

Zeitschrift: Rapport annuel / Association nationale pour le développement du tourisme

Herausgeber: Association nationale pour le développement du tourisme

Band: 19 (1936)

Rubrik: Activité de l'Office national du tourisme

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 04.05.2025

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

décisions de détail. Le Comité a enregistré avec regrets le décès d'un membre apprécié, M. Haefeli, hôtelier à Lucerne, qui se voit remplacé par M. Wiedemann-Hauser, hôtelier à Lucerne. M. le Dir. Bener, du Chemin de fer rhétique s'étant démis de ses fonctions au Comité se voit remplacé par le nouveau directeur de la Compagnie M. le Dr. Branger. Le Bureau a tenu 6 séances au cours de l'exercice, tour à tour à Zurich et à Berne, les 12 mars, 3 avril, 3 juin, 24 août, 13 octobre et 6 novembre. Ses travaux ont porté principalement sur le rapport d'activité et le bilan de l'exercice 1935, sur le programme d'action 1936-1937, sur l'emploi des crédits fédéraux, sur la politique de l'ONST en matière de films, sur les actions spéciales, etc. Il s'est occupé spécialement des effets de la dévaluation sur nos actions de propagande, et du projet de l'Office fédéral des transports sur la réorganisation de l'ONST.

Finances.

On constate avec regret que les contributions des sociétaires sont restées d'environ 50 000 fr. au-dessous des prévisions budgétaires. Cette carence est essentiellement imputable à la situation financière dans laquelle se débattent les organisations cantonales et locales. L'année écoulée marquera sans doute comme l'année la plus ardue dans l'histoire de notre tourisme. Il était donc de notre devoir de mettre tout en œuvre pour maintenir le niveau de notre propagande. La contribution fédérale à l'Office du Tourisme ayant été raccourcie de 50 000 fr. pour l'année 1936, il ne pouvait être question de couvrir le déficit

de l'exercice 1935, et cela d'autant moins que la dévaluation provoqua le renchérissement sur plusieurs postes, en particulier sur le poste de la publicité dans les journaux, qui se trouva majoré d'environ 17 000 fr. Ces actions entreprises avant la dévaluation devaient subir l'effet de la bascule des changes et se payer à l'étranger à un cours supérieur. Les comptes de 1936 donnent aux recettes un total de 766 934 fr. 20, aux dépenses un total de 775 283 fr. 20. A la suite d'une démarche entreprise par la Société suisse des hôteliers, la Confédération a mis à la disposition de notre propagande de l'an dernier un crédit extraordinaire de 500 000 fr., lequel fut porté à 750 000 fr. après la dévaluation, grâce aux interventions de l'Office fédéral des Transports. L'appoint fourni par ce crédit et par le fonds commun nous a permis, tant à l'ONST qu'au service de publicité des CFF, de doubler à peu près l'effort de propagande. Nous aimerions marquer ici notre gratitude à l'égard des autorités fédérales et particulièrement du Conseil fédéral, pour la compréhension et la complaisance qu'ils ont témoignées à la chose touristique en cette époque difficile. Le puissant afflux de touristes étrangers dans nos stations d'hiver a démontré que ces sacrifices financiers n'avaient pas été accomplis en vain. Nous exprimons l'espoir que dans les années à venir la Confédération voudra bien encourager et soutenir nos efforts comme par le passé, car c'est en mettant en œuvre tous les moyens et les forces disponibles que nous pourrions tirer de la conjoncture favorable de ce moment le maximum de rendement, et assurer la progression durable de tout notre appareil touristique.

C. Activité de l'Office national du tourisme

I. Propagande à l'étranger

Notre propagande s'est portée, suivant un plan méthodique, sur les pays où les perspectives s'avéraient les plus favorables, c'est-à-dire l'Angleterre, la France, la Hollande, la Belgique, la Tchécoslovaquie, la Suède et

le Danemark. Et les crédits extraordinaires de la Confédération nous ont permis de la renforcer sensiblement sur ces places importantes. Nous nous sommes bornés par contre à n'entretenir qu'une publicité de rappel dans les pays où la libre sortie des devises se trouvait entravée par des raisons politiques ou écono-

miques. La subvention fédérale nous a également permis d'accentuer notre propagande dans les pays d'outre-mer, en vue des forts déplacements de touristes que doivent provoquer les fêtes du Couronnement et l'Exposition de Paris. Nos représentations prévues dans l'Amérique du Sud, à Buenos-Aires, dans les Indes néerlandaises, à Batavia, dans l'Union Sud-Africaine à Johannesburg, et en Australie à Sydney, ont été en mesure de déployer leur pleine activité dès l'ouverture de l'année courante.

La même subvention fédérale nous a mis encore à même d'étendre notre réseau d'agences. La création d'un poste de propagande à Stockholm pour les pays scandinaves, avec un sous-représentant à Copenhague, s'imposait depuis longtemps. Ces deux postes ont pu, dès la fin de l'été, commencer leur activité au succès de laquelle la dévaluation a heureusement contribué. En vue des Jeux mondiaux de la FIS, organisés à Chamonix en février 1937, nous avons jugé opportun d'entreprendre une propagande spéciale à cette porte d'entrée de la Suisse, et, par un accord signé avec la Compagnie du Martigny-Châtelard, nous avons obtenu de cette dernière que le bureau de renseignements qu'elle exploite chaque été à Chamonix demeurerait ouvert pendant l'hiver et mettrait ses vitrines et ses services à la disposition d'une propagande générale pour notre pays.

Nos relations avec les consulats et légations suisses à l'étranger ont également connu cette année une extension réjouissante. Nous avons été en mesure d'assurer à toute une série de nos postes diplomatiques des moyens nouveaux pour organiser leurs manifestations de propagande, en particulier des réceptions à l'intention des autorités, des agences de voyages et des entreprises de transport, de la presse et des clubs sportifs, lesquelles, d'après les rapports reçus, ont atteint pleinement leur but.

Nous avons entretenu une étroite collaboration avec le Service de publicité des CFF et ses agences de l'étranger, et tenons à exprimer ici, tant à la direction centrale à Berne qu'aux chefs des agences, nos remerciements pour l'aide précieuse qu'ils nous ont apportée.

Nos relations n'ont pas été moins actives avec les deux sièges de l'Office d'expansion

commerciale à Lausanne et à Zurich, et l'expérience nous a démontré à nouveau tout l'intérêt que les deux groupements ont à travailler la main dans la main. Cette coopération s'est particulièrement manifestée dans l'organisation de la propagande dans les foires et expositions.

Pendant cette période, nos rapports avec les diverses associations touristiques : Société suisse des Hôteliers, Association des Entreprises de transport, Fédération du tourisme, Association des stations balnéaires, Association des Directeurs des Syndicats d'initiative, etc., ont été des plus actifs et se sont resserrés. A tous ceux qui ont secondé compréhensiblement nos efforts, nous adressons ici nos sincères remerciements.

Un nouvel organe, les « Informations de l'Office du tourisme » a été créé en vue d'alimenter précisément ce travail de collaboration. Ce bulletin confidentiel est destiné à orienter et à conseiller les intéressés au tourisme et à entretenir un contact confiant et constant entre la centrale de propagande et les organismes locaux et régionaux. Si nous pensons devoir saisir l'occasion pour recommander aux sociétés locales et régionales ainsi qu'aux chefs de propagande des compagnies privées une collaboration encore plus étroite et une liaison plus soutenue, c'est que nous sommes convaincus que notre propagande nationale ne peut qu'en retirer davantage d'intensité et d'efficacité.

1. Expositions et foires

Dans le courant de l'année nous avons accordé une attention particulière à la propagande par les expositions et foires. Notre activité a porté sur les manifestations suivantes :

a) expositions

Exposition internationale de matériel de propagande, Budapest, janvier 1936. Exposition internationale d'affiches, Budapest, du 1^{er} au 16 février 1936. Exposition internationale d'aviation à Stockholm, du 15 mai au 1^{er} juin 1936. Exposition de propagande aérienne à Noordwijk (Hollande) juillet 1936. III^e Exposition des Sports d'hiver, du 12 au

20 septembre 1936, à Lyon : Exposition « Arts-Beauté-Parure », du 9 au 17 octobre 1936, à Bruxelles.

b) foires

Foire d'échantillons des Pays-Bas, Utrecht, du 10 au 19 mars 1936. Foire de Nice, du 14 au 29 mars 1936. Foire de l'Ouest, Nantes, du 4 au 15 avril 1936. Foire d'échantillons de Milan, du 12 au 27 avril 1936. Foire du Levant, à Tel-Aviv, du 6 mai au 6 juin 1936. Foire coloniale de Bordeaux, du 14 juin au 30 juin 1936. Foire internationale de Marseille, du 19 septembre au 30 septembre 1936. Au total 14 expositions et foires à l'étranger.

2. Devantures

Nous avons usé le plus possible de cet excellent moyen de propagande. Toute une série d'agences de voyage ont exposé les beautés de notre pays aux yeux du public des grandes villes. A l'agence suisse de voyage « Edelweiss » à Strasbourg et Mulhouse nous avons disposé de deux vitrines permanentes ; nous disposions également d'une plus grande vitrine permanente à la succursale de l'agence Kuoni à Zurich, et à la Place de l'Opéra à Paris. En collaboration avec la Swissair, nous avons entrepris durant l'hiver 1935-36 une campagne de publicité dans les plus grandes agences de voyages de Londres. A l'agence de voyage Paul Suys à Anvers nous avons organisé durant les mois d'hiver (décembre, janvier, février) une exposition d'hiver. En mars-avril 1936, à l'Agence de voyages officielle des chemins de fer danois à Copenhague, nous avons organisé une grande exposition, qui occupait trois vastes vitrines. Sur notre demande les bureaux officiels de renseignements suisses à l'étranger ont mis à notre disposition des vitrines spéciales pour :

1. La Coupe internationale des Alpes du 18 au 27 août 1936. 2. Le Grand Prix Suisse Automobile à Berne du 22-23 août 1936. 3. Le XIV^e Congrès International d'Histoire de l'art du 31 août au 9 septembre 1936.

Dans chaque cas, l'Office du tourisme a livré le matériel nécessaire.

Nous avons obtenu un succès particulier à Copenhague, où pour les saisons d'été, d'automne

et d'hiver, nous n'avons pas eu moins de 12 vitrines à notre disposition, à savoir :

Agence de voyages des chemins de fer de l'Etat danois (3 vitrines, printemps-été). Agence danoise (été-automne 3 vitrines). Agence de voyages d'Oversoisk (été). Agence de voyages d'Illum (hiver). American Express Company Inc. (hiver). Wagons-lits-Cook (hiver). La décoration originale de ces vitrines avait été confiée à Copenhague au décorateur suisse R. Montandon, résidant en cette ville.

Nous avons fourni aux bureaux de voyages de tous les pays des agrandissements photographiques et des panoramas pour leurs expositions temporaires.

3. Congrès

Nous avons fait le nécessaire pour nous assurer la venue des congrès suivants dans notre pays : Congrès international du Rotary 1937, Montreux ; IV^e Congrès mondial des Caisses d'épargne-construction, 1937, Zurich ; XVIII^e Congrès de la Fédération internationale des Agences de voyages 1937, à Genève ; XXX^e Congrès mondial pour l'Esperanto 1938, à Berne ; Congrès de la Business Machines Cooperation (siège aux U.S.A.) pour 1937 ou 1938.

Les efforts déployés pour attirer en Suisse ces congrès d'importance ont été couronnés de succès.

Nous avons également collaboré à l'organisation d'un certain nombre de congrès en nous efforçant d'attirer leurs participants en Suisse par distribution de prospectus : X^e Congrès de l'Union Internationale des organes officiels de propagande touristique 1936 ; XII^e conférence internationale de chimie, Lucerne et Zurich ; Congrès de l'Association mondiale de la Radio, Ouchy ; Congrès des médecins aliénistes, Bâle, Zurich, Berne, Neuchâtel ; Congrès international des instituteurs, Genève ; séance de l'Union internationale des villes, Zurich ; Congrès international d'Histoire de l'art. Pour ce dernier congrès nous avons déployé une propagande particulièrement active par notre service de presse, notre revue *La Suisse*, par devantures et communiqués radiophoniques. Nous désirons relever particulièrement le travail accompli en collaboration avec l'Associa-

tion de la presse suisse au IV^e Congrès de la Fédération internationale des journalistes. Après les séances, les congressistes participèrent à un voyage de plusieurs jours organisé par nos soins à travers tout le pays.

Toute une récolte de relations et d'articles enthousiastes dans la presse suisse et étrangère a récompensé nos efforts. Des observateurs envoyés à la Conférence des Agences de voyages allemandes en septembre à Francfort s. Main et au XIV^e Congrès de la Fédération internationale des Agences de Voyages en octobre à Rome et Naples, nous ont rapporté une ample information sur les conjonctures du marché touristique.

4. Annonces

a) annonces collectives

En collaboration avec la section de publicité des C.F.F. et nos agences à l'étranger nous avons effectué des campagnes d'annonces collectives en Angleterre, France, Hollande et Belgique, au printemps, en été et en hiver 1936, auxquelles nous avons affecté la somme de 198 000 fr. pour un total de 620 annonces. Cette propagande collective pourrait être développée si nous trouvions plus de bonne volonté de collaboration auprès des intéressés au tourisme. Dans les grands journaux étrangers, par exemple, seules les annonces de grand format ont la chance d'être remarquées, les petites passant inaperçues, et d'autre part l'annonce collective permet seule aux intéressés de s'assurer une mention à des conditions de prix favorables.

b) campagnes spéciales

Le crédit extraordinaire alloué à la propagande a permis une action efficace en Belgique, au Danemark, en Suède et en Tchécoslovaquie. Grâce à ce crédit, nous avons pu entreprendre une active propagande d'insertions dans les éditions parisiennes des journaux américains et anglais : *Daily Mail*, *Continental Edition*, et *New York Tribune*, édition européenne. Nous poursuivions le but précis d'attirer en Suisse les touristes américains et anglais, ainsi que les hôtes des Olympiades. Grâce à ces insertions nous avons obtenu dans les jour-

naux susdits un appui réel dans la partie rédactionnelle. Le numéro spécial du *New York Herald Tribune* consacré aux Olympiades (10 août) était entièrement orienté en faveur de la Suisse.

c) numéros spéciaux

Nous avons pu dans le courant de l'année faire paraître quelques numéros spéciaux de journaux et revues étrangers. C'est ainsi qu'un numéro spécial du *Bergsteiger*, organe officiel du Club alpin allemand et autrichien, consacrait 140 pages à l'Oberland bernois. Nous nous étions entendus avec l'Office du tourisme de l'Oberland bernois, nous avons livré le matériel rédactionnel et photographique. Par l'entremise et grâce à l'aide obligeante de M. le Ministre Barbey à Bruxelles et de l'Office suisse d'expansion commerciale à Zurich, nous avons pu consacrer à la Suisse un numéro spécial du journal *L'Expansion belge*, auquel nous avons fourni photos et textes. Comme cet hiver tout parlait en faveur d'un accroissement du trafic touristique en Tchécoslovaquie, nous avons préparé un supplément au *Prager Tagblatt* sur les beautés de la Suisse, qui a paru le 6 janvier 1937, et ne manquera pas de marquer ses effets sur la seconde partie de la saison d'hiver.

De l'Agence de voyages belge Brooke nous avons obtenu dans son journal de voyages *Les Feuilles du Tourisme* un numéro consacré aux stations de sports d'hiver suisses, qui a paru en octobre 1936. Grâce à une distribution soignée, cet organe s'est ménagé des entrées dans les meilleurs milieux belges.

5. Service de presse

Depuis le 1^{er} janvier 1936 notre Service de Presse paraît tous les 15 jours à 5000 exemplaires, en français et en allemand, et notre agence d'Amsterdam publie de son côté tous les 15 jours des « *Zwitserschen Verkeersberichten* ». La distribution est effectuée par nos agences de l'étranger. La centralisation des annonces collectives entre leurs mains leur permet d'utiliser au mieux ces informations dans les journaux compris dans leurs ordres. Les agences de voyage recevant nos bulletins verts sont également assurées d'un service

de renseignements sérieux. Les justificatifs qui nous parviennent nous prouvent que les journaux font un excellent usage de nos renseignements.

C'est ainsi que les arguments capitaux de notre propagande : séjours libres à forfait, réduction sur le prix de la benzine, facilités des formalités douanières accordées aux automobilistes, abonnements régionaux, abonnements généraux à prix réduit, dévaluation, ont été copieusement vulgarisés par la presse continentale et d'outre-mer. Cette année notre *service d'articles* insistait surtout sur les facilités de voyage. Quelques-uns — très remarquables — relevaient habilement la bonne volonté de la Suisse à réduire ses prix de transports et de séjour. Ainsi l'article lancé au début de la saison d'été : « Que fait la Suisse pour favoriser la venue des étrangers ? » fut reproduit 22 fois en Hollande seulement. Des articles d'intérêt divers ont également enrichi nos archives, qui possèdent actuellement 450 sujets et sont à même de répondre aux vœux les plus variés. De temps à autre notre Service de Presse fournit des textes à la presse suisse. A l'étranger les articles sont répandus par l'entremise de nos représentants, que nous avons soin d'approvisionner régulièrement.

Nos ordres d'annonces nous garantissent régulièrement une part de publicité rédactionnelle, dont nous gardons le contrôle, et pour laquelle notre collection d'articles nous rend de bons services. Souvent même la qualité de notre matériel nous permet d'obtenir des insertions sans contre-partie d'annonces.

Lors de la VIII^e Course des Alpes, la première qui se soit courue entièrement en Suisse, nous en avons assumé le service de presse de concert avec le Comité d'organisation et Sport-Information. A côté des renseignements techniques, ce service n'a cessé de relever les avantages et les beautés du voyage automobile en Suisse. Les illustrés étrangers de la branche ont été abondamment pourvus d'articles et de photos à cette occasion.

Nous avons régulièrement alimenté de notre matériel les éditeurs du Bulletin de l'Office d'expansion commerciale à Lausanne et de la Carte d'informations routières, à Soleure.

Notre revue *La Suisse*, qui se distribue chaque année à 340 000 ex. tant à l'intérieur

qu'à l'étranger, et que nous tenons pour l'un de nos meilleurs instruments de propagande, fait l'objet de nos soins particuliers. A l'occasion du Congrès international de l'Histoire de l'Art, nous avons consacré le numéro de septembre (numéro d'automne pour l'étranger) aux trésors d'art de la Suisse et l'avons adressé personnellement à chacun des progressistes à l'issue du Congrès. Le numéro de juin roulait spécialement sur nos stations balnéaires. Celui de novembre sur les Chemins de fer fédéraux. Pour le printemps nous projetons un numéro spécial sur les coutumes populaires.

A côté des publications périodiques et du service de presse, notre rédaction s'occupe également de la mise sur pied de nos brochures.

6. Voyages d'études

Le crédit extraordinaire de la Confédération nous a permis d'organiser en juillet une excursion à Zermatt à l'intention des journalistes accrédités auprès de la S. d. N. Au cours de ces journées nous avons eu l'occasion de nouer avec les représentants de la presse mondiale des relations dont nous pouvons attendre de bons effets pour l'avenir. Et nous avons obtenu là une contre-partie d'articles consacrés à cette excursion que nous jugeons des plus satisfaisantes. Nous avons pris également une part active au voyage des journalistes anglais en janvier 1936, dont les compagnies aériennes Swissair et Imperial Airways avaient pris l'initiative. Et pareillement à la réception de la presse hongroise, le 1^{er} juillet, lors de la visite qu'elle fit à Zurich à l'occasion de l'inauguration du service aérien Budapest-Vienne-Munich-Zurich de la compagnie hongroise Malert. Pour ranimer le trafic peu satisfaisant de la ligne aérienne Amsterdam-Francfort-s. M.-Stuttgart-Zurich, qu'exploitent en commun pendant toute l'année la compagnie hollandaise K.L.M., la Lufthansa et la Swissair, le première de ces compagnies a organisé, à l'entrée de la saison d'hiver, et de concert avec notre agence d'Amsterdam, un voyage de journalistes hollandais. Nous avons pris en main les détails de l'exécution et avons pu nous convaincre que les membres de ce voyage en ont remporté les meilleures impressions.

Pour stimuler le zèle des agences de voyages, nous avons invité à diverses reprises des booking-clerks choisis à faire un tour de Suisse. En mai-juin 1936 c'étaient des employés et maisons anglaises, en mai des fonctionnaires hollandais. En septembre, pour marquer les débuts de notre représentation dans les pays scandinaves, nous invitions un groupe d'agents danois et suédois, que nous faisons accompagner par notre nouvel agent de Stockholm, M. Charles Dierauer. Pour le printemps 1937 nous projetons une tournée de booking-clerks des principales agences des Etats-Unis. Nous avons également facilité les voyages d'études à certains représentants d'agences isolés, comme à certains préposés au service des séjours à forfait et voyages en société, en leur procurant des permis de transport et des avantages dans les hôtels. Nous tenons à relever à nouveau tout l'intérêt qu'il y a à offrir au personnel des agences de voyages l'occasion de compléter ses connaissances et de se documenter directement sur notre tourisme au cours de semblables tournées d'études. Et nous remercions ici les compagnies de transport, les sociétés de développement et l'hôtellerie, des appuis toujours renouvelés que nous avons trouvés auprès d'elles pour l'exécution de ces voyages.

7. Affiches

Grâce au crédit extraordinaire de la Confédération, nous avons pu développer en Belgique, Tchecoslovaquie et Suède, un affichage important. Nous avons cherché à mettre en valeur nos affiches dans les manifestations sportives, ainsi à l'Exposition internationale du ski et de la mode de Madison Square Garden à New-York, à l'Exposition d'affiches touristiques et sportives des Magasins David Jones Ltd, à Sidney, et au Palais de Glace Van Schelle, à Bruxelles.

Un accord avec la grande Compagnie d'affichage Industriegebiet S. A. à Wupperthal-Eberfeld nous a permis d'effectuer un affichage gratuit dans les pays du Rhin et la région industrielle de l'Ouest.

Dans le courant de l'année nous avons placardé 23 050 exemplaires d'affiches, soit : pour les séjours libres à forfait de l'été, 1500 en allemand, 600 en français, 5400 en blanc,

au total 7500 ; pour les séjours libres à forfait de l'hiver, 1500 en allemand, 500 en français, 8000 sans texte ; au total 10 000 ; affiches aviation d'été allemand/français 1500 ; panonceaux locaux d'aviation d'été, allemand/français 1050 ; panonceaux d'aviation d'hiver, allemand/français 3000.

Outre nos propres affiches, nous distribuons à l'étranger celles des Syndicats d'initiative et des Compagnies de transports.

8. Publications

Pendant le courant de l'année nous avons édité les publications suivantes :

Le Petit Guide Suisse en 5 langues, à 100 000 exemplaires ; *La Suisse automobile*, en anglais, à 15 000 exemplaires ; *Les Sports en Suisse*, en 3 langues, à 50 000 exemplaires ; *La Suisse centrale*, en 3 langues, à 20 000 exemplaires ; *La Suisse sous la neige*, en 10 langues, à 300 000 exemplaires ; la brochure des *Manifestations en Suisse*, en 3 langues, à 15 120 exemplaires ; *La Carte officielle d'informations routières*, en 4 langues, à 200 000 exemplaires ; le prospectus des *Séjours libres à forfait* en 2 langues, à 195 000 exemplaires ; le programme de la *Coupe des Alpes*, en 2 langues, à 4000 exemplaires ; la feuille volante *A nos hôtes allemands* et *La Suisse offre 4 nouveaux avantages à ses hôtes*, à 241 780 exemplaires ; le prospectus des *cours de ski à l'étranger*, en 3 langues, à 80 000 exemplaires ; *L'Indicateur aérien*, *L'horaire aérien*, et les horaires aériens locaux en 2 langues, à 39 250 exemplaires ; le calendrier à effeuiller *La Suisse*, en 4 langues, à 11 136 ex. ; *La Suisse, école d'alpinisme*, en 3 langues, à 53 850 exemplaires. Au cours de l'année 1936, en comptant la Revue et le Service de Presse, nous avons tiré au total 1 759 136 imprimés.

Sur notre demande la Compagnie du Southern Railway a fait paraître au printemps 1936, dans la série de ses tracts *Off the Beaten Track*, un tract intitulé *Along the Rhône Valley*, tiré à 25 000 exemplaires. Cette publication plaisante, conforme au goût anglais, marque un enrichissement sensible pour la littérature touristique suisse. L'auteur de ces brochures, le Rev. Hugh C. Wallace, qui s'est fait un nom comme écrivain touristique, a

pu, avec notre appui, s'assurer qu'une nouvelle brochure sur la Suisse paraîtrait ultérieurement dans la série des *Off the Beaten Track*.

De concert avec l'agence des CFF à Amsterdam, nous avons pu joindre 2000 exemplaires de notre brochure d'hiver de 16 pages à l'envoi de prospectus d'une importante firme d'Amsterdam, et toucher de cette manière une clientèle de premier ordre. A l'édition d'octobre 1936 des *Ski Notes and feries*, du Ski Club de Grande-Bretagne, très lues dans les milieux sportifs anglais, nous avons annexé une brochure sur les écoles suisses de ski, en 6000 exemplaires.

9. Agences de voyages

Nous avons prêté un soin particulier à fortifier nos relations avec les agences de voyages de l'étranger. Les restrictions à la sortie des devises, les voyages à prix réduits, les forfaits, les bons d'hôtels, amènent un public toujours plus nombreux dans les agences de voyages, dont la popularité, ces dernières années, a beaucoup augmenté. Nous tenons pour notre devoir de gagner à notre cause ces auxiliaires indispensables du tourisme.

Pour propager nos séjours à forfait, au printemps 1936, nous avons envoyé un agent spécial en Hollande, au Danemark, et en Suède, afin de prendre un contact direct avec les agences de ces pays. Cette tournée d'informations a été fort goûtée par les agences.

Au Danemark et en Suède, où tout le trafic touristique passe par les agences de voyages, nous avons accentué notre propagande avec l'appui financier des principales firmes de voyages de Copenhague à Stockholm, et en étroit contact avec elles. Il nous fut ainsi possible de lancer dans ces deux pays plusieurs milliers de prospectus spéciaux pour la saison d'été 1936 et la saison d'hiver 1936/37. Cette collaboration avec les agences danoises et suédoises devrait nous permettre d'organiser pour l'année prochaine un service de trains spéciaux avec ces deux pays. Notre agence de Bruxelles a intéressé méthodiquement les agences de voyages belges à notre propagande, et a mis en mouvement au cours de l'été dernier des voyages réguliers de week-end et de société. L'action de notre représentant à

Nice n'a pas été moins féconde ; en collaboration avec l'agence de voyage du *Petit Marseillais*, nous avons organisé en août un train spécial pour la Suisse qui eut un grand succès. Nous avons fait accompagner la société par notre chef d'agence, et le journal avait délégué l'un de ses rédacteurs, qui publia d'enthousiastes comptes-rendus des étapes. La publication de ces articles dans le *Petit Marseillais* nous fit une excellente propagande. En septembre, notre agence de Nice organisa encore, en collaboration avec l'agence de voyages de l'*Eclaireur de Nice*, un long voyage de société à travers la Suisse.

En France encore nous avons conclu un contrat avec une importante agence de voyages de la place, par lequel elle s'engageait à s'occuper exclusivement de l'acquisition intensive en faveur de nos stations de sports d'hiver. Le résultat de cette coopération s'est marqué à Noël par l'acheminement de 4 trains spéciaux pour des séjours d'au moins 10 jours dans nos stations. Avec la même agence nous avons organisé, chaque semaine jusqu'à Pentecôte, des voyages à prix réduit qui jouissent actuellement d'une grande faveur. Nous avons pris une large part à l'organisation et à l'exécution des grands voyages de sociétés, lancés par diverses agences étrangères, organisations touristiques, compagnies de chemins de fer ou de navigation.

10. Séjours à forfait

Nos séjours libres à forfait ont été particulièrement appréciés en Hollande et en Belgique. Et les agences de voyages de tous les pays, à l'exception de l'Angleterre, ont fortement contribué à la vente. Plusieurs agences nous ont fait savoir qu'elles appréciaient le tarif de nos forfaits, et qu'elles s'en servaient pour établir les prix de leurs propres voyages forfaitaires. Et nous avons reçu les compliments de plusieurs personnalités expertes en la matière.

11. Propagande par l'image

Nous nous sommes efforcés de fournir régulièrement nos agences, les bureaux de voyages, les rédactions, de matériel photo-

graphique, d'agrandissements, etc. Pour le banquet suisse du Leeds Publicity Club, qui se tient chaque année à la Town-Hall, à Leeds, et qui est un événement mondain, nous avons fourni de concert avec l'agence CFF d'Amsterdam, un grand nombre de vues 18×24 remarquables qui furent vendues aux enchères au profit d'une œuvre de bienfaisance. L'agence CFF à Londres avait pourvu à la musique et le Club Suisse à la décoration, en sorte que toute la manifestation se déroula sous l'enseigne de la Suisse.

II. Films

Films de 35 mm., production

Les mauvaises conditions de temps ont fortement entravé l'exécution de notre programme. Nous avons pu toutefois réaliser les films suivants : *Vive le ski*, 322 m., version internationale ; *Des montagnes hivernales aux vallées printanières* (avec les P.T.T.), 615 m., version internationale ; *La maison des pauvres gens*, 375 m., version internationale ; *Aux sources du Rhin*, 455 m., version allemande et française ; *Rats d'eau* (canoës), 315 m., versions allemande et française ; *La Suisse en couleurs* (avec Warner Brothers USA), 400 m., version anglaise ; *Film du téléphone* (avec les postes anglaises et Pro Telefon), 300 m., env., version anglaise, allemande et française ; *Burges et châteaux suisses* (Sté des Châteaux suisses), 400 m. env., version allemande ; *Dans le tourbillon des neiges de Dahinden*, 600 m. env., version allemande.

Notre inventaire de copies au 31 décembre 1936 était le suivant :

Sources du Rhin (1), *Chant d'automne tessinois* (7) ; *Pages d'histoire du Lötschberg* (3 et 1 lavande) ; *Des montagnes hivernales aux vallées printanières* (4) ; *La petite ville* (2) ; *Symphonie de l'eau* (2) ; *Conte d'hiver* (2) ; *Au pays des Rhéto-Romans* (5 et 1 lavande) ; *Tissage et filage* (3) ; *Entre Lac Bleu et Blümlisalp* (2) ; *Paysans-artistes* (2 et 1 lavande) ; *Vers le soleil* (2) ; *Tessin ensoleillé* (2) ; *la Maison des pauvres gens* (4) ; *Dans le tourbillon des neiges* (4) ; *Vive le ski* (6) ; *Montagnards du Tessin* (1) ; *Au pays de la soif* (6 et 2 lavande).

Des synchronisations ont été exécutées : en Angleterre : *Lötschberg*, *Pays de la soif*, *Chant d'automne tessinois* ; en France : *Pays de la soif*, *Lötschberg*, *Par-dessus les montagnes blanches*.

Actualités

La Fox-Cinema Corporation a consenti à amener son camion sonore en Suisse et à tourner une trentaine de sujets avec notre concours. Si nos renseignements sont exacts l'année précédente cette firme n'avait tourné que 8 sujets suisses (dont 4 à Genève, au Palais de la S. d. N.). Nous pensons donc pouvoir relever l'effort particulier accompli par la Fox en faveur de notre pays. Au printemps un film sonore de 40 mètres a été tourné pour mettre en valeur les avantages de nos séjours à forfait. Ce film fut présenté dans les salles les plus importantes de la Suisse au début de la saison. Le consul suisse de Strasbourg organisa tout exprès une matinée de projection (15 mars 1936). Pour exploiter pleinement les avantages de la dévaluation, un film en couleur de 50 m. sortant des Ateliers Pinschewer à Berne, a passé en Hollande, en Belgique et en Angleterre. Mais ce genre de réclame est sujet à des taxes assez considérables.

Exploitation

La Centrale suisse du film, qui s'occupe du marché de nos films, a pu placer dans le courant de l'année les films suivants auprès de grandes firmes : 5 films auprès de 2 des plus grandes firmes américaines pour l'Amérique et le Canada, 3 films en Angleterre, 3 films en France, 8 films en Hongrie. Tous nos films ont été passés en Suisse aussi bien qu'en Allemagne. 3 films ont passé en matinées en Hollande.

Films de 16 mm.

Le Cinéma scolaire de Berne ayant racheté le fonds de prêt de Pekafilm, nous avons également confié, à titre d'essai, à la première de ces entreprises, l'exploitation des films de 16 mm. que nous avions remise à Pekafilm. Nous nous sommes attachés d'autre part à enrichir notre stock de films. Nous avons à signaler les acquisitions suivantes :

Fête de costumes nationaux au Righi, 120 m. ; Images de la Suisse, Concours d'estafettes de la Radio, 120 m. ; Trafic aérien moderne, 140 m. ; Comment j'apprends à aller en ski, 240 m. ; Dans la poudreuse des montagnes suisses, 120 m. ; Bâle, 120 m. ; Berne, 120 m. ; Fribourg, 120 m. ; Genève, 120 m. ; Lausanne, 120 m. ; Lucerne, 120 m. ; Schaffhouse, 120 m. ; St-Gall, 120 m. ; Villes tessinoises (Bellinzone, Locarno, Lugano), 120 m. ; Images de la Coupe internationale des Alpes, 130 m. ; Basse-Engadine, 100 m. ; Fêtes du Cinquantenaire à Davos, 120 m. ; Au pays des Rhéto-romans (Prod. Dreyer) Davos-Parsenn, 100 m. ; Des montagnes hivernales aux vallées printanières (Julier-Gandria, Prod. Dreyer), 240 m. ; Flims, 100 m. ; Le Dimanche des as du ski, 146 m. ; Vacances à Arosa, 116 m. ; Kiental, 100 m. ; Axalp, 100 m. ; Adelboden, 100 m. ; Au pays de la soif (Prod. Dreyer), 240 m. ; La Maison des pauvres gens (Prod. Patrix) ; Zermatt, paradis des sports d'hiver haut-alpins, 205 m. ; Ronde en skis autour de Zermatt, 100 m. ; Ronde autour du Greifensee (Zurich), 120 m. ; Chant d'automne tessinois (Prod. Dreyer) ; Procession de la Fête-Dieu à Appenzell.

Notre mouvement de prêts pour l'hiver 1936 se chiffre par 640 prêts. A la fin de l'année nous avons publié un nouveau catalogue qui contient le répertoire complet de nos films de 16 mm. Fin 1936, nous avons mis à la disposition des Agences CFF Paris, ONST Nice, CFF Rome et ONST Prague, des appareils de projection pour films substandard. Les agences ONST à Bruxelles et CFF à Vienne recevront au début de 1937 les mêmes appareils dont la livraison a été retardée par suite de la dévaluation. Il s'agit d'appareils Siemens à deux objectifs et dispositif automatique pour projection dans les expositions et les devantures. Ces appareils peuvent être utilisés pour les conférences.

Grâce à notre stock de films de 16 mm., nous avons pu organiser une série de séances à l'étranger, et une intéressante semaine de projections à Bâle, avec l'aide de l'Association des Intérêts de la Freie Strasse, qui mit également 40 devantures à notre disposition, et apporta ainsi une contribution précieuse à la cause du tourisme suisse.

III. Propagande automobile

La propagande automobile constitue une branche fort importante de notre réclame. Nous avons donc, dans nos annonces collectives, toujours insisté sur les attraits et avantages du tourisme automobile en Suisse. Notre carte routière, améliorée et toujours appréciée, a paru en allemand, français et anglais, à 200.000 exemplaires. Nous l'avons jointe au numéro de printemps des organes des Automobile-clubs de Hollande et de Belgique. Nous avons particulièrement travaillé la région de France comprise entre la frontière suisse, Strasbourg, Paris et Marseille, avec l'intention de porter, l'an prochain, notre action sur les régions de l'ouest. Notre brochure sur la Suisse en automobile, qui jusqu'à présent n'avait paru qu'en français, italien et allemand, a paru cette année en anglais, à 15.000 exemplaires, sous le titre « Switzerland by Car ». Le rabais sur l'essence pour les automobilistes étrangers a produit un effet remarquable. Nos agences de l'étranger ont été appelées à donner à cet argument la plus large publicité. Nos agences en Angleterre, Hollande, Belgique et Italie (Milan), ont lancé des tracts spéciaux pour leur rayon. En Angleterre par exemple, un communiqué y relatif a été distribué à 320 journaux et agences de voyages, à Strasbourg à 17 journaux et 10 clubs, à Milan il a été adressé 400 circulaires, dont 109 à la section du RACI. Les *Austin Rallies*, organisation de création récente pour voyages en automobile par groupes à travers la Suisse, ont été reçus par le Bureau officiel de renseignements de Lucerne. En collaboration avec la Hallwag, nous avons piloté pour la première fois et avec succès un groupe de voyageurs belges. L'année prochaine nous appliquerons ce système en Hollande et en France. Nos deux représentants pour le tourisme automobile et aérien à Paris et Berlin ont déployé une très forte activité ; notre représentant de Paris a servi à lui seul 1181 correspondants (clubs, presse, agences de voyages). Le service d'informations télégraphiques touchant l'état des routes alpestres a fonctionné cette année avec Milan, Paris et Berlin. Depuis que les permis nationaux se trouvent reconnus par tous les pays affiliés à la convention, y compris les USA et le Canada,

et depuis l'introduction de la carte d'entrée provisoire en France, les formalités de passage se trouvent simplifiées pour les automobilistes anglais, et nous avons tenu largement compte de cette conjoncture.

IV. Ecoles de ski

Les écoles suisses de ski forment le centre vital de notre propagande d'hiver. Elles ont fait l'objet d'une publicité particulièrement soignée. Les cours de ski à sec à l'étranger, que nous avons organisés à trois reprises, ont eu de bons résultats, en fournissant une illustration directe des méthodes vantées par notre propagande. Pour arrêter à temps la préparation de ces cours, en juillet déjà une conférence s'est tenue entre l'ONST et le service de publicité des CFF et ses agents de l'étranger. Le cours central s'est donné en novembre 1936 à Colmar, Bruxelles, Amsterdam, Paris et Manchester. En marge du cours central placé sous la direction du prof. Leutert, de Zurich, nous avons donné des conférences illustrées de films de 16. Les participants au cours Leutert ont à leur tour organisé des cours de ski à sec d'une durée qui est allée jusqu'à 8 semaines, et nos agences en ont largement profité pour étendre leur propagande. D'autre part nous avons fait en sorte que certains professeurs marquants soient invités à faire un stage de 8 jours dans une école suisse de ski. Il s'agissait de représentants de la France, de l'Alsace, de la Belgique, de la Hollande, de l'Angleterre. Ce point du programme ne pourra toutefois se réaliser que l'hiver prochain. Pour la première fois cette année, nous avons fait donner des cours préparatoires en Angleterre, où ils eurent du succès. Sur la base de ces essais nous pensons pouvoir aller plus loin l'année prochaine, et même cet été déjà. A Paris, le cours ouvert au premier étage de l'agence des CFF a attiré pendant quatre semaines une joyeuse animation et un public choisi. A une grosse maison de commerce de Marseille, nous avons fourni un professeur de ski suisse, qui, pour les week-ends se tient à la disposition de notre agence de Nice. Au printemps, grâce à notre agence de Nice, nous avons pu assurer la participation

du professeur suisse Rominger à la Coupe Altari. Hermann Steuri, de Grindenwald, a fait de son côté une série de conférences sur les écoles suisses de ski, et Fritz Steuri a été délégué à Londres à l'exposition de ski Austin Reed. A Lille, l'organisation d'un cours de ski paraissant impossible, une soirée de conférence fut organisée avec l'appui du consulat et de l'agence de Bruxelles. Plusieurs agences ont utilisé nos films de 16 sur le ski. Au poste d'Etat de Marseille PTT, nous avons pu donner en automne une causerie sur nos écoles de ski.

Dans la limite des moyens dont nous disposons, nous nous sommes attachés à pousser notre propagande d'hiver aux USA également. Pour l'exposition du Ski de Madison Square à New-York, en collaboration avec l'Association suisse de ski, nous avons fourni un intéressant matériel historique. L'agence de New-York a été approvisionnée en prospectus et en photos et a pu disposer pendant quatre semaines d'un professeur suisse de ski engagé par un club canadien. En fait d'imprimés, nous avons publié un tract sur *Le Ski en Suisse* (cours préparatoire), à 50.000 exemplaires français, 10.000 exemplaires hollandais et 20.000 en anglais (ceux-ci par les soins de l'agence de Londres). Pendant toute l'année nous avons travaillé dans les meilleurs termes avec l'Association suisse de ski.

V. Ecoles d'alpinisme et tourisme pédestre

Pour les écoles d'alpinisme nous avons conclu cette année encore une assurance collective. Pour la propagande du tourisme pédestre nous avons publié un prospectus dont les frais ont été couverts par l'Association des voyages à pied.

VI. Radio

Cette année de nouveau nous avons mis la Radio largement à contribution pour notre propagande, et nous avons trouvé auprès de la SSR et des studios un appui substantiel. Nos

studios n'ont pas consacré moins de 415 émissions à la propagande touristique. Ce chiffre, qui n'inclut pas les émissions régulières, prouve l'intensité du travail qui a été fourni dans ce domaine. Il nous faut aussi signaler les émissions sur ondes courtes de Prangins organisées par la SSR à l'intention des Suisses à l'étranger. Pour annoncer la dévaluation, nous avons fait passer des textes en anglais sur certains émetteurs étrangers. En Hollande, nous avons pu donner quatre émissions à Radio-catholique sur les sports d'hiver. Nous avons encore fourni des textes pour émissions aux stations suivantes : Calcutta, Le Cap, Sydney. Au début de l'été nous disposions des microphones suisses en fin de programme, et donnions des émissions communes en français, anglais et hollandais, tandis que l'émission française de Berne était retransmise par Sottens. Voici un aperçu des sujets traités :

A Berne, en français : « La Suisse pays de beauté, de tradition et de travail » ; « Notre Tessin, nos Oberlands, notre Gruyère et notre Léman » ; « Au cœur de la Suisse, les chants de la patrie » ; « Des Alpes au Jura suisse, la poésie de nos petites villes, notre folklore » ; « Lucerne, Brigue, Lausanne, simple course, en chansons » ; « Nos festivals, notre passé, nos espoirs ».

A Zurich, en anglais : « The flowers of the Alps » ; « At World of glaciers » ; « Picturesque lakes » ; « The Alpine Lakes » ; « Costumes and Customs ».

A Bâle, en hollandais : « Autour du lac des Quatre-Cantons » ; « La Jungfrau, le Mönch et l'Eiger » ; « Le Pays des 150 vallées » ; « Au Valais, pays du soleil » ; « Du Jura au Tessin ».

Comme d'habitude, la presse de la Radio a illustré les causeries de photos et de commentaires. Grâce à un bureau de presse radiophonique étranger, nous avons pu faire paraître une série d'annonces de nos principales émissions suisses dans des journaux de radio du dehors. Nos agences de Bruxelles et d'Amsterdam ont pris soin d'annoncer nos émissions hollandaises par des expositions appropriées dans leurs devantures.

VII. Conférences

Cette année, nous avons attaché une grande importance à la propagande parlée. Tout nous prouve que des conférences bien conçues et bien illustrées, colportées par des conférenciers choisis, constituent un excellent moyen de réclame. Nous avons mobilisé pour notre propagande en France, Belgique, Hollande et Scandinavie, des conférenciers pourvus d'excellentes suites de clichés. Pendant l'hiver nous avons organisé des tournées de conférences avec projections dans divers Automobile-Clubs de France. Nous avons jusqu'à ce jour fait donner 194 conférences.

VIII. Propagande aérienne

L'Office national suisse du Tourisme a consacré durant l'été 1936 une série de publications à la propagande aérienne, à savoir :

1. *L'Horaire officiel* de l'aviation suisse, 62 pages, 2000 exemplaires, à l'usage des compagnies d'aviation et des agences de voyages.
2. *Horaire de poche*, 35.000 exemplaires, distribué gratuitement à toutes les personnes intéressées.
3. *Poste aérienne suisse*, affiche publiée avec la direction générale des PTT à 1050 exemplaires.
4. *Horaire local des lignes aériennes*, panonceaux apposés à Zurich, Bâle, Genève et Berne, 1050 exemplaires. Du stock de l'année dernière il nous est resté l'affiche en hélio de Matter et la carte du parcours Paris-Londres.

A l'instigation de la Swissair nous avons au milieu de mai institué un *service de presse aérien*. Il comprend 4 pages et 500 exemplaires en français et allemand. Jusqu'à la fin de l'année il en a paru 12 numéros ordinaires et un numéro spécial, comprenant 15 articles de fond et 132 communiqués. A 25 grands journaux nous avons remis à quatre reprises des illustrations (clichés Cellon). Notre service a trouvé un fort bon accueil auprès de l'Association de la Presse suisse, de nombreux justificatifs en font foi.

Notre stock d'articles et de diapositifs s'est fortement enrichi. La Centrale des diapositifs a reçu par nos soins une collection de 50 diapos concernant le trafic aérien, accompagnée d'un

texte de conférences. Nous avons également enrichi notre stock de photos, et sommes à même de répondre à tous les désirs. Pour l'aviation civile suisse (Office du tourisme aérien, Aéro-Club, topographie) nous avons monté un stand spécial à l'Exposition internationale d'aviation de Stockholm. Nous avons livré du matériel pour la fête aérienne de Noordwijk (Hollande).

Nous avons pris part à la réception des chefs d'agences de voyages anglaises et scandinaves à Dübendorf ainsi qu'à la visite des journalistes hongrois et hollandais, qui étaient venus par la voie de l'air. La Swissair, l'Alpar et plusieurs sociétés aériennes étrangères ont droit à nos remerciements pour les permis qu'elles nous ont accordés.

Pour la propagande du trafic aérien pendant l'hiver, auquel la Swissair a pris une part active, nous avons publié à 15.000 exemplaires un horaire officiel de 16 pages. Le panonceau que nous avons fait distribuer par la poste a été envoyé à 3000 exemplaires. Notre affiche aérienne a été apposée avec surimpression de la mention : Trafic aérien d'hiver. Nous avons fait tirer en outre des agrandissements 40×60 de cinq sujets à 60 exemplaires, que nous avons distribués à nos agences de l'étranger. Au début de 1937 toutes nos agences recevront un modèle réduit du Douglas à exposer dans leurs devantures.

XIV. Activité de la succursale de Lausanne

Notre bureau de Lausanne a continué à remplir ses fonctions de poste de liaison entre l'ONST et le domaine touristique romand, d'office de renseignements et de poste de rédaction française. En fait de *réclame collective*, il a contribué à préparer les campagnes du printemps, de l'été et de l'hiver, et mis en mouvement une campagne d'annonces pour les stations de sports d'hiver romandes dans les journaux suisses. Cette campagne de l'ordre de 10 000 fr. destinée à assurer aux stations le soutien des rédactions a groupé 30 souscripteurs.

Presse

Il a régulièrement alimenté la presse romande d'articles et de photos, et collaboré avec suite à la rédaction de la revue *Suisse*, au Service de presse et aux Informations de l'ONST. Il a pourvu à une bonne partie de nos besoins en traductions, notamment en rédigeant les textes français de nos brochures : Suisse centrale, Sports en Suisse, Suisse balnéaire, Pêche, Suisse éducative (sous presse), et Séjours à forfait. L'organisation du service de presse aérien, la Coupe des Alpes, l'ouverture de la route des Mosses ont eu également recours à ses services à des titres divers.

Expositions et conférences

Chargé de présider la commission d'organisation de la section Sports-Hygiène-Tourisme au Comptoir de Lausanne, il a inspiré la création d'une piste de ski sur neige artificielle, contribué à la réalisation de divers stands, installé un bureau de renseignements, et pourvu à l'affichage touristique. Il a été appelé incidemment à s'intéresser à la réalisation d'un Parc d'attractions suisse à l'Exposition de Paris, et à étudier les conditions d'une participation de l'ONST à la Foire gastronomique de Dijon. Il a prêté son aide au lancement des Foires de Fribourg et de Sion.

Notre représentant a fait diverses conférences, soit pour l'orientation des milieux touristiques (à Montreux, Lausanne, Morat) soit à l'étranger (Dijon, Lyon) pour la propagande des voyages en auto, des sports d'hiver et des séjours à forfait.

Radio

Le bureau de Lausanne a régulièrement fourni à l'émetteur romand une chronique hebdomadaire le vendredi et des communiqués pour le samedi, ainsi que des slogans. Il a collaboré à la réalisation de plusieurs séries d'émissions et de reportages (5 causeries pour la campagne d'été, reportages de Frague sur les itinéraires d'hiver inconnus, reportages Gascard dans les Alpes vaudoises et le Jura et reportages Moreillon sur le Valais, les Grisons et la région de la Jungfrau). Notre représentant a participé en personne à des reportages

ges à Château-d'Oex et à Finhaut. Ses relations avec les directions des deux studios romands, non moins qu'avec la direction du journal *Le Radio* ont été constamment des plus étroites et cordiales.

Film et Photo

Le bureau de Lausanne s'est régulièrement entremis pour assurer les prêts de films. Notre représentant a piloté à travers le pays romand l'équipe des cinéastes des Actualités Fox-Movietone (St-Bernard, Ste-Croix, Gruyère, Lausanne), et documenté également la tournée de prises de vues de la G.P.O. de Londres. Par des articles envoyés à 51 journaux il a soutenu la campagne entreprise par l'ONST pour introduire sur nos écrans les actualités suisses. Il a composé le scénario d'un film sur la Suisse romande, dont la prise de vues doit s'effectuer en 1937.

Congrès et manifestations d'art

Notre représentant a pris part à la propagande et aux travaux du Congrès international de l'Histoire de l'Art, fourni des articles originaux au numéro spécial de la revue, la matière d'une causerie radiophonique, et organisé un voyage de journalistes parisiens. Par son entremise, la Radio de l'Etat français n'a pas consacré moins de cinq annonces et causeries à ce Congrès. Il a rassemblé également un intéressant ensemble de photos sur la Suisse, pays d'art, à distribuer aux illustrés de l'étranger.

Après avoir assisté aux réceptions auxquelles l'exposition Courbet donna lieu à Zurich,

notre représentant a convoyé un groupe de représentants de la critique d'art et des musées français dans l'Engadine. Il a participé à une partie des déplacements du Congrès international de la Presse et à l'excursion des journalistes de la S. d. N.

Relations avec les associations touristiques

Le chef de notre succursale romande se fait un devoir d'assister aux assemblées des associations touristiques qui veulent bien le convoquer. C'est ainsi qu'il a pris part à celles de Fribourg, du Jura bernois, du Valais, de Montreux, de l'AVIT, ainsi qu'à diverses réunions de l'Automobile-Club, tant à Lausanne qu'à Lyon et Dijon. Les questions de matériel et d'information le mettent en relations suivies avec les agences de voyages.

Actions spéciales

Plusieurs actions d'ordre divers ont requis l'attention de notre bureau de Lausanne : gratuité de l'affichage touristique, amélioration du service d'informations météorologiques, participation de l'ASCOOP au financement de la propagande touristique, création d'une loterie vaudoise, exonération des étrangers de l'impôt de crise, reconnaissance officielle du tourisme par la Chambre de Commerce vaudoise, amélioration des relations ferroviaires entre Evian et le Valais, normalisation des rapports entre les stations d'hiver et la presse, création d'un service d'informations sportives pour la presse parisienne, formation d'un groupement international du Circuit du Mont-Blanc, etc.