

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

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: 06.07.2025

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

III. Propagande et matériel de propagande

1. Imprimés et service du matériel

En 1958, l'ONST a publié les imprimés suivants: « La Suisse en été 1958 — Manifestations »; « Manifestations de l'hiver suisse 1958/1959 »; « Lieux de vacances en Suisse »; « La Suisse, terre de beauté »; « Les traditions et fêtes populaires en Suisse »; prospectus de la SAFFA; « La Suisse en auto »; « La Suisse d'aujourd'hui »; « La femme suisse »; « L'enseignement universitaire en Suisse »; carte routière officielle de la Suisse; carte touristique de la Suisse; prospectus « Stations thermales de Suisse » avec indication des prix; un prospectus en cinq langues « CH — Confoederatio Helvetica »; une feuille volante « Plus de documents douaniers pour la Suisse »; la brochure d'anniversaire de l'agence de New York: « Half a Century of Service for American-Swiss Travel 1908-1958 »; prospectus ONST/OSEC sur les foires de notre pays; « Stations d'hiver en Suisse »; cartes de vœux pour les fêtes de fin d'année reproduisant quatre motifs de vitraux, ainsi que les brochures pour les agences de Bruxelles, de Londres, de New York/San Francisco, de Stockholm et de Vienne.

Diverses affiches ont paru: une affiche-blanc représentant une œuvre de Cuno Amiet « Richesse du soir » et la même avec le texte « SAFFA Zurich 1958 », ainsi qu'une affiche d'hiver avec légende en plusieurs langues.

Les chiffres suivants donnent une idée du volume du matériel de propagande réparti par nos soins en 1958:

Prospectus des régions et des stations, prospectus des entreprises de transport et des stations thermales, guides d'hôtels et imprimés de l'ONST: 11 294 000 exemplaires.

Affiches de l'ONST, des offices de tourisme et des entreprises de transport: 264 055 exemplaires.

L'envoi de ces imprimés à l'étranger, y compris le matériel d'exposition, a nécessité 3744 caisses, 1195 colis postaux et 13 430 paquets d'imprimés, d'un poids total d'environ 340 tonnes.

2. Service de presse et « Public Relations »

Un total de 727 articles, informations et échos a été mis à la disposition de la presse mondiale. 603 ont paru dans notre « Bulletin de presse » et 27 textes rédactionnels et communications traitant de l'activité et des actions spéciales de l'ONST, des visites d'équipes de cinéastes et des voyages d'étude, ainsi que d'autres événements importants comme notre participation à l'Exposition universelle de Bruxelles et le 50^e anniversaire de l'agence de New York, ont été adressés à la presse suisse, dans le cadre de nos « Nouvelles de l'ONST ». Notre service général d'articles s'est enrichi de 72 textes destinés en premier lieu à la presse étrangère par l'intermédiaire de nos agences; toutefois, en cette année de la SAFFA, une série d'articles présentant les différents types de femmes suisses a également été publiée par divers journaux du pays. Le succès obtenu par notre service de reportages, instauré en 1957, nous a incités à porter à 25 le nombre de ces articles illustrés paraissant sporadiquement et traitant également de sujets pouvant intéresser, avant tout, les rédactions de l'étranger. En plus de ces textes et reportages multigraphiés, nous avons été chargés de rédiger 170 articles, dont 37 destinés à des rédactions suisses que nous avons documentées, par le verbe et par l'image, pour leurs pages touristiques. Les 135 autres apports rédactionnels — qui allaient de la simple documentation touristique (textes et photographies) aux articles et reportages spéciaux — étaient destinés à des journaux, des revues, des écrivains et des journalistes de deux douzaines de pays du monde entier; ce sont les journalistes américains qui se sont adressés le plus fréquemment à notre service de presse; suivent les Allemands, les Canadiens, les Britanniques et les Français, puis des reporters de Hollande, d'Italie, de Belgique et du Luxembourg, d'Australie, de Nouvelle-Zélande, d'Autriche et du Brésil.

De plus en plus, on constate qu'un service de presse et de « Public

Relations » moderne ne se dirige et ne s'organise pas seulement derrière une table de travail. Le centre de gravité se déplace toujours plus de l'écrit à l'entretien ou au « travail sur le vif ». Et dans ce domaine, notamment sur le plan extrêmement important de l'accueil et de la documentation de publicistes et de personnalités précieuses pour notre propagande, l'ONST jouit aujourd'hui d'une réputation internationale. Les Américains en particulier, qui tiennent à leur réputation d'« inventeurs » des « Public Relations », louent les services appropriés que nous rendons presque journallement aux journalistes, photographes, cinéastes, reporters de radio et de télévision en voyage dans notre pays. En 1958, comme lors des années précédentes, ce sont précisément les Etats-Unis qui ont eu le plus souvent recours à nous, avec 95 représentants sur un total de 220 visiteurs; suivent la Grande-Bretagne (24), l'Allemagne (19), l'Italie (15), la France (10), les Pays-Bas (8), le Canada (7), Israël (6), la Suède (4), sans oublier l'Espagne, la Finlande et l'Inde (chacun 3). Ces visiteurs, reçus et documentés personnellement par nous, venaient de 28 pays différents et il convient de relever que de nombreux publicistes, en particulier ceux de pays voisins, n'eurent pas recours à notre aide, car ils étaient déjà largement préparés à leur voyage en Suisse par nos agences. Nous ne retenons pas, d'autre part, dans notre « statistique », les quelque 300 participants aux voyages d'étude qui sont chaque année organisés par l'ONST à l'intention d'agents de voyages ou autres spécialistes du tourisme qui participent à des vols inauguraux de compagnies aériennes.

Choisis au hasard, voici quelques résultats acquis en 1958 grâce à nos efforts pour établir des itinéraires de voyages et nous occuper du bien-être des visiteurs étrangers intéressants pour notre propagande: plusieurs articles illustrés dans d'importantes revues américaines comme « Esquire », « Town and Country », « Holiday » et « The American Motorist »; des reportages de modes, avec en arrière-plan des paysages suisses et des reportages généraux dans de grands périodiques allemands comme « Madame » et « Constanze »; les reportages illustrés de voyages signés d'écrivains et journalistes anglais de talent, comme John Steel et Gordon Cooper, dans « Sketch », « Sphere », etc.; deux numéros du périodique mensuel canadien le

plus chic, « Mayfair », presque entièrement consacrés à la Suisse, avec des textes et des photos de Iona Monahan; des reportages de voyages et des pages illustrées dans presque chaque numéro du mensuel espagnol « Luna y Sol »; des reportages parus dans « Margriet » et autres illustrés hollandais; des séries d'articles inspirés en partie par la SAFFA, dans les pages féminines de quotidiens allemands, français, autrichiens, italiens, scandinaves, nord et sud-américains; plusieurs reportages sur les hôtels, les stations et les entreprises de transport du pays dans l'hebdomadaire illustré suédois « Hemmets Veckotidning »; l'édition spéciale, forte de 64 pages, que la revue mensuelle américaine « Catholic Digest » a consacrée à « Our Lady of Einsiedeln in Switzerland », avec un reportage spécial de Daniel M. Madden, sur un voyage en Suisse. Plus de 50 articles illustrés par un choix de nos photographies ont paru dans divers journaux et revues canadiens, à la suite d'un voyage d'information que nous avons organisé à l'occasion du vol inaugural Zurich-Montréal de la « Trans Canada Airlines ». Nous avons en outre contribué à la réalisation des nombreux projets de reportages et de films mis sur pied par diverses délégations de la radio, de la télévision et du cinéma documentaire de pays étrangers; citons notamment le film italien en couleurs « Les merveilles des Alpes », tourné selon le procédé « Cinediorama », les épisodes du film « Professor's Holiday », tournés dans l'Oberland bernois, une série de reportages de voyages et d'interviews destinés à des studios et réseaux radiophoniques italiens, allemands, scandinaves et canadiens, ainsi que plusieurs séquences de films et bandes d'actualités pour d'importants réseaux de télévision et programmes d'actualités en Grande-Bretagne et en Amérique, comme l'« Independent Television News » (ITV), Pathé Film News, Fox-Movietone News, National Broadcasting Company (NBC), Columbia Broadcasting System (CBS) et American Broadcasting Corporation (ABC). Compte tenu de tout ce qui peut être contrôlé et apprécié, la valeur publicitaire de cette propagande se chiffre par plusieurs millions de francs, grâce aux efforts d'un service de « Public Relations » adapté aux exigences modernes et n'entraînant pas, somme toute, de dépenses notables lorsque l'on songe aux tarifs de la presse mondiale, ainsi que de la radio et de la télévision commerciale.

3. Expositions et foires

En 1958, notre Office a fait de la propagande pour le tourisme suisse en participant aux foires internationales et expositions suivantes:

a) *Etranger*

- International Travel Exhibition à Durban, du 13 au 25 janvier.
- Daily Herald Holiday & Travel Exhibition à Manchester, du 14 janvier au 8 février.
- Exposition de Camping à la Faculté de Médecine de Lisbonne, du 29 janvier au 15 février.
- Exposition « L'art de l'affiche » à Toulouse, du 2 au 23 février.
- Exposition « Die Völker in der Reisewerbung » à Tübingen, du 14 février au 16 mars.
- Exposition de Carteles y fotografias de Suiza à Barcelone, du 28 février au 10 mars.
- Exposition CFF « Der Weg zum Süden » à Hambourg, du 6 mars au 1^{er} mai.
- Exposition « Res i Europa » à Gävle, du 8 au 16 mars.
- Exposition « Europa in de Lijnbaan » à Rotterdam, du 12 au 26 mars.
- Internationale Frühjahrsmesse à Utrecht, du 18 au 27 mars.
- Exposition du « Verein zur Erhaltung alter Gebäude » à Copenhague, du 20 au 30 mars.
- Exposition « L'art de l'affiche » à Besançon, du 23 mars au 13 avril.
- Swiss Week Derry & Tours à Londres, du 24 au 31 mars.
- Exposition « Res i Europa » à Stockholm, du 25 mars au 8 avril.
- Exposicion Internacional del Libro Catolico à Madrid, du 26 au 31 mars.
- Exposition « Ungegenständliche Malerei in der Schweiz » à Berlin, du 2 au 27 avril.
- Int. Ausstellung für Reisen & Tourismus à Eindhoven, du 5 au 11 avril.
- Foire de Lyon, du 12 au 21 avril.
- Fiera di Milano, du 12 au 27 avril.
- Exhibition « April in the Alps » à Rochester, du 16 au 19 avril.
- Exposition universelle de Bruxelles, du 17 avril au 19 octobre.
- Exposition « L'art de l'affiche », Le Havre, du 19 avril au 11 mai.
- Exposition « Freizeit und Erholung » à Oldenburg, du 25 avril au 4 mai.
- Schweizer Plakatausstellung à Wiesbaden, du 26 avril au 15 juin.
- Travel Vacation Show de l'Union Dime Savings Bank à New York, du 5 au 16 mai.
- International Exhibition on Art Education à Colombo, du 6 au 12 mai.
- Transportation World's Fair à Chicago, du 6 au 16 mai.
- 2nd USA World Trade Fair à New York, du 7 au 17 mai.
- Foire de Paris, du 9 au 26 mai.
- Exposition « Countries of the world » à Amsterdam, du 12 au 22 mai.
- Exposition touristique de la « Bank for Savings », à New York, du 12 mai au 27 juin.
- Exposition touristique à Tilburg, du 17 au 20 mai.
- Foire de Limoges, du 18 mai au 1^{er} juin.
- Foire de Luxembourg, du 24 mai au 8 juin.
- International Trade Fair à Montréal, du 30 mai au 8 juin.
- Action « Zürich grüsst Berlin », à Berlin, du 1^{er} au 9 juin.

Schweizer Plakatausstellung à Berlin, du 1 ^{er} au 15 juin.	Salon de l'Automobile à Paris, du 2 au 12 octobre.
Foire internationale d'Echantillons à Barcelone, du 1 ^{er} au 20 juin.	State Fair of Texas à Dallas, du 4 au 19 octobre.
Mostra manifesto turistico à Gardone, du 1 ^{er} au 30 juin.	Robinson's 8th Annual International Fair à Los Angeles, du 6 au 18 octobre.
Exposition de lignes ferroviaires en miniature à Madrid, du 13 juin au 15 juillet.	International Week à Philadelphie, du 20 au 25 octobre.
Foire de Bordeaux, du 15 au 30 juin.	Salon international du Chemin de fer à Bruxelles, du 25 octobre au 9 novembre.
Exposition « Countries of the world » à Nijmegen, du 30 juin au 9 juillet.	Salon de l'Enfance, de la Jeunesse et de la Famille à Paris, du 30 octobre au 16 novembre.
California State Fair à Sacramento, du 27 août au 7 septembre.	Foire gastronomique de Dijon, du 31 octobre au 16 novembre.
Internationale Lebensmittel — und Feinkostausstellung (LEFA) à Hambourg, du 29 août au 7 septembre.	Exposition au Museum of Fine Arts à Boston, du 8 au 25 novembre.
Internationale Herbstmesse à Frankfurt a/M., du 7 au 11 septembre.	Exposition « Die Welt im Plakat » à Düsseldorf, du 10 au 15 novembre.
Internationale Herbstmesse à Vienne, du 7 au 14 septembre.	Exposition « Glimpses of Switzerland » à Philadelphie, du 12 novembre 1958 au 4 janvier 1959.
American Education Week à Pine Island, du 8 au 13 septembre.	Royal Agricultural Winter Fair à Toronto, du 14 au 22 novembre.
Exposition « Gastlicher Süden » à Stuttgart, du 12 au 21 septembre.	Exposition « Around the World » à Sioux City, du 28 au 30 décembre.
Foire de Marseille, du 13 au 29 septembre.	
Industrial & Agricultural Fair à Marlboro, du 25 au 27 septembre.	

Les rapports de nos agences donnent des renseignements sur leur participation à des expositions et à des foires d'intérêt local.

b) Suisse

Exposition « Eisenbahn und Freizeit » à Winterthour, du 11 janvier au 2 février.	SAFFA à Zurich, du 17 juillet au 15 septembre.
Foire Suisse d'Echantillons à Bâle, du 12 au 22 avril.	Exposition « Weltraum ohne Grenzen » à Spreitenbach, du 18 juillet au 24 août.
Triennale internationale pour gravures originales en couleurs à Grenchen, du 14 juin au 12 juillet.	Comptoir Suisse à Lausanne, du 13 au 28 septembre.

Exposition universelle de Bruxelles. — Notre participation à l'Exposition universelle de Bruxelles, du 17 avril au 19 octobre, a été, en 1958, l'événement capital de notre propagande dans le secteur des expositions. Trois salles étaient réservées au tourisme dans le Pavillon suisse. Dans la première, nous avons présenté la Suisse hivernale, dans la seconde les vacances estivales et dans la troisième les dix régions touristiques, avec un grand panorama et une vivante évocation de l'inventaire touristique de notre pays. La réalisation graphique avait été confiée à M. et M^{me} Rappaz, de Bâle. La démonstration de l'ONST n'a pas seulement suscité l'émerveillement d'un très grand nombre de visiteurs, mais elle a aussi trouvé des échos sans réserve dans la presse quotidienne et spécialisée de tous les pays.

4. Affiches

En liaison avec la SAFFA (2^e Exposition nationale: La femme suisse, sa vie, son travail), nous avons édité une nouvelle affiche-blanc reproduisant une œuvre de Cuno Amiet, « Richesse du soir », et illustrant le thème: « 1958 — Année de la femme suisse ». Une photographie en couleurs de notre photographe Philipp Giegel a été utilisée pour une nouvelle affiche d'hiver « La Suisse, paradis hivernal ». Il convient de relever le développement de nos affichages dans des vitrines, expositions et manifestations spéciales pour lesquelles nous avons utilisé aussi, en partie, d'anciennes affiches au format normal et international.

5. Vitrines

1000 motifs représentant des costumes et des paysages (procédé Serico), ainsi que 1125 montages photographiques avec 15 sujets du graphiste Fred Troller ont été confectionnés pour la décoration des vitrines de nos agences. Le Crédit Suisse, à Zurich, a mis ses vitrines de la Bahnhofstrasse à notre disposition, du 1^{er} juillet au 15 août pour une action spéciale « La femme suisse dans son pays », décoration signée Heiner Bauer, graphiste à Berne. Dès le 30 décembre, nous pouvions à nouveau disposer de ces seize vitrines où nous avons présenté, pendant six semaines, notre propagande d'hiver sur le thème

« Vacances d'hiver — Doubles vacances ». La réalisation moderne de cette évocation a été confiée au graphiste Gérard Miedinger, de Zurich. Cette année encore, de très nombreuses entreprises privées (en particulier des magasins d'articles de sport et de mode, grands magasins, etc.), ainsi que des agences de voyages et des banques, tant en Suisse qu'à l'étranger, nous ont demandé des affiches et des photographies pour la décoration de leurs vitrines.

6. Radio et télévision

Cette année encore, les renseignements touristiques que nous adressons régulièrement à Radio-Beromünster et à Radio-Genève (Carnet du Touriste) ont été diffusés chaque vendredi. L'émission que Waldeemar Feller, reporter de Radio-Zurich, a consacrée à l'ONST a constitué une excellente propagande pour notre activité; un reportage de 45 minutes a été diffusé sous le titre « Au service du tourisme » et a soulevé un vif intérêt. Le reporter Manfred Wende, de la « Süd-deutsche Rundfunk », a visité, avec notre collaboration, les centres de sports d'hiver de Wildhaus, Flims, Engelberg, La Lenk et Leysin; il a consacré des reportages d'une demi-heure à chacune de ces stations et a su les présenter de manière attrayante aux auditeurs allemands. Une émission de Radio-Berne: « Wo war Wabungo » a remporté un vif succès; le reporter Guido Schmezer visitait 10 stations thermales et il s'agissait d'en deviner les noms en se basant sur la musique et le texte du reportage. Plus de 25 000 auditeurs ont participé à ce concours. Nous avons d'autre part accueilli et documenté divers reporters d'Allemagne, des Etats-Unis et d'Angleterre. Le cinéaste Charles de Jaeger, de Londres, a séjourné à plusieurs reprises en Suisse. Nous l'avons aidé à réaliser le projet d'un film d'une durée de 15 minutes sur Genève, Saint-Moritz, Berne et Zurich, destiné à la série d'émissions Pen Pals de la télévision BBC, Londres.

7. Nos organes de presse

Les « Informations de l'ONST », publication interne, renseignent les autorités suisses, les membres du Parlement, les organes et les

membres de l'ONST, ainsi qu'un grand nombre d'intéressés au tourisme suisse, sur les multiples aspects du tourisme international; elles ont paru six fois.

Le slogan « 1958 — Année de la femme suisse » a donné le ton à la propagande de printemps et d'été dans notre revue « Suisse ». La page de couverture du numéro de mars lança ce thème en reproduisant un tableau de Cuno Amiet: « Richesse du soir ». Le 90^e anniversaire de ce grand peintre nous donna l'occasion de présenter les paysages et la population suisses, tels qu'ils apparaissent dans son œuvre et dans celle de plusieurs de ses contemporains. Nous avons mis en valeur la « SAFFA, 2^e Exposition nationale: La femme suisse, sa vie, son travail » dans le second numéro destiné à l'étranger et avons à nouveau traité ce sujet dans le numéro de juillet de l'édition réservée à la Suisse. Grâce à la collaboration active des stations thermales les plus importantes, une ampleur toute particulière a pu être donnée à notre propagande en faveur des centres balnéaires. Ainsi le premier numéro de l'édition étrangère 1958 comprenait 8 pages en couleurs consacrées au thème des bains. La splendide et riche illustration de cette propagande nous a engagés à répartir sur deux numéros (avril et mai) la publicité faite en Suisse en faveur des stations thermales. Grâce à la collaboration des PTT, nous avons pu enrichir de cinq planches la série des photos en couleurs des cars alpins. Nous avons régulièrement présenté les Chemins de fer fédéraux suisses sous divers aspects. Le numéro de novembre fut consacré au théâtre suisse. Le tirage total de notre revue s'est élevé en 1958 à 270 000 exemplaires pour douze numéros suisses et six étrangers.

Comme les années précédentes, notre service de renseignements a répondu en 1958 à d'innombrables demandes écrites et orales au sujet de projets de voyage par le rail ou par la route, des possibilités d'hébergement dans les hôtels, pensions, sanatoriums, cliniques, appartements de vacances, camps de vacances, auberges de jeunesse, terrains de camping, ainsi que sur les formalités douanières, les universités, les écoles spécialisées, les homes d'enfants, les stations thermales, les écoles privées, l'alpinisme, le tourisme pédestre, les manifestations culturelles et sportives, les curiosités, etc. Nous recevons aussi de nombreuses demandes d'écoliers et d'étudiants sur des questions tou-

ristiques en vue d'examens et de conférences. Notre service de renseignements a été chargé de la mise au point de la liste des manifestations pour notre revue « Suisse », de l'édition de brochures annonçant les principales manifestations de l'été et de l'hiver, et de deux listes intitulées « Stations d'hiver en Suisse » et « Lieux de vacances en Suisse », sans oublier le contrôle de l'impression de diverses éditions des agences. En outre, des listes spéciales, indiquant les manifestations véritablement importantes de l'année ont été établies sur les données de deux calendriers internationaux « Europe-Major Events » et « Season in Europe ».

8. Propagande par le film

281 copies (16 mm.) de productions en couleurs et 6 réductions de films en noir et blanc ont dû être tirées pour assurer la livraison à nos agences, aux services diplomatiques suisses à l'étranger, ainsi que le prêt à des associations suisses. Trois copies de format normal en couleurs et quatre en noir et blanc ont été tirées pour la projection dans les salles de cinéma. Notre production s'est enrichie d'un film en couleurs intitulé « Symphonie suisse du ski » (version internationale, musique de Jean Daetwyler). Une autre bande 35 mm. en Eastman-Color sur les lacs de notre pays, actuellement en préparation, sera tournée sur une nouvelle composition musicale de G. Nino Iviglia. Nos films sonores suivants ont été projetés au cours de 20 matinées dans de grandes salles cinématographiques de Fribourg-en-Brisgau, Stuttgart, Mannheim, Kassel, Darmstadt et Wiesbaden: « Le Rhin », « Le Rhône », « Routes alpestres suisses » et « Le Simplon ». Environ 170 000 spectateurs ont vu des films de l'Office national du tourisme dans les cinémas les plus importants d'Irlande. Notre film 35 mm. Eastman-Color : « La Suisse, pays des beaux lacs » a été projeté à plusieurs reprises en France (Semaine Suisse Toulouse/Bordeaux, Marseille et au cours de diverses manifestations de l'Arrondissement de Gray/Haute-Saône). Cette bande a également passé en Belgique (Festival international du Centre international du film pour la jeunesse, Bruxelles, 19/21 septembre 1958). D'autres films en couleurs de l'ONST ont été présentés aux 600 membres du Touring-Club

Royal du Congo Belge, à Stanleyville. D'autre part, notre matériel cinématographique est toujours à la disposition d'importantes compagnies de navigation aérienne et maritime. Une fois encore, de nombreuses bandes de l'ONST ont figuré aux programmes des divertissements de visiteurs étrangers de la Suisse (Rencontres Internationales de jeunes à Melchtal, Grindelwald, La Lenk et Zweisimmen / Alliance nationale des mutualités chrétiennes à Saint-Moritz / Colonie de vacances de la ville de Bruxelles à Kandersteg). En plus des prêts de bandes étroites effectués par notre service à Berne, près de 150 films ont été mis à la disposition d'intéressés au tourisme, d'associations diverses, de clubs sportifs, d'hôtels et de diverses entreprises commerciales et industrielles importantes. Nous avons également confié 88 films en couleurs à nos représentations diplomatiques à l'étranger. D'autre part, nos films rencontrent un intérêt réjouissant et toujours plus vif, notamment en Afrique (Afrique du Sud, Rhodésie, Kenya), en Amérique du Sud et centrale/Mexique, ainsi que dans les pays du Proche, du Moyen et de l'Extrême-Orient. Il convient de mentionner plus particulièrement l'Inde, le Japon, l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Nos films s'en vont jusqu'à Hong-Kong et en Corée. Le Department of Education de Wellington (N.Z.) a acquis une série de bandes ONST pour la National Film Library, à laquelle sont affiliées plus de 3000 centrales de prêt. Le Visual Education Centre du Department of Education de Sydney désire également des copies de nos films. Notre film en Eastman-Color « La Suisse, pays des beaux lacs » a obtenu le premier prix des films touristiques au Festival des peuples latins à Paris.

9. Service des conférences

Les conférenciers qui travaillent en liaison avec nos agences en Allemagne, en France, en Hollande, en Belgique, en Angleterre et en Autriche, ont déployé une grande activité. Nous avons fourni un grand nombre de diapositives en couleurs à M. le professeur von Salis qui a fait une tournée de conférences en Finlande. Nous en avons également prêté à de jeunes étudiants suisses, afin qu'ils puissent faire de la propagande pour notre pays au cours de leurs voyages d'étude

aux Etats-Unis, en Amérique du Sud, en Australie et au Japon. 376 nouvelles diapositives en couleurs ont été adressées à notre agence de New York pour compléter sa collection et 32 dias originales lui ont en outre été fournies pour la réalisation d'un filmstrip intitulé « Everyday Life in Switzerland ». Les filmstrips « Switzerland I, II et III » ainsi que « Switzerland's Amazing Railways » que nous avons mis à la disposition de l'Ambassade de Suisse à Washington, avec des commentaires à l'usage des écoles, ont été très appréciés du corps enseignant américain. Nous avons également fourni un grand nombre de diapositives en couleurs à la Légation de Suisse à Colombo et au Consulat suisse à Nairobi. Notre service de conférences et de prêts a fait bon emploi, à diverses reprises, du stock de 400 dias Leica que nous a cédé la Direction générale des CFF; nous tenons à en remercier ici le Service de publicité des CFF.

Au Canada, nous disposons en la personne de M. Anton R. Lendi d'un conférencier de talent. En 1958, de janvier à mai et de septembre à décembre, il n'a pas donné moins de 93 conférences devant près de 27 000 personnes et présenté deux exposés à la radio et à la télévision des émetteurs de Lethbridge, Nahaimo et Kimberley. Sa tournée de conférences l'a conduit dans les provinces de Québec, d'Ontario, de New Brunswick, de Nova Scotia, de Manitoba, de Saskatchewan, de British Columbia, d'Alberta et même sur le territoire des Etats-Unis, dans le Tennessee et l'Arkansas, soit un itinéraire de 40 000 km. A Smithers, dans la Colombie britannique, 750 personnes étaient présentes, dont 200 fermiers suisses. Selon M. H. Nef, notre ambassadeur au Canada, les conférences de M. Lendi constituent un atout précieux pour la propagande en faveur de la Suisse. Notre ambassade au Canada entretient également avec la presse du pays d'excellentes relations, pour le plus grand bien de notre cause.

10. Service photographique

Notre laboratoire photographique a tiré 27 000 agrandissements du format 18 x 24 cm. en majeure partie, mais également en d'autres dimensions jusqu'à 40 x 40 cm., qui ont été adressés à nos agences,

aux consulats et légations, ainsi qu'à la presse suisse et étrangère. Notre lot de négatifs s'est enrichi d'environ 950 prises de vues en noir et blanc et notre collection de dias en couleurs s'est également augmentée de nombreux sujets. Les commandes spéciales de nos agences et les livraisons complémentaires que nous leur avons adressées ont été particulièrement nombreuses en 1958; elles ont à tel point surchargé de travail le personnel de notre laboratoire que nous avons dû réduire à trois, au lieu de six à huit, le nombre des séries d'une moyenne de 25 prises de vue inédites qui sont adressées chaque année à nos agences. Mais cette réduction a été en quelque sorte compensée par 8 reportages illustrés envoyés aux agences, en collaboration avec notre service de presse. D'autre part, nos représentations à l'étranger ont reçu 3 séries de dessins (1100 au total) pour la propagande par annonces, soit deux avec des sujets d'hiver et une avec des motifs illustrant le thème « L'année de la femme suisse » (action spéciale à l'occasion de la SAFFA).

Notre service de prêt de photos et de clichés est chaque année plus sollicité ; un matériel considérable, concernant les diverses régions de la Suisse touristique et culturelle, a été mis à la disposition de journalistes suisses et étrangers, de rédacteurs, d'éditeurs de journaux qui en avaient fait la demande par écrit ou étaient venus personnellement faire leur choix dans nos bureaux.

11. Propagande sur le plan international

Dans le domaine de la coopération internationale touristique, l'ONST appartient aux organismes les plus importants et il y joue à certains titres un rôle de premier plan. Mentionnons tout d'abord *l'Union internationale des organismes officiels de tourisme* (UIOOT) qui a été présidée à deux reprises par le délégué de notre Office. L'Union internationale, dont nous avons pu obtenir qu'elle s'établisse à Genève en 1951 groupe aujourd'hui les organismes touristiques nationaux officiels ou semi-officiels de 68 pays. L'UIOOT s'est fixé notamment les tâches suivantes: promotion de la libre circulation des touristes entre les pays membres; coopération pour l'élimination

des obstacles aux contacts touristiques et culturels entre les pays affiliés à l'Union; interventions pour la simplification des formalités policières et douanières à la frontière; création de facilités et d'offres avantageuses pour les échanges touristiques, ainsi qu'appui et assistance réciproque dans toutes les questions qui peuvent intéresser le développement du tourisme des pays membres, sur le plan national et international.

Dans le cadre de l'UIOOT, la Suisse appartient, avec 26 autres pays, à la *Commission régionale pour l'Europe* (CRTE) dont les tâches, menées sur les mêmes lignes et dans le même but que celles de l'UIOOT, se concentrent sur notre continent. Les efforts accomplis jusqu'ici ont déjà conduit à de grandes simplifications en ce qui concerne les passeports, à l'abolition de nombreux visas, ainsi qu'à l'adoucissement des formalités douanières.

Dix-huit Etats membres de l'OECE, ainsi que l'Espagne, la Finlande et la Yougoslavie, constituent dans le cadre de la Commission régionale pour l'Europe, un groupe spécial dont l'activité est spécialement dirigée vers le développement du tourisme américain en Europe. Dans ce but, ces pays ont formé une communauté d'action, la *Commission européenne du tourisme* (CET), qui a lancé en 1948 une campagne de publicité collective aux Etats-Unis. Cette campagne, qui est réalisée selon les moyens usuels de la propagande touristique, est financée par un fonds commun constitué par les contributions des pays intéressés et qui s'élevait, l'an dernier, à 250 000 dollars. M. Bittel préside, depuis le début de la campagne, la sous-commission spécialement chargée de cette action. De ce fait, la direction de l'ONST est chargée de l'étude des propositions et des rapports concernant l'exécution de la campagne, de la mise au point des programmes et des rapports annuels qui doivent être présentés aux pays participants et au Comité du tourisme de l'OECE.

L'« European Travel Commission » (ETR), constituée à New York et chargée de l'exécution de l'action collective de propagande européenne, jouit non seulement de l'appui et de la collaboration des milieux américains compétents, mais elle bénéficie de la sympathie qu'a suscitée aux Etats-Unis cette coordination des efforts de 21 pays européens pour un marché commun. Par la suite, on a cherché — et

obtenu — une coordination de l'activité de l'ETC avec la propagande des compagnies de navigation aérienne et maritime, avec l'hôtellerie et les agences de voyages, qui est venue renforcer l'effet publicitaire de la campagne. Comme les années précédentes, le programme d'action de l'an dernier tendait spécialement à attirer le voyageur américain en Europe, pendant les mois hors-saison, soit l'automne, l'hiver et le printemps, ceci pour allonger la haute saison et obtenir une occupation plus rationnelle des moyens de transport sur l'Atlantique nord. Les premiers résultats statistiques connus à ce jour prouvent le succès de cette publicité.

Le développement de la campagne de propagande collective aux Etats-Unis et celui, parallèle, du tourisme américain en Europe, ont démontré l'utilité d'une publicité complémentaire des pays européens groupés régionalement. Cette constatation a incité le *groupe des six pays alpins*: France, Italie, Allemagne, Autriche, Yougoslavie et Suisse, à s'associer pour une propagande spéciale aux Etats-Unis, basée sur un budget annuel de Fr. s. 60 000.—; les pays mentionnés plus haut y ont participé à parts égales, afin de conférer à cette action spéciale en faveur des pays alpins le volume nécessaire.

L'œuvre de reconstruction européenne entreprise après la seconde guerre mondiale et la reconnaissance du tourisme comme important facteur économique et source de recettes en dollars, ont amené la création, en 1949, du *Comité du tourisme de l'organisation européenne de coopération économique* (OECE), chargé d'étudier les conditions du tourisme en Europe et de son équipement et les possibilités d'accroître son développement et son rapport, en particulier en ce qui concerne les échanges USA/Europe. L'ONST fait partie de la délégation suisse présidée par le directeur Bittel et qui comprend en outre l'Office fédéral des transports, la Fédération suisse du tourisme et la Société suisse des hôteliers. Cette délégation est heureuse de l'appui qui lui est assuré par celle du Conseil fédéral au sein de l'OECE.

Les résolutions adoptées par ce Comité du tourisme sont soumises à l'approbation du Conseil OECE et, par ce canal, à l'adhésion des gouvernements des 18 pays membres. Lorsque cette adhésion est acquise, les décisions de l'OECE sont appliquées dans tous les pays. Ainsi c'est par l'OECE que l'on obtient rapidement et simultanément

la mise en œuvre des mesures étudiées et préconisées au sein de l'UIOOT et par la Commission pour l'Europe. C'est grâce à cet organisme qu'il a été possible d'assurer la continuité de la campagne collective aux Etats-Unis dont le financement est maintenu par décision de l'OECE; c'est par lui également qu'on a obtenu la conclusion d'un accord douanier uniforme réglant les facilités à accorder aux touristes en transit et l'exemption des taxes de douane pour l'importation de matériel de propagande.

D'importants moyens financiers sont aujourd'hui consacrés, dans tous les pays, à la propagande touristique; réunis, ils assurent un fort élan au tourisme non seulement sur le plan national, mais aussi international. La coopération internationale dans le domaine du tourisme est donc d'une importance capitale pour l'avenir.

12. Actions spéciales

Voyages d'étude. — Nous avons organisé, en 1958, 9 voyages d'étude qui groupaient chacun 12-14 agents de voyages d'Argentine, du Chili, d'Allemagne, de France, d'Israël, des Pays-Bas, de Grande-Bretagne, d'Espagne, d'Italie et des Etats-Unis. Nous avons en outre accueilli et documenté 120 journalistes, hôtes officiels et agents de voyages durant leur séjour dans notre pays, à l'occasion de vols inauguraux de la Trans-Canada-Airlines, de l'Olympic Airways, de l'El Al (Israël) et Lufthansa, ainsi que de deux voyages d'information pour la presse.

Congrès de la WATA en Suisse. — La WATA, qui groupe quelque 200 agences de voyages et dont le secrétariat général se trouve à Genève, nous a demandé de l'aider à organiser son 10^e Congrès annuel qui a eu lieu à Zurich et Genève, en septembre. Nous nous sommes plus particulièrement occupés de l'établissement du programme touristique, soit un voyage de Genève à Zurich via Interlaken et le col du Susten, une excursion à Schaffhouse avec promenade sur le Rhin et retour à Saint-Gall. Ces tours, enrichis de productions

folkloriques, ont remporté un vif succès grâce à la collaboration des CFF, des PTT et des intéressés au tourisme.

Gastronomie. — Nous avons, cette année encore, accordé la plus grande attention à ce secteur. Le slogan « On mange bien en Suisse » a été particulièrement mis en valeur par des annonces dans diverses revues spécialisées. Nous avons fait de la propagande pour la Suisse gastronomique à la « Foire gastronomique de Dijon ». Notre médaille d'or a été attribuée, à nouveau, au gagnant du concours de la Société culinaire philanthropique de New York. Une manifestation touristique hispano-suisse a eu lieu à Madrid sous l'égide de l'ONST et en présence du Sous-Secrétaire d'Etat espagnol pour l'information et le tourisme; à cette occasion, une démonstration culinaire et touristique s'est déroulée en faveur de la Suisse, pays des vacances, de la bonne cuisine et des vins de choix.

Propagande gratuite à la télévision. — Les tarifs en vigueur à la télévision commerciale en Amérique et en Angleterre sont plus exorbitants que jamais. Sur leur base, nous évaluons à quelques millions de francs la valeur publicitaire des reportages diffusés sur la Suisse, sans que l'accueil et l'assistance assurés à tous instants à des groupes de reporters particulièrement intéressants pour notre propagande aient entraîné, somme toute, des dépenses notables. Nous avons successivement piloté une équipe de cinéastes de la NBC de Los Angeles et de la NBC de New York, qui s'étaient rendus en Suisse pour une série de reportages dont la SAFFA était l'argument essentiel; trois cinéastes de la Compagnie de télévision Jack Douglas Enterprises, INC, Hollywood, venus dans notre pays indépendamment les uns des autres, et qui ont filmé à diverses époques de l'année des manifestations folkloriques, et monté des séquences sur les voyages, les sports et les hôtels; une équipe de la fameuse émission « Dave Garroway Show Today » (NBC) et une autre, rattachée à l'Independent Television News (ITV) de Londres, qui ont effectué des reportages sur les sports d'hiver, les coutumes traditionnelles de fin d'année et des vols dans les Alpes avec Hermann Geiger. De très nombreux émetteurs étrangers, dont les compagnies américaines NBC et CBS, ainsi que

des sociétés radiophoniques d'Allemagne, du Danemark, d'Italie, de Finlande et de Suède, nous ont également confié leur reporters.

« *Human Interest Travel* ». — Nous avons contribué à mettre en pratique cette formule de voyage très courante aux Etats-Unis. Relevons, à cet égard, notre collaboration avec trois importantes agences de voyages américaines; il s'agissait, dans deux cas, d'établir des contacts entre les participants à des voyages organisés et des collègues professionnels suisses, ainsi que des familles de notre pays. Relevons, comme troisième exemple, le voyage en Europe d'une cinquantaine de membres de la «Public Relations Association of America» et du «Publicity Club of New York» pour lesquels nous avons organisé au début de l'été, à l'occasion d'une rencontre, un échange de vues avec des spécialistes suisses des Public Relations, des journalistes et des représentants des autorités. Cette manifestation, ainsi que l'une des actions mentionnées plus haut, s'opérait en relation avec une visite à la SAFFA, et toutes ont trouvé un vif écho dans la presse américaine.

Le 50^e anniversaire de notre agence de New York. — Par la proclamation solennelle, le 28 octobre 1958, d'un « Switzerland Day » en l'honneur de notre pays, M. Robert F. Wagner, maire de New York, ouvrit la série des cérémonies organisées à l'occasion du 50^e anniversaire d'un office de propagande touristique suisse à New York — la première en liste de toutes les représentations touristiques étrangères installées dans la métropole. Le même jour eut lieu, dans les locaux du « Swiss Center », la remise d'un présent à M. Wagner, suivie d'une grande journée de presse. Les 29 et 30 octobre se déroulèrent, dans le même cadre, des réceptions pour les directeurs d'agences de voyages qui étaient venus particulièrement nombreux à New York, en raison du Congrès annuel de l'ASTA. Les allocutions de personnalités américaines et suisses, les messages de vœux du maire, du président de la Confédération suisse et de l'ambassadeur des Etats-Unis à Berne, ainsi que la brochure éditée en 10 000 exemplaires par l'ONST « Half a Century of Service for American Swiss Travel », furent abondamment commentés par la presse américaine.

Congrès de l'Association mondiale des agences de voyages (ASTA), à New York. — Le congrès annuel de l'ASTA (American Society of Travel Agents), qui a depuis longtemps dépassé le cadre d'une assemblée américaine pour devenir un véritable congrès mondial du tourisme, s'est déroulé à New York du 2 au 7 novembre; la Suisse avait à nouveau envoyé une délégation dans laquelle, outre nos agences de New York et de San Francisco, la direction de l'ONST, les CFF, les directeurs des offices de tourisme, l'hôtellerie, la Swissair, les entreprises de transport privées et les agences de voyages étaient représentés. Nous avons pu constater avec plaisir que de nombreux participants américains au « Silver Jubilee ASTA Convention 1955 », qui eut lieu dans la région du Léman, qualifiaient ces assises comme les plus réussies de toutes celles auxquelles ils avaient participé.

Collaboration à des projets de films étrangers. — Le temps en général favorable de 1958 a attiré dans notre pays de nombreux cinéastes étrangers pour lesquels nous avons établi des programmes de prises de vue détaillés. Le film de propagande commune pour les pays alpins tourné en couleurs et pour l'écran large (procédé Cine-diorama) par la Marafilms S.A., de Rome, sous la direction et la régie des frères Severino et Ottavio Casara, sous le titre « Les Merveilles des Alpes », consacre une large place à notre pays, et ceci grâce à l'excellent esprit de coopération que ces cinéastes ont rencontré en Suisse, sur les lieux où ils ont opéré l'hiver et l'été. Ernest Kleinberg, qui avait déjà travaillé dans notre pays en 1957, a complété les prises de vues extérieures d'un film de voyage en Europe soigneusement préparé qu'il tourne pour la maison Caltex et dont le 40 % sera consacré à la Suisse. Kenneth Richter, qui a été plus d'une fois désigné comme l'« héritier » du grand spécialiste américain des films « Travelogue » Burton Holmes, travaille avec succès à une nouvelle adaptation d'anciennes bandes documentaires sur la Suisse; grâce à la collaboration de l'Office suisse d'expansion commerciale, il a pu effectuer des prises de vues dans le secteur de notre industrie, ainsi que dans ceux de la banque, de la bourse et des assurances. Au nombre des compagnies étrangères de films d'actualités qui ont eu recours à nous, citons la Pathé Film News (Angleterre), qui a tourné des reportages

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