

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office central suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office central suisse du tourisme  
**Band:** 7 (1947)  
  
**Rubrik:** Activité des agences

### **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>**

s'accompagnent du service d'articles et de photographies à la presse régionale. Un contact étroit est maintenu avec les quotidiens importants. Il nous est agréable de mentionner les bonnes relations entretenues avec les Consulats de Suisse à Lyon, Besançon et Annecy, et de souligner l'excellent accueil qui nous est fait par les dirigeants des organismes de tourisme dans ces départements.

La « Commission France-Suisse-Monaco du tourisme rhodanien » a poursuivi ses travaux auxquels nous avons participé, pour la préparation, notamment, d'une carte du Bassin du Rhône.

## VII. Activité des agences

### *1. Généralités*

Le travail a été considérable dans nos agences durant l'année; chefs et personnel ont été mis à forte contribution. Dans tous les pays d'Europe, où des devises étaient accordées pour le tourisme, les demandes pour la Suisse ont été nombreuses. La besogne de nos agents a été alourdie par les prescriptions toujours compliquées et sujettes à d'incessantes modifications. Il leur faut non seulement renseigner la clientèle, mais tenir au courant, au fur et à mesure, les agences de voyages et autres organisations touristiques, les associations d'automobilistes, etc.; tout cela demande beaucoup de temps. De plus, la vente des billets a doublé dans nos agences par rapport aux meilleures années d'avant-guerre. Il nous est agréable de souligner que les agences les plus surchargées de travail, comme Bruxelles, Londres, Milan, Paris, Rome et Stockholm, ont été à la hauteur de leur tâche et que malgré l'affluence elles ont pu satisfaire aux demandes avec doigté.

Les autres agences également ont eu à assumer, en dehors du service de renseignements, de grandes responsabilités. Celle du Caire a été chargée par la Swissair de la vente de ses billets de passage; notre représentation de Francfort a dû s'occuper des facilités d'entrée en Suisse enfin accordées aux membres des troupes américaines d'occupation et a dû préparer les entretiens de la Commission grou-

pant les représentants des intérêts touristiques suisses, qui a séjourné en Allemagne du 1<sup>er</sup> au 10 décembre 1947; l'agence de New-York a mis sur pied sa première grande action publicitaire aux Etats-Unis et celle de Nice s'est occupée de trouver de nouveaux locaux. Les agences de création récente comme Buenos-Aires, Lisbonne et San Francisco ont voué tous leurs efforts à créer des relations et à les étendre. Même à Amsterdam le travail n'a pas manqué, alors qu'aucun contingent de devises n'est octroyé aux touristes, en Hollande.

La 3<sup>me</sup> conférence des chefs d'agence a eu lieu à Zurich du 3 au 6 mars. Elle avait pour but de préparer le programme d'action pour l'été et l'automne 1947 et pour l'hiver 1947/48. La participation de la plupart des chefs d'agence a permis une prise de contact avec les directeurs des offices de tourisme régionaux, ainsi que les habituels entretiens avec les représentants des CFF. Du 15 au 18 septembre 1947, la 4<sup>me</sup> conférence des chefs d'agence a réuni à Lausanne tous nos représentants à l'étranger. En outre, la Direction a convoqué à Zurich, du 1<sup>er</sup> au 4 décembre, les chefs des services chargés de la vente des billets, pour discuter de l'organisation de cette branche d'activité.

Le Règlement de service pour les représentations de l'O. C. S. T. à l'étranger, qui avait été appliqué à titre provisoire en 1946 pour une année, a été définitivement adopté par le Bureau après certaines améliorations.

## *2. Rapports des agences*

*Amsterdam.* Malgré le manque de devises, il est permis de dire que le trafic a été assez satisfaisant et que l'agence d'Amsterdam a été très affairée: la clientèle a été très nombreuse et la vente des billets a augmenté fortement. En dehors des voyages d'affaires, des séjours de cure et de certains voyages d'étude pour lesquels des devises étaient accordées, le mouvement touristique entre la Hollande et la Suisse a principalement consisté en échanges.

Le matériel de propagande a été livré en quantités toujours plus fortes aux bureaux de voyages et aux associations touristiques. Notre service de prêt de films et de diapositives connaît une activité ré-

jouissante. La preuve ayant été fournie de l'utilité des voyages d'étude qui permettent aux employés des agences de voyages de l'étranger de mieux connaître le pays, 17 booking-clerks hollandais ont effectué un voyage en Suisse en 1947, sous les auspices de l'O. C. S. T. Au nombre des actions spéciales de cette agence, qui constituent une propagande à longue vue, on peut mentionner les tournées du Jodlerchor de Meiringen, des « Canterini del Ceresio » et la « Chanson de Montreux » ; ces ensembles ont obtenu un vif succès au cours de 30 concerts donnés dans diverses sections de l'Association touristique néerlandaise.

Les clubs suisses d'Amsterdam et de La Haye, ainsi que la « Stichting Nederland-Zwitserland », qui a pour tâche de développer les échanges culturels, commerciaux et touristiques entre les deux pays, ont bénéficié de notre appui à l'occasion de manifestations spéciales.

Une traduction de l'ouvrage « Schweizer Bergführer erzählen » a été publiée en langue néerlandaise et nous avons collaboré et accordé notre appui financier à la sortie de deux ouvrages : « Winterveelde in de Bergen » et « Bergsport ».

*Bruxelles.* Les déplacements des ressortissants du Royaume de Belgique, que ce soit en train, en auto, en autocar ou en avion, à destination de la Suisse n'ont jamais été si nombreux qu'en 1947. Cela est dû à un octroi satisfaisant de devises. Les communications ferroviaires entre la Belgique et la Suisse ont été améliorées dans une certaine mesure pendant la saison d'été, mais malgré cela la pénurie de places s'est fait sentir, parce que les trains de transit étaient déjà occupés par les touristes britanniques. Pendant cette période il était presque impossible d'obtenir des agences de voyages la réservation de places de wagons-lits. Il en résulta un grand nombre de plaintes de la part des voyageurs belges. Les déplacements en automobiles privées ont fortement augmenté et un grand nombre de voyages en autocars ont été organisés, ce qui a quelque peu soulagé le trafic ferroviaire. Bien que cinq vols quotidiens aient été assurés à destination de la Suisse, les voyageurs devaient réserver leurs places un mois à l'avance à bord des appareils de la Sabena et de la Swissair, ce qui n'est pas normal.

Un petit guide touristique, tiré à 10 000 exemplaires, a été édité à l'intention de la clientèle belge, et au début de l'hiver nous avons fait tirer à 6000 exemplaires une liste des taxes ferroviaires au départ de Bâle à destination des principales stations sportives d'hiver.

Sur la base des crédits accordés, 235 annonces ont été insérées dans les journaux et périodiques belges pour les saisons d'été et d'hiver. Cette action publicitaire a été appuyée par la publication de plusieurs centaines d'articles, illustrés ou non, dus en grande partie à des plumes belges.

Pendant les mois de janvier à juin et d'octobre à décembre, notre service de films a organisé 450 présentations, complétées dans plusieurs cas, de conférences avec diapositives. Il y eut en tout 132 conférences, dont la moitié dans les écoles. Celles de M. Edmond Gay, directeur général de l'ACS, à Berne, et de M. Maurice Müller, président de la Sté de Géographie de Lille, qui prirent la parole à Bruxelles et à Gand, ont obtenu un très vif succès.

Mentionnons au nombre des actions spéciales, le voyage en Suisse de 25 instituteurs. En novembre, une première action publicitaire a été entreprise au Congo belge, à l'aide d'insertions dans 4 journaux importants.

Les travaux de transformation des locaux de l'agence ont pu être achevés en grande partie pendant l'année. Le mobilier ainsi que les installations électriques ont été renouvelés de telle sorte que les employés travaillent dans de meilleures conditions.

*Buenos-Aires:* La nouvelle agence de l'O. C. S. T. à Buenos-Aires est installée dans les locaux admirablement situés de l'Agence Wagons-Lits/Cook. Notre représentant s'est déjà parfaitement adapté et a pu nouer de nombreuses et précieuses relations dans les milieux touristiques officiels et privés. Nous avons ainsi en mains les atouts pour le développement d'une propagande efficace, ceci d'autant plus que l'Argentine accorde à nouveau des contingents appréciables de devises pour les voyages en Suisse. Le Service de presse de l'agence, paraissant 2 fois par mois, est distribué à 72 journaux argentins et il est également adressé aux représentants diplomatiques et consulaires suisses de tous les états sud-américains. Les écoles privées suisses

retiennent l'attention de certains milieux et cette activité compte au nombre des tâches importantes de l'agence. La propagande par affiches et dans les vitrines doit mettre en évidence le mot « SUIZA », nos différentes régions étant trop peu ou pas connues en Amérique du Sud. La plupart des agences de voyages ont mis gratuitement leurs vitrines à notre disposition. Bon nombre de nos films de propagande ont été sous-titrés en espagnol.

*Le Caire.* A la suite de la faible attribution de devises pour les voyages à destination des pays à monnaie forte, le trafic touristique entre l'Égypte et la Suisse ne s'est pas amélioré par rapport à l'année précédente. Et pourtant les Égyptiens s'intéressent vivement à notre pays. Nous avons examiné toutes les possibilités d'améliorer les conditions actuelles, au cours de nombreux entretiens avec les représentants des autorités, ainsi qu'avec notre Légation et spécialement avec notre Attaché commercial. Tout le matériel de propagande mis à notre disposition — prospectus, brochures, affiches, revues, calendriers et guides des hôtels — a été distribué aux agences de voyages, aux hôtels, aux clubs, aux médecins, aux clubs militaires et à nombre de particuliers. La situation actuelle ne justifie pas une action publicitaire dans les journaux; il nous a été possible de faire publier 67 articles. Un grand nombre de représentations cinématographiques ont été organisées dans des cercles privés, ainsi que dans des camps militaires anglais; pour ces derniers, 14 conférences avec diapositives en couleurs ont été données dans la zone du Canal de Suez. 148 photographies ont trouvé bon accueil auprès de la presse égyptienne. Nous avons renoncé à un affichage public, mais 1200 affiches ont été placées dans les hôtels, les agences de voyages, les clubs et surtout dans les mess d'officiers et les hôpitaux britanniques. Notre matériel de décoration de vitrines a été facilement placé dans les agences de voyages, où nous avons devancé la concurrence avec ce matériel de choix. L'agence s'est attachée, avec succès, à faire connaître le nouveau service régulier Genève-Le Caire assuré par la Swissair. Un échange de 50 affiches a été conclu avec les chemins de fer égyptiens. Nos efforts ont porté également sur le tourisme curatif, principalement pour le traitement des maladies du foie dans nos stations thermales; un contact suivi a été établi



avec le corps médical. On constate un intérêt marqué pour nos écoles secondaires et nos universités, non seulement en Egypte mais chez les Américains qui sont installés dans les centres pétroliers voisins.

*Francfort s/Main.* Le contingent des permissionnaires de l'armée américaine qui avait été si fort en 1945/46 et qui avait joué un rôle important dans notre trafic touristique, s'est sensiblement réduit en 1947. La cause en est au rapatriement de nombreuses divisions et à la concurrence d'autres pays comme l'Angleterre, l'Italie, la France et la Tchécoslovaquie, où les conditions de change et les formalités d'entrée étaient plus favorables qu'en Suisse. Ainsi, bien qu'en 1947 encore, les voyages à destination de la Suisse aient été parmi les plus recherchés et que la « Centrale touristique pour les permissionnaires américains » à Berne ait largement tenu compte, lors de l'établissement des itinéraires, des vœux de nos hôtes américains, de nombreux G. I.'s se sont rendus dans d'autres pays d'Europe, car ce sont maintenant les voyages individuels qui ont la faveur des permissionnaires.

Les prescriptions d'entrée pour les civils américains établis en Allemagne ont été relâchées au printemps. Au début de juillet, les consulats de Suisse ont été autorisés à délivrer les visas, puis, à la fin du mois de novembre, ces derniers furent supprimés. Au même moment, les militaires en uniforme furent autorisés à entrer en Suisse individuellement sur présentation d'une carte d'identité, du « Leave Order » et d'une « Autorisation d'entrée » établie par le Département politique fédéral.

Le Consulat Suisse de Francfort a délivré en tout 5307 visas, soit 2319 visas payants aux ressortissants allemands et étrangers et 2988 visas gratuits à des citoyens américains (passeports diplomatiques et de service). 25 000 civils américains ont fait usage des facilités d'entrée en Suisse au cours de cette année.

Le secteur allemand prend de l'importance. Au mois d'octobre, par exemple, une moyenne journalière de 200 ressortissants allemands sont descendus dans les hôtels et pensions de Suisse et ce chiffre augmentera certainement dès que des devises seront mises à leur disposition en quantité suffisante.

*Lisbonne.* Au Portugal, où la conjoncture économique est favorable, la contrevaletur de 1000 dollars est mise à la disposition des personnes qui veulent se rendre à l'étranger. Malheureusement l'insuffisance des communications ferroviaires et la fermeture de la frontière franco-espagnole ont freiné les voyages à destination de la Suisse.

180 articles ont paru dans la presse portugaise, dont les textes et les illustrations ont été fournis par nous. Un grand nombre de revues très répandues ont publié des numéros spéciaux sur la Suisse. Au cours de l'été nous avons fait passer 6 annonces et 11 en hiver. Nous avons diffusé, en mars, avril et décembre, sur les ondes de 2 émetteurs des reportages consacrés à la Suisse. D'importantes présentations de films ont eu lieu à Lisbonne, Porto et Guarda. L'agence a renoncé à un affichage public, mais elle a pu placer bien en vue, un peu partout, plus de 800 affiches. La décoration des vitrines de l'agence a été changée 29 fois et 21 devantures d'agences de voyages ont été ornées de notre matériel. Au nombre des actions spéciales, il convient de mentionner l'organisation de voyages collectifs, en collaboration avec les bureaux de voyages, ainsi qu'une réception, à Porto, de la presse du nord du pays; l'agence a mis sur pied un voyage d'études en Suisse de 200 médecins portugais. Plus de 9500 demandes verbales de renseignements ont été satisfaites.

*Londres.* Malgré les difficultés économiques de la Grande-Bretagne le mouvement touristique au profit de la Suisse a été satisfaisant. Pendant la saison d'hiver 1946/47 déjà, alors que £ 75.— au total étaient mises à la disposition des ressortissants britanniques, ces derniers furent très nombreux à venir en Suisse; les chiffres d'avant-guerre ne furent cependant pas atteints. La diminution de trafic habituelle entre le printemps et l'été ne s'est pas produite en 1947. En mars déjà, les demandes et les commandes de billets s'accroissaient chaque jour et ce mouvement se développa jusque dans l'arrière-été. Malheureusement les entreprises de transport ne furent pas à même de mettre un nombre suffisant de places à la disposition des voyageurs. L'organisation des départs, à Londres même, laissa à désirer, notamment en ce qui concerne la réservation des places. La grève des chemins de fer français en juin n'a, en outre



pas facilité les choses. Le trafic automobile à destination de la Suisse a été extraordinairement actif et les deux grandes associations d'automobilistes, l'A. A. et le R. A. C., ont enregistré des chiffres records.

Nous n'avons pas jugé nécessaire d'entreprendre de grandes actions de propagande, la demande dépassant les possibilités de transport et les disponibilités en devises. Notre effort a porté essentiellement sur la publication d'articles dans la presse, sur l'organisation de conférences avec films et diapositives et sur la décoration de vitrines.

*Milan.* Notre agence a commencé au début de décembre 1946 la vente des titres de transports internationaux du trafic italo-suisse et du trafic de transit à destination de la France, du Luxembourg, de la Belgique et de la Hollande. La moyenne des renseignements donnés au comptoir s'élevait à 80 par jour. La propagande a été très active à l'aide notamment de films et de diapositives en couleurs. 180 lithographies encadrées représentant les neuf régions touristiques de la Suisse ont été accrochées dans les locaux fortement fréquentés par le public. Une publicité spéciale a été faite en faveur de la Foire de Bâle, du Comptoir Suisse de Lausanne et de la Foire de Lugano.

Il nous est agréable de souligner la collaboration fructueuse des consulats suisses à Milan, Turin, Gênes, Venise et Trieste.

*New-York.* L'agence a reçu la visite de nombreuses délégations et de compatriotes isolés venus de Suisse. Les rapports ont été très suivis avec notre Légation, nos consulats et les bureaux officiels des Etats-Unis, où l'on s'est montré très accueillant. Nous avons constaté l'intérêt accru que l'on manifeste pour les voyages en Suisse au sein de puissantes associations privées, comme l'American Automobile Association, l'American Society of Travel Agents, les entreprises de transport et les compagnies maritimes et aériennes. L'agence a distribué 6687 affiches à des agences de voyages, écoles, bibliothèques, légations, consulats, restaurants, clubs, commerces de gros et de détail, et expositions. Le service de presse s'est développé par l'envoi d'articles et de photographies. Plus de 1000 justificatifs ont été recueillis et 1500 photos environ ont paru. Des pages entières,

en héliogravure, consacrées à la Suisse, ont été publiées dans plus de 150 journaux et revues; la matière en avait été fournie par l'agence. En outre, les beautés de la Suisse ont été évoquées dans un grand nombre d'organes, par des textes et des illustrations provenant d'autre source. Toutes ces publications représentent un tirage total de 705 millions d'exemplaires. Un pointage a démontré qu'une photographie sur quatre est reproduite dans la presse, ce qui est tout à l'honneur du service photographique de l'O. C. S. T. En décembre, un grand nombre de communications et de commentaires sur les Jeux Olympiques d'hiver ont été diffusés à des heures très favorables sur les ondes des plus grands émetteurs des Etats-Unis. L'Agence a prêté 180 films; La Sté de distribution « Films of the Nations » a présenté plusieurs milliers de fois nos deux bandes « Historic Switzerland » et « Winter in the Swiss Alps », dont l'une a même passé plusieurs fois en télévision. 8 grandes conférences ont eu lieu avec projection de diapositives et 155 avec présentation de films muets. Nous avons participé à 5 grandes expositions à Philadelphie, Ottawa, Atlantic City et Sarasota (Floride); plus de 100 000 visiteurs ont parcouru en 5 jours le « Travel Show » de New York, où nous avons un stand. En plus de cela, 22 actions publicitaires en faveur du tourisme ont été organisées dans des banques, bazars et restaurants; nous y étions représentés par des affiches et des agrandissements photographiques qui ont obtenu un vif succès. L'abondance des lettres échangées durant l'année témoigne de l'activité sans cesse accrue de l'agence. 117 annonces dans les quotidiens et périodiques nous ont valu près de 6000 demandes.

*Nice.* Le rayon d'action de l'agence a été sensiblement élargi en 1947. 215 nouveaux correspondants ont été enregistrés. 200 exemplaires de la revue « La Suisse » sont régulièrement distribués. La diffusion des éditions spéciales « La Suisse, terre classique de l'éducation » et « La Suisse, source de santé » a été faite avec beaucoup de soin. Les films de 16 et 35 mm. ont été projetés devant quelques dizaines de milliers d'écoliers, de sportifs, etc. De nombreuses séances de cinéma ont eu lieu au sein du Rotary-Club de Nice, du Skat Club de la Côte d'Azur et du Club alpin français. Nous avons fait encadrer 52 des 180 agrandissements photographiques qui nous ont

été envoyés et les avons remis aux agences de voyages et aux associations sportives pour la décoration de leurs vitrines et locaux.

A l'occasion de la séance de la Commission France-Suisse-Monaco du tourisme rhodanien nous avons participé à une exposition qui a réuni dans les locaux de l'ancien Sporting-Club de Monte-Carlo des affiches et des photographies suisses. Le « Premier Salon du Tourisme » a eu lieu à Nice du 22 février au 10 mars; nous y avons exposé du matériel de propagande qui a figuré plus tard à l'exposition du Casino de Menton. Plusieurs grands magasins d'articles sportifs et photographiques accueillent régulièrement dans leurs vitrines nos agrandissements photographiques. Notre matériel de décoration trouve place également dans les agences de voyages et notamment chez Wagons-Lits/Cook et à l'American Express, au centre de la ville. Au cours des fêtes de l'Amitié franco-suisse qui ont eu lieu à Menton en avril, trois grandes vitrines ont été mises à notre disposition pour la durée d'une semaine.

*Paris.* Au printemps 1947, l'Office des Changes a réduit à Fr. s. 50.— par personne et par trimestre le montant des devises accordé aux touristes français qui désiraient se rendre en Suisse. Cette mesure draconienne nous a amenés à renoncer aux campagnes de propagande par affichage et par la presse que nous organisions chaque année avant la guerre. Nous nous sommes bornés à entretenir nos relations personnelles, à délivrer des facilités de transport aux journalistes et à remettre de la documentation aux rédactions: bulletin d'information, photographies et clichés. Le matériel de propagande a été distribué avec succès dans les 72 départements de notre secteur. Les brochures, dépliants et affiches de l'O. C. S. T. et de tous les organes suisses intéressés au tourisme ont été répartis à nos correspondants. La revue « La Suisse », le calendrier de l'O. C. S. T. ont été expédiés à des adresses choisies, ainsi que 40 000 indicateurs Paris-Suisse édités par l'agence. Nos films ont passé sur l'écran à Paris et en province au cours de très nombreuses représentations, réunissant des centaines de milliers de spectateurs. Nous avons participé aux foires de Paris et de Nantes et avons assuré la diffusion des affiches et prospectus du Comptoir suisse de Lausanne et de la Foire de Bâle, Pendant la durée de cette dernière, nous avons

obtenu de la S. N. C. F. qu'une voiture spéciale soit réservée chaque jour de Paris à Bâle aux visiteurs de la foire auxquels nous avons fourni les billets et tickets garde-place.

A partir du 1<sup>er</sup> septembre 1947, l'office des changes a accordé aux voyageurs à destination de la Suisse une attribution globale de 150 frs. suisses par an. Malheureusement cette mesure est arrivée trop tard pour exercer une influence sur la saison d'été, mais elle a eu certainement une répercussion favorable sur la saison d'hiver. Pour le seul mois de décembre, en effet, la vente des billets suisses a dépassé de 73 % le chiffre du mois correspondant en 1946. Tenant compte de cette sensible amélioration dans l'attribution des devises, nous avons établi un programme de publicité qui n'a pu cependant être mis à exécution en raison de l'agitation sociale et politique.

*Prague.* L'activité de l'agence est déterminée par le fait que la Tchécoslovaquie n'accorde des devises qu'aux commerçants, aux grands malades et aux étudiants qui sont inscrits pour des cours universitaires. Malgré le rétablissement de relations ferroviaires directes par Linz—Arlberg, Karlsruhe et Strasbourg, le service aérien Prague—Zurich connaît l'affluence, étant de beaucoup le plus rapide. Nos prospectus, brochures et affiches ont été distribuées aux agences de voyages et aux grands magasins d'articles de sport. La presse accueille généralement bien nos articles et photographies. Nos films sont toujours très appréciés au sein des clubs et des entreprises et ce sont les sports d'hiver qui ont le plus de succès. A peine une bobine est-elle revenue qu'il faut la renvoyer à une nouvelle adresse. Les vitrines de l'agence sont renouvelées 2 fois par mois. L'agence a participé aux foires de Prague du printemps et de l'automne.

*Rome.* 85 films de 16 mm. ont été prêtés à des sociétés, séminaires et instituts, avec une moyenne de 300 spectateurs par séance. A l'occasion du 1<sup>er</sup> Congrès touristique national tenu à Gênes, et au cours du 1<sup>er</sup> Festival du film à Stresa et d'une matinée au Théâtre Quirino à Rome, une dizaine de films de 35 mm. ont été présentés. Toutes les stations de la Suisse, les écoles privées et les instituts, les sanatoriums et les établissements de cure, les stations thermales, les centres sportifs, les foires, l'art populaire et l'art dramatique ont été mis en évidence dans nos 4 vitrines dont la décoration est re-



nouvelée chaque mois. Pour les Jeux Olympiques, nous avons placé 4 grands panneaux de couleurs dans nos devantures, 31 bureaux de voyages d'autres villes ont été approvisionnés en matériel pour la décoration de vitrines. La pénurie de papier ne nous a pas empêchés de faire passer sans frais dans la presse 85 articles, avec ou sans illustrations. Une collection de nos éditions parmi les plus soignées et d'ouvrages divers a été rassemblée à l'usage des bibliothèques de 17 organismes internationaux et de groupements académiques.

En raison de l'absence d'un système de clearing italo-suisse, nous avons dû suspendre la vente des billets suisses, pour nous limiter à celle des titres de transport des Chemins de fer de l'Etat italien, principalement en trafic direct.

*San Francisco.* Après les travaux de transformation et d'installation, l'agence a commencé son activité le 1<sup>er</sup> février 1947, et l'inauguration officielle a eu lieu le 12 mai en présence de délégués des autorités américaines et suisses. Les locaux sont situés dans le vaste immeuble du Palace Hôtel, dans l'artère très fréquentée qu'est Market Street. D'entente avec l'agence de New York, les « Onze Etats de l'Ouest » nous ont été confiés, parallèlement avec la partie occidentale du Canada, avec le Mexique et les possessions américaines du Pacifique (Alaska, Hawai). La collaboration avec les grandes compagnies aériennes et maritimes des Etats-Unis reste confiée à l'Agence de New-York, la situation de cette métropole — tête de ligne des transports transatlantiques — justifiant cette mesure. D'autre part, l'agence de New York disposant d'un personnel spécialisé, la diffusion du service de presse, qu'elle assure depuis de nombreuses années, reste dans ses attributions.

Par contre, tout ce qui a trait aux sports, et particulièrement au ski, est du ressort de San Francisco pour le territoire des U. S. A. et du Canada. Une des réalisations les plus marquantes dans ce domaine fut la tournée, en février et mars, de l'équipe de skieuses et skieurs suisses; le chef de l'agence avait préparé cette expédition et il a accompagné le team. Les excellents résultats sportifs obtenus par ce dernier et les relations personnelles qui se sont nouées avec des cham-



pions des Etats-Unis et les Comités sportifs ont contribué à placer aux yeux du grand public, la Suisse en tête des pays de sports d'hiver.

Dans cette première année, le chef de l'agence s'est attaché à créer des relations et à faire connaître l'activité de l'agence auprès des bureaux de voyages, des organes touristiques, des écoles et des universités, des sociétés suisses et des clubs de ski; nos rapports avec l'Association de ski des Etats-Unis et le Comité olympique de ski sont particulièrement étroits et cordiaux.

Nous avons répondu à un grand nombre de demandes écrites et verbales. 6728 personnes nous ont rendu visite. Nous avons enregistré l'arrivée de 6224 envois postaux, nous en avons expédié 9377 et le total des circulaires envoyées se monte à 6780.

Nous diffusons un bulletin de presse spécial « Swiss Ski News » qui contient des informations touchant au ski et qui va aux dirigeants des clubs de ski, aux rédacteurs spécialisés, aux collaborateurs de la radio, ainsi qu'à ceux de nos compatriotes qui sont instructeurs de ski aux Etats-Unis et au Canada.

*Stockholm.* L'année 1947 est la meilleure que l'agence ait connue jusqu'à ce jour et des chiffres records ont été enregistrés. Elle débuta sous d'heureux auspices: une situation économique assez stable, une attribution raisonnable de devises et un désir très général de voyages à l'étranger. Cependant, dès le mois de mars, le montant de 3000 couronnes, accordé jusque là pour les voyages à l'étranger a été ramené à 1500, puis réduit encore à 500 au mois d'octobre.

L'agence approvisionne régulièrement en matériel 130 agences de voyage et offices de propagande; de plus elle expédie 1300 exemplaires de chaque édition de la revue « La Suisse » à des adresses choisies, comprenant — outre les bibliothèques, universités, hôtels et certains particuliers, — tout le corps diplomatique et les membres du gouvernement. De nombreux médecins reçoivent également notre revue touristique, qu'ils déposent dans leur salon d'attente. Le calendrier de l'O. C. S. T., toujours très apprécié, est envoyé à ces mêmes 1300 adresses.

Au printemps, nous avons fait paraître des insertions en faveur de l'éducation et de l'étude des langues en Suisse. Le résultat a été

très satisfaisant: environ 150 jeunes Suédois et Suédoises ont suivi les cours de vacances des universités de la Suisse romande et une bonne centaine de jeunes filles passèrent un ou plusieurs mois dans des pensionnats ou familles de la Suisse romande pour étudier la langue française. Grâce aux bonnes relations que l'agence entretient avec les reporters de la radio suédoise, il lui a été possible de faire passer sur ses ondes 4 émissions d'intérêt culturel et touristique.

Deux manifestations méritent une mention spéciale:

1. En janvier 1947, une réception de la Légation de Suisse à Stockholm, où devant 250 personnalités de la ville (le corps diplomatique in corpore et de nombreux membres du gouvernement) nous avons présenté les films: « Un peuple de skieurs », « Le Rhône », « Semaines musicales de Lucerne ».

2. En décembre, matinée au cinéma Rigoletto de Stockholm: « Il neige sur le Haut Pays ». 1200 invités.

L'agence compte à son actif 598 projections de films devant 75 435 personnes et 106 conférences agrémentées de diapositives en couleurs. En de nombreuses occasions et en liaison avec la Légation de Suisse nous avons pu faire une utile propagande.

Au mois de mai, le chef de l'agence a accompagné un groupe de 15 journalistes suédois en voyage d'étude en Suisse.

*Vienne:* La réouverture de cette agence a eu lieu dans le courant de cette année et notre première tâche a été de remettre en état les locaux détruits, ce qui a pris beaucoup de temps et n'est pas allé sans difficultés. Nous n'avons pu y parvenir qu'à l'aide de matériaux importés de Suisse. En automne, les locaux étaient restaurés et, à la fin de l'année, tous les travaux d'organisation étaient au point.

En Autriche, le tourisme — pour autant que l'on entende par ce mot les voyages d'agrément, les séjours de vacances et de convalescence, — reste pour ainsi dire limité exclusivement au trafic interne. Une certaine animation s'est affirmée dans le courant de l'année et il semble qu'elle pourrait atteindre rapidement son niveau d'avant-guerre, si la circulation des trains et la situation alimentaire s'améliorent. Le manque de disponibilités à la Banque Nationale autri-

chienne fait qu'il est très difficile d'obtenir des devises pour des voyages d'agrément à l'étranger. Pour y remédier, des négociations entre les Etats s'imposent au premier chef. En attendant, l'intérêt de la population autrichienne se porte sur la situation hors des frontières du pays et spécialement sur la Suisse. La Légation de Suisse à Vienne a délivré en 1947, plus de 17 000 visas. La vente des billets suisses est déjà digne de mention.