

Zeitschrift: Rapport annuel / Office central suisse du tourisme
Herausgeber: Office central suisse du tourisme
Band: 15 (1955)

Rubrik: Propagande et matériel de propagande

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.06.2025

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

tenons encore à souligner l'esprit de collaboration confiante qui a existé entre la Fédération suisse du tourisme et notre organisme pour la réalisation des tâches communes.

Nous avons entretenu des contacts étroits et fructueux avec les associations touristiques régionales et locales, de même qu'avec les entreprises de transport officielles et privées, les organes techniques de l'hôtellerie, les groupements touristiques professionnels, les associations sportives et de nombreuses institutions scientifiques et culturelles.

Dans le domaine de la collaboration internationale pour le développement du tourisme, nous nous sommes employés à sauvegarder les intérêts de la Suisse. L'OCST est membre de l'« Union internationale des organismes officiels de tourisme ». Notre directeur est à la tête de la délégation suisse au Comité du tourisme de l'OECE et il préside la Commission européenne de propagande collective aux USA.

III. Propagande et matériel de propagande

1. Imprimés et service du matériel

L'OCST a édité, en 1955, les imprimés suivants, représentant un tirage global de 1 434 640 exemplaires.

« Les stations de vacances en Suisse », en six langues, « La Suisse en été »; « La Suisse en hiver »; « A Suíça de hoje »; « La carte touristique de la Suisse », en cinq langues; « La Suisse en auto », en quatre langues, éditions spéciales pour les agences de Stockholm, Paris, Bruxelles et Londres; « Le Petit guide balnéaire »; « La Suisse, paysage, art, littérature, culture et histoire, un vade-mecum du touriste », en anglais; « Lieux de vacances en Suisse », en six langues; « Coutumes populaires suisses », en huit langues; « La Suisse, paradis des enfants », en quatre langues; « Aus der Kulturgeschichte des Badens und der Heilbäder », ainsi que des cartes postales, des affiches blanco et des placards avec support.

Les quelques chiffres ci-dessous donnent une idée de la quantité du matériel de propagande diffusé par nos soins au cours de l'année :

Brochures et prospectus des stations et régions, des entreprises de transport, des stations thermales, y compris les publications de l'OCST : 7 340 628 exemplaires.

Affiches de l'OCST, des stations et régions et des entreprises de transport : 131 160 exemplaires.

L'expédition de ces imprimés a nécessité 2649 caisses, 1320 colis postaux et 8409 paquets, d'un poids total de 247 tonnes.

2. Propagande et « Public Relations »

Le service de presse a poursuivi ses efforts en vue d'augmenter le volume de ses envois de propagande par l'image. Avec la collaboration de photographes suisses de réputation internationale, nous avons mis au point des séries de reportages sur des sujets d'actualité, en allemand, en français et en anglais, à l'intention des agences OCST. Parmi les sujets traités, signalons spécialement la Fête des Vignerons à Vevey, le transport d'automobiles par les CFF, l'extension remarquable du réseau téléphonique suisse, la rénovation d'hôtels et l'aménagement de la route du Gothard.

Plusieurs des nombreuses demandes qui nous ont été adressées soit directement, soit par le canal de nos agences, avaient trait à la gastronomie et au folklore. En Amérique, on apprécie vivement les manuels de recettes de cuisine et les guides de voyage bourrés de renseignements d'ordre culinaire. Voici par exemple deux ouvrages récents, dans lesquels la Suisse fait excellente figure, grâce à notre collaboration : de Marvin Smalls « The World's Best Recipes » et de Carolyn Coggins' « Fabulous Foods for People you love ». Les vitrines des magasins offrent des possibilités toujours plus étendues à la propagande touristique, non seulement en Amérique, mais aussi en Angleterre et en Allemagne. A cet effet, notre service de presse et de photographies a diffusé, auprès de rédacteurs de pays anglo-saxons et germaniques, des textes et des images mettant en valeur les étalages modèles des magasins de nos villes et stations.

En 1955, nous avons voué notre meilleure attention — et cela plus particulièrement aux Etats-Unis — à la rédaction de manuels scolaires ou de manuels pour la jeunesse. Deux ouvrages sortis avec

notre collaboration, méritent une mention spéciale : c'est d'abord « Michel of Switzerland », qui est l'histoire joliment présentée d'un petit montagnard valaisan, par l'écrivain Peter Buckley, puis « Life in Switzerland », un excellent manuel de géographie présenté par la Fideler Company, maison d'édition spécialisée dans les ouvrages scolaires, à laquelle nous avons fourni un choix de plusieurs centaines de photographies originales.

Notre service de presse pour la Suisse, qui diffuse par les « Nouvelles OCST » des informations d'actualité et de brèves nouvelles intéressant le tourisme, a été étendu; il alimente directement toute la presse suisse et les agences d'information. Cette extension nous donne la possibilité d'agir sur l'opinion publique du pays, qui doit être renseignée sur la valeur économique et sociale du tourisme pour la Suisse, sur son influence favorable dans les relations entre les peuples, ainsi que sur la nécessité d'une propagande renforcée aux Etats-Unis.

Lors de la fermeture du siège auxiliaire de Lausanne, le bulletin de presse pour l'étranger a été transféré au siège central de Zurich, où il paraît deux fois par mois, sous une nouvelle forme; une édition en allemand a été ajoutée aux éditions française et anglaise dont Lausanne se chargeait. Cette sélection de communications adressées à la presse étrangère — quotidienne et professionnelle — et à ses représentants en Suisse, aux agences de presse, à la radio et à la télévision a été bien accueillie et nous avons dû augmenter nos tirages.

De bonnes « Public Relations » exigent la confiance des journalistes et publicistes étrangers, qui sont fort utiles à notre cause en tant qu'agents de propagande. En 1955, 162 représentants étrangers de journaux, périodiques, films documentaires, agences de presse, de radio et télévision ont été accueillis et conseillés par notre service de presse; dans beaucoup de cas, ces contacts nous ont permis de mettre au point quelques projets à l'étude, sur la Suisse et ses particularités. La preuve est faite que cette collaboration est surtout mise à profit par les représentants anglo-saxons, soucieux de développer de telles « Public Relations ». Des 162 journalistes documentés, pas moins de 74 provenaient des Etats-Unis, y compris un

groupe de journalistes de la compagnie de navigation aérienne TWA, venus visiter la Suisse dans l'arrière-automne. Le Canada nous a envoyé 50 agents de la presse et de la radio, parmi lesquels plusieurs membres du « Canadian Women's Club », auxquels s'étaient joints 12 journalistes anglais, et qui avaient entrepris au cours de l'été, un fructueux voyage en Europe. Viennent ensuite l'Allemagne avec 5 personnes, l'Irlande et l'Italie avec chacune 4 participants. Deux journalistes de chacun des pays suivants se sont présentés à notre siège de Zurich : Australie, Cuba, France, Hollande, Liban, Suède et Turquie. Un groupe de journaux chiliens nous a délégué une journaliste et photo-reporter.

Durant la première quinzaine d'octobre, 2000 membres de l'« American Society of Travel Agents » (ASTA) se sont réunis dans la région du Léman en congrès mondial; nous avons saisi cette occasion unique d'entrer en contact avec les nombreux journalistes présents — sans parler des auteurs d'ouvrages touristiques de renom — pour les entretenir des actions et publications spéciales de l'Office. Bien avant l'ouverture du congrès, notre service de presse a envoyé aux journaux professionnels les articles parus en anglais dans des éditions spéciales, telles que l'« Hôtel-Revue », la « Revue Internationale de l'Hôtellerie », le « Répertoire des voyages ».

En outre, l'OCST, par son service de presse de Zurich et par son agence de New York a assumé la rédaction d'une édition spéciale et quotidienne de la « Tribune de Lausanne », l'« ASTA Special » dont les huit numéros agréablement illustrés diffusaient des textes sur les divers aspects de l'équipement touristique suisse; ce journal a été très apprécié des congressistes.

On a tenu, d'autre part, à élargir la notion du tourisme en présentant des créations de la mode qui attirent toujours l'attention des femmes. Dans ce but, des reporters de magazines mondains et de mode très connus comme « The Sketch » (Angleterre) et « Novita » (Italie) ont parcouru la Suisse et réalisé, avec notre concours, des reportages sur la mode d'hiver, dans l'Oberland bernois, qui ont obtenu un grand succès. Dans le même ordre d'idées, l'Association des exportateurs de vêtements suisses a organisé, le 20 décembre, un défilé de mode « Swiss Christmas Ice-Travaganza » au

Rockefeller-Centre, à New York, avec la présentation des modèles conçus pour les vacances d'hiver. Cette démonstration a été télévisée et commentée élogieusement par toute la presse américaine.

Des contacts ont été pris avec des producteurs de films d'Amérique, d'Angleterre, d'Italie et d'Allemagne et des propositions ont été faites pour la réalisation de nouvelles séquences suisses dans le cadre de la production « Cinerama ». Le film « Cinerama Holiday » a été présenté à quelque 15 millions de spectateurs des USA et l'on sait que la Suisse y joue l'un des trois rôles principaux. La propagande faite à notre pays dans sept grandes villes américaines est renforcée par des concours dont le premier prix consiste en un vol à bord d'un appareil de la Swissair à destination de la Suisse et en un séjour d'une semaine pour deux personnes. Nous avons accueilli les sept couples-lauréats et la télévision a été mise à forte contribution pendant leur séjour.

3. Foires et expositions

Notre Office a pris part aux expositions et foires suivantes :

Etranger :

International Travel Show à Cleveland, 10-15 janvier.

Hartford Times Travel Show à Hartford (USA), 16-22 janvier.

Exposition « Holiday and Travel » à Belfast, 22 janvier au 5 février.

Bazar Village Pestalozzi à Eindhoven, 7-12 février.

Exposition « Holiday and Travel » à Sheffield, 7 février au 26 mars.

Exposition touristique à Rhode Island, 15-20 février.

Exposition florale à Bovenkarspel, 15-20 février.

Exposition affiches de tourisme à Nantes, 17 février au 31 mars.

Auto Sports and Travel Show à New York, 20-27 février.

Exposition « Holiday and Travel » à Cardiff, 24 février au 5 mars.

Foire de Nice, 26 février au 15 mars.

Exposition glaciers suisses à Keighley, 26 février au 3 avril.

Foire internationale à Francfort s/Main, 6-10 mars.

Exposition du peintre suisse Henri Meylan à New York, 7 mars au 15 avril.

Internationale Ledermesse à Offenbach, 11-15 mars.
 Detroit News Travel Show à Detroit, 12-20 mars.
 Internationale Rauchwarenmesse à Francfort s/Main, 17 mars au 20 avril.
 Exposition internationale de poupées à New Delhi, 18 mars au 10 avril.
 Foire internationale d'Utrecht, 22-31 mars.
 Troy Spring Show à Troy (NY, USA), 30 mars au 3 avril.
 Exposition internationale de camping à Lisbonne, 1-10 avril.
 Exposition touristique de la Pan American World Airways à Youkers, N. Y., 11-25 avril.
 Trade and Travel Show à Westchester (USA), 11-25 avril.
 Fiera di Milano, 12-27 avril.
 Exposition « Tourisme et Pétrole » à Paris, 15 avril au 31 mai.
 World Travel Exhibition à Brighton (Angleterre), 16-23 avril.
 Foire de Lyon, 16-25 avril.
 Travel Week à St-Louis (Missouri, USA), 25-30 avril.
 Exposition pour le commerce, l'artisanat et le tourisme à Groningen, 28 avril au 8 mai.
 Internationale Fachschau « Gast und Gastgewerbe » à Dusseldorf, 29 avril au 8 mai.
 Semaine du vin à Utrecht, 30 avril au 6 mai.
 Exposition allemande du camping à Cologne, 30 avril au 8 mai.
 University Town's Festival à Johannesburg, avril/mai.
 Exposition d'affiches au Commercial Museum de Philadelphie, 10-15 mai.
 Exposition internationale de poupées à Bremssum (Hollande), 14-22 mai.
 Foire de Paris, 14-30 mai.
 Exposition « Holland E 55 » à Rotterdam, 18 mai au 3 septembre.
 National Exhibition of Watch and Clock Collectors of America à Washington, 19-21 mai.
 Exposition internationale des sports à Turin, 31 mai au 19 juin.
 Foire internationale de Barcelone, 1-20 juin.
 Civico Corso d'Arte Vetrinistica e Pubblicitaria à Milan, 3-10 juin.
 Exposition « Pétrole et Tourisme », au Mans, 11-12 juin.

International Fair and Exposition à Framingham, Mass., 15 juin au 4 juillet.

United Nations Week à San Francisco, 20-26 juin.

Foire de Luxembourg, 9-24 juillet.

Salon du Livre à Amsterdam, 25 juillet au 18 août.

Flightorama à San Francisco, 30-31 juillet.

Rasegna Nazionale della Calzatura à Milan, 27 août au 5 septembre.

Centenary Exhibition à Pretoria, 1-24 septembre.

Foire internationale à Zagreb, 2-13 septembre.

Exposition « Svizzera pittoresca » à Chiari (Italie), 24 septembre au 2 octobre.

Deutsche Industrie-Ausstellung à Berlin, 24 septembre au 9 octobre.

Exposition de vacances à Trenton (N. Jersey), 25 septembre au 1er octobre.

Allg. Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung (Anuga) à Cologne 1-9 octobre.

Foire internationale d'automne à Graz, 1-9 octobre.

Foire d'échantillons de Zaragoza, 2-23 octobre.

Austellung « Schweiz. Grafik der Gegenwart » à Osnabrück, 2-25 octobre.

Semaine Suisse à Stockholm, 15-23 octobre.

Semaine Suisse à Amsterdam, 29 octobre au 6 novembre.

Exposition « Schweizer Grafik der Gegenwart » à Oldenburg, 1-29 novembre.

Foire de Dijon, 5-20 novembre.

Exposition « Schweizer Grafik der Gegenwart » à Offenbach, 11 décembre au 7 janvier 1956.

Exposition « Bambole da tutte il mondo » à Milan, 10-18 décembre.

Exposition de la vie estudiantine dans le monde à la Cité Universitaire à Paris, 21-30 décembre.

Exposition internationale d'affiches à Casablanca, 22 décembre 1955 au 1er janvier 1956.

On trouvera dans les rapports des agences les détails sur la participation de l'OCST à des expositions de caractère local.

Suisse :

Foire suisse d'échantillons de Bâle, 16-25 avril.

Comptoir suisse à Lausanne, 10-25 septembre.

ASTA Convention à Lausanne, 10-16 octobre.

Comme chaque année, nous disposions d'un stand dans la halle des colonnes de la Foire de Bâle présentant des affiches en couleurs, des photographies et des poupées originales. Le public s'est vivement intéressé à ce stand et notre service de renseignements a été mis à forte contribution.

Notre participation au Comptoir suisse de Lausanne a également obtenu un grand succès par la présentation d'un slogan « Préparez-vous pour les sports d'hiver ». Le « Club de publicité de Lausanne » attribua un prix à notre stand.

Lors du Congrès de l'ASTA à Lausanne, nous avons monté un stand de 21 mètres de long et les délégués à ces assises se sont intéressés à la démonstration vivante et complète des divers aspects de l'équipement touristique suisse.

4. Affiches

Notre affiche « Qui dit ski — dit Suisse », signée Pierre Monnerat, de Lausanne, a été classée par le Département fédéral de l'intérieur comme l'une des meilleures des 24 affiches retenues. Nous l'avons réservée à la propagande à l'étranger avec un texte en dix langues différentes; partout l'accueil a été très favorable.

Le Ministère japonais des transports, par sa section touristique, avait organisé en juin, à Tokio, une exposition internationale d'affiches touristiques; l'affiche de Kurt Wirth (Costumes suisses) a obtenu une médaille d'or et celle de Pierre Monnerat (Qui dit ski — dit Suisse) une médaille d'argent.

L'affiche de Donald Brun (L'agneau bondissant) a été désignée comme la meilleure affiche touristique participant au concours international organisé lors du Congrès de l'ASTA.

5. Vitrynes

Etranger :

Nous avons mis à la disposition de nos agences pour la décoration de leurs vitrynes de grandes diapositives en couleurs projetées dans des cadres lumineux au format 50/50, de même que de nouveaux agrandissements photographiques noir et blanc et du matériel spécial pour annoncer les manifestations importantes.

Il convient de mentionner spécialement la « Semaine suisse » qui a eu lieu du 15 au 23 octobre à Stockholm et pendant laquelle notre agence a fourni un abondant matériel aux magasins de la ville pour la décoration de leurs vitrynes.

Suisse :

Nous avons présenté dans les vitrynes de la maison Och & Cie, articles de sport, à Zurich, une série de dias en couleurs, sous le signe « Ski-Soleil-Suisse », dans un décor approprié; cette démonstration a obtenu un vif succès dans l'artère particulièrement fréquentée qu'est la Bahnhofstrasse.

Le slogan « Vacances paisibles en Suisse » a été mis en évidence dans les vitrynes des Magasins Globus à Zurich; cela du 1er au 15 juin et avec la projection de nouvelles diapositives en couleurs. Nous avons également participé à l'exposition organisée par cette maison du 7 au 31 mai sous le titre « Ein Fest europäischer Vielfalt ».

Cette année encore, le Crédit suisse a bien voulu mettre à notre disposition ses dix vitrynes de la Bahnhofstrasse, de la mi-juin à fin juillet. Mme Margrit Roelli avait conçu, à l'aide d'étoffes, de photographies et de cadres, une décoration fort originale qui a éveillé l'attention des innombrables passants, sur les principales manifestations prévues pendant la saison d'été dans toutes les régions du pays.

En octobre, au cours du Congrès de l'ASTA, les Grands Magasins Innovation, à Lausanne, ont projeté nos diapositives en couleurs 50/50 cm., avec des légendes en langue anglaise.

La demande en affiches et photographies réservées à la décoration des vitrynes d'entreprises privées (spécialement les magasins de sport

et d'articles de mode), d'agences de voyages et de banques est toujours plus forte.

6. Radio et télévision

Nos émissions touristiques hebdomadaires ont été diffusées sous la même forme que les années précédentes. Nous avons tenu à vérifier le succès de ces émissions en nous adressant tout d'abord à diverses gares des CFF qui nous renseignent de façon régulière et qui ont réagi favorablement. Puis, nous avons organisé un petit concours, à l'intention des auditeurs de la radio, qui n'avaient pas été avisés préalablement : là aussi, le résultat a été favorable puisque 5000 réponses ont été données en l'espace de deux fois 24 heures. Une fois de plus, la démonstration a été faite de l'efficacité d'une propagande par radio dans le cadre des rubriques réservées à l'information.

A titre d'essai, nous avons enregistré sur bande d'une durée de 13 1/2 minutes un « Travelogue Switzerland » (mélange de musique et de paroles) à l'intention des Etats-Unis; notre agence de New York en a reçu deux exemplaires et le troisième est allé à celle de San Francisco. Ces agences devront faire passer ces émissions sans frais sur les ondes des diverses stations de radio. Si cette première tentative est couronnée de succès, nous nous proposons d'enregistrer d'autres travelogues. Nos agences auraient alors à se charger, dans ce domaine, d'un service de prêt et devraient naturellement exercer un contrôle sur les envois.

Nous avons mis à la disposition de l'« Hora Suiza », émission qui passe sur les ondes d'une station privée, avec le concours de notre agence de Buenos Aires, un grand nombre de disques de musique suisse pour les intermèdes.

7. Nos organes de presse

Revue « La Suisse »

L'année dernière encore, nous avons tenu à faire une large place au domaine culturel dans le cadre de la propagande vouée aux beautés de la nature. Nos efforts ont porté essentiellement sur les

villes dont l'importance touristique s'affirme de plus en plus. Citons, pour mémoire, l'exposition « Art et vie des Etrusques » qui a valu à Zurich un afflux considérable de visiteurs et qui a mérité une place de choix dans le numéro de janvier. La page de couverture du numéro de juin a été réservée au « Grand théâtre du monde de Calderon » à Einsiedeln. Puis ce fut le tour de la « Fête des Vignerons » de Vevey, présentée de façon remarquable en juillet. Un mois plus tard, nous eûmes la « Fête des costumes suisses » à Interlaken-Unspunnen avec ses évocations historiques. En octobre, la célébration du centenaire de l'Ecole polytechnique fédérale nous a valu la collaboration d'hommes de science dont l'apport s'est ajouté d'heureuse façon aux contributions hautement qualifiées de MM. Carl J. Burckhardt et André Siegfried, dans le numéro d'août. En mai, le canton des Grisons fut à l'honneur. Nous avons publié divers reportages sur les innovations techniques des Chemins de fer fédéraux et l'appui des PTT s'est traduit, entre autres, par quatre grandes pages en couleurs sur les routes alpestres. Grâce au Service topographique fédéral, nous avons pu publier un fragment de la nouvelle carte nationale au 1 : 100 000. Douze numéros internes et six numéros étrangers ont paru en 1955, avec un total de 270 000 exemplaires.

Vingt-quatre bulletins de presse réservés à l'étranger ont été diffusés l'année dernière, et cela jusqu'en novembre par le Siège auxiliaire de Lausanne, puis par le Siège central de Zurich, sous une forme sensiblement modifiée. On trouvera des détails à ce sujet dans la rubrique « Presse et public relations » de ce rapport.

Douze numéros de notre bulletin interne « Informations de l'OCST » ont été adressés aux représentants des autorités, aux membres du Parlement fédéral, aux organes et aux membres de l'OCST et aux milieux touristiques; les divers aspects du tourisme international y étaient exposés et étudiés.

Le Service de renseignements a répondu à d'innombrables demandes de renseignements verbales et écrites portant sur des voyages en chemin de fer et en auto, sur des séjours dans les hôtels, pensions, chalets, dortoirs, camping, auberges de jeunesse, etc., ainsi que sur les devises, les formalités douanières, les permis de

circulation, les passeports, les visas, les communications ferroviaires et postales, les universités, les instituts et pensionnats, les homes d'enfants, les stations thermales, les sanatoriums et les cliniques, sans oublier les cours de vacances, l'alpinisme, les manifestations sportives et culturelles, les curiosités, etc. Un grand nombre d'écoliers et d'étudiants s'intéressent en outre aux questions touristiques et aux statistiques, dans le cadre de l'économie du pays, ceci en vue de conférences ou d'examens.

8. Propagande par le film

269 réductions en noir et blanc, ainsi que 190 copies en couleurs 16 mm. de notre production, ont été livrées aux agences, aux représentations diplomatiques et consulaires à l'étranger. 22 copies de 35 mm. ont été tirées pour la projection dans les écoles. Huit de nos bandes documentaires de 35 mm. ont passé dans 22 villes de l'étranger, au cours de matinées ou de projections d'actualités; sept autres copies de 35 mm. ont été présentées lors de matinées en Suisse ou ont figuré en complément de programme dans des salles moins importantes.

En marge des prêts habituels confiés à la Centrale du film à format réduit à Berne, nos films en couleurs ont été projetés lors de conférences, réceptions et festivités diverses (réception de parlementaires britanniques, en mars, à Berne; directeurs d'agences de voyages suédoises, en janvier, à l'Hôtel Elite, à Zurich; McMurray College Band (Texas), en mars, même hôtel; matinée de jubilé chez Escher Wyss, en juillet, au cinéma Luxor à Zurich; Fédération internationale des employés de chemin de fer espérantistes à Zurich; Rotary international à Lucerne, etc.). Un très grand nombre de clubs de ski nous ont demandé des films de sports d'hiver en couleurs. Les milliers d'enfants belges rassemblés dans les camps d'été de Melchtal, de la Lenk et de Luzisteig ont joyeusement accueilli les bandes documentaires de l'OCST.

Nous avons confié des films aux journalistes, aux conférenciers et aux membres d'expéditions suisses à l'étranger qui en faisaient

la demande; citons M. Offenbergh (Journal des Voyages) pour son tour du monde; l'expédition Berney en Amérique du Sud et au Canada; la croisière du yacht suisse « Bernina » dans les Indes et aux Etats-Unis, etc. Notre propagande par le film s'est également imposée dans la Rhodésie du Nord, au Kenya, à la Côte d'Or, à Malte et en Corée.

Dans la série des films présentés aux expositions, signalons le Comptoir suisse à Lausanne où des films de sports d'hiver en couleurs ont passé sur écran transparent en projection permanente; à la même époque, les films « Rhône », « Simplon », « Villes de Suisse » ont été prêtés à la télévision, à Genève. Nous avons également participé à l'exposition radio et télévision de Zurich, ainsi qu'à l'OLMA de St-Gall. Des bandes de 16 mm. ont été confiées à des compagnies de navigation maritime comme le « Lloyd Triestino », l'« Italia », l'« Arosa Line », etc.

Des bandes documentaires étroites ont été diffusées par la télévision canadienne et la « Federation of Films Councils of Eastern Ontario » a présenté nos deux bandes en couleurs « Speeding Skies » et « Colorful Switzerland » devant des milliers de visiteurs des Festivals régionaux cinématographiques de Port Hope, Lindsay, Port Perry, Belleville, Oshawa, Petersborough et Picton. En outre, nous étions sur place pour les manifestations suivantes :

Festival International du Documentaire, Santiago de Chile (26-28 janvier 1955 : film en couleurs « *La Suisse pittoresque* », film noir/blanc « *Coutumes populaires suisses* ».

Melbourne Film Festival (30 mai - 15 juin 1955) : films en couleurs « *Speeding Skies* », « *Colourful Switzerland* ».

Cinquième Semaine Internationale du Film de Tourisme et de Folklore, Bruxelles (21-30 octobre 1955) : film en couleurs « *La Suisse pittoresque* », film noir/blanc « *Destin d'une cité* ».

A l'occasion des « XI^o Concorso Internazionale di Cinematografia di Cortina d'Ampezzo (février 1955), nous avons présenté notre film en couleurs : « Joyeuse jeunesse au soleil d'hiver » qui obtint la « Coppa Cine Assicurazioni ».

9. Service de conférences

C'est surtout dans nos agences d'Allemagne, de France, de Hollande, de Belgique et de Grande-Bretagne que ce secteur a été particulièrement actif. Nous disposons d'un nouveau moyen de propagande, dans ce domaine, grâce aux « filmstrips » qui sont en vogue surtout dans les écoles et les sociétés de Grande-Bretagne; 30 à 40 sujets sélectionnés sont retenus, chacun étant traité séparément à l'aide d'une documentation écrite appropriée. Cette année, l'histoire de la Suisse et l'alpinisme en Suisse ont fait l'objet de cette action.

En Allemagne, un organisme spécialisé a reçu un « filmstrip » portant sur la Suisse catholique.

10. Service photographique

27 000 agrandissements aux formats 18/24 et 30/30 cm. ont été tirés dans notre laboratoire photographique; ce sont en tout premier lieu nos agences et les services diplomatiques et consulaires suisses à l'étranger qui reçoivent régulièrement les nouvelles séries. Dans le lot des reportages photographiques exécutés, une place toute spéciale doit être faite au matériel considérable livré en vue de la Fête des Vignerons. Mentionnons en outre « Pro Téléphone » (75 ans d'activité) ainsi que le « Grand Théâtre du monde » à Einsiedeln et la « Modernisation des routes alpestres », trois sujets servis en majeure partie à nos agences.

Notre collection s'est enrichie de 1050 négatifs noir/blanc, les diapositives en couleurs étant également complétées.

Riche en manifestations et célébrations de choix, l'année 1955 nous a permis d'opérer plusieurs reportages sportifs et folkloriques comme la Fête fédérale de gymnastique à Zurich, la Fête des Vignerons à Vevey et la Fête des costumes suisses à Interlaken-Unspunnen. En outre, en liaison avec notre service de presse, nous étions présents à de nombreuses conférences et réceptions (ASTA, Lausanne). Les rédactions, les maisons d'édition et la presse ont fait fréquemment appel à notre collaboration.

11. Actions spéciales

Nous avons pu offrir en 1955 un vivant enseignement touristique aux employés des agences de voyages étrangères par le moyen de voyages d'études. En étroite collaboration avec les entreprises de transport, les associations touristiques et l'hôtellerie, les voyages d'études suivants ont été organisés :

<i>Employés d'agences de voyages de Suède</i>	15 participants	
14 - 25 janvier		
<i>Booking-clerks allemands</i>	13	»
14 - 27 janvier		
<i>Booking-clerks anglais</i>	12	»
17 - 31 janvier		
<i>Employés d'agences de voyages d'Amérique . . .</i>	11	»
5 - 16 mars		
<i>Employés d'agences de voyages d'Egypte</i>	14	»
14 - 20 mars		
<i>Employés d'agences de voyages du Danemark . .</i>	12	»
29 avril - 9 mai		
<i>Représentants de la presse française de province</i>	13	»
27 mai - 5 juin		
<i>Booking-clerks anglais</i>	12	»
5 - 21 septembre		

Nous nous sommes mis à la disposition de nombreuses personnalités représentant des agences de voyages étrangères, en particulier des USA, qui faisaient des voyages d'études en Suisse et avons facilité leur séjour dans le pays.

ASTA Convention. — La plus grande manifestation touristique de l'année a été le Congrès de l'American Society of travel agents (ASTA) qui a tenu ses assises du 9 au 15 octobre dans la région du Léman et qui a bien mérité son titre du « Congrès mondial », puisque 2000 délégués venant de plus de 70 nations — où les représentants des USA l'emportaient de loin — y ont pris part. Une collaboration étroite et fructueuse dans l'esprit du meilleur « Teamwork »

conçu longtemps à l'avance, a présidé à la mise sur pied de ce congrès. D'entente avec les directeurs des Offices de tourisme régionaux et locaux de la région du Léman, l'Office central suisse du tourisme s'est chargé d'une partie importante de cette tâche compliquée mais dont les résultats ont dépassé les prévisions. Dans le cadre du Comité national d'organisation placé sous la présidence de M. le directeur Bittel, M. Niederer, directeur adjoint, a été désigné comme président du comité régional d'organisation et M. Martinet, directeur adjoint, a dirigé les travaux du sous-comité de presse et publicité.

La profonde signification de ces assises et les impressions exceptionnellement favorables que les participants ont emportées, non seulement de la région, mais de la Suisse, pays traditionnel de vacances et de tourisme, contribueront certainement à élargir la propagande pour notre pays puisque, aux USA, neuf touristes sur dix sont renseignés par les agences. Le congrès de l'ASTA aura donc des répercussions favorables non seulement sur les rives du Léman mais dans la Suisse tout entière; il a pu être organisé grâce à une collaboration étroite et efficace avec la Confédération, les cantons et les villes, les CFF, les PTT, les entreprises de transport privées, l'hôtellerie, et grâce aussi aux grandes facilités accordées aux congressistes par la Direction générale des douanes. On peut s'attendre à une affluence record de touristes américains, en 1956 et au cours de ces prochaines années. Les pays dans lesquels cette puissante association tenait son congrès annuel ont enregistré une fréquentation de 30 % plus forte.

Un voyage d'étude organisé du 14 au 27 août sous le titre « tourisme social » et réservé au personnel de nos agences d'Europe, s'est révélé profitable et utile comme il ressort des rapports que nous avons reçus. Des participants ont visité des cabanes du CAS, des auberges de jeunesse et des baraquements, ainsi que des emplacements de camping; pour quelques-uns d'entre eux, c'était un premier contact direct avec des aspects nouveaux de la branche. Sous le patronage de la Légation de Suisse à Oslo, l'agence de voyages Bennet's et le journal « Aftenpost » ont organisé le 23 février une soirée suisse dans la capitale de Norvège, à laquelle notre Office et la Swissair ont collaboré par l'envoi de menus cadeaux et de

matériel de propagande touristique. Nous sommes intervenus auprès de la Chambre suisse d'horlogerie pour qu'elle offre trois montres de dame à la tombola.

Dans le cadre d'un cours sur la presse, le trafic et le tourisme, organisé le 24 mars par le Séminaire de tourisme de l'Université de St-Gall, nous avons monté une exposition sous le titre : « Le service de presse étranger de l'OCST ».

Le 4 mars, à Zurich, nous avons présenté, dans les locaux de la maison SHELL, à de nombreux représentants de cette firme, une exposition de photographies, placards et brochures. A cette occasion, M. Martinet, directeur adjoint, parla du tourisme suisse.

L'exposition itinérante « Aus der Kulturgeschichte des Badens und der Heilbäder » qui a été présentée de mai à juillet à Rheinfelden, Baden, Bad Ragaz, Scuol-Tarasp-Vulpera et St-Moritz Bad, a permis des contacts nouveaux en faveur des stations balnéaires. Plusieurs articles ont paru dans la presse suisse et la télévision était sur place. Un public assez nombreux a tenu à se documenter.

Nous avons fait imprimer 500 000 cartes postales en couleurs reproduisant notre affiche de l'an dernier « Qui dit ski — dit Suisse ». Elles seront remises à nos agences ou distribuées aux agences de voyages qui les enverront à leur clientèle. Cook, de Londres, s'est chargé d'expédier 30 000 cartes à ses propres frais.

Nos agences ont utilisé comme carte de vœux pour le Nouvel-An un petit dépliant en couleurs présentant des coutumes populaires suisses. Il convient de mentionner tout particulièrement la petite brochure en couleurs de 16 pages « Switzerland Holidayland » (Tirage : 600 000 exemplaires en huit langues) dont la diffusion a commencé lors du Congrès de l'ASTA, à Lausanne.

En 1955, la campagne collective de propagande aux USA de l'ETC (European Travel Commission) a pris une très grande importance. Pour cette action, 250 000 dollars furent nécessaires, la part de la Suisse s'élevant à 18 750 dollars. La contribution de la Suisse fut constituée avec l'aide de la Confédération, des CFF, des PTT, de la Swissair, de la SSH, de l'Union d'entreprises suisses de transport, de la Fédération routière suisse et de l'OCST. Comme lors des années précédentes, cette campagne collective européenne visait

à intensifier le tourisme américain en Europe pour l'avant et l'arrière-saison. Dans ce but, 30 insertions ont paru dans 13 grands quotidiens, 26 dans 9 magazines importants et 42 dans 6 journaux spécialisés. Cette action a déclenché 37 534 demandes dont 34 943 furent transmises aux organismes nationaux affiliés. La Suisse venait au troisième rang avec 2769 demandes, après la France et l'Italie. Les deux dépliants « Europa in Spring » et « See Europa in the Fall » dont le tirage s'est élevé à un demi-million d'exemplaires, ont été complétés par une liste des manifestations (150 000 exemplaires) et par deux éditions d'un calendrier des manifestations (100 000 exemplaires). Le service de presse de l'ETC alimente environ 1500 quotidiens et illustrés. En outre, plus de 500 décorations de vitrines furent mises à la disposition des agences de voyages. Un nouveau film en couleurs 16 mm. « Invitation to Europe » a été projeté à l'occasion de l'ASTA Convention à Lausanne.

IV. Eléments de propagande

1. Hôtellerie

En 1955, l'OCST a distribué aux bureaux de voyages étrangers, par l'intermédiaire de ses agences, 165 500 guides suisses des hôtels, 1955/56, soit 110 000 exemplaires de l'édition française/anglaise et 55 000 exemplaires de l'édition allemande/française. De plus, 9300 exemplaires de ce même guide ont été expédiés par notre service du matériel aux légations et consulats ainsi qu'à divers intéressés au tourisme. En étroite collaboration avec la Société suisse des hôteliers et ses sections, nous avons organisé huit voyages d'études pour employés de bureaux de voyages et représentants de la presse provenant de plusieurs pays d'Europe et d'outre-mer; ces voyages se sont à nouveau révélés très fructueux pour notre tourisme et l'hôtellerie. Nos agences ont assisté de leurs conseils et aidé efficacement de nombreux hôteliers suisses qui se sont rendus à l'étranger