

Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 33 (1953)
Heft: 4

Artikel: Le cinquantenaire de l'Office national suisse du tourisme à Paris
Autor: Savary, Léon
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-888320>

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: 14.01.2026

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

Le cinquantenaire de L'OFFICE NATIONAL SUISSE DU TOURISME A PARIS

par

Léon Savary

L'OFFICE national suisse du tourisme à Paris, qui est en même temps l'agence des Chemins de fer fédéraux, va célébrer très prochainement son cinquantenaire. Un tel anniversaire mérite à coup sûr d'être commémoré, et il le sera dignement. Il nous fournit l'occasion de rappeler ici ce que fut l'activité de cette institution au cours du demi-siècle écoulé et ce qu'elle est aujourd'hui. Un aperçu rétrospectif, même très rapide, du travail accompli et des progrès réalisés durant ce laps de temps mettra en relief l'utilité et l'efficacité de notre propagande touristique dans la capitale française et dans l'ensemble de la France.

Au boulevard des Capucines, en plein cœur du Paris moderne, au centre des affaires, à mi-chemin entre la Madeleine et l'Opéra, le drapeau rouge à croix blanche flotte au premier étage, dont les sept fenêtres, au-dessus de la large vitrine du rez-de-chaussée, encadrent de hautes lettres, lumineuses dès la tombée de la nuit. Le nom « SUISSE » se détache et frappe les regards. C'est là le siège de l'agence, dont les bureaux, rénovés à une époque récente, reçoivent tout le jour un grand nombre de clients. Les passants s'arrêtent volontiers devant les vitrines de plain-pied, dont la décoration originale est fréquemment renouvelée : photographies, affiches, panoramas, reproductions de paysages pittoresques y forment une succession d'images qui évoquent et chantent les pentes neigeuses, les joies du ski, le charme des lacs bleus, la magnificence des hauts sommets alpestres, ou la grâce sans apprêt des villes et des bourgs.

Ce que l'on voit maintenant, au boulevard des Capucines, ne s'est pas fait en un jour. L'agence de



L'entrée de l'agence officielle des Chemins de fer suisses au n° 20 de la rue Lafayette (1908-1925)

Paris, ouverte en 1903, fut la toute première des agences créées par les C. F. F. à l'étranger : sa fondation suivit de peu le rachat des compagnies privées de chemin de fer par la Confédération suisse. Le premier bureau ouvrit ses portes au 58 du boulevard Haussmann, dans un immeuble qui occupait l'emplacement actuel des nouveaux magasins du *Printemps*. En automne 1908, l'agence était transférée 20, rue Lafayette, au siège du Crédit commercial de France, où son activité prit une extension réjouissante.

On peut bien le dire : c'était l'âge d'or du tourisme, auquel la grande guerre de 1914-18 devait porter des coups sensibles et presque mortels. L'Union latine établissait en fait la circulation d'une monnaie unique entre la France, l'Italie, la Belgique, la Grèce et la Suisse. Je ne me rappelle jamais, sans quelque émotion ce temps si lointain où nous pouvions manier des pièces d'argent à l'effigie de Victor-Emmanuel III, de Léopold II, de Georges I^{er}, aussi bien qu'à l'image symbolique de la République française ou de la Confédération helvétique. Les complications inouïes qui nous importunent présentement en matière de « devises » importées ou exportées étaient inconnues. L'Anglais, l'Américain qui débarquait sur le continent, changeait sans l'ombre d'une difficulté, au cours officiel, autant de livres-sterling ou de dollars qu'il lui plaisait. On n'avait besoin d'un passeport que pour aller en Russie ou en Turquie. Cette pièce d'identité, qui joue un si grand rôle à notre époque, était alors une curiosité : celui qui s'était fait délivrer un passeport le montrait fièrement à ses amis ; c'était comme s'il se destinait à explorer des contrées fabuleuses.

Trois régions se partageaient le tourisme mondial : la France, l'Italie et la Suisse. Sans doute on voyageait dans d'autres pays encore : Barrès allait à Tolède et s'inquiétait du souvenir de Sparte ; mais ce qu'on appelle à proprement parler le tourisme, avec son organisation particulière, était limité aux contrées qu'on vient d'indiquer. Nous en sommes loin aujourd'hui ; simple comparaison : il y a à Paris, en 1953, une trentaine d'agences officielles !

Les hôteliers faisaient alors des affaires mirifiques, avec une clientèle oisive, opulente, cosmopolite, souvent sans domicile fixe, voire sans papiers d'identité, qui s'installait pour de longs séjours, revenait fidèlement à chaque saison, n'était jamais lasse de contempler le Pilate à Lucerne, la Jungfrau à Interlaken, les Dents du Midi à Montreux, et dont les exploits sportifs ne dépassaient guère le croquet en été, la luge en hiver. La clientèle était riche et stable ; on choisissait une villégiature et l'on y restait. On n'avait pas à sa disposition une voiture obéissant à tous les caprices. Le chemin de fer, pratiquement, détenait le monopole des transports.

C'est ce dont nous devons équitablement tenir compte dans nos comparaisons. On évoque volontiers la mémoire des « grands hôteliers » de jadis, souvent avec l'air de sous-entendre que ceux du temps présent ne sont plus « à la hauteur ». Mais ceux de jadis, en vérité, avaient la tâche facile. Non seulement la clientèle était abondante, régulière, aisée, mais encore on pouvait tout exiger du personnel, que ne protégeait aucune loi sociale. Cette der-

nière remarque, je ne la formule pas avec regret. Les lois sociales, prévoyant la limitation des heures de travail, le repos hebdomadaire, les vacances payées, sont un grand bien, un progrès indéniable. Seulement, dans les comparaisons, il faut tenir compte des charges, inconnues autrefois, qui incombent actuellement à un patron. Et aussi du changement complet qui s'est produit dans la nature même de la clientèle et dans ses possibilités financières.

Mil neuf cent trois ! Comme ce temps est proche, dans le souvenir des hommes de mon âge ; et comme il est lointain aussi ! En feuilletant de vieux numéros de *l'Illustration*, on se remémore sans peine les événements qui passionnaient alors l'opinion parisienne : l'affaire Thérèse Humbert ; les incidents provoqués par l'expulsion des congrégations ; les débuts sensationnels

des danses américaines — « boston » et « cake-walk » — sur notre continent ; la visite du roi Edouard VII, reçu par M. Emile Loubet, président de la République, et l'esquisse de l'« entente cordiale » ; le vol de 37 kilomètres d'un dirigeable français ; la construction de trois lignes de métro, qui fait de la place de l'Opéra un vaste chantier ; la réception triomphale d'Edmond Rostand à l'Académie française ; les débuts de Cécile Sorel à la Comédie française, dans le *Misanthrope*, et ainsi de suite.

Deux événements de l'époque intéressent spécialement le tourisme et la Suisse. Le 5 mars 1903, les travaux de percement du tunnel du Simplon ont atteint 15 kilomètres, soit la longueur approximative du tunnel

du Saint-Gothard ; il reste 4 km. 7 à percer et quinze mois plus tard, le Simplon sera le plus long tunnel du monde. D'autre part, sous la direction d'un médecin suisse, le Dr Guglielminetti, les premières expériences de goudronnage des routes ont été faites dans la région de Monte-Carlo et semblent concluantes.

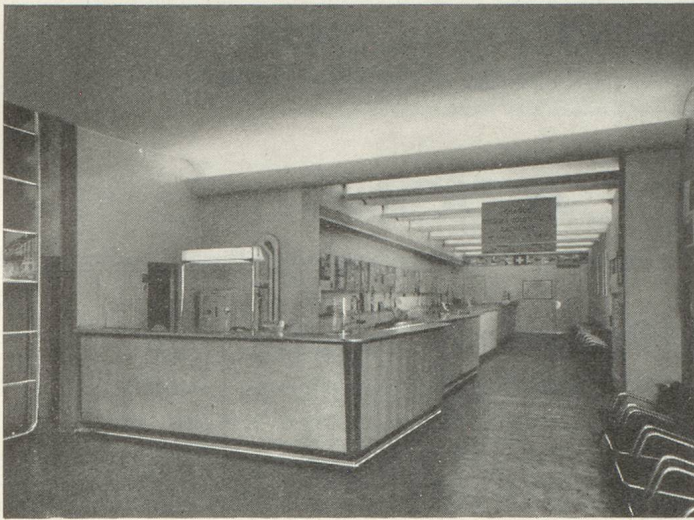
Nous avons tenu à rappeler quel fut le climat psychologique dans lequel l'agence suisse commença son activité. En octobre 1924, elle est transférée à son emplacement actuel, dans l'immeuble occupé par l'hôtel des Capucines, au 37 du boulevard du même nom, où elle reprend la boutique et le sous-sol utilisés jusqu'alors par la « Cunard Line ». En 1935, l'hôtel des Capucines cesse son exploitation, ce qui permet aux C. F. F. de louer le premier étage, qu'ils relient au rez-de-chaussée par un escalier intérieur. En 1941, la réorga-

nisation de la propagande touristique suisse a pour effet d'attribuer les agences créées et exploitées jusqu'alors par les C. F. F. à l'Office national suisse du tourisme (O. N. S. T.), réorganisé lui-même, et qui entreprend, dès la fin des hostilités, la rénovation des locaux de ses agences de Paris, Londres, Bruxelles, Amsterdam, Stockholm, Vienne, Francfort, Milan, Rome, Nice, Lisbonne, Le Caire, New-York, San-Francisco, Buenos-Ayres, Copenhague ; celles de Berlin et de Prague ayant fermé leurs portes en raison des événements politiques.

Tout le monde sait que l'Office national suisse du tourisme a à sa tête, comme directeur général, M. Siegfried Bittel, esprit ingénieux et inventif, toujours à l'affût des innovations et des perfectionnements qui peuvent être utiles à notre propagande extérieure et



M. le Conseiller fédéral Escher, chef du Département fédéral des postes et des chemins de fer, est reçu à l'agence de Paris par M. Bittel, directeur de l'Office central suisse du tourisme à Zurich (à droite) et M. Blaser, directeur de l'agence (à gauche)



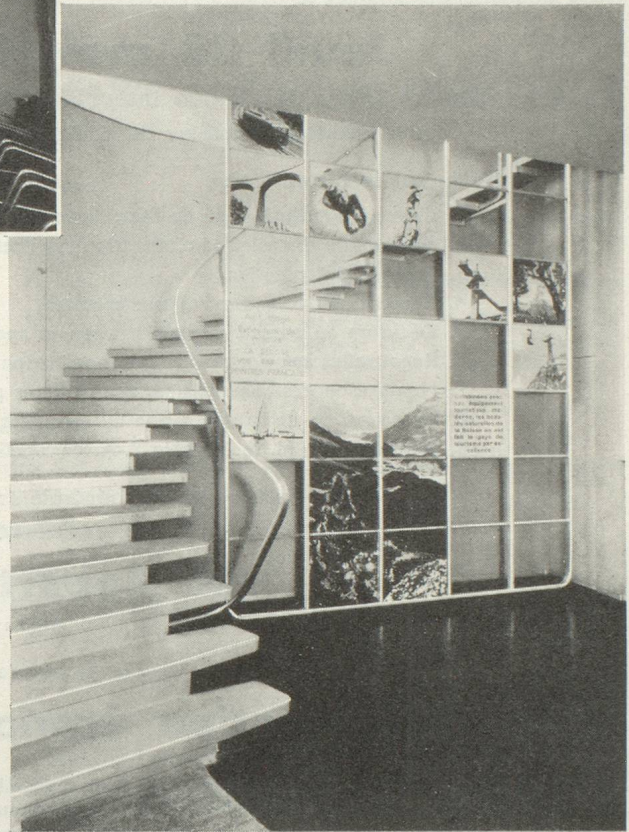
Les locaux actuels de l'Office national suisse du tourisme à Paris : à gauche, le rez-de-chaussée, ci-dessous l'escalier qui conduit au premier étage

séduire les étrangers. On lui doit nombre d'initiatives intelligentes et opportunes et l'on se dit que sous une autorité comme la sienne l'entreprise qui lui est confiée ne peut que prospérer.

L'agence de Paris est dirigée, depuis 1931, par M. Samuel Blaser, qui, de 1922 à 1931 dirigeait le siège auxiliaire de l'Office à Lausanne (où il fut le prédécesseur du regretté Paul Budry). M. Blaser, avisé, attentif aux intérêts de la clientèle et à la bonne marche de ses services, s'est fait à Paris de nombreuses et précieuses relations, grâce à sa connaissance approfondie des problèmes touristiques, à son amabilité, à son entregent. Il entretient en particulier les meilleurs rapports avec les autorités françaises et l'Office français du tourisme, avec les Suisses de Paris, avec les autres agences touristiques de la capitale et avec la presse, tant française qu'étrangère. Il est secondé par un personnel d'élite, au dévouement et à l'empressement duquel tous les habitués des bureaux du boulevard des Capucines s'accordent à rendre hommage.

L'activité de l'agence est multiple. Résumons-la en quelques traits essentiels. Au comptoir du rez-de-chaussée, on demande et l'on obtient, avec la plus grande facilité, des renseignements de tous ordres se rapportant au tourisme, mais au sens le plus large du terme ; car on peut s'y documenter non seulement sur un voyage ou un séjour d'agrément, sur le prix des hôtels, etc., mais aussi sur les écoles de notre pays, sur les cliniques et sanatoriums, sur les musées et les bibliothèques, sur les fêtes régionales et le folklore, sur la gastronomie, bref sur tout ce qui touche à la vie helvétique sous n'importe lequel de ses aspects. C'est là aussi que l'on commande les titres de transports de toutes catégories : chemin de fer, car, avion, bateau, et que, si on le désire, on réserve ses places. On peut aussi, sans engagement, s'y faire tracer un itinéraire ou dresser un devis de voyage et de séjour.

Au premier étage, on trouve le service des changes



pour l'obtention de devises, qui est placé sous le contrôle du Crédit commercial de France. C'est là également que sont situés les bureaux de la direction, les services de propagande et de publicité, le service de presse. Une salle confortable est spécialement aménagée pour la projection de films et pour des expositions. Celles-ci, au cours de ces dernières années, ont été remarquées pour leur qualité et l'agrément de leur présentation.

Un demi-siècle de travail assidu, opiniâtre et réfléchi, représente une somme de labeur individuel et collectif extrêmement considérable. Ceux qui ont assumé cette tâche dans le passé, ceux qui la continuent aujourd'hui avec succès, méritent incontestablement les éloges et les félicitations que nous tenons à leur adresser ici, avec nos vœux sincères pour l'avenir.

Léon Savary