

Zeitschrift: Rapport annuel / Office central suisse du tourisme
Herausgeber: Office central suisse du tourisme
Band: 9 (1949)

Rubrik: Propagande et matériel de propagande

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: 27.04.2025

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

plus manquer de relever ici l'excellent esprit de collaboration qui a présidé à nos rapports avec nos collègues de la Fédération suisse du tourisme.

Pendant l'année 1949, une collaboration étroite et utile a été maintenue avec les associations régionales et locales, les entreprises de transport, les organes techniques de l'hôtellerie, les groupements professionnels touristiques, les cercles sportifs, ainsi qu'avec les milieux culturels et scientifiques.

La collaboration dans le secteur international est à la fois utile et nécessaire parce qu'aujourd'hui beaucoup de questions touchant au tourisme ne peuvent être résolues qu'avec l'aide des organisations sœurs de l'étranger.

Le 14 octobre, notre Directeur, Monsieur Bittel, a été nommé président de l'Union Internationale des Organismes Officiels du Tourisme, union qui réunit à elle seule, en tant qu'organisation mondiale du tourisme des cinq continents, pas moins de quarante-deux pays.

III. Propagande et matériel de propagande

1. Imprimés et service du matériel (production et répartition)

En 1949, notre Office a édité les publications suivantes:

	ex.
« La Suisse, pays de vacances », tableau des sports d'hiver et d'été: français, anglais	245 000
« La Suisse en été », Liste des manifestations: français, anglais	15 000
La brochure « G. I. 's in Switzerland »: anglais	40 000
La brochure « La Suisse d'aujourd'hui »: italien	10 000
La brochure « A pied à travers la Suisse »: allemand, français	20 000
Le prospectus « Stations thermales en Suisse »: allemand, français, anglais, hollandais	20 000
Le prospectus « Semaines musicales en Suisse »: allemand, français, anglais, italien	90 000
Réimpression de la « Carte touristique de la Suisse »: allemand, français, anglais, italien, hollandais, espagnol, portugais	80 700
Affiche d'été: « Vacances en Suisse » de Donald Brun: allemand, français, anglais, italien, hollandais, suédois, espagnol, portugais	20 500
« La Suisse en hiver » 1949/50, Liste des manifestations: français, anglais	15 000
Calendrier 1950: en 6 langues	30 900

Revue « La Suisse », en 4 langues	246 400
Service de presse (liste mensuelle des manifestations)	16 580
« Informations de l'OCST »	7 950
Publications des agences	144 600

La majeure partie du matériel de propagande de l'OCST et de celui des intéressés suisses au tourisme, des entreprises de transport et de l'hôtellerie, a été expédiée aux agences par caisses, en six envois collectifs. En règle générale, les représentations diplomatiques et consulaires de la Confédération à l'étranger ont reçu des paquets d'imprimés.

Il vaut également la peine de mentionner que le seul service du matériel de l'OCST à Zurich a satisfait à environ 2100 demandes individuelles de documentation. Enfin, les nombreux congrès internationaux qui se sont tenus en Suisse en 1949 nous ont fourni l'occasion de distribuer un abondant matériel en plusieurs langues.

Les chiffres suivants donneront une idée de l'ampleur de ce mouvement de matériel pendant l'année sous rapport:

- a) nombre des brochures et des prospectus expédiés (prospectus des stations, des régions, des entreprises de transport et des stations thermales; imprimés de propagande en matière d'éducation et de sport; guides généraux, y compris les publications de l'OCST) 3 023 650
- b) nombre des affiches expédiées (fournies par les associations de tourisme, les entreprises privées de transport et l'OCST) 68 490

1256 caisses, 1712 colis postaux et 13 600 paquets d'imprimés ont été nécessaires pour l'expédition à l'étranger des imprimés sus-mentionnés, dont le poids total s'est élevé à 145 tonnes environ.

2. Propagande par la presse

Eu égard à la situation monétaire, nous avons concentré sur les Etats-Unis, la France et la Belgique, notre propagande par la presse. En prévision de l'Année Sainte, nous avons aussi déployé une propagande intensive dans la presse catholique d'Italie surtout, mais également d'autres pays, dont on peut attendre qu'ils envoient à Rome de forts contingents de pèlerins. Nous avons également passé des

ordres isolés d'annonces en Hollande, en France, en Angleterre et en Irlande. L'OCST a enfin accordé un large appui financier à la propagande des régions touristiques.

En 1949, nous avons de nouveau voué la plus grande attention à nos relations avec la presse. Nous avons maintenu un contact étroit avec les journalistes étrangers accrédités en Suisse. Nous avons mis des billets de libre parcours à la disposition des journalistes venant de l'étranger et, d'entente avec les offices locaux et régionaux de tourisme, nous avons facilité leur séjour dans la mesure de nos possibilités. A l'occasion de l'ouverture de la ligne Glasgow-Zurich et de l'inauguration de son trafic de ligne Suisse—Etats-Unis, la Swissair a invité un petit nombre de journalistes écossais et américains à faire en Suisse un court séjour, organisé en collaboration avec le Service Information et Presse du Département politique fédéral. Un groupe de 10 journalistes grecs ont été invités, toujours en liaison avec la Swissair, à visiter notre pays. Cinq journalistes argentins, qui, sur l'invitation de la SAS, avaient entrepris un voyage en Europe, ont également été nos hôtes pour quelques jours. Nous avons enfin mis les billets de libre parcours nécessaires à la disposition d'un groupe de journalistes italiens conviés par la Fédération Horlogère à visiter quelques fabriques d'horlogerie.

3. Radio

La diffusion du bulletin hebdomadaire d'informations touristiques a été assurée de façon satisfaisante par Beromunster et Sottens. Au moyen d'émissions diverses, tous les studios ont contribué indirectement à la propagande touristique suisse, ainsi, d'ailleurs, que le Service des ondes courtes de la Société suisse de Radiodiffusion. Nous ne voudrions pas manquer d'exprimer à ces diverses instances nos sincères remerciements pour leur collaboration.

La KLM et notre organisation ont assuré le séjour, pendant une huitaine de jours, d'une reporter de la radiodiffusion canadienne.

En Belgique, nous avons réussi à faire passer sur le poste national des émissions ayant trait à l'hiver en Suisse.

Des représentants du service de télévision de la BBC ont procédé à des prises de vues d'une série de sujets suisses.

Nous avons tenté l'expérience d'enregistrer une émission, intitulée « L'Été en Suisse » et consacrée aux principaux événements de cette saison, sur des disques que nous avons ensuite envoyés aux agences pour qu'elles les fassent tenir aux studios de leurs pays respectifs. On a pu les utiliser à Vienne, Amsterdam, Lisbonne, et Valparaíso.

4. Nos organes de presse

a) Revue « La Suisse »

Nous avons à nouveau sorti 12 numéros de notre revue « La Suisse » en 1949, après qu'il eût été nécessaire, en 1948, de la réduire à 8 livraisons. Cette publication retient toujours l'attention des innombrables usagers des chemins de fer suisses et connaît une large diffusion à l'étranger également. Nous basant sur les vœux exprimés par nos lecteurs lors de l'enquête de l'année dernière, nous avons légèrement augmenté, dans les pages illustrées, la place faite aux photographies. Nous avons aussi introduit de nombreux reportages consacrés au tourisme, aux sports d'hiver, aux manifestations de la vie culturelle, etc. Comme innovations, signalons les rubriques régulières « Die Wanderung des Monats », qui devient en hiver « Die Skitour des Monats », ainsi que la série d'articles intitulée « à travers la Suisse et à travers les siècles ». En outre, une page est régulièrement consacrée aux « Actualités ». Dans les colonnes qui leur sont réservées, des reportages techniques s'adressent de temps à autre aux lecteurs intéressés par ces questions. Par-ci par-là, nous consacrons une page à la mode et ne manquons pas de mettre régulièrement en relief les institutions de l'OCST.

Dans la plupart des numéros nous avons voué une attention et un soin particuliers aux pages concernant spécialement une région ou un sujet donnés. C'est ainsi qu'en avril nous avons consacré une étude fouillée aux différents types de fermes suisses et que notre numéro de juillet a été réservé au centenaire des PTT. Les douze numéros de notre revue, rédigés en quatre et, parfois, en cinq langues, ont été tirés à un nombre d'exemplaires variant entre 19 600 et 22 000.

b) Service de presse

La liste jaune des manifestations a été publiée à 12 reprises comme tirage à part de la revue, d'abord sous le nom de « Service de presse » puis, dès la seconde moitié de l'année, sous celui de « Manifestations en Suisse ».

Le Bulletin du service de presse destiné à l'étranger a été rédigé et multigraphié tous les 15 jours par le Siège auxiliaire de Lausanne, sous le titre de « Bulletin OCST ». Il a été envoyé à tous les intéressés au tourisme et en premier lieu à nos agences qui utilisent ces informations pour leurs propres services de presse. 21 numéros de ce bulletin sont sortis en 1949.

c) « Informations de l'OCST »

Pour renseigner régulièrement les autorités, nos membres et les autres intéressés au tourisme sur notre activité et les besoins du tourisme, nous avons publié 7 numéros de notre bulletin « Informations de l'OCST » qui a trouvé partout un excellent accueil.

d) Service de renseignements

Le service de renseignements rattaché à la section de presse a répondu à un très grand nombre de demandes concernant principalement les voyages en Suisse, les séjours de vacances, les manifestations, les écoles professionnelles, les universités, les maisons de santé, de repos, les homes d'enfants, etc. etc. Ces demandes proviennent de presque tous les pays d'Europe, mais aussi des Etats-Unis, d'Australie, des Indes, de l'Afrique du Sud, etc. De longues recherches sont souvent nécessaires pour donner satisfaction à tous ces correspondants.

5. Propagande par le film

Le film continue à s'affirmer comme le moyen de propagande le plus puissant; aussi sommes-nous autorisés à dire qu'il s'agit là d'un des départements les plus importants de l'OCST.

Un grand nombre de copies 35 et 16 mm ont été expédiées à

l'étranger, tant à nos agences qu'aux représentations diplomatiques suisses, mais la demande se fait de jour en jour plus insistante et plus pressante, les courriers aériens ayant proprement supprimé les délais. La limitation des moyens mis à notre disposition nous oblige à prescrire à chaque bande un circuit avec contrôle permanent.

Comme par le passé, la « Centrale pour le film de format réduit », à Berne, assure pour notre compte, sur présentation de bons émis par notre service, la diffusion de nos films en Suisse.

Un nouveau documentaire a été distribué à nos agences et représentations diplomatiques à l'étranger: « Villes de Suisse II ». Deux autres productions sont en voie d'achèvement.

Cependant, 1949 semble surtout avoir été une année décisive pour le film en couleurs: en effet, l'OCST a produit le premier grand documentaire suisse de format standard (35 mm) en couleurs: « La Suisse » et « La Diligence des Neiges ».

A côté de cette production, une dizaine de films 16 mm en couleurs ont été terminés. 1950 verra la diffusion de tout ce matériel.

A côté de la couleur, la télévision a retenu toute notre attention; sur la base des rapports de nos agences, nous avons entrepris l'édition de courts métrages conçus spécialement pour les écrans de la télévision. Deux premiers sujets ont été mis en circulation: « Noël en Suisse » et « La Diligence des Neiges ».

Dans le domaine du grand film, l'OCST a participé à la réalisation de deux productions, l'une due à la Praesens: « Swiss Tour » et l'autre à la R. K. O. Pathé, New York: « Kilroy's Return ». Ces deux bandes apporteront une contribution importante à la propagande suisse à l'étranger (le circuit R. K. O. Pathé comprend 40 millions de spectateurs) sans que l'OCST ait besoin d'en assurer la diffusion.

6. Service des conférences

Toutes nos agences sont maintenant pourvues d'un stock de diapositifs en couleurs et la plupart disposent également d'un appareil de projection. Cela leur permet de posséder leur propre service de conférences ou, du moins, un service de prêt. Ce matériel n'est cependant pas suffisant et il incombe aux associations locales et

régionales de fournir à nos agences des diapositifs qui fassent connaître leurs contrées.

Le Musée scolaire à Berne a repris le prêt des séries $8\frac{1}{2} \times 10$ cm en noir et blanc de notre service « Suisse », de telle sorte qu'à l'heure actuelle notre matériel se compose exclusivement de clichés 5×5 en couleurs. Notre collection s'est augmentée de 813 unités en 1949, année au cours de laquelle nous avons prêté 110 séries.

Parmi les « actions spéciales » signalons le raid en Australie d'un pilote de sport qui a donné à ses principales étapes — Beyrouth, Bagdad, Sharajah, Karachi, Cox's Bazar, Chittagong, Bangkok, Singapour, Surabaya, Koepang, Canberra, Melbourne, Brisbane et Perth — 28 conférences sur la Suisse avec projections de diapositifs en couleurs.

Notons encore, dans ce même cadre, les conférences sur le Parc national données par un Hollandais et qui réunirent, pendant les mois de septembre et d'octobre, 4000 auditeurs environ.

La Belgique a renforcé son service de conférences en flamand. Nos conférenciers de Belgique, de Suède et du nord de la France ont rafraîchi leurs connaissances au moyen d'un petit voyage en Suisse.

7. Service photographique

11 300 agrandissements $18/24$ et 2260 agrandissements $30/30$ ont été tirés cette année dans les laboratoires de l'OCST. Le mois d'octobre a vu un record d'activité s'établir avec le tirage de 1600 agrandissements $18/24$; un grand nombre de ceux-ci portaient sur la préparation de la propagande en faveur de l'Année Sainte.

De nouvelles prises de vues photographiques viennent sans cesse renouveler et enrichir les archives de l'OCST.

Un service d'actualité fournit nos agences à l'étranger en documents sur les événements d'intérêt mondial qui se déroulent en Suisse.

Plusieurs journalistes suisses et étrangers ont visité notre service et emporté un ample matériel photographique. Tous les justificatifs de parution sont lus et classés dans notre service.

Un nombre important d'articles de presse ont été rédigés, traduits en trois langues et envoyés aux agences le l'OCST avec des séries de photographies. De nouveaux thèmes y ont été traités, tels la vie cul-

turelle en Suisse (musique, arts plastiques, etc.) ainsi que la vie mondaine, ce facteur étant redevenu très important.

Le service de clichés a — comme par le passé — contribué à l'illustration de bon nombre de journaux et revues suisses franchissant nos frontières.

8. Expositions et foires

a) Etranger

Notre Office a participé en 1949 aux foires et expositions internationales suivantes:

Exposition de livres suisses à Amsterdam, 4/24 mars

California International Flower Show à Los Angeles, 26 mars/3 avril

Foire d'Utrecht, 29 mars/ 27 avril

Foire de Liège, 2/18 avril

Foire de Milan, 12/29 avril

Foire de Lyon, 23 avril/2 mai

Semaine culturelle suisse à Stuttgart, 23 avril/3 mai

Exposition hôtelière à Wels (Autriche), 30 avril/8 mai

Foire de Bruxelles, 30 avril/15 mai

Foire de Paris, 21 mai/16 juin

Foire de Bône, 28 mai/6 juin

Canadian International Trade Fair à Toronto, 30 mai/10 juin

Exposition du Tourisme au Château des Ducs de Bretagne à Nantes,
1^{er}/30 juin

Foire d'échantillon de Barcelone, 10/30 juin

Exposition internationale de Coevorden (Hollande), 20/26 juin

California State Fair à Sacramento, 1^{er}/15 septembre

Exposition de livres suisses à Francfort, 1^{er}/15 septembre

Foire de Gand, 10/25 septembre

Exposition « The Pageant of Nations » à Wellington, 14/24 septembre

2. Rassegna Internazionale della Stampa di Trento, 18 septembre/
2 octobre

Exposition spéciale « La Suisse, pays de tourisme », à Brunswick,
1^{er}/9 octobre

Exposition annuelle de l'hôtellerie allemande, à Hanovre, 1^{er}/9 octobre

Salon de l'Automobile, à Paris, 6/16 octobre
Exposition touristique européenne, à Buenos-Aires, 1^{er}/30 novembre
Exposition internationale de poupées costumées, à Alamada (Californie) en mai
Exposition d'affiches suisses, à Augsbourg, Bombay, Dresde, Edimbourg et Oslo (en collaboration avec « Pro Helvetia »)
Participation à l'exposition de livres suisses de « Pro Helvetia » dans les bibliothèques universitaires de différentes grandes villes des Etats-Unis.

b) Suisse

Exposition suisse d'architecture de Bâle, 8 janvier/3 février
Foire Suisse d'Echantillons à Bâle, 7/17 mai
KABA, Exposition cantonale bernoise, à Thoune, 17 juin/19 septembre
Exposition de l'Industrie et des Arts et Métiers, au Hallenstadion, Zurich, 1^{er}/11 octobre
Exposition « Châteaux de Suisse » au Helmhaus de Zurich, 8 octobre/6 novembre.

9. Affiches

Les quatre affiches à en-tête de Richard Gerbig que nous avons éditées en 1948 ont été munies de textes publicitaires appropriés et envoyées à nos agences en 20 000 exemplaires au total. Nous en avons également remis un grand nombre à diverses compagnies d'aviation pour qu'elles y fassent imprimer leurs propres textes de propagande.

Nous avons édité à 20 000 exemplaires et en huit langues une nouvelle affiche d'été, joyeusement colorée, de format anglais (64×102). Due à Donald Brun, elle représente un poulain blanc gambadant sur un fond de paysage.

6000 affiches d'hiver, en nombre rond, ont été remises à nos agences de New York et de San Francisco pour une campagne publicitaire spéciale aux Etats-Unis appuyée par « Ski-Magazine », la revue bien connue. Nous avons demandé 4000 de ces affiches aux principales stations suisses de sports d'hiver et notre Office a fourni à ses frais les 2000 restantes qui ont été pourvues d'un texte spécial.

Nous avons mis à la disposition des agences de Paris et de Bruxelles 500 exemplaires en tout de l'affiche de format mondial (90×128) de Carigiet munie de l'inscription « Joie et santé par les sports d'hiver en Suisse ».

Nous avons employé en faveur des écoles suisses de ski l'affiche à en-tête, de 32×41 cm., en trois couleurs, due à Thöni et éditée en 1948. Nous avons distribué dans le même but des affiches d'un plus grand format prélevées sur nos stocks.

10. Vitrites

Pendant toute l'année 1949, nous avons voué l'attention qu'elle mérite à la propagande par les vitrines, qui constitue en somme le meilleur moyen de rester en contact vivant avec le public.

a) Etranger

Les vitrines décorées dans nos agences comme dans les bureaux de voyages ou des magasins se chiffrent de nouveau par centaines. Dans ce but, nous avons expédié à nos agences environ 100 caisses de construction (Baukasten). Le type de ce matériel est — amélioré — celui des chassis à boules que nous leur avons livrés en 1947 et 1948. Il consiste en supports standards de métal léger, qui se prêtent à la réalisation des décorations intérieures et de vitrines les plus diverses et sont également utilisables pour les expositions. Un album photographique accompagnant ce matériel indiquait la façon de s'en servir.

Quant au matériel d'illustration, nous avons fabriqué pour la première fois des montages photographiques modernes, dont certaines parties sont recouvertes de transparents de couleur. En 1949, nous avons également distribué plusieurs centaines d'agrandissements photographiques, de 50×50 cm. pour la plupart, classés par sujets et faisant place à toutes les régions de Suisse.

Pour égayer la décoration de leurs vitrines, nous avons envoyé à nos agences du tissu de soie blanc pour vitrages, imprimé d'armoiries de la Confédération (100 m.) et de motifs d'automne et d'hiver en plusieurs teintes (240 m.).

Pour la présentation d'affiches non montées et d'autre matériel graphique, nous avons fait construire, à côté des cadres en bois existants, 350 cadres passe-partout en métal léger.

b) Suisse

Nous avons distribué du matériel, pris en majeure partie sur nos stocks, à de nombreux bureaux de voyages, banques, entreprises privées et grands magasins, qui ont ainsi pu agencer leurs vitrines en faveur du tourisme. Ce faisant, nous avons voué une attention particulière à la propagande pour les stations thermales.

Le Crédit Suisse a mis ses 16 vitrines de l'Avenue de la Gare à Zurich à notre disposition pendant un mois en été et un mois en hiver. Nous y avons organisé respectivement une exposition d'objets représentatifs de l'art populaire suisse, groupés par régions, et une exposition de peinture moderne intitulée « L'hiver vu par les artistes suisses ». La nouveauté de ces manifestations et l'originalité de leur présentation ont eu grand succès auprès du public et de la presse qui s'en est fait l'écho.

Pendant la saison d'été, nous avons également eu l'occasion de décorer des vitrines aux Grands Magasins Innovation S. A. à Lausanne et Oscar Weber A. G. à Zurich.

II. Actions spéciales

Pour l'aménagement de chacune de nos agences, le Service de Publicité des CFF nous a remis une série des reproductions des « Chefs d'œuvre de la Peinture Suisse », sorties des Editions Urs Graf à Berne, qui ornent leurs voitures.

Nous avons mis à la disposition de la Conférence Diplomatique de la Croix-Rouge, pour décorer les locaux du Palais électoral où s'est déroulée la Conférence Diplomatique de Genève, neuf panneaux originaux et neuf lithographies de Carigiet ainsi que douze planches des « Costumes suisses » de K. Wirth.

Les affiches suisses exposées en septembre à la deuxième « Rassegna Internazionale della Stampa », de Trente, ont obtenu le 1^{er} prix d'honneur. « Swissair » d'Herbert Leupin, « Vacances en Suisse »

(poulain) de Donald Brun et « Les Quatre Saisons » (affiches à en-tête OCST) de Richard Gerbig, ont eu un succès tout particulier.

« La Suisse vue par les humoristes français », exposition ouverte le 25 novembre 1949 dans les locaux de notre agence de Paris, a duré jusqu'à la fin janvier 1950.

IV. Secteurs de propagande

1. Chemins de fer

Tout le matériel de propagande du Service de Publicité des CFF destiné à l'étranger est envoyé par nos soins à nos agences, qui le distribuent aux bureaux de voyages et aux autres intéressés des différents pays. Ce matériel se compose principalement d'affiches, de prospectus, de brochures, de cartes-itinéraires, d'horaires, de calendriers, etc. La réclame pour les billets de vacances, commencée en 1948, a continué au moyen des affiches à en-tête qui restaient. Nous constatons avec plaisir que le billet de vacances connaît à l'étranger une vogue croissante. Dans leurs propres publications, nos agences ont, de nouveau, eu soin de mettre en relief les correspondances et les tarifs des trains pour les principaux centres suisses de vacances. Nous continuons à déployer une propagande intense pour le trafic ferroviaire dans les expositions, les vitrines et la revue « La Suisse » ainsi qu'au moyen de nos services de presse et de photographie.

2. Trafic routier

Pour la propagande en faveur du trafic automobile, nous disposons de la carte routière officielle en deux langues, ainsi que de la nouvelle brochure « Sur les routes suisses » publiée en trois langues. Une nouvelle édition de la carte routière est en préparation; des raisons d'ordre budgétaire n'ont cependant pas permis qu'elle sorte de presse en 1949. Au moyen des clichés et de la composition de la nouvelle brochure, nous avons édité à 130 000 exemplaires, comme tirages à part, des itinéraires que les services de renseignements de