberg à Saint-Gall, au Sanatorium Wolfgang à Davos, à l'Association néerlandaise de ski à La Haye, au Ski-Club of Great Britain à Londres et au London Winter Sports Centre à Londres également.

### **10. Service photographique**

Près de 23 500 agrandissements photographiques, aux formats  $18 \times 24$  et  $24 \times 30$  pour la plupart, ont été tirés dans notre laboratoire, à l'usage de nos agences, de la presse suisse et étrangère, ainsi que des postes diplomatiques et consulaires à l'étranger. Nos agences ont reçu quinze séries présentant autant de sujets et tirées selon un programme arrêté ou dans le rythme de l'actualité, à l'intention

de la presse ou de notre revue « Suisse ». Citons, à cet égard, les reportages présentant le « Théâtre du Monde » d'Einsiedeln, les travaux d'aménagement de la gare des CFF de Berne et de Baden, et les Journées du costume suisse, à Sion. Notre collection de vues intéressant les sports et les jeux, ainsi que celles prises dans les Alpes ou lors d'atterrissages sur des glaciers, est particulièrement attrayante. Avec la collaboration du rédacteur de notre revue, nous avons fourni à nos agences, pour leurs archives, environ 2500 diapositives en couleurs 6 × 6 cm, prises en été et en hiver. De cette façon, la presse étrangère peut être immédiatement et promptement servie, sur place. Un grand nombre de journalistes étrangers et suisses, ainsi que des éditeurs de livres et de périodiques, ont reçu notre matériel de photos et de clichés.

## 11. Actions spéciales

### *Vols inauguraux. Voyages d'études et voyages collectifs*

Quatre groupes de personnalités officielles, de directeurs d'agences de voyages et de journalistes ont été invités par la BEA et la Swissair, entre le 14 mai et le 9 juin, à l'occasion de vols inauguraux de jets : trois d'entre eux venaient de Grande-Bretagne et le quatrième de Pologne. Nous avons pris contact avec tous ces invités et nous avons assumé l'organisation du programme d'excursions des membres de la Fédération internationale des journalistes qui ont siégé à Berne du 2 au 7 mai, groupant 150 journalistes et dirigeants d'associations de presse accourus du monde entier. Durant la période s'étendant du 19 janvier au 9 octobre, six voyages d'études groupant chacun douze participants, nous ont valu la visite d'employés d'agences de voyages de Hollande, d'Allemagne, de Grande-Bretagne et de France. Durant les quatre premiers mois de l'année, nous avons accueilli un total de trente « Junior Reporters » qui, accompagnés de six personnalités, étaient envoyés en Suisse par un groupe de quatre cents journaux américains et deux grands magazines de famille. En novembre, nous nous sommes chargés de la partie touristique d'un voyage d'information accompli par neuf jour-

nalistes d'Israël. Invitées par la Société suisse des cafetiers et restaurateurs, deux délégations comprenant des mandataires qualifiés de la « Restaurant Association of America » et de l'Association des hôteliers de l'Etat de New York, auxquels s'étaient joints des journalistes de la corporation, ont visité la Suisse au printemps et en automne, et nous avons pris part à l'organisation de ce voyage, en collaboration avec les Syndicats d'initiative locaux et d'autres instances. En septembre, nous avons fait de même pour le voyage d'étude monté par l'Association suisse des fabricants d'horlogerie, à l'intention de quinze journalistes américains qualifiés.

Nous nous sommes chargés de l'accueil, en Valais, de vingt-cinq journalistes parmi les plus qualifiés des sept pays de l'Association Economique de Libre Echange (EFTA), qui étaient invités en Suisse, à la fin de septembre, sous les auspices des autorités fédérales et de diverses associations ; un vol sur les Alpes, avec atterrissage sur le glacier de la Rosa Blanche, a été fort goûté.

Du 16 au 20 juin, la Suisse était présente à Berlin : lors de la journée principale de cette action spéciale, la Stadtmusik de Zurich donna un concert et des groupes folkloriques se produisirent. Les vitrines des agences de voyages installées sur le Kurfürstendamm étaient décorées de motifs helvétiques. Du 28 mai au 16 juin, un concours de diapositives en couleurs présentant huit vues de la Suisse, s'est déroulé dans une centaine de magasins d'articles photographiques d'Allemagne du Sud, en liaison avec la firme ANSCO de Darmstadt, dans la lancée de l'action entreprise dans le nord de ce pays, au mois d'avril. Les Grands Magasins Jelmoli, de Zurich, ont monté, du 23 juillet au 15 août, en collaboration avec l'ONST, une grande exposition s'inspirant du slogan « 22 × la Suisse » ; chaque canton disposait d'une vitrine décorée d'une toile de fond, de diapositives en couleurs et de photos, et des produits de l'artisanat et de la terre ajoutaient à l'agrément de cette présentation. La presse et le public ont fait un accueil très favorable à cette démonstration colorée des possibilités touristiques de la Suisse. Le siège de New York de la Fédération suisse des fabricants d'horlogerie a mis sur pied, en étroite liaison avec l'ONST et la Swissair, une vaste campa-

gne de presse et de radio aux Etats-Unis et au Canada. Cette initiative s'inspirait du thème « Vacation in Switzerland Contest » et le budget se montait à 300 000 dollars. La maison Knorr a lancé un concours dans toute la Grande-Bretagne : deux semaines de vacances gratuites étaient offertes au commerçant ayant présenté la plus belle vitrine. Des affiches touristiques ont été fréquemment utilisées pour la décoration et un prospectus tiré à 100 000 exemplaires fut distribué dans le public. Notre agence de New York avait pris contact avec le « Swiss Fabric Group » pour la décoration de ses vitrines, et les créations de l'industrie textile suisse, présentées à cette occasion, ont retenu l'attention de très nombreux passants, avec des commentaires fort sympathiques.

## **IV. Eléments de propagande**

### **1. Hôtellerie**

Deux cent cinquante mille exemplaires du Guide suisse des hôtels (édition 1960/1961) ont été distribués par nos soins et par nos agences, à raison de 168 850 exemplaires français-anglais et de 72 650 exemplaires allemands-français, chiffres auxquels s'ajoutent 8800 exemplaires perforés, réservés aux portefeuilles des agences de voyages. Les ambassades, légations et consulats, ainsi que les compagnies d'aviation, les bureaux de voyages de l'étranger et d'autres correspondants ont reçu 31 000 exemplaires de ce guide. Le « Groupement des hôtels de tout premier rang » nous a livré 17 000 exemplaires de son guide particulier, 8200 étant imprimés en allemand, 3800 en français et 5000 en anglais. L'organisation de six voyages d'études, groupant chacun douze employés d'agences de voyages de l'étranger, nous a permis d'être en contact étroit avec la Société suisse des hôteliers. Il en fut de même pour l'accueil de journalistes et de cinéastes étrangers qui voyagent isolément, et nous n'oublierons pas les vols d'inauguration de la Swissair ou d'autres compagnies d'aviation. Nous avons signalé dans notre bulletin de presse les travaux de ré-