

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Suisse tourisme  
**Herausgeber:** Suisse tourisme  
**Band:** - (2016)

**Artikel:** La Suisse se met en scène  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-685554>

### **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:** 05.02.2026

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





1600 drapeaux communaux de 50×50 cm: la «forêt de fanions» de l'Exposition nationale de 1939, à Zurich, présente la Suisse dans toute sa diversité.



# La Suisse se met en scène

Dans les vitrines, sur les stands des foires, salons, expositions nationales ou universelles, la Suisse touristique déploie des trésors d'imagination et de créativité pour se mettre en scène. Elle touche ainsi les cœurs autant que les esprits.

S'il est un moment qu'aucun des dix millions de visiteurs de l'Exposition nationale de 1939 n'aura pas oublié, c'est celui de la traversée de la «Fähnli-strasse», allée surplombée de 1600 fanions communaux débouchant sur le fier drapeau national. Cette installation figurant une Confédération unie dans sa diversité est une manifestation forte de patriotisme. Mais à la veille de la Seconde Guerre mondiale, l'ONST cherche aussi à stimuler l'envie de voyager chez les Suisses eux-mêmes.

## Présent aux meilleurs endroits

La communication est toujours une façon de se mettre en vitrine, parfois au sens propre du terme. Depuis sa fondation, l'ONST n'a cessé d'utiliser ces vitrines de façon créative et passionnée, à commencer par celles de ses propres agences. Bientôt, la Suisse investit la devanture des banques et des grands magasins: Harrods à Londres, Galeries Lafayette à Paris, La Rinascente à Milan. Les grands

boulevards, les avenues prestigieuses et les quartiers modernes tels que La Défense à Paris, lui servent de décors. Scènes en costumes traditionnels, mobiles abstraits composés de motifs suisses ou, tout dernièrement, le Grand Tour avec casque de réalité virtuelle Oculus Rift: les passants du monde entier sont conviés à une immersion dans l'univers de la Suisse. Le talent des créatifs de l'ONST fait que la Suisse marque des points lors des expositions universelles. «Jollyball», œuvre de Charles Morgan, fait sensation à l'EXPO 86 de Vancouver. Ce flipper géant au parcours en forme de voyage touristique à travers la Suisse ira même jusqu'à entrer au livre Guinness des Records. Les expositions humoristiques de Hans Kűchler, graphiste de l'ONST, sont elles aussi entrées dans la légende: son exposition de cannes de marche, inaugurée en 1974 à la «Muba» de Bűle, s'est ensuite invitée dans une quantité de halls d'hűtel et de bateaux de croisière.

Les grandes foires et expositions sont l'occasion de montrer ce qu'est le design «Swiss made», arborant fièrement ses couleurs rouge et blanc et ses matériaux durables. Le nouveau stand de Suisse Tourisme, dévoilė en 2010, se distingue par son style lounge, avec écrans géants et visuels marquants. Il s'est fait remarquer dans le monde entier, a été classé premier au World Travel Market 2010 de Londres et a reçu le «Best Booth Design Award» à la World Winter Sports Expo 2016 de Pékin.

**Création de la Centrale suisse du film (SFZ), avec le concours de l'ONST.** Sa mission: améliorer la distribution des films touristiques à l'étranger.



**L'ONST devient une corporation de droit public.** Les CFF, les PTT et l'ONST s'associent pour la promotion touristique. Les CFF confient à l'Office national du tourisme leur réseau mondial de points de vente.

1936

1939

*Début de la Seconde Guerre mondiale. Le tourisme international est pratiquement gel  du fait du conflit.*

