

Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme

Herausgeber: Office national suisse du tourisme

Band: 21 (1961)

Rubrik: Les divers secteurs de la 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: 03.02.2026

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

IV. LES DIVERS SECTEURS DE LA PROPAGANDE

1. Hôtellerie

Pendant l'exercice, nous avons distribué 250 000 exemplaires du Guide suisse des hôtels (éditions 1960/61 et 1961/62) publié par la Société suisse des hôteliers, dont 154 000 exemplaires français/anglais, 76 000 exemplaires allemand/français et 9000 exemplaires perforés destinés aux portefeuilles des agences de voyages. Les ambassades, légations et consulats suisses, les bureaux de voyages de l'étranger, les sociétés de navigation aérienne et d'autres correspondants ont reçu 28 500 exemplaires. Le «Groupement des hôtels de tout premier rang» nous a livré 16 100 exemplaires de son guide en français, le même nombre en allemand et 51 700 en anglais. La Société suisse des hôteliers et ses sections ont étroitement collaboré à l'organisation des voyages d'études de représentants de bureaux de voyages, de journalistes et de cinéastes. Des périodiques et journaux étrangers ont publié des reportages illustrés sur des défilés de mode organisés dans des hôtels. Nous avons mis à la disposition de la presse étrangère un reportage illustré qui montre de quelle manière une station touristique suisse conçoit la modernisation de l'industrie hôtelière. Au cours de l'exercice, nos agences ont pu assister de leur aide et de leurs conseils nombre d'hôteliers qui s'étaient rendus à l'étranger pour affaires ou à des fins d'études.

2. Trafic ferroviaire

En 1961, les titres de transport des CFF, des chemins de fer privés et des PTT vendus à l'étranger ont totalisé 75 millions de francs. Nos agences ont participé dans une ample mesure à cet heureux résultat, qui représente 14% des recettes voyageurs de l'ensemble des entreprises suisses de transport. Dans tous les pays où nous avons des agences, nos représentants intensifient les contacts qui sont nécessaires pour initier mieux le personnel des bureaux de voyages à la vente des titres de transport suisses. Les études entreprises pour déceler si et de quelle manière nos agences peuvent encore pousser la rationalisation de la vente de ces titres de transport sont à l'étude. Les services de publicité des CFF et des autres entreprises de transport mettent à notre disposition un matériel important (décorations de vitrines, prospectus, cartes, films, photos, etc). A l'occasion de la mise en service des nouvelles relations TEE entre Zurich et Milan, et Milan-Lausanne-Paris, les CFF ont organisé des voyages d'études groupant des journalistes de divers pays. Cette initiative a constitué un apport précieux à la propagande touristique.

3. Trafic routier

La forte demande nous a engagés à rééditer en quatre langues notre brochure: « La Suisse en auto – 30 circuits de choix ». Nous n'y avons

apporté que de légères modifications. La réédition a porté sur 186 000 exemplaires, de sorte que, depuis sa première parution, le tirage de cette populaire publication a atteint près d'un million d'exemplaires. Au cours de l'exercice, nous avons poursuivi les travaux en vue d'une nouvelle édition de notre carte routière suisse. Parue au début de 1962, elle est entièrement à jour. La liste des motels a été rééditée et complétée. Dans les insertions parues dans la presse étrangère, nous avons mis l'accent sur les prix avantageux de l'essence. Notre service de presse a renseigné la presse technique étrangère sur l'état d'avancement du réseau des routes nationales. Nos archives photographiques ont été complétées par des vues impressionnantes qui donnent une idée des conceptions hardies des ingénieurs qui construisent les routes de montagne. Nous avons transmis régulièrement et immédiatement à nos agences les bulletins hebdomadaires sur l'état des routes publiés pendant le semestre d'hiver par l'ACS. Nous avons également mis à leur disposition la nouvelle carte de l'ACS (complétée par les routes de détournement).

Une fois de plus, les lignes automobiles alpestres des PTT se sont 4. *PTT* révélées un efficace moyen de propagande. Le matériel de publicité mis à notre disposition par les PTT est très demandé par les agences et les bureaux de voyages. Les ventes de titres de transport effectuées par diverses agences ont atteint des montants appréciables.

Il convient de relever en passant que le tourisme assure des recettes considérables aux PTT (conversations téléphoniques, télégrammes, ventes de timbres et de titres de transport, etc.).

Nous sommes intervenus au sujet de demandes de bureaux de voyages et d'entreprises d'autocars de l'étranger désirant obtenir des concessions pour un trafic-navette.

Dans le domaine de la propagande, nous avons encore intensifié notre collaboration avec les sociétés de navigation aérienne, avec Swissair en particulier. L'initiative visant à confier à Swissair la gestion de nos intérêts dans les pays où nous n'avons pas d'agences – en Australie et au Japon par exemple – est encore à l'étude. Nous avons mis à la disposition de Swissair et d'autres compagnies un grand nombre de brochures et d'affiches. Notons en passant que la propagande déployée par Swissair à l'étranger complète de très heureuse manière celle de l'ONST. Toutes nos agences ont étroitement collaboré avec les représentations locales de

Swissair, en particulier lors de réceptions, de voyage d'études, de cours d'instruction pour les employés affectés au service de guichet. Le problème du trafic aérien par avions affrétés, en particulier en provenance des pays scandinaves et de Grande-Bretagne, a continué à nous préoccuper. Nous sommes intervenus à diverses reprises auprès des autorités fédérales compétentes chargées de délivrer les autorisations nécessaires.

6. Stations thermales et climatiques

Comme au cours des années précédentes, l'ONST a assumé l'organisation de la propagande de l'Association suisse des stations thermales. Les frais en ont été partagés. Les résultats heureux des insertions collectives de l'année précédente nous ont engagé à poursuivre dans cette voie. Toutes les stations thermales ont accepté d'augmenter leur participation financière. Des annonces d'un quart de page ont paru dans dix grands journaux suisses; des insertions d'une demi-page ont été publiées dans des périodiques à grand tirage destinés à la famille; une série de six insertions (bandes transversales) a paru sur la page de couverture de l'organe officiel des médecins suisses.

Nous avons réédité le « Petit guide thermal suisse ». Dotée d'une page en couleur et de tableaux en couleur d'une page, cette publication constitue un excellent moyen de propagande. Nous avons adressé à chaque médecin suisse un exemplaire de la nouvelle carte de cure gratuite. L'Annuaire médical suisse pour 1961 a publié les informations habituelles concernant les stations thermales.

Grâce à l'amabilité de l'Office du tourisme de l'Oberland bernois, nous avons pu disposer, cette année encore, des 30 emplacements pour affiches à l'entrée des quais de la gare principale de Zurich. De fin mars à fin avril – période très favorable – nous avons pu exposer la belle affiche (triptyque) que le graphiste Peikert a consacrée aux stations thermales. L'emplacement était particulièrement favorable. L'Association des stations thermales avait ouvert un stand à l'HYSPA (section de la « Santé »). Le film sonore en couleurs « Prévenir, guérir, rajeunir », commandé par l'association et l'ONST à la Dokumentarfilm SA a été projeté pour la première fois lors de l'assemblée générale de l'an dernier. Cette bande, excellemment conçue, se prête tout particulièrement à illustrer des conférences. Nous étudions le tirage d'autres copies synchronisées en français et en anglais.

Le matériel de propagande mis à disposition par l'Association suisse des stations climatiques a été distribué comme de coutume.

Deux moniteurs suisses de ski ont obtenu un grand succès en Grande-Bretagne: Adolphe Wächter, de Wangs/Pizol, qui a organisé des cours de ski sur piste artificielle au « London Winter Sports Centre »; il se tient également, au bureau de voyages « World Sport et Travel Service », à la disposition des amateurs de sports d'hiver en quête de renseignements; le second est le Zurichois Ernest Wydler, qui donne des cours de ski dans la localité écossaise de « Boat-of-Garten ». De jeunes suisses – Arthur Furrer, Walter Graf et Hedi Beeler, pour n'en nommer que quelques-uns – exercent la même activité aux Etats-Unis. Tous sont en contact étroit avec nous et avec nos agences. Ils donnent des conférences et nous leur fournissons des prospectus, des films, des affiches, etc.

L'ONST et le syndicat d'initiative d'Arosa ont invité un certain nombre de journalistes allemands, britanniques, néerlandais, espagnols et italiens à suivre le 28^e cours de ski organisé par l'Association suisse des écoles de ski. Bien que l'état de la neige n'ait pas été entièrement satisfaisant au début, ce cours n'en a pas moins remporté un très vif succès. Il a été suivi par 2616 participants, répartis entre 14 pays:

Etats-Unis	863	Pays-Bas	8
Espagne	184	Luxembourg	4
Allemagne	155	Suède	6
France	28	Danemark	2
Italie	32	Finlande	1
Autriche	16	Belgique	2
Grande-Bretagne . .	24	Suisse	1291

Ces cours, qui se déroulent au début de l'hiver, constituent une excellente propagande pour la pratique du ski en Suisse. Les dirigeants des 113 écoles suisses de ski ont participé au cours d'Arosa.

Les méthodes suisses d'instruction et d'éducation soulèvent un intérêt grandissant à l'étranger, aux Etats-Unis notamment. Les demandes de renseignements affluent. Notre service de Lausanne fournit jour après jour les informations les plus diverses. Il entretient des contacts réguliers avec les directions des pensionnats et internats. Nous nous occupons aussi de l'hébergement des participants aux cours de vacances, des pédagogues et des journalistes qui s'intéressent à nos écoles. La brochure: « Ecoles privées en Suisse » a été rééditée dans une présentation nouvelle. Nous avons également réimprimé la brochure en trois langues consacrée aux cours et camps de vacances en Suisse, ainsi que la liste

7. Sports

« Boarding and Day Schools in Switzerland offering British and/or American curriculum », la dernière version étant destinée avant tout aux Américains qui résident en Europe. En plein accord avec la Fédération suisse des associations de l'enseignement privé, nous avons passé avec le « Groupe d'action pour l'encouragement de l'enseignement privé » un accord aux termes duquel la brochure: « Ecoles privées en Suisse » sera désormais éditée par cette organisation; en revanche, elle continuera à être diffusée par l'ONST.

9. Arts et culture

Notre revue « Suisse », par sa présentation et la qualité de ses articles et de ses contributions artistiques, est un instrument efficace de propagande sur le plan culturel. L'édition mensuelle de notre service de presse, qui présente et commente avant tout les manifestations culturelles, est destinée aux journaux étrangers; elle est exclusivement rédigée par M. Briner. De surcroît, diverses brochures éditées par l'ONST contribuent à faire mieux connaître l'apport original de notre pays dans les domaines des arts et de la culture. Nous songeons en particulier au charmant ouvrage de René Creux: « Belles enseignes de Suisse » que nous avons publié en français, en allemand, en italien et en anglais à la fin de 1961. En prévision de l'année Rousseau, nous avons invité nombre d'écrivains et de critiques littéraires à mettre au point des documents et à rédiger des articles relatifs à Jean-Jacques et destinés à la presse suisse et étrangère. Parmi les nombreux publicistes étrangers que nous avons accueillis en collaboration avec Pro Helvetia, et dont le nom fait autorité dans le monde des arts et des lettres, mentionnons avant tout M. Harry R. Beard, auquel on doit la collection théâtrale de Cambridge, de réputation mondiale. Il a publié dans le « Times » plusieurs articles sur l'activité musicale et théâtrale dans diverses villes suisses et sur les semaines musicales internationales. Par notre entremise, des critiques étrangers ont suivi les manifestations musicales et théâtrales de Zurich, de Lucerne, de Montreux-Vevey, de l'Engadine, de Braunwald, de Lausanne, de Lugano, d'Ascona, etc. Ils ont été aimablement accueillis par les comités d'organisation et les Syndicats d'initiative.

10. Tourisme social

La subvention supplémentaire de Fr. 100 000.— accordée par les Chambres fédérales a été affectée, conformément d'ailleurs aux termes de l'arrêté fédéral, à l'encouragement du tourisme social. A côté de la publication des brochures consacrées à ce thème (nous songeons en

particulier à celle qui traite des cours et camps de vacances en Suisse), nous avons participé à la propagande des organisations qui se vouent tout particulièrement à cette activité. Nous avons contribué au financement du guide de vacances de la Caisse suisse de voyages, d'un tirage de 250 000 exemplaires; il contient une liste de 1700 hôtels et pensions et de 3200 logements offerts par des particuliers. Nos agences ont diffusé la documentation publiée par l'Association touristique des « Amis de la nature », la Société suisse d'utilité publique (liste des logements de vacances), le Schweizerischer Verein für Familienherbergen, ainsi que des listes de places de camping, de maisons de jeunesse, de camps, etc.

Il est apparu nécessaire de resserrer les contacts entre les chefs d'agences, leur personnel et le siège principal. A cet effet, les représentants de la direction ont augmenté le nombre de leurs visites. L'accord aux termes duquel Swissair consent des allégements aux membres du personnel de nos agences qui se rendent en Suisse contribue à l'intensification de ces contacts. Les difficultés auxquelles se heurte le recrutement du personnel et le plafond que notre budget fixe au montant des salaires exigent des mesures de rationalisation, mais qui doivent être conçues de manière à ne porter aucun préjudice à l'activité de nos agences et à son efficacité. Le bureau a décidé la fermeture de l'agence de Lisbonne dès le 31 juillet 1961; les résultats commerciaux de cette agence n'en justifiaient plus l'existence. Nous nous contentons désormais d'un simple service de renseignements touristiques assuré par l'agence locale de Swissair. Bien que rénovés au lendemain de la guerre, les locaux de diverses agences doivent être modernisés. De grands travaux ont été entrepris à Vienne et des travaux de moindre importance à San Francisco, à Bruxelles et à

V. ACTIVITÉ DES AGENCES *Généralités*