Zeitschrift: Rapport annuel / Office central suisse du tourisme

Herausgeber: Office central suisse du tourisme

Band: 5 (1945)

Rubrik: 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: 16.07.2025

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

L'aviation privée a pu recommencer dans des proportions modestes au cours des derniers mois de 1945, grâce au relâchement du rationnement de l'essence. Par contre, le vol à voile a pris, en 1945, un essor inconnu jusqu'ici, avec 5669 heures de vol et 46 740 vols.

II. Propagande

1. Relations avec les autorités, les milieux touristiques et autres organisations

La diversité des tâches impose à notre bureau central de propagande une activité multiple. Son caractère de corporation de droit public se reflète sur ses relations avec l'État ainsi qu'avec les milieux touristiques, économiques et culturels.

Il est agréable de constater que grâce à ces relations, une étroite collaboration a pu être maintenue au cours de 1945. Nos remerciements s'adressent en premier lieu à M. Enrico Celio, conseiller fédéral, notre plus haut magistrat du tourisme, pour son aide compréhensive et pour le clairvoyant encouragement qu'il donne au tourisme suisse. C'est là un fait d'autant plus important que la fin de la guerre ouvre peu à peu de nouvelles perspectives à cette branche importante de l'économie nationale et qu'il est permis d'entrevoir la reprise du tourisme étranger. Nos remerciements s'adressent aussi à l'Office fédéral des transports et tout spécialement à son dynamique directeur, M. Henri Cottier, et à ses collaborateurs. Nous devons au Département politique et surtout au service consulaire d'avoir pu établir un contact avec les postes diplomatiques et consulaires de l'étranger. Ceux-ci sont avec nos agences de voyages les meilleurs représentants de nos intérêts touristiques et, dans la guerre comme dans la paix, ils constituent au delà des frontières les plus fermes points d'appui de la Suisse, terre de vacances.

La publicité en Suisse est caractérisée par une collaboration méthodique avec les neuf régions touristiques. Ce n'est pas seulement le tourisme intérieur qui profite de cette organisation, mais ses résultats seront mis avec profit au service de la pro-

pagande à l'étranger. Nos relations avec les régions ont permis d'orienter et d'établir des liaisons durables avec les organisations touristiques cantonales et locales.

Nous nous sommes efforcés aussi d'entretenir une collaboration suivie avec les autres organismes touristiques et les milieux intéressés. Il s'agit avant tout de nos entreprises de transport, les chemins de fer fédéraux, les chemins de fer privés, les compagnies de navigation, la section automobile des PTT, la Swissair, la Société suisse des hôteliers, la Fédération suisse du tourisme, l'Association suisse des directeurs de syndicats d'initiatives, la Caisse suisse de voyage, l'Association des six grandes villes suisses, le Skål-Club, l'Association de la maison suisse du tourisme, l'Automobile-Club de Suisse, le Touring-Club suisse, l'Association suisse des stations thermales, la Société suisse de balnéologie et de climatologie, l'Association suisse des stations climatiques et d'altitude, l'Association suisse des agences de voyages et l'Association suisse de l'enseignement privé.

L'occasion s'est offerte de travailler en commun avec les organisations économiques, notamment avec l'Office suisse d'expansion commerciale, dans le domaine des expositions et des foires ; pour les questions de propagande générale, avec la Commission centrale des organisations suisses de propagande et l'Association suisse de publicité. Les questions culturelles et scientifiques ont fait l'objet de nos relations avec « Pro Helvetia », le Secrétariat des Suisses à l'étranger de la N.S.H., l'Institut de recherches scientifiques pour le tourisme de l'Université de Berne, le Séminaire touristique de l'École des hautes études économiques et commerciales de St-Gall, l'Académie suisse des sciences médicales, la Société suisse « Paracelse », l'Association suisse des établissements psychiatriques privés, l'Association « Bel Ricordo », et diverses associations qui entretiennent des relations culturelles et scientifiques avec l'étranger, notamment la « Swiss American Society for Cultural Relations », la Société suisse des amis de l'Espagne, du Portugal et de l'Amérique latine, la Société Suisse-Norvège, la Société Suisse-Chine, la Société Suisse-Danemark.

Dans le domaine de la radio, mentionnons la Société suisse de radiodiffusion. L'importance du sport, notamment des sports d'hiver, pour le tourisme nous a conduit à entretenir des relations étroites avec différentes associations sportives, en particulier : l'Association suisse des clubs de ski, l'Association

suisse des Écoles de ski, le Ski-Club académique suisse, le Ski-Club de femmes, l'Association suisse des professeurs de patinage, l'Association suisse de tourisme pédestre, le Club Alpin suisse, l'Association suisse de tennis, l'Association suisse de golf, etc.

2. *La propagande par la presse*

a) Insertions et propagande rédactionnelle

A l'exception de quelques insertions occasionnelles à l'étranger, toute la propagande par la presse s'est faite à l'intérieur du pays. Elle s'est répartie sous les rubriques suivantes :

Insertions générales de l'O.C.S.T.
Insertions régionales
Insertions en faveur des villes
Insertions en faveur des stations thermales
Insertions scolastiques
Insertions en faveur des stations climatiques
Insertions en faveur des établissements psychiatriques.

Les *insertions générales de l'O.C.S.T.* ont été réparties sur quatre périodes : printemps, été, automne et hiver. Par leur format et leur exécution, elles étaient éminemment suggestives et reprenaient — sauf celles de l'hiver — des sujets fournis par les concours d'annonces et d'affiches. Pour l'hiver, on a utilisé des photographies. Le slogan des insertions s'inspirait des affiches et de la propagande par vitrines : au printemps « Promenades printanières », en été « Prendre des vacances, c'est prendre des forces pour demain », en automne « Vacances d'automne et cures de raisins » et en hiver « Vacances d'hiver. Joies d'hiver ». Nous avons en même temps soutenu la propagande régionale par la mention des stations dans le texte et par un choix judicieux des motifs figuratifs.

Les *insertions régionales* ont été soutenues par nos subventions. La mise en commun de nos moyens respectifs constituait une aide financière importante sous forme de rabais sur la quantité, sans porter atteinte à l'indépendance des régions pour l'établissement du plan d'insertion.

C'est sur la même base qu'ont été conçues les *insertions des villes et des stations thermales*, les *insertions scolastiques* et celles en faveur des *stations climatiques* et des *établissements psychiatriques*. Nous nous sommes chargés d'élaborer le plan des

insertions, d'établir les bases graphiques et de conduire l'action. Les membres des organisations précitées pouvaient participer à cette action en souscrivant des cases particulières.

Nous avons fait paraître quelques annonces à l'étranger, notamment en Suède, soit comme propagande pour la saison d'automne, soit comme propagande pour les universités suisses. Dans les autres pays, les difficultés relatives aux devises et aux visas sont encore si grandes, qu'il faut attendre des temps meilleurs.

En matière de propagande rédactionnelle, nous nous sommes efforcés de fournir d'une manière continue des textes et des illustrations à la presse suisse et, par nos agences, à la presse étrangère. Il nous est agréable de relever que la presse suisse a fait bon accueil à notre activité rédactionnelle et que c'est le rationnement du papier qui a entraîné parfois des restrictions. Nous avons le plaisir d'adresser à la presse nos sincères remerciements.

Un service d'articles illustrés a été mis au point pour l'étranger à partir de septembre et d'une manière régulière depuis novembre. Le nombre des destinataires progresse sans cesse et comprend, outre nos agences, de nombreux journaux et périodiques étrangers, des représentants diplomatiques et consulaires suisses, qui se donnent beaucoup de peine pour faire connaître cette littérature de propagande.

b) Revue « La Suisse »

Notre revue mensuelle « La Suisse » est de plus en plus appréciée du public qui voyage. Elle a été l'objet de tous nos soins. Elle a paru en 11 numéros. Le rationnement du papier nous a obligé à diminuer le tirage (19 000 exemplaires par numéro) et à faire paraître ensemble les numéros de novembre et décembre. Les couvertures de six numéros représentent des costumes nationaux en couleurs dus au dessinateur Kurth Wirth. Comme les années précédentes, une large place a été faite à la propagande culturelle. Le cahier d'octobre fut consacré en grande partie à la résurrection du trafic aérien et contenait, en tirage à part, sans caractère officiel, un recueil d'articles de techniciens du tourisme aérien, ainsi qu'une description des principaux aérodromes et des projets.

Depuis la fin de la guerre, la Revue est de plus en plus demandée par nos agences à l'étranger, par les légations et les

consulats. A part l'édition réservée au pays, un numéro spécial pour l'étranger, le premier depuis la guerre, a été publié à la fin de l'année. Il porte sur des thèmes culturels, économiques et touristiques, et il en a été tiré deux éditions, l'une en français et en anglais, l'autre en portugais et en espagnol. On envisage pour l'avenir de publier des numéros spéciaux quatre ou cinq fois par an.

Un numéro spécial de 72 pages a été consacré à l'éducation « La Suisse, terre classique de l'éducation ». C'est la contribution de l'O.C.S.T. au Jubilé Pestalozzi. D'éminents représentants de l'éducation suisse ont contribué à sa rédaction.

c) Service de presse

Le Service de presse vert a paru comme d'habitude tous les quinze jours en allemand et en français. Dès que l'approvisionnement en papier s'améliorera, on procédera à une revision typographique. Le Service de presse en langue italienne a paru sous le titre « Piccola rassegna elvetica ». Une fois par mois a paru la liste jaune des manifestations. Depuis l'automne 1945, les agences, légations et consulats reçoivent, outre le Service de presse vert, en allemand et en français, un Service de presse étranger, multicopié, qui contient surtout des nouvelles et des articles intéressant l'étranger. Le Service de renseignements, qui est annexé au Service de presse, a été fort utilisé, oralement et par écrit et les demandes émanant de l'étranger sont en augmentation.

d) Bulletin de l'O.C.S.T.

A la demande générale, un Bulletin de l'O.C.S.T. a été créé en 1945. Il paraît de temps en temps et contient des communications qui peuvent intéresser les milieux du tourisme. Il servira aussi de porte-parole pour toutes les suggestions en matière de propagande touristique. D'après nos renseignements, ce nouvel organe a été accueilli favorablement ; on y a vu surtout une contribution à un travail de collaboration.

e) Presse de l'étranger

La fin de la guerre a eu pour effet de modifier la composition de l'Association de la presse étrangère en Suisse, et c'est avec

les personnalités dirigeantes de cette association reconstituée que le contact a été rétabli. D'autre part nous avons eu l'occasion de recevoir souvent des journalistes isolés, de leur accorder le libre parcours et diverses facilités de séjour, et de les aider à remplir leur mission. Le nombre de ces journalistes a fortement progressé depuis la conclusion de l'armistice et il s'est trouvé parmi eux plus d'un correspondant de guerre en uniforme.

Une action particulière a consisté dans un voyage de journalistes étrangers de 15 pays qui ont été conduits aux Landsgemeinde de Sarnen, Stans, Appenzell et Hundwil. En outre, du 29 mai au 13 juin, un groupe de journalistes français a séjourné dans notre pays. Notre siège auxiliaire s'est chargé de les conduire à travers diverses régions du pays.

Nos chefs d'agences de l'étranger ont repris, sur place, avec la presse, les relations qui avaient été interrompues par la guerre. Notre agence de New-York continue à obtenir des résultats remarquables dans la diffusion d'articles rédactionnels par la presse américaine.

3. *Expositions et foires*

C'est la richesse de notre patrimoine culturel qui a fourni le thème de notre exposition à la Foire d'échantillons de Bâle (14-24 avril). 150 agrandissements photographiques disposés dans un ordre approprié conduisirent les visiteurs aux lieux d'art et de culture des différentes régions du pays, et devant les monuments connus et inconnus.

La même exposition fut adaptée aux conditions du *Comptoir suisse de Lausanne* (8-23 septembre) et de la Fiera Svizzera de Lugano (29 septembre-14 octobre). L'exposition de Lausanne fut complétée par des clichés en couleurs projetés par quatre appareils et représentant des monuments suisses. A Lugano nous avons montré sur l'écran mobile de la grande table d'exposition des PTT des reproductions artisanales suisses, ainsi qu'une collection de timbres et de cartes postales au service de la bienfaisance et de la propagande touristique.

Pour lutter contre la camelote et le mauvais goût et pour relever l'industrie des souvenirs de voyage, un concours de modèles fut institué au commencement de l'année parmi les artistes et artisans. Le résultat du concours fit l'objet d'une

exposition « Le souvenir de voyage suisse » au Musée des arts et métiers de Bâle. Du 4 novembre au 2 décembre environ 4400 personnes la visitèrent. Signalons enfin l'exposition « Arte del Ticino » qui eut lieu en août à Zurich avec notre concours.

Nous avons pris part à l'étranger aux manifestations suivantes :

Exposition suisse de Porto	18 mai - 3 juin
Exposition internationale d'échantillons Barcelone	10 mai - 25 juin
Foire de St-Eric de Stockholm	25 août - 2 septembre
Foire de Paris	8 août - 24 septembre

L'exposition suisse de Porto fut conçue comme celle de Lisbonne. L'organisation du Pavillon du Tourisme était à notre charge. Il donnait un aperçu du tourisme, du paysage, de l'hôtellerie, des transports, de l'éducation, des stations thermales, de l'art et de la culture. Le service des renseignements avait été confié à un agent qui fut extrêmement occupé.

A l'exposition d'échantillons de Barcelone, nous avons loué pour la propagande touristique deux grandes parois de 15 m. de long sur 7 ½ de haut dans le grand hall des machines du Pavillon suisse. Sur une des parois nous avons montré la Suisse en été, la Suisse pays des montagnes et des lacs, et sur l'autre paroi, en face, la Suisse en hiver, avec ce texte : « La Suisse, pays de vacances des peuples. »

La foire de St-Eric à Stockholm a obtenu un grand succès avec ses 102 000 visiteurs et sa participation d'exposants internationaux. Comme à Porto et à Barcelone nous avons collaboré avec l'Office suisse d'expansion commerciale. Dans notre secteur, le document photographique occupa la première place. Les nombreuses demandes de renseignements sur les voyages en Suisse et sur les articles suisses d'exportation ont permis de constater la popularité de notre pays en Suède.

Nous avons jugé utile de participer à la première *foire de Paris* d'après-guerre. Le regard était saisi par un paysage d'hiver avec ce texte : « Calme en Suisse ». Trois grandes peintures murales, de Aeschbach, montraient La Suisse qui guérit, la Suisse, pays des chemins de fer électriques, de l'éducation et des sports. Dans une petite salle de cinéma de 25 places, nous avons montré nos films sonores de 16 mm. et nos diapo-

sitives de couleur. Pendant toute la durée de l'exposition a fonctionné un service de renseignements.

Une Exposition suisse d'affiches a eu lieu du 15 au 30 novembre à Rome, puis à Florence. Elle comprenait environ 70 des meilleures affiches suisses relatives à la propagande touristique, à l'art et à la musique, au commerce et à l'industrie, à des sujets nationaux, aux institutions de bienfaisance, etc. L'organisation de cette exposition fut confiée à notre agence de Rome qui, pour la première fois après une longue interruption, reprenait contact dans une manifestation importante avec l'opinion italienne. Les visiteurs furent nombreux et l'exposition ne recueillit que des éloges de la part des milieux intellectuels et artistiques et de la presse.

A l'instigation du commandant du camp de rassemblement des permissionnaires américains de Mulhouse, nous avons organisé une Exposition suisse permanente au « Leave Center ». 800 à 1000 permissionnaires américains se réunissent chaque jour dans ce camp avant leur départ pour la Suisse et ils y trouvent un premier aperçu du pays où ils vont passer leur permission. C'est devant 200 agrandissements photographiques, 10 vitrines de propagande touristique, garnies de produits de l'industrie horlogère et de la petite industrie suisse que les G. I's prennent joyeusement le départ pour la Suisse. Un bureau d'information touristique a été mis à la disposition d'un agent qui donne aux intéressés tous les conseils utiles.

4. *Propagande par vitrines*

L'efficacité de la propagande par vitrines continue à se confirmer. C'est pourquoi l'O.C.S.T. n'a pas hésité à en organiser quelque 1300. Elles se répartissent sur les quatre saisons, sous le signe des slogans choisis pour les annonces et affiches. Le matériel employé consiste en agrandissements photographiques, images en couleur, dessins et objets. Grâce à l'esprit de compréhension des agences de voyage, des banques et des grands magasins, on a pu entretenir un vaste réseau de vitrines. Une mention particulière doit être faite des 16 remarquables vitrines de la *Société de Crédit suisse* à la Bahnhofstrasse de *Zurich*, qui ont été mises à notre disposition par la direction pendant soixante jours de la saison d'été et de la saison d'hiver. Les maisons *Oscar Weber*, *Jelmoli* et *Globus* de *Zurich* ont également

soutenu nos efforts de la manière la plus généreuse. Nous tenons à exprimer à toutes ces maisons notre vive reconnaissance.

La collaboration avec l'Association suisse des stations thermales s'est manifestée par l'exposition de 20 décors montés pour la *propagande balnéaire*. Une mention toute spéciale est due à la maison Oscar Weber, Bahnhofstrasse, Zurich, pour sa participation à l'action : « Prévenir, guérir, rajeunir ». En plus des vitrines d'exposition, elle avait disposé à l'intérieur du magasin une allée de photographies et d'affiches, le tout complété par la présentation du film de l'O.C.S.T. « Fontes Helvetiae ».

La propagande par vitrines a porté aussi sur les *Villes*, *l'Éducation*, les grandes *questions culturelles*. La vitrine consacrée à la mémoire de Whymper, à Zermatt, du 12 au 21 juillet, a été montrée dans les principales villes du pays.

La *vitrine tournante de la gare principale de Zurich* a été mise à la disposition des régions. Par égard pour les *agences de voyage* qui sont dans une situation difficile et qui ont prêté leurs vitrines, nous leur avons accordé des subventions.

En automne, un concours d'idées pour l'aménagement des vitrines de propagande a été institué parmi quelques artistes. Les modèles présentés permirent d'exécuter différents projets. Depuis la fin de la guerre, nos *agences* ont de nouveau pu être approvisionnées en *matériel de propagande pour vitrines*. Elles ont reçu jusqu'ici sept séries de photographies (30 sur 30 cm.) qui illustrent les thèmes suivants : Châteaux, villes suisses, lacs suisses, chemins de fer de montagne, l'hiver en Suisse, écoles suisses de ski, etc. Nous avons également pu exporter un plus gros volume d'affiches, reproductions, etc.

5. *Affichage*

Les affiches à la fois publicitaires et artistiques sont depuis longtemps une des spécialités de l'O.C.S.T. Dans notre pays, comme à l'étranger, l'affiche est une carte de visite de la Suisse touristique.

Notre affichage s'est conformé à sa tradition. Au printemps, Donald Brun nous a livré une affiche gaie de couleur et attrayante qui représentait un agneau gambadant dans un paysage de printemps. Elle avait le format mondial (90,5 sur 128 cm.) et on a pu la voir dans toute la Suisse. Pour l'élaboration de l'affiche d'été, il a été tenu compte des condi-

tions psychologiques nouvelles créées par la fin de la guerre. Dans l'affiche du peintre Erni on voit au premier plan un lac entouré de rochers escarpés, avec une échappée sur un pays alpestre éclatant et plein de promesses. L'image et le texte (Prendre des vacances, c'est prendre des forces pour demain !) symbolisaient les temps nouveaux qui commençaient avec la fin de la guerre. Format de l'affiche 90,5 sur 128 cm.

Comme il fallait tenir compte des possibilités d'utilisation à l'étranger, l'affiche d'hiver d'Edmond Welf (écureuil) fut imprimée dans le format anglais 64 sur 102. Le format mondial qui est usuel en Suisse peut être utilisé à l'étranger pour l'affichage de rue, mais pas dans les agences de voyage. Cependant pour utiliser toute la superficie du format mondial, nous avons ajouté au bas de l'affiche sur une bande blanche un texte relatif aux régions qui complète le titre de l'affiche « Vacances d'hiver, Joies d'hiver ».

Ces trois affiches ont été tirées à 2000 exemplaires et exposées dans tout le pays. L'affichage a duré au moins deux semaines, mais dans bien des endroits les affiches restèrent exposées plus longtemps. L'affichage de printemps commença en mars, celui d'été en juin et celui d'hiver à la mi-décembre.

L'affichage dans les rues a été complété par le placement d'affiches dans les gares et les stations des C.F.F.

6. Propagande par le film

a) Généralités

La fin de la guerre a amélioré les communications avec l'étranger et de nouvelles possibilités se sont ouvertes à la propagande par le film. Tout d'abord les copies de films existants ont fait l'objet d'une demande grandissante. Et le besoin se fait sentir de nouveaux films, intéressants et courts, pour accompagner les programmes. Cela ouvre à la propagande un vaste champ d'action dans les cinémas de tous les pays. Pour éviter les frais élevés qu'entraîne l'élaboration d'un texte dans plusieurs langues, les nouveaux films ne comporteront que des titres et sous-titres en trois langues (anglais-français-espagnol, éventuellement suédois-hollandais-portugais) et une musique d'orchestre, mais pas de commentaire parlé.

b) Films de 35 cm.

Un film a été tourné en automne, à notre instigation, par la Société « Praesens » de Zurich, sur les permissionnaires américains : « G.I's en Suisse » [longueur 500 m]. Il passe depuis quelque temps aux États-Unis, en Amérique du Sud et dans quelques villes d'Europe. Le souvenir de la traversée de la *VIII*e *Armée* de Brigue à Vallorbe a été conservé dans un film de 160 m. La nouvelle production comprend un court métrage « Touring Switzerland by plane » qui conduit de Berne aux Grisons, au-dessus du Valais et des Alpes bernoises. Dans le cycle « Fleuves suisses », les prises de vues pour le film *Le Rhône* sont au point. Le matériel très varié des actualités cinématographiques a permis de réaliser deux très intéressants films d'accompagnement de programme *Sport blanc en Suisse* et *La Suisse, pays de vacances.* Des prises de vues ont été tournées au cours de l'année pour la réalisation de films qui seront disponibles au printemps 1946. Il s'agit des films *La vie populaire en Suisse*, *Chapelles tessinoises* et *Le château de Stockalper*. Le premier présente des coutumes et des fêtes populaires dont le thème est emprunté à chacune des neuf régions ; les deux autres rentrent dans le cycle inauguré en 1943 sous le titre : « Films d'art ».

On a commencé, en fin d'année, à prendre des vues pour d'autres films encore. Il s'agit d'un film d'hiver avec jeux : *Santé et joie de vivre dans l'hiver suisse*, puis *La Rue*, et *Le patinage en Suisse.* Ce dernier a été composé avec des scènes empruntées aux cours de l'Association suisse des professeurs de patinage.

c) Films de 16 mm.

Le film étroit continue à se heurter à certaines difficultés techniques dues à la guerre. A cela s'ajoute qu'il n'est pas encore possible en Suisse de copier des films de couleurs.

Les films en couleurs suivants ont été entrepris : *Fleurs des Alpes*, *Le printemps en Suisse*, *L'été en Suisse*, *l'hiver en Suisse*, *Sentiers*, *La vie populaire en Suisse* ; pour ce dernier les vues ont été prises en même temps pour un film ordinaire. L'exposition de peinture ancienne sur verre, qui a eu lieu en décembre à Zurich au Musée des arts industriels, nous a incités à tirer un film en couleurs de ces merveilles. Les sujets suivants ont été traités en noir et blanc : *L'école de yachting du lac*

de Thoune, *La Suisse, paradis du vol à voile*, et un film d'alpinisme : *Santé et joie de vivre dans les montagnes suisses*. Dans certains cas nous avons acquis le *droit de reproduire en film étroit* des films existants, par exemple le film *Le lac des Quatre-Cantons* qui appartient au cycle *Lacs suisses* et le film *Avalanches* qui a été tourné par l'Association suisse pour l'enseignement de la cinématographie, en collaboration avec le Service des avalanches de l'armée. Il en est de même pour le film *Ramer*, accompagné d'éléments documentaires.

En plus de cette production de nouveaux films étroits, on a tiré des reproductions d'autres films que possède l'O.C.S.T.

Il résulte de ce bref aperçu que dans le secteur du « Film » un programme chargé a été rempli, pour répondre à la demande grandissante provenant tant du pays que de l'étranger.

d) Prêts de films

Films standards.

Le film « Un peuple de skieurs » a déjà fait l'objet de trois tournées d'hiver dans les clubs de ski et chez les permissionnaires américains. Plusieurs copies anglaises ont été envoyées aux troupes d'occupation anglaises en Autriche et en Allemagne. Aussitôt achevée, la première copie du film des permissionnaires américains « G.I.'s in Switzerland » fut envoyée en Amérique. Le film a obtenu un grand succès en Suisse, dans d'autres pays d'Europe et en Amérique du Sud. Le court métrage sur le transit de la VIIIe Armée à travers la Suisse est parti pour l'Angleterre. Le cycle des « films d'Art » a été repris pendant l'hiver 1945-1946 en collaboration avec les Associations suisses pour le film culturel. A l'occasion du Gala du ski à Paris, la Revue « Neige et Glace » a organisé avec un grand succès des représentations cinématographiques auxquelles notre Agence a pris une part importante. Aux expositions de Porto et de Barcelone nos films ont recueilli la faveur du public. Nous avons eu à cœur de profiter de l'amélioration des conditions de transport pour mettre à la disposition de nos agences un matériel de films nouveau. Nous avons soutenu les semaines internationales du film à Bâle et Lugano et avons reçu une équipe de Paramount News Stockholm pour trois reportages sur les sports d'hiver. Grâce aux agences, la demande de documentaires suisses à l'étranger est en notable progression.

Nous ne voulons pas clore ce chapitre sans mentionner les deux remarquables films suisses de la Société Praesens S. A. de Zurich « Marie-Louise » et « La dernière chance », qui, par leur succès extraordinaire à l'étranger, apportent un soutien précieux à notre propagande.

Films 16 mm.

Les 160 films que nous avons en dépôt à la Centrale des films de 16 mm., à Berne, ont fait l'objet de 2500 prêts. Les associations, les écoles et les particuliers ont continué à faire largement appel à notre Service de prêt de films. L'emploi grandissant de films étroits par nos agences de l'étranger entraîne la mise en service, suivant les possibilités de transport, des appareils Paillard sonores.

7. *Service photographique*

Le Service photographique a été réorganisé entre le 15 juillet et l'arrière-automne pour répondre aux exigences de la propagande à l'étranger. Le nombre des négatifs conservés dans nos archives s'élève à quelque 35 000. Les agences ont reçu plus de 4000 agrandissements photographiques, parmi lesquels notamment les séries destinées aux vitrines. La demande de matériel photographique de la part de la presse et des milieux intéressés est très forte. Le Service des articles a été rattaché au Service photographique, si bien que maintenant un seul service peut répondre aux besoins de la presse.

La réserve de négatifs a été notablement complétée et augmentée. Il reste cependant encore des lacunes à combler, car le matériel photographique n'arrive pas à satisfaire la demande de tous les intéressés.

Le concours photographique ouvert l'année dernière pour la première fois sur le sujet « Descentes et virages dans la neige poudreuse » a été ouvert à nouveau pendant l'hiver 1945-1946, en collaboration avec « Photo-Expert » de Bâle.

Les voyages des permissionnaires américains ont donné lieu à divers reportages illustrés qui ont été transmis par notre agence à New-York à la presse américaine.

8. *Radio*

Les émissions hebdomadaires de l'O.C.S.T. nous permettent de faire connaître rapidement les nouvelles touristiques de toute espèce. Des sondages ont établi que ces émissions sont assidûment suivies. Leur préparation pour Beromünster est assurée par notre Office de Zurich, tandis que pour Sottens l'O.C.S.T. en confie la rédaction au Studio de Genève.

La transmission téléphonique du bulletin d'enneigement avant la publication du bulletin des C.F.F. a donné toute satisfaction. La transmission des bulletins météorologiques aux agences a été reprise. Des démarches ont été entreprises à la fin de 1945 en vue d'émissions en langue anglaise par Beromünster ; l'exécution de ce projet relève du prochain rapport.

Une interview avec Arnold Lunn a été enregistrée sur disque et retransmise par le Studio de Zurich. En outre quelques contributions ont été apportées à « La foire du temps ».

Ces émissions et divers reportages de propagande touristique ont témoigné de l'esprit de compréhension bienveillante de la Radiodiffusion suisse et de ses studios pour notre plus grand profit.

9. *Conférences*

Notre réserve en diapositives de couleurs, de 5×5 cm., compte 11 000 pièces. Peu à peu tout le matériel est tiré en séries disponibles pour le prêt, avec texte. Dans 35 cas nous avons constitué des séries spéciales à la demande expresse du conférencier.

Les représentants suivants établis à l'étranger ont reçu de 300 à 400 diapos en couleurs : les agences de Stockholm, Lisbonne, Rome, Amsterdam, Paris, Londres, Bruxelles, le Caire, Nice, ainsi que le consulat de Suisse de Belgrade. Les agences de Paris, Nice, Bruxelles, Amsterdam et Lisbonne sont déjà en possession d'un appareil de projection pour les diapositives Leica en couleurs ; les appareils pour les autres agences seront expédiés dès que les possibilités de transport le permettront. En Suisse, nous avons fait nous-mêmes dans différentes occasions des conférences sur des questions de tourisme et de propagande. Une semaine de conférences sur la Suisse a eu lieu à Stockholm au commencement de l'année. D'éminents profes-

seurs de l'Université populaire ont traité divers sujets : l'histoire suisse, le tourisme, l'industrie, l'alpinisme, les sports d'hiver, la démocratie suisse, la Croix-Rouge, les coutumes populaires. Le chef de notre agence de Stockholm a participé à l'organisation de cette manifestation qui a éveillé des échos très favorables dans le public et dans la presse suédoise, laquelle est fort bien disposée à notre égard.

10. Sports

L'exercice de certains sports est devenu un facteur essentiel de santé et d'organisation des vacances. Le client du XXe siècle ne se contente plus d'un repos délicieux dans un fauteuil et de promenades dans le parc soigné de l'hôtel. Jeune ou vieux, il veut par le mouvement et l'activité sportive en pleine nature donner de nouvelles forces à l'esprit et au corps usé par la vie quotidienne, afin d'apporter la santé et la joie de vivre dans sa vie professionnelle et privée.

C'est pourquoi le développement du sport relève de la propagande touristique dans la mesure où il s'agit de sports qui exercent une influence directe ou indirecte sur les vacances et les voyages. Le ski surtout rentre dans cette catégorie, le patinage aussi, le curling et les sports d'hiver en général. En été, c'est l'alpinisme, les excursions à pied, le tennis, la pêche, le golf, le cyclisme, etc. Dans le domaine des sports d'hiver nos relations ont été entretenues avec l'Association suisse des clubs de ski, l'Association des écoles suisses de ski, le Ski-Club académique suisse, le Ski-Club de femmes et l'Association suisse des maîtres de patinage. L'O.C.S.T. a continué à accorder des subventions substantielles au cours des directeurs d'écoles de ski de la Petite Scheidegg et à soutenir la formation des maîtres de ski, des as du ski et du patin. En plus des subventions, la littérature sportive de l'O.C.S.T. s'est augmentée de quelques publications appropriées.

Nos efforts pour renouer des relations avec les milieux sportifs de l'étranger ont pris surtout la forme d'invitations personnelles. Nous avons eu le plaisir de recevoir un éminent représentant du Ski-Club de Grande-Bretagne, le Col. Cave, de Londres, pour le cours de maîtres de ski de la Petite Scheidegg. Il vint ensuite, au cours de l'hiver, une délégation du même Club composée du Président, du Vice-Président et d'un

membre de la commission technique. Le but de ce voyage d'études était de prendre contact avec les stations de villégiature et de préparer des voyages de vacances d'hiver qui suscitent un vif intérêt en Angleterre. Notre action en faveur des sports d'hiver pour permissionnaires américains doit être particulièrement soulignée. Elle nous a demandé beaucoup de travail, mais elle a ouvert des perspectives très intéressantes à notre propagande touristique aux États-Unis.

Grâce à notre contribution financière et rédactionnelle, le « Ski », organe officiel de l'Association suisse des clubs de ski, a paru en édition anglaise tirée à 10 000 exemplaires. Ce numéro spécial a été adressé aux membres du Ski-Club de Grande-Bretagne et les agences de New-York, Stockholm, Amsterdam et Londres en ont reçu assez d'exemplaires pour les distribuer aux clubs de ski et aux milieux intéressés. Avec l'aide de l'organisation de la Semaine suisse, un concours a été institué dans les écoles suisses sur le thème « L'hiver suisse ». Nous avons invité des représentants de la presse anglaise et américaine à la Semaine Whymper à Zermatt et, d'autre part, un journaliste sportif des États-Unis, un journaliste anglais et plusieurs représentants de la presse suisse à l'École d'alpinisme de Rosenlaui.

La question de l'École d'alpinisme a fait l'objet d'une étude approfondie avec le comité central des clubs alpins suisses.

Nous avons poursuivi l'étude de la question d'une course de patrouille Mont-Blanc-Jungfraujoch. Nous avons participé dans les Grisons à un cours d'instruction pour excursions en montagne, dans le dessein de développer le tourisme pédestre. Sur le même sujet, une brochure intitulée « Tourisme pédestre » paraîtra au commencement de 1946.

Nous avons ouvert un concours photographique dans le périodique « Le tourisme à bicyclette » qui a un gros tirage.

11. Actions spéciales

Le domaine des actions spéciales s'étend à toutes les propagandes qui ne rentrent pas sous des rubriques particulières. On ne mentionnera que celles qui ont exigé un effort financier et d'organisation important.

La plus importante de ces actions durant la première année de paix fut, sans contredit, celle entreprise pour les permission-

naires américains, action qui, tant du point de vue de la propagande que du point de vue économique, a un caractère exceptionnel, mais qui a jeté un pont entre le tourisme intérieur et le tourisme étranger, et qui retentira jusque dans les régions les plus lointaines du continent américain.

Cette action mérite une mention particulière du fait que l'O.C.S.T. y a contribué très activement. Ses conséquences influeront pour des années sur notre tourisme étranger et compenseront dans une certaine mesure et pour longtemps la défaillance d'une grande partie de notre clientèle étrangère.

L'action pour les permissionnaires américains a commencé le 25 juillet 1945. Jusqu'au 31 décembre, 156 594 permissionnaires ont pénétré en Suisse par Bâle et Chiasso, divisés par groupes ; ils passent un congé de 7 jours dans notre pays.

Les tours dits de transit, Allemagne-Suisse-Italie, qui ont commencé le 23 décembre, passent par Buchs, comportent un séjour de 2 jours à Lugano et se terminent à Chiasso. L'itinéraire de retour passe par la Suisse via Chiasso-Lugano (avec une nuitée dans cette ville) Zurich-Buchs.

Les prestations des Américains sont de 35 $ par permissionnaire que celui-ci porte sur lui. En outre, les instances américaines compétentes fournissent des provisions de bouche pour une valeur de 13 fr. par permissionnaire, et, pour les séjours d'automne et d'hiver, du charbon pour une valeur de 5 fr. par homme.

La direction de toute cette action a été confiée par le Conseil fédéral au Chef de Section du Service territorial, le Colonel d'État-major général E. Münch.

L'établissement des programmes de voyages est confié à une commission spéciale sous la Direction du Dr Cottier. Plusieurs spécialistes du tourisme et de l'hôtellerie en font partie, notamment le Directeur de l'O.C.S.T., M. S. Bittel, M. le Directeur Schmid, membre du Bureau de notre Office et Vice-président de la Société suisse des hôteliers. Notre Office est également représenté par son directeur dans le Comité de l'action pour les permissionnaires américains.

Une Centrale touristique pour les permissionnaires américains a été constituée avec siège auprès de l'Office fédéral des transports, à Berne. Elle est placée sous la direction de notre sous-directeur, M. F. Niederer.

Deux délégués de la Centrale touristique fonctionnent, l'un à Milan, l'autre à Mulhouse, comme agents de liaison entre les

deux « Swiss Leave-Centers » (Camps de rassemblement) de Mulhouse et de Milan et la Centrale touristique. Au Camp de rassemblement de Mulhouse, un Bureau de renseignements suisse a été en outre installé avec la collaboration de notre Office.

Pour le bon fonctionnement du passage de ces permissionnaires, 3 inspectorats ont été créés aux gares frontières de Bâle, Chiasso et Buchs. Ils fonctionnent comme agents de liaison entre la Centrale de Berne et les nombreux guides. Il y a 5 agents à Bâle, 2 à Mulhouse, 2 à Chiasso et 1 à Buchs.

La Centrale touristique de Berne travaillait à la fin de l'année avec une équipe de 25 agents et employés. Outre le chef et son représentant, 6 employés de cette équipe ont été mis à la disposition de la Centrale par l'O.C.S.T.

Le nombre des guides qui accompagnent les 15 groupes de permissionnaires qui pénètrent journellement en Suisse était, à la fin de décembre, de 151.

L'action des permissionnaires s'est jusqu'à présent étendue sur quatre périodes : été, automne, arrière-automne et hiver. Il serait trop long, dans le cadre de ce rapport, de s'étendre en détail sur le développement et le résultat de cette vaste entreprise.

Pour compléter ce bref exposé il convient de mentionner les actions de propagande poursuivies parallèlement par l'O.C.S.T., entièrement ou partiellement à ses frais.

La plus importante de ces actions est la publication de la brochure de propagande édictée par l'O.C.S.T. et distribuée gratuitement à chaque permissionnaire : « Switzerland a short Survey ». Elle a paru en première édition sous le titre « Souvenir of Switzerland ». Comme deuxième publication, il faut mentionner l'ouvrage richement illustré : « Our leave in Switzerland » qui est cédé aux permissionnaires au prix de 2 fr. 50. La vente en est confiée aux guides. Son écoulement est extrêmement satisfaisant.

L'organisation des sports d'hiver qui, contre l'attente des services compétents américains, a été très favorablement accueillie par les permissionnaires a été confiée à l'O.C.S.T. en accord avec la Centrale touristique pour les permissionnaires américains. Le Dr Senger s'est chargé de cette tâche.

Les sports d'hiver se sont favorablement développés parmi les permissionnaires, ce qui contribuera non seulement à rendre populaire le sport d'hiver suisse aux États-Unis, mais à amener

à l'avenir dans notre pays de nombreux amis des sports d'hiver.

En plus de l'organisation des voyages des permissionnaires, de nombreuses autres actions furent accomplies, malgré notre manque de personnel dû au fait que plusieurs de nos employés avaient été détachés à Berne.

En avril fut ouvert un *concours pour la création de modèles artistiques de souvenirs de Suisse.* Le résultat de ce concours fut réjouissant. Plusieurs centaines de modèles furent présentés dont 50 furent primés. Quelques-uns des meilleurs modèles seront fabriqués industriellement. Nous espérons ainsi poursuivre victorieusement la lutte contre le « mauvais goût » qui sévit encore dans les « souvenirs de voyage ». Nous invitâmes un groupe de solistes de l'*Opéra de Paris*, qui séjournait à Zurich à l'occasion des Fêtes de juin, à une excursion au Rigi. Cette excursion au cœur de la Suisse eut pour heureux résultat que les participants, à leur retour à l'Opéra, firent représenter un ballet qui, sous le titre « l'Appel de la Montagne » avec des costumes, des décors et une partition suisse d'Arthur Honegger, tint l'affiche pendant plusieurs mois.

Du 2 au 7 juillet, les directeurs des syndicats d'initiative des villes visitèrent une série de stations balnéaires pour pouvoir répondre sur la base d'une expérience personnelle aux questions toujours plus nombreuses qui leur sont posées par les citadins sur les cures balnéaires.

Nous mentionnons pour mémoire le *voyage des journalistes français*, ce printemps dernier, qui fut organisé par notre section de presse étrangère.

Au chapitre « Voyages d'études » se rattache l'excursion d'une journée au Rigi de la C.E.G.O.S. (Commission générale de l'organisation scientifique du travail) que nous reçûmes en liaison avec l'Office suisse d'expansion commerciale et la Chambre de Commerce suisse de Paris, dans le cadre d'un voyage d'information organisé à travers l'industrie suisse.

Diverses manifestations dans le pays ont été soutenues par notre propagande, notamment les *Semaines musicales internationales de Lucerne*, la *vente d'écus en chocolat pour le lac de Sils* et la protection de la nature et des sites, le *cours de construction de modèles réduits de l'Aéro-club suisse* à Arosa, les *concours de ski de Zermatt* et le *Jubilé de Pestalozzi.*

Le *passage de la VIII*e *Armée* à travers la Suisse fit l'objet d'un film de court métrage et, de plus, on distribua aux soldats et aux officiers de ce fameux corps expéditionnaire, pendant sa

courte halte à Brigue et à Lausanne, des prospectus en langue anglaise.

Nous avons distribué en décembre, comme premier salut de la Suisse aux *étudiants américains* à leur arrivée à notre frontière, une brochure bien documentée sur les universités suisses. Nous nous sommes associés à la création de la Société Suisse-Danemark à Berne et sommes devenus membres de plusieurs associations analogues (Suisse-USA, Suisse-Chine, Suisse-Norvège).

En outre, nous avons pu résoudre le problème compliqué de la *documentation des Bureaux de voyage à l'étranger.*

Nous avons organisé en été un *concours de projets d'affiches* sous le titre « Montagne et lacs, le but des vacances suisses ». Nous avons reçu une série de bons projets, nouveaux et efficients ; nous en éditerons quelques-uns.

Rappelons enfin qu'en liaison avec la rédaction de la revue *Das ideale Heim*, nous avons fait paraître différentes monographies notamment sur les bains, l'éducation, les villes, les souvenirs de voyage, etc.

12. Imprimés

a) Production

Le tableau qui suit donne une vue détaillée de notre production d'imprimés. Elle a augmenté par rapport à l'année précédente, en raison surtout du gros tirage des brochures distribuées aux permissionnaires américains. Le contingentement du papier a non seulement pour conséquence une augmentation notable des frais, il met l'imprimeur et l'éditeur dans une certaine incertitude quant aux délais de livraison. Nous avons pu néanmoins mettre en route le calendrier O.C.S.T. 1946 assez tôt pour qu'il parvienne avant Noël dans les pays d'Europe et même en partie dans les pays d'outre-mer. Nous recevons toujours, avec satisfaction, des louanges de l'étranger pour la qualité de nos imprimés et pour la capacité de production de l'imprimerie suisse qui a acquis aujourd'hui une maîtrise indiscutée. Comme de juste nous adressons ici tous nos remerciements aux firmes qui nous ont aidé à donner à nos publications la marque de la « qualité suisse ».

C'est à la collaboration de l'art graphique et de l'impression que nous devons le succès de nos deux affiches « Prin-

Production d'imprimés de l'O. C. S. T. en 1945

	ÉDITIONS				
	allemand	*français*	*anglais*	*en blanc*	*total*
A. *Brochures, prospectus et autres imprimés.*					
Le printemps en Suisse, 1945, manifestations	7 980	4 020	—	—	12 000
L'été en Suisse, 1945, manifestations	8 150	4 075	—	—	12 225
L'automne en Suisse, 1945, manifestations	8 060	4 000	—	—	12 060
L'hiver en Suisse, 1945/46, manifestations.	6 220	6 265	—	—	12 485
Sports d'été en Suisse, 1945 (Tableau des sports) . . .	16 000	8 000	—	—	24 000
Sports d'hiver en Suisse, 1945/46 (Tableau des sports) .	8 000	4 000	—	—	12 000
La Suisse orientale	8 000	8 000	—	—	16 000
La Suisse, terre de guérison, *dont 5 000 ex. en italien . .	—	—	15 000	—	20 000*
L'enseignement privé en Suisse	2 000	4 000	4 000	—	10 000
Souvenir of Switzerland	—	—	30 700	—	30 700
Switzerland a short survey	—	—	50 000	—	50 000
Swiss Art. Swiss Antiquities	—	—	10 000	—	10 000
The Swiss Universities.	—	—	20 000	—	20 000
The Political Institutions of Switzerland	—	—	8 000	—	8 000
Vacances d'hiver prolongées	20 000	9 000	—	—	29 000
Fontes Helvetiae - Sources thermales suisses	34 590	17 070	—	—	51 660
Calendrier O.C.S.T. - 1946 - (en 6 langues)	—	—	—	—	30 000
Tirages à part des planches de costumes nationaux . .	—	—	—	—	39 000
Rapport annuel de l'O.C.S.T., 1944.	800	250	—	—	1 050
Total des brochures, prospectus et autres imprimés . .	119 800	68 680	137 700	—	400 180

B. *Revue* « La Suisse » :					
Édition suisse	—	—	—	—	209 700
Édition pour l'étranger (anglais/français)	—	—	—	—	8 000
Numéro spécial « La Suisse, terre classique de l'éducation »	2 500	—	—	—	2 500
C. *Service de presse* (vert)	37 150	19 050	—	—	56 200
D. *Liste des manifestations* (jaune)	9 550	5 150	—	—	14 700
E. *Affiches*					
Affiche de printemps «Vacances de printemps » (Brun).	2 272	1 033	—	300	3 605
Affiche d'été « Prendre des vacances, c'est prendre des forces pour demain » (Erni)	2 332	1 272	—	679	4 283
Affiche d'hiver « Les plaisirs de l'hiver » (Welf)	2 385	1 883	1 035	283	5 586
Affiches blanco Eidenbenz : printemps	—	—	—	5 325	5 325
été	—	—	—	5 650	5 650
automne	—	—	—	5 510	5 510
hiver	—	—	—	6 425	6 425
Photo-affiche « Descente en schuss » 64×102 cm.	—	—	—	5 120	5 120
31× 51 cm.	—	—	—	4 300	4 300
Affiche blanco Carigiet : Oberland bernois.	—	—	—	6 460	6 460
Suisse orientale	—	—	—	6 460	6 460
Grisons	—	—	—	6 460	6 460
Valais.	—	—	—	6 460	6 460
Total des affiches	6 989	4 188	1 035	59 432	71 644

Production totale de l'O.C.S.T. en imprimés :

A. Brochures, prospectus et autres imprimés	119 800	68 680	137 700	—	400 180
B. Revue « La Suisse »	2 500	—	—	—	220 200
C. Service de presse (vert).	37 150	19 050	—	—	56 200
D. Liste des manifestations (jaune).	9 550	5 150	—	—	14 700
E. Affiches	6 989	4 188	1 035	59 432	71 644
Total général des imprimés O.C.S.T., en 1945	175 989	97 068	138 735	59 432	762 924

temps » (agneau) et « Prendre des vacances, c'est prendre des forces pour demain » (Été) réalisées dans le cadre du *concours du Département fédéral de l'Intérieur*. Ces deux affiches furent primées et classées parmi les meilleures de l'année 1945.

b) Distribution d'imprimés et de matériel

Dans le pays : le seul imprimé qui fut mis en vente dans les librairies est la brochure « L'Art en Suisse ». Sur un tirage de 50 000 exemplaires, 30 000 furent écoulés par la librairie, ce qui d'après les gens de métier, constitue un brillant succès de vente.

La distribution du matériel a notablement augmenté sur l'année précédente, surtout du fait de l'augmentation de la demande d'affiches. En outre de nombreuses affiches et prospectus furent distribués aux permissionnaires américains ; nos réserves en matériel de propagande en langue anglaise trouvèrent ainsi un emploi répondant à leur destination. A côté du matériel de propagande d'intérêt général, des prospectus d'instituts et de stations thermales furent demandés à diverses reprises par les milieux intéressés. Il y eut une grosse demande de prospectus des Sociétés de développement et des entreprises de transport, à l'occasion des trois foires nationales de Bâle, Lausanne et Lugano. Au cours de ces manifestations, la nouvelle édition de la brochure « L'Art en Suisse » a suscité un vif intérêt. L'envoi du matériel d'exposition destiné aux vitrines des agences de voyages et des grands magasins, a fortement mis à contribution le service du matériel, qui s'est chargé en outre de la distribution des affiches pour les diverses expositions, manifestations sportives, etc.

Étranger : Grâce à l'amélioration des transports, l'expédition du matériel de propagande à l'étranger a pu se faire sur une plus grande échelle. Dans le courant de l'année des allégements furent apportés dans l'établissement des documents pour les envois par caisses. Par contre, le maintien des prescriptions sur la production des certificats d'origine pour les imprimés et le sévère contrôle de ceux-ci dans les ports d'embarquement, ont entravé l'envoi régulier de notre matériel de propagande. Néanmoins la demande pressante de nos représentations consulaires et diplomatiques à l'étranger en guides et prospectus d'écoles, d'instituts, d'universités et d'établissements de cures put être satisfaite en grande partie. Le besoin de nos

agences à l'étranger en matériel de propagande en langues anglaise, française, hollandaise, espagnole et portugaise s'est accru dans une forte proportion. Nos réserves de prospectus, principalement dans ces langues, se sont épuisées au point qu'un approvisionnement par les Sociétés de développement est devenu indispensable. L'envoi d'affiches a suivi la même voie ascensionnelle que l'envoi des prospectus. Il fallut ajouter à la plupart de ces affiches la mention imprimée « Suisse » ou « Switzerland » qui manque malheureusement encore souvent aux affiches des Sociétés de développement.

Le mouvement de distribution du matériel de propagande pendant l'année rapportée s'éclaire par les chiffres suivants :

a) Réception de publications nationales pour 1945 :

1. Brochures, prospectus, guides, programmes, etc. . .	181 850	(75 945) ex.
2. Affiches.	13 255	(9 800) »

b) Expédition :

1. Caisses	399	(257)
2. Colis postaux	2 828	(2 571)
3. Paquets d'imprimés . . .	13 903	(8 712)

III. Rapport d'activité du Siège auxiliaire de Lausanne

L'année de la libération a privé le siège auxiliaire de la collaboration de MM. Blaser et Berguer qui ont rejoint leur poste. Il n'y a pas eu d'autres changements dans le personnel.

L'activité principale s'est portée

1. sur la propagande scolastique qui, à mesure que les frontières se rouvrent, doit retrouver son ampleur d'avant-guerre afin d'encourager les instituts et maisons d'éducation à reprendre leur exploitation antérieure pour le plus grand profit de notre tourisme en général ;