

**Zeitschrift:** Die Schweiz = Suisse = Svizzera = Switzerland : offizielle Reisezeitschrift der Schweiz. Verkehrszentrale, der Schweizerischen Bundesbahnen, Privatbahnen ... [et al.]

**Herausgeber:** Schweizerische Verkehrszentrale

**Band:** 31 (1958)

**Heft:** 2

  

**Artikel:** La radio au service du tourisme

**Autor:** Nicod, Bernard

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-773601>

### **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:** 14.05.2025

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

# GIOIE D'INVERNO IN SVIZZERA



Depuis longtemps déjà Radio-Lausanne a compris le rôle capital que joue le tourisme dans l'économie de notre pays. Mais comprendre ne suffit pas; lorsque l'on s'est aperçu du bien-fondé d'une action encore faut-il dans la mesure de ses moyens aider à la propagation, au développement de celle-ci: c'est ce que Radio-Lausanne fait en organisant chaque année des concours touristiques s'adressant aux auditeurs suisses et étrangers. Ces joutes radiophoniques et pacifiques ne s'adressent pas uniquement aux adultes puisque, à certaines occasions et dans le cadre des émissions radio-scolaires elle donne sous une forme aussi originale que possible une leçon de géographie et d'histoire aux élèves de la Suisse romande.

◀ In den immer gepflegten Schaufenstern der Schweizerischen Kreditanstalt in Zürich begann die Schweizerische Verkehrszentrale eine neue Werbeaktion. Durch die knappe Bildersprache von Photomontagen, die vom farbigen, expressiven Plakat von Hans Falk begleitet sind, wird das sportliche Leben im Bergwinter veranschaulicht. Gestaltung der Photomontagen: Fred Troller

Les belles vitrines du Crédit Suisse, à Zurich, servent de cadre à la nouvelle propagande de l'Office national suisse du tourisme. En un langage sobre, des montages photographiques et des affiches colorées et expressives de Hans Falk présentent la vie sportive en hiver, à la montagne. Montages photographiques: Fred Troller.

Le vetrine sempre ben curate del Credito Svizzero a Zurigo servono quale cornice alla nuova propaganda dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo. In un linguaggio sobrio, montaggi fotografici accompagnati dai cartelloni colorati ed espressivi, di Hans Falk, illustrano la vita sportiva in inverno, sulle montagne. Montaggi fotografici: Fred Troller.

In the display windows of the Swiss Credit Bank, the Swiss National Tourist Office has launched a new advertising campaign. Dozens of photos of Swiss winter resorts, accompanied by a colourful and expressive poster by Hans Falk, invite passers-by to "come up for sun and fun" in Switzerland's mountain majesty. Photo montage by Fred Troller.

De cette manière, Radio-Lausanne poursuit trois buts qui lui sont chers:

- apporter son appui à une industrie suisse vitale;
- enseigner en divertissant (nombreux sont en effet les auditeurs qui découvrent en chansons des régions jusqu'alors inconnues d'eux);
- permettre à des concurrents de gagner des prix offerts par l'Office national suisse du

tourisme, les entreprises de transports et les stations, et qui consiste généralement en bons de séjour et de transport.

Qu'il s'agisse de deviner des stations de montagne, des villes de plaine, des châteaux, des lacs ou des cours d'eau, l'enthousiasme du public est réjouissant, encourageant même. Le privilège qui m'est échu d'organiser ces émissions m'a montré combien le Suisse aime découvrir son pays: chacune de ses réponses à nos jeux est accompagnée de détails supplémentaires ou de mots aimables à l'adresse des organisateurs. La place me manque pour dire ici toutes les joies que nous avons pu procurer à des compatriotes dont le revenu ne permettait pas de s'offrir un week-end dans un hôtel ou à des étrangers dans les mêmes conditions qui depuis des années désiraient connaître la Suisse. Ainsi sommes-nous bien payés de l'effort que nous demande la mise sur pied de telles émissions. Il s'agit en effet en premier lieu de choisir les stations en tenant compte du fait que Radio-Lausanne est un studio romand qui doit donc laisser à la Romandie la plus grande place sans pour cela tenir ses amis alémaniques à l'écart; ce choix délicat opéré, il faut encore discuter des prix qui seront offerts et des dates de diffusion. C'est alors seulement que le véritable travail radiophonique commence: forme à donner au concours, manière simple, directe et originale de présenter les choses, rédaction et enregistrement de l'émission sans oublier l'inévitable tri des centaines (quelquefois du millier) de réponses adressées au studio.

Lors de ces deux dernières années et sous le titre «Touristes à vos marques», Radio-Lausanne n'a pas présenté moins de quinze stations d'hiver et d'été suisses. Mais jugeant qu'un panorama unique, une station propre, du soleil toute la journée et des hôtels confortables ne sont pas suffisants pour «faire du tourisme», la Direction du studio a décidé - en décembre dernier - toujours en accord avec l'Office national suisse du tourisme qui lui est d'un précieux secours, de porter l'accent de ses émissions sur la gastronomie suisse; pour cela elle a enregistré dans six buffets de gare du pays des recettes de mets choisies par les buffetiers ou les maîtres queux. Elle espère ainsi que ces émissions «Arrêt-Buffer» ont contribué à mieux faire connaître aux gourmets la valeur de notre cuisine qui vaut les meilleures.

Ce bref exposé sur les émissions touristiques que Radio-Lausanne est heureuse de présenter à ses auditeurs n'a qu'une intention: prouver que la radio et le tourisme collaborent dans le meilleur esprit. Espérons qu'il en sera toujours ainsi.

Bernard Nicod, reporter à Radio-Lausanne

«Es war die schönste Reise meines Lebens», erklärte der erfahrenste der kleinen «Diplomaten», der bereits zum zweitenmal in so ehrenvoller Mission ins Ausland geflogen war. Alle übrigen 46 waren Neulinge. Sie kannten die weite Welt erst aus ihren Schulbüchern und vielleicht aus den Zeitungen, die sie vor oder nach der Schule von Haus zu Haus trugen, wobei der Grad ihres Eifers und ihrer Freundlichkeit dem Herrn Nachbarn gegenüber ihre «diplomatische» Ernennung entscheidend mitbestimmte. Unter den vielen tausend jugendlichen Amerikanern, die als praktische Anleitung zur späteren Erwerbstätigkeit 28 Lokalzeitungen der Hearst-Gruppe und der gemeinsamen Sonntagsbeilage «The American Weekly» vertragen, zogen die 47 liebenswürdigsten das große Los. Als «Junior Diplomats» durften sie in Begleitung einiger Vertreter des «American Weekly» und der angeschlossenen Tageszeitungen mit der Swissair in die Schweiz fliegen und hier zehn Tage lang wie richtige Meister des Diplomatenfachs von Empfang zu Empfang eilen. Unter den schweizerischen Persönlichkeiten, die durch Vermittlung dieser Botschafter des guten Willens vom Weißen Haus begrüßt, von amerikanischen Gouverneuren und Bürgermeistern mit Freundschaftsurkunden bedacht oder gar zu Ehrenbürgern der lebensfrohen Stadt New Orleans ernannt wurden, befanden sich Bundespräsident Holenstein, die Regierungspräsidenten der Kantone Bern, Zürich, Graubünden, Waadt und Genf sowie eine Reihe von Stadt- und Gemeindepräsidenten. Neben diesen «Amtspflichten» hatten aber die «Diplomaten» im hoffnungsvollen Alter von 11 bis 16 Jahren reichlich Gelegenheit, vom Rhein bis zum Genfersee Land, Leute und Sehenswürdigkeiten kennenzulernen. Viele Millionen amerikanischer Zeitungsleser, Radio- und Fernsehteilnehmer und Kinobesucher erfuhren täglich in Wort und Bild von ihren Abenteuern im unvergleichlichen Ferien- und Reiseland Schweiz.

Fred Birman

PUBLICATIONS DE L'OFFICE NATIONAL SUISSE DU TOURISME. En page II de ce numéro, vous trouverez les titres des fort belles publications de l'Office national suisse du tourisme sur le pays et ses gens, sur les institutions culturelles de la Suisse, ses trésors historiques et artistiques. Vous y découvrirez de charmantes plaquettes, telles que *La Suisse romantique* ou les *Anciens vitraux de Suisse* qui font de fort jolis cadeaux. D'autres brochures présentant diverses régions du pays peuvent être particulièrement utiles pour l'élaboration des projets de vacances.