Office suisse du tourisme

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Association nationale pour le développement du tourisme**

Band (Jahr): **13 (1930)**

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Organisation d'un bureau de renseignements touristiques à l'Exposition internationale culinaire (Zika), à Zurich.

Représentation éventuelle de l'Office national suisse du tourisme à Karlsbad.

Prise d'un film sonore *Voix des montagnes suisses* sous la régie de l'écrivain M. Moeschlin.

Représentation de l'Office national suisse du tourisme à Liège, Gand et Anvers.

Projet de budget pour l'exercice.

Programme d'action de l'Office national suisse du tourisme pour l'année 1931.

Concours photographique clôturé le 31 octobre 1930.

D. ÉTAT DES MEMBRES

Au 31 décembre 1930, l'Association nationale pour le Développement du Tourisme comptait 163 subventionnants et membres (1929 : 167), y compris la Confédération, les Chemins de fer fédéraux, la Société suisse des Hôteliers, l'Union des Entreprises suisses de Transport, l'Union des Sociétés suisses de Développement et d'autres associations suisses. Leurs prestations annuelles se sont élevées à Fr. 472,050 (1929 : Fr. 464,970). La plus-value des recettes est due à l'augmentation de la cotisation de certains membres pour la cinquième période triennale 1930-32, ce que nous constatons avec satisfaction.

D'autre part, plusieurs membres de l'Association nationale, pour des raisons diverses, n'ont pas renouvelé leurs engagements financiers. Nous saisissons l'occasion pour remercier tous ceux qui contribuent par leurs subventions ou leurs cotisations au développement de la propagande touristique suisse à l'étranger.

E. OFFICE SUISSE DU TOURISME

1. Organisation générale

L'activité en faveur du tourisme, prévue par les statuts de l'Association nationale pour le Développement du Tourisme, ainsi que par le *programme d'action* établi en 1918 par le Conseil du tourisme, est exercée par l'Office suisse du tourisme à Zurich et à Lausanne et par ses représentants à l'étranger. Il est secondé en Suisse par les autorités fédérales, cantonales et communales, les entreprises de transport, la Société suisse des Hôteliers, les Sociétés suisses de développement, l'Association suisse des Chefs d'Instituts, etc., tandis qu'à l'étranger il peut compter sur l'appui et la collaboration des Légations et Consulats de Suisse, des agences et associations de voyages et des sociétés suisses. Nous leur en sommes reconnaissants et nous leur exprimons ici notre gratitude.

Les travaux de l'Office, en 1930, ont poursuivi une progression réjouissante dans le domaine de la propagande comme dans ceux du trafic et de la statistique. Cela ressort surtout de la correspondance plus volumineuse d'année en année par suite du développement de notre *service d'informations,* auquel il est fait appel de tous les pays du globe, mais avant tout de l'Allemagne, de la Hollande, de la Grande Bretagne, de la Belgique, de l'Amérique et des Indes. Les demandes qui nous sont adressées ont surtout trait aux stations climatiques et balnéaires, aux tarifs des hôtels et pensions, au matériel de propagande, aux écoles et instituts d'éducation, au coût des transports, à la circulation routière, aux conditions de séjour, etc.

Le matériel de propagande édité par notre Office ou qui nous est remis par les entreprises de transport et les sociétés de développement, n'est expédié que sur demande et avec ménage-

ment, afin d'éviter tout gaspillage et les doubles emplois, car de nombreux intéressés au tourisme procèdent aussi à des envois directs à l'étranger.

Les expéditions faites en 1930 par nos deux bureaux de Zurich et Lausanne se répartissent comme suit :

PAYS	Imprimés de L'O. N. S. T.	Imprimé des intéressés	Affiches
Hollande	65,014	93,939	2,773
Allemagne	90,544	62,340	1,957
Suisse	59,350	43,702	3,587
Italie	40,519	61,700	1,477
France	32,192	63,415	1,453
Espagne, Portugal	9,624	61,746	695
Belgique, Luxembourg	19,050	45,778	1,365
Grande-Bretagne	36,041	9,413	2,551
Tchécoslovaquie	11,216	32,036	773
Autriche	14,311	20,737	729
Hongrie	8,000	24,986	1,156
Danemark, Finlande, Suède, Norvège	9,554	21,251	412
Roumanie	2,987	10,439	363
Jougoslavie	2,205	8,455	242
Pologne	1,226	4,271	57
Grèce	1,485	3,429	168
Lettonie, Lithuanie, Esthonie	637	1,584	72
Bulgarie	400	1,417	60
Amérique centrale et Amérique du Sud	8,641	22,533	672
Amérique du Nord	10,565	5,003	990
Afrique	1,641	8,332	198
Turquie, Syrie, Palestine, Egypte	3,144	5,550	153
Indes anglaises et néerlandaises	2,377	5,409	293
Chine, Japon, Philippines	1,151	3,967	308
Australie, Nouvelle-Zélande	1,054	3,718	143
	432,928	625,170	22,647

Outre les imprimés qui précèdent, l'Office envoie deux fois par mois en 5,000 exemplaires, c'est-à-dire 120,000 exemplaires par an, son « *Bulletin d'Informations* » aux agences de voyages et autres intéressés au tourisme suisse

A côté des organes administratifs de l'Association nationale pour le développement du tourisme (Conseil du tourisme et Comité de direction), trois commissions consultatives coopèrent aux travaux de l'Office :

1. *La Commission de Propagande et de Publicité,* composée de spécialistes de la réclame touristique ;

2. *La Commission de Balnéologie et de Climatologie,* qui comprend des médecins et des représentants des stations climatiques et balnéaires ;

3. *La Commission des Horaires et du Trafic,* formée de professionnels en ces matières.

Les représentants officiels de l'Office à l'étranger ont été, en 1930, les suivants :

Amsterdam : Zwitsersche Verkeerscentrale, M. Graziano, Joh. Verhulststraat 147.

Anvers : Office National Suisse du Tourisme, Voyages E. Wirtz, 44, Avenue de Keyser (vente de billets suisses).

Athènes : Office National Suisse du Tourisme, Nouvelle Société Helvétique, 1, Rue Ploutonos.

Bruxelles : Office National Suisse du Tourisme, Chambre de Commerce Suisse, 1. a. Rue du Congrès (vente de billets suisses).

Budapest : Schweizerische Verkehrszentrale, M. Surber, Nador Ucca 18 (vente de billets suisses à l'agence Ibusz à la même adresse).

Buenos-Aires : Oficina Nacional Suiza de Turismo, Agence Salvatierra, Calle Florida 524.

Gand : Office National Suisse du Tourisme, Agence Brooke, 20, Rue de Flandre.

Graz : Schweizerische Verkehrszentrale, M. Burri, Schillerstrasse 13 (vente de billets suisses).

Liège : Office National Suisse du Tourisme, Agence de voyages Brooke, 112, Rue de la Cathédrale.

Nice : Office National Suisse du Tourisme, M. Aeberhard, Boulevard Victor Hugo 3 (vente de billets suisses, à la même adresse, Agence de voyages Kuoni, S.A.).

Prague : Office National Suisse du Tourisme, Mlle Fallet, Vaclavské nam. 63 (vente de billets suisses à la même adresse, Agence Cedok).

Rome : Ufficio Nazionale Svizzero del Turismo, M. Tamò, Via del Tritone 130/131, au siège de l'agence Canadian Pacific Railway.

Mentionnons aussi l'agence de *Vienne* (Schweizer Verkehrsbüro, Schwarzenbergplatz 18), qui relève en même temps des Chemins de fer fédéraux et de notre Office.

Une partie de nos agences sont confiées à des fonctionnaires de notre Office, de nationalité suisse, dont la mission est d'entretenir des relations suivies avec les agences et associations de voyages, de stimuler leur activité à l'égard de la Suisse, de les pourvoir en matériel de propagande et de contrôler la diffusion de ce dernier. Ces fonctionnaires (inspecteurs-correspondants) ont généralement leur bureau (office d'informations) au siège d'une agence de voyages avantageusement connue. A *Bruxelles* et à *Vienne,* nos représentants s'occupent de la vente des billets suisses, mais sous la responsabilité des Chambres de Commerce Suisses de ces deux villes, notre Office ayant toujours préféré laisser ce soin aux agences de voyages, entreprises commerciales, qui traitent aussi avec les hôtels.

En *Hollande,* notre représentant, à côté des services indiqués plus haut, édite notre « *Bulletin d'informations* » en langue hollandaise et donne de nombreuses conférences avec projections lumineuses. Il a aussi organisé et dirigé, en 1930, un voyage d'études à travers la Suisse, d'une trentaine de fonctionnaires d'agences de voyages.

En 1930, nous avons ouvert deux nouveaux bureaux de renseignements à *Budapest* et à *Nice.* Le second, qui occupe une partie des locaux d'une entreprise suisse (Voyages Kuoni, S. A.), dispose d'une grande vitrine sur une des principales artères de Nice.

A Anvers, Gand, Liège et Buenos-Aires, notre représentation est confiée à des agences de voyages dirigées par des Suisses ou qui ont des employés suisses.

Nous sommes très satisfaits des services rendus au tourisme suisse par nos représentants à l'étranger, surtout si nous tenons compte des dépenses modestes effectuées dans ce but. Nous profitons de l'occasion pour les remercier de leur dévouement et de leur collaboration.

Dans les pays où il n'existe pas de représentation des C. F. F. ou de notre Office, nous entretenons des relations directes avec les intéressés au tourisme (agences et associations de voyages, Automobiles-Clubs, Touring-Clubs, etc.), en nous appuyant, partout où cela est possible, sur les Légations et les Consulats de Suisse.

Notre activité à l'étranger a ses racines en Suisse, où nous pouvons compter sur la coopération et la sympathie des bénéficiaires directs ou indirects du mouvement des étrangers. Nous leur exprimons notre gratitude pour les services qui nous sont rendus.

2. Division de propagande et de publicité

Publications. — En 1930, l'Office a publié ou réédité les imprimés suivants :

Guide illustré « *Zwitserland* », texte hollandais avec carte du touriste au 1:900,000, 30,000 exemplaires.

Guide illustré « *Die Schweiz* », avec carte du touriste au 1:900,000 (la brochure est sortie de presse au commencement de 1931), 50,000 exemplaires.

« *Switzerland and her Schools* », brochure illustrée en langue anglaise concernant les établissements officiels et privés d'éducation en Suisse, 15,000 exemplaires.

Carte du touriste « *Svizzera* », texte italien et illustrations au verso, au 1: 600,000, 5,000 ex.

Carte du touriste « *Switzerland* », texte anglais, destinée aux entreprises Belgique Tours, American Express C°, Dollar Steamship Line, etc., 20,000 exemplaires.

Petite carte du touriste « *Suisse* », au 1:900,000, sans texte au verso, destinée à être encartée dans certaines publications, entre autres dans le guide édité par la « Niederländische Reise-Vereinigung », à La Haye, dans l'album de la « Transatlantic Culture Travel Association », à Londres, dans l'Indicateur du Commerce et de l'Industrie, à Lausanne, etc., 100,000 exemplaires.

Petite carte du touriste « *Suiza* », avec texte espagnol et illustrations au verso, au 1:900,000, 10,000 exemplaires.

« *La saison d'été 1930 en Suisse, manifestations sportives et mondaines* », texte allemand : 20,000 exemplaires ; texte anglais : 13,000 exemplaires ; texte français : 8,000 exemplaires.

« *La Saison d'hiver en Suisse 1930/31, programme des manifestations sportives et mondaines* », texte allemand : 20,000 ex. ; texte anglais : 13,000 ex. ; texte français : 8,000 ex.

Calendrier illustré à effeuiller 1931 « *Suisse* », texte allemand : 3,700 ex. ; texte français : 650 ex. ; texte anglais : 1,500 ex.

Cette publication, plus demandée d'année en année par les admirateurs de la Suisse à l'étranger, mériterait d'être tirée en un nombre d'exemplaires beaucoup plus considérable. Des éditions supplémentaires spéciales en langues anglaise, française ou allemande ont été imprimées avec notre autorisation pour les firmes « Saentis » Union City, U. S. A., 500 exemplaires, Bally, Schoenenwerd, 250 exemplaires, Emmenthal A.G., Zollikofen, 400 exemplaires, Câbleries de Cortaillod (800 exemplaires), Gebr. Tobler, Teufen (400 exemplaires), Beck frères, Lausanne (250 exemplaires), Dufey & Cie, Lausanne (200 exemplaires), Loetscher, Lucerne (100 ex), etc.

« *Golf Courses in Switzerland* », texte anglais avec illustrations, 23,000 exemplaires.

« *Verzeichnis von schweizerischen privaten Lehranstalten, Instituten und Pensionaten* », 6,000 exemplaires.

« *Le printemps et l'automne en Suisse* », prospectus illustré en couleurs, texte allemand : 30,000 ex. ; texte anglais : 30,000 ex.

« *L'hiver en Suisse* », brochure illustrée : 30,000 exemplaires.

Liste des sanatoria, tirage à part revu et corrigé de l'ouvrage « Stations climatiques de la Suisse » : texte allemand : 5,000 ex. ; texte français : 3,000 ex.

« *Reisbegeleider voor Zwitserland* », texte hollandais, petit guide pratique à l'usage du voyageur : 10,000 exemplaires.

« *Avis important aux automobilistes et motocyclistes* », prospectus remis à la frontière aux automobilistes et motocyclistes entrant en Suisse. Texte allemand : 50,000 ex. ; texte français : 50,000 ex. ; texte anglais : 10,000 ex. ; texte italien : 10,000 ex.

Affiche lithographique en couleurs, en vue de la saison d'été, massif de la Jungfrau, format 64/102 cm. Texte allemand : 700 ex. ; texte français : 400 ex. ; texte anglais : 900 ex.

Même affiche réduite au format 32/51 cm. Texte allemand : 1,800 ex. ; texte français : 1,200 exemplaires ; texte anglais : 1,000 exemplaires.

Affiche lithographique en couleurs, en vue de la saison d'hiver, format 64/102 cm. Texte allemand : 1,700 ex. ; texte français : 600 ex. ; texte anglais : 1,700 ex.

Nous avons en préparation, pour paraître en 1931, le matériel de propagande qui suit :

Carte relief de la Suisse, en couleurs, destinée à être exposée dans les locaux des agences de voyages.

Atlas de poche, à l'usage du touriste, nouvelle édition revue et augmentée qui sera mise en vente au prix de Fr. 3.50 l'exemplaire.

Catalogue des films touristiques suisses, publié d'entente avec l'Office suisse d'Expansion commerciale.

Carte du touriste au 1:600,000 avec cartes relatives aux sports au verso.

L'Office suisse du tourisme a subventionné nombre de publications éditées par ses représentants à l'étranger (prospectus, cartes postales, etc.). Il a aussi favorisé par l'achat et la diffusion à l'étranger, les publications suivantes :

« *Les stations climatiques de la Suisse, sources minérales et thermales, stations climatiques et sanatoria, annuaire balnéaire suisse* », édité sous la direction de la Société suisse de Balnéologie et Climatologie, en langues française, allemande et anglaise. Ce volume a été envoyé aux Consulats de Suisse à l'étranger pour être distribué aux médecins de leur rayon d'activité (1900 ex.).

« *Stations balnéaires de la Suisse* », brochure illustrée en couleurs, éditée par l'Association suisse des Stations balnéaires, en langues française, allemande, anglaise, hollandaise et espagnole. Sa distribution à l'étranger a surtout été effectuée par l'entremise des représentants de l'Office et des Consulats de Suisse, de préférence dans les milieux médicaux. Edition allemande : 2,158 ex. ; française : 3,463 ex. ; anglaise : 1,050 ex. ; hollandaise : 4,140 ex. ; espagnole : 3,490 ex.

« *Guide routier de la Suisse* », publié par l'Automobile Club de Suisse, envoyé aux représentants de l'Office à l'étranger et à quelques consuls.

« *Schweiz. Medizinisches Jahrbuch 1930* », édité par la maison Benno Schwabe à Bâle, envoyé à nos représentants et aux Consulats de Suisse à l'étranger.

Planches en couleurs sur carton, éditées par la maison Meisser, paysages de la Suisse, pour l'exposition dans les agences de voyages (750 exemplaires).

« *La Suisse économique et industrielle* », avec 2 cartes et 24 illustrations, brochure publiée par l'Office suisse d'Expansion commerciale.

Les épreuves typographiques de diverses publications relatives à la Suisse nous ont été soumises, entre autres du *guide* édité par la maison Wagner « Schweiz », auquel nous avons ac-

cordé notre patronage dans le but d'obtenir un traitement égal pour toutes les régions de la Suisse et d'éviter toute influence de la partie publicitaire sur le texte rédactionnel.

Toutes les publications qui précèdent, qu'elles soient éditées par l'Office suisse du tourisme lui-même, par ses représentants ou par des organisations et agences auxquelles a été accordé notre patronage ou une subvention, *sont d'un intérêt général* et prennent en considération les conditions touristiques, sportives, curatives et mondaines de l'ensemble de la Suisse. *Elles forment la base de la documentation* remise à tous les touristes qui s'intéressent à la Suisse. Elles sont à leur disposition au siège de nos agences, de celles des Chemins de fer fédéraux, des Consulats de Suisse et des bureaux de voyages dans tous les pays.

Cette documentation est complétée suivant les désirs des intéressés au tourisme suisse par les imprimés qui nous sont remis par les entreprises de transport et les sociétés suisses de développement pour être diffusés par l'entremise des agences et des bureaux mentionnés ci-dessus.

Propagande rédactionnelle. — L'Office suisse du tourisme a eu l'occasion de publier dans la presse étrangère de nombreux articles sur le tourisme, les sports, la circulation routière, les écoles privées, etc. Des honoraires ont aussi été accordés à des écrivains et journalistes pour leur collaboration dans des journaux et des revues du Danemark, de la Hongrie, de la Grande Bretagne, de l'Italie, de la Hollande, de la Belgique, de la Tchécoslovaquie, des Indes néerlandaises, de l'Extrême Orient, etc.

Cette propagande, à laquelle nous attachons une grande importance, est appuyée par des envois de photographies (738) et de clichés (352) qui sont prêtés gratuitement.

Notons aussi que les communiqués de notre « Bulletin d'informations » bi-mensuel sont fréquemment reproduits dans la presse étrangère, ce bulletin paraissant en langues française, allemande, anglaise, italienne et hollandaise.

Conférences et propagande par l'image. — Les conférences avec projections lumineuses de *diapositifs* ou présentation de *films* constituent un moyen de propagande de premier ordre, que nous pourrions développer considérablement si nous possédions un plus grand nombre de films.

En 1930, l'Office a acheté onze nouveaux *films :* « Engelberg en été », « Le chemin de fer du Loetschberg », « Le Grand St-Bernard », « La Jungfrau » (ces deux derniers pour l'écrivain et conférencier américain Newmann), « Le chemin de fer du Pilate », « Le chemin de fer de la Jungfrau », « Le Pays d'Appenzell », « Lugano et ses environs », « Lucerne et le lac des Quatre Cantons », « Habitations et costumes nationaux du canton d'Appenzell », « Sports d'hiver à St. Moritz ». Il a fait tourner en outre plusieurs films, dont de nombreuses copies ont été confectionnées : Les sports d'hiver à Zermatt, Montana, Loèche-les-Bains, Villars, Caux, les Avants et Gstaad. Les derniers ont été tournés pendant l'hiver 1930-31.

L'Office a mis *46 films* à la disposition de conférenciers ou de cinémas dans les pays suivants : Hollande, Allemagne, Espagne, Belgique, Yougoslavie, France, Etats-Unis et Argentine. D'autres films continuent à rouler depuis les années précédentes et finissent par être inutilisables. C'est le sort de tous les films, ce qui nous oblige à reconstituer continuellement nos collections et à faire appel aux entreprises de transport, ainsi qu'aux sociétés de développement. Les unes et les autres faciliteraient notre activité et contribueraient à l'essor du tourisme suisse en faisant tourner des films et en mettant des copies à notre disposition, car nos moyens financiers ne nous permettent malheureusement pas de couvrir seuls les frais considérables occasionnés par la propagande au moyen du film.

Il a été décidé de participer financièrement à la prise d'un film sonore « Les Voix des Montagnes suisses », sous la direction de l'écrivain M. F. Mœschlin. L'exécution aura lieu en 1931.

Afin de nous rendre compte du nombre de *films touristiques* tournés en Suisse et pouvant être utilisés par les intéressés au tourisme, nous avons procédé à une enquête dont les résultats seront publiés en 1931, dans un Catalogue édité d'entente avec l'Office suisse d'Expansion commerciale.

Des *cycles de conférences* ont été organisés par l'Office et avec son aide financière par MM. Wehrlin (Allemagne), Fausboll (Danemark), Flaig (Allemagne et Autriche), Buyssens (Belgique), Spelterini (Italie, France et Belgique), Dr Veidl (Autriche), Graziano (Hollande), etc. D'autres conférenciers, auxquels l'Office a aussi prêté son appui, ont célébré les beautés de la Suisse en Tchécoslovaquie, en Belgique, en Yougoslavie et au Canada.

En Suisse même, le directeur de l'Office a donné une conférence au *Congrès de l'Association internationale de la Presse,* réuni à Montreux, sur « le Tourisme suisse, ses relations avec les entreprises de transport, l'automobilisme et les sports ».

L'Office a envoyé 1079 *diapositifs* à des conférenciers, tandis que les collections dont disposent ses représentants à l'étranger ont été augmentées. Il a enfin fait exposer 214 *agrandissements photographiques* dans des vitrines d'agences de voyages, des halls et salles de réception ou autres locaux ouverts au public. Nous avons aussi continué à distribuer les belles planches artistiques en offset, éditées par la maison Meisser, qui rencontrent un excellent accueil auprès des agences de voyages.

Expositions et foires. — L'Office a organisé, en commun avec l'Office suisse d'Expansion commerciale, la *Section touristique suisse de l'Exposition internationale de Liège,* dont l'attrait principal était constitué par trois agrandissements photographiques pour l'exécution desquels nous avons obtenu des subsides des premiers intéressés. Ces panneaux, exposés à l'entrée du Pavillon suisse, représentaient des régions parmi les plus typiques de la Suisse :

Panorama du Gornergrat, 23 m. de longueur sur 5 m. de hauteur.

Panorama du Jungfraujoch, 15 m. sur 5,25 m.

Partie orientale du lac de Genève avec le Château de Chillon et la Dent du Midi, 15 m. sur 5 m. 25.

De l'avis des Belges, ces photographies gigantesques ont été unanimement admirées et ont fait une excellente réclame en faveur de la Suisse et des régions intéressées.

Depuis la clôture de l'Exposition, les trois panneaux sont exposés en permanence à Bruxelles, l'un au Palais Mondial, les deux autres au Musée scolaire du Palais du Cinquantenaire.

Pendant toute la durée de l'Exposition de Liège, un représentant de notre Office a dirigé le Bureau d'informations touristiques aménagé au Pavillon suisse. De nombreux imprimés y ont été distribués sur demande.

De même que les années précédentes, nous avons coopéré avec l'Office suisse d'Expansion commerciale aux *Foires* de *Leipzig, Lyon, Vienne, Utrecht, Zagreb, Milan, Budapest* et *Salonique,* où des affiches et des tableaux furent exposés, tandis que les employés préposés aux renseignements remettaient des prospectus, cartes et guides aux intéressés. A Milan, Utrecht et Budapest, ce service était assuré par nos inspecteurs des pays respectifs.

Nous avons aussi pris part aux manifestations suivantes :

Foire-Exposition de *Nice,* avec un pavillon suisse.
Foire de *Ljubljana* (Laibach), d'entente avec l'Agence Putnik.
Exposition touristique de *Delft.*
Foire d'Echantillons de *Cologne.*
Exposition alpine de *Budapest.*
Exposition touristique de l'Association ouvrière de tourisme, à *Anvers.*

Bien que la propagande touristique en Suisse n'appartienne pas à notre rayon d'activité, nous avons accepté d'organiser et de diriger, à l'*Exposition culinaire internationale, à Zurich* (*Zika*), un bureau suisse d'informations touristiques, qui fut très visité. La décoration des vitrines et des parois était constituée par des affiches lithographiques en couleurs qui caractérisaient le développement des arts graphiques de notre pays.

Publicité collective. — En 1930, la publicité collective, faite en commun avec les Sociétés de développement, les sections de la Société suisse des Hôteliers et les Entreprises de transport, a réuni la participation suivante :

Réclame en faveur de la saison d'été :

Angleterre	11 périodiques	11 insertions	20 stations
Allemagne	12 »	12 »	16 »
Hollande	14 »	14 »	16 »
France	10 »	10 »	18 »
Belgique	12 »	12 »	14 »
Autriche	5 »	7 »	10 »
Tchécoslovaquie	8 »	8 »	10 »
Espagne	4 »	8 »	7 »

Réclame en faveur de la saison d'hiver 1930/31 :

Angleterre	11 périodiques	11 insertions	6 stations
Allemagne	14 »	14 »	8 »
Hollande	14 »	14 »	5 »
France	10 »	10 »	9 »

Les périodiques illustrés et les journaux dans lesquels nos annonces collectives ont paru sont les suivants :

Angleterre : Graphic, Illustrated London-News, Sphere, Sketch, Tatler Nash's Magazine, Queen, Britania (Eve), Illustrated Sporting and Dramatic News, Country Life, Bystander.

Allemagne. Leipziger Illustrierte Zeitung, Sport im Bild, Velhagen und Klasings Monatshefte, Die Dame, Westermann's Monatshefte, Scherl's Magazin, Der Winter, Daheim, der Eissport, Illustr. Wochenbeilage der « Frankfurter Zeitung », Münchner Illustrierte Presse, Stuttgarter Illustrierte, Illustr. Beilage der « Kölnischen Zeitung », Illustrierte Beilage der « Hamburger Nachrichten », Weltspiegel, Elegante Welt, Die Woche, Bilder Woche (Stuttgart), Welt im Bild (Wochenbeilage der Leipziger Nachrichten), Illustr. Wochenbeilage des «Hamburger Kurier».

Hollande. Haagsche Post, De Telegraaf, Nieuwe Rotterdamsche Courant, Algemeen Handelsblad, Het Vaderland, De Massbode, Katolieke Illustratice, Wereld Kroniek, De Prins, Op Reis, Reisekroniek, Nieuwblad van het Noorden, Nieuwe Arnhemsche Courant, Reizen en Trekken, Buiten, Op de Hoogte.

France. L'Illustration, Le Monde Illustré, Les Annales, Femina, Nos loisirs, Le Grand Tourisme, Vu, La Science et la Vie, Le Miroir des Mondes, Neige et Glace, Je sais tout, Lectures pour tous.

Belgique. L'Etoile Belge, L'Indépendance Belge, La Nation Belge, La Libre Belgique, L'Echo de la Bourse, Le Neptune, Gazette de Charleroi, La Meuse, Revue du Touring Club, Toerisme (Anvers), L'Illustration automobile, Revue Sportive Illustrée.

Autriche. Neue freie Presse, Reichspost, Neues Wiener Journal, Neues Wiener Tagblatt, Der Morgen.

Tchécoslovaquie. Narodny Listy, Prazsky Illustratovny Zpravoday, Reichenberger Zeitung, Svetozor, Cesky Svet, Salon, Prager Presse, Lidove Noviny.

Espagne. La Esfera, Nuovo Mundo, Mundo Grafico, La Vanguardia.

En ce qui concerne l'*Italie,* nous avions laissé le soin aux intéressés à une réclame collective de se mettre en relations avec notre inspecteur à Rome.

Publicité générale. — Il a été effectué de la publicité générale aux frais exclusifs de l'Office dans les périodiques et les journaux suivants, en faveur de la Suisse dans son ensemble :

Allemagne. Reclams Universum, Reisedienst M. E. R. (4), Kölnische Volkszeitung, Oberlausitzer Dorfzeitung, Deutsches Adressbuch. Total : 8 annonces.

France. Guide de l'Aéronautique Internationale, La Vie Lyonnaise (2), Menton-Monte-Carlo News (2), Neige et Glace, La Saison de Cannes (6). Total : 12 annonces.

Hollande. Reizen en Trekken (5), Jahrbook Nederl. Reisevereeniging, Programmbuch Nederl. Roomsch. Reisevereeniging, Gids for Schoolreizen, Algemeen Handelsblad (3), Luxus Mappen Dusaults Uitgevers-maatschappij, Ons Reisblad (6), Press of the Dutch Indies. Total : 19 annonces.

Belgique. Memento de la Fédération des Instituteurs Belges, 1 annonce.

Danemark. Bennett's Kursbuch, 2 annonces.

Hongrie. Az Est (2), Pesti Tözsde, Annuaire du « Pesti Hirlap ». Total : 4 annonces.

Angleterre. Intelligent Student's Guide to Europe (2), Education. Total : 3 annonces.

Suisse. Auf Schweizer Alpenposten, Reiseführer « Die Schweiz » (2), Schweizer Echo (6), Gebrauchsgraphik, S.B.B. Revue (5), Revue « Suisse » de l'Office suisse d'Expansion commerciale (6), Aero Revue, Schweiz. Export Adressbuch, Guide touristique Bernard (3). Total : 26 annonces.

Travaux divers de propagande. — Nos relations avec l'étranger sont en progression constante, car treize années d'activité de l'Office l'ont fait connaître urbi et orbi. Cela entraîne une augmentation parallèle de la correspondance avec tous ceux qui s'adressent à nous pour des questions de tourisme, de trafic, d'enseignement, de soins médicaux, de propagande rédactionnelle, de conférences, etc.

A côté des rapports suivis que nous entretenons avec les Légations et les Consulats de Suisse, les agences de voyages, la presse, les milieux médicaux et pédagogiques, les associations de voyages — en Hollande surtout — les clubs automobilistes et cyclistes, les entreprises de transport, nous intervenons chaque fois que le tourisme suisse peut en retirer quelque bénéfice. Mentionnons ci-après quelques-unes des formes de cette activité :

Concours photographique « La Suisse inconnue », clôturé fin octobre 1930. Il a provoqué de nombreux envois de l'étranger comme de la Suisse, au total 4912 photographies provenant de 196 amateurs et professionnels. Le jury, présidé par le directeur de l'Office, était composé de MM. Dr Bierbaum, rédacteur à la Nouvelle Gazette de Zurich, E. Zutt, directeur de la maison d'édition Orell-Fussli, à Zurich, Gaberell, photographe à Thalwil et Dr Blaser, chef du siège auxiliaire de l'Office, à Lausanne. Trois premiers prix ont été attribués dans les divisions « Paysages suisses », « Témoins du passé » et « Folklore », à côté de nombreux autres prix, ainsi que dans les autres divisions (« Technique et transport », « Jeux populaires et sports »), au total 159 prix d'un montant global de Fr. 3,895.—. Grâce à ce concours, l'Office est entré en possession de photographies inédites qui faciliteront sa propagande.

Appui financier accordé sous forme de prix à la Course internationale du Klausen et au Concours cycliste international Turin-Gothard-Bruxelles.

Enquête concernant les taxes de séjour auprès des sociétés de développement et publication d'un tableau y relatif.

Collaboration à l'organisation d'un *voyage en Suisse d'une centaine d'élèves danois* (Zurich-Lucerne-Furka-Gletsch-Brigue-Zermatt-Lötschberg-Bâle). Une aide analogue a été accordée au Séminaire pédagogique de Zagreb, à l'Association allemande pour la conservation des châteaux et des ruines (Vereinigung zur Erhaltung deutscher Burgen), aux fonctionnaires des agences de voyages de la Hollande, etc.

Organisation pour la troisième année d'un *concours* « Die entschwundene Hochzeitsreise » *dans la revue mensuelle « Reisedienst des Mer »*, concours dont les lauréats ont pu effectuer un voyage gratuit de huit jours à travers la Suisse.

Collaboration à l'*édition et à la diffusion de publications* en faveur du tourisme suisse :

10,300 planches en couleurs des stations balnéaires suisses pour la Revue du South African Travel Bureau, Capetown ;

1,000 cartes « Stations d'hiver de la Suisse » pour l'ouvrage «Winter Sports Annual 1930/31 » du général Wroughton, London ;

Documentation et photographies concernant la Suisse pour le lexique « Der grosse Herder » (Verlag Herder u. Co., Freiburg i/B.) ;

Articles et matériel de propagande à l'Osaka Mainichi Publishing Co., Tokio, pour ses publications (par l'entremise du Département politique fédéral et la Légation de Suisse au Japon) ;

Appui à l'édition du « guide hollandais pour voyages scolaires », par M. Dam ;

Participation aux travaux préliminaires en vue de la *concentration de la propagande touristique suisse à l'étranger ;*

Collaboration à la *prise de films suisses* par des entreprises étrangères ;

Participation aux *réunions internationales* suivantes :

Comité du Congrès international de propagande touristique à Bruxelles (février) ;

Conseil central du tourisme international, à Paris (mars) ;

Fédération internationale des agences de voyages, à Paris (octobre) ;

Congrès international des organes officiels de propagande touristique, à Madrid et à Barcelone (octobre). Ces organes — un par pays — dont les représentants se sont réunis depuis quelques années en Hollande, en Tchécoslovaquie, en Yougoslavie, en Hongrie et en Pologne, ont décidé, au Congrès de 1930, tenu en Espagne, de se constituer en *Union Internationale des Organes Officiels de Propagande Touristique* avec un secrétariat permanent à La Haye, sous la présidence du directeur de l'Office Suisse du Tourisme.

Activité en Suisse. — La tâche principale de l'Office est la propagande à l'étranger ; mais, pour pouvoir accomplir cette mission, nous entretenons des rapports continus avec tous ceux qui, en Suisse, portent quelque intérêt au tourisme. Nous faisons appel à ces milieux lors de l'élaboration ou de la réédition de nos publications et nous les tenons au courant de notre activité par de nombreuses circulaires et par l'envoi régulier de notre matériel de propagande.

Nous distribuons entre autres notre Rapport annuel aux Autorités, aux Entreprises de Transport, aux Sociétés de Développement et aux membres de la Société suisse des Hôteliers, afin que chacun puisse se rendre compte des travaux effectués. Ceux-ci exigent souvent la collaboration des intéressés au tourisme, qui ont droit à nos remerciements sincères. Cela se manifeste en particulier dans les cas suivants : organisation de voyages d'études pour médecins, journalistes, fonctionnaires d'agences de voyages ; prises de films, participation à des expositions ; organisation

de cycles de conférences ; réclame collective, etc. Nous aimerions intensifier encore davantage cette communauté de travaux, mais nous devons reconnaître que les entreprises de transport, de même que les sociétés locales et régionales de développement, ont aussi leurs intérêts propres et qu'elles tiennent à conserver leur liberté d'action.

3. Division du trafic

La dépression économique de 1930 s'est manifestée, en ce qui concerne les entreprises de transports, surtout par un fort recul du trafic marchandises. Ce recul ne doit pas seulement être attribué à la diminution de la production, mais aussi, en partie, à la concurrence automobile. Par contre, il est réjouissant de constater que le trafic voyageurs s'est maintenu d'une manière satisfaisante. Plusieurs entreprises de transports ont vu leurs résultats s'améliorer — — nous ne citerons ici que la plus importante, les Chemins de fer fédéraux, qui ont enregistré une augmentation de voyageurs de 587,000 personnes et de recettes de Fr. 2 ½ millions à peu près sur les chiffres de 1929—, pour un bon nombre d'autres, la fréquentation a été à peu près la même que pendant l'exercice précédent, et une diminution du trafic voyageurs ne s'est fait sentir que sur peu de lignes. D'autre part, la circulation interne des automobiles de tourisme, comme aussi le mouvement automobile provenant de l'étranger, ont subi une forte augmentation.

Horaires. La composition de la commission du trafic et des horaires a subi un changement du fait que M. Schwarz qui a appartenu à la dite commission depuis sa création, s'est démis, le 31 décembre, de ses fonctions de chef d'exploitation de la B. L. S.

Les deux séances habituelles de la commission ont eu lieu cette année aussi. Celle de janvier a été consacrée à la discussion du programme d'horaire, celle d'automne, à l'examen des modifications, améliorations et prestations qui doivent être proposées à la Conférence européenne des horaires, tenue chaque année en octobre, et à leur répercussion sur l'horaire suisse.

Lors de la séance de janvier, le directeur de la Division des chemins de fer du Département fédéral des postes et chemins de fer, a présenté le nouveau plan d'élaboration des horaires. D'après celui-ci, il ne sera discuté à la conférence intercantonale des horaires, que les postulats maintenus par les intéressés après la réponse des entreprises ferroviaires. D'autre part, un échange de vues est prévu pour chaque automne, destiné à l'examen du projet d'horaire avant la Conférence européenne. Cette innovation sera déjà appliquée, à titre d'essai, pendant l'année 1931.

L'Office national suisse du tourisme a présenté 19 postulats à la Conférence intercantonale des horaires, tenue du 3 au 5 mars 1930 à Berne. Onze de ces propositions ont été entièrement ou partiellement adoptées, ce qui est dû avant tout aux résultats satisfaisants enregistrés par les Chemins de fer fédéraux en 1929. Malheureusement notre requête concernant la mise en marche toute l'année, du train 461 (Lucerne-Bâle avec correspondance à Olten pour Berne, et de Berne pour Bâle) n'est pas au nombre des postulats acceptés. Par contre, le service annuel des trains de luxe « Edelweiss » et « Rheingold » jusqu'à Zurich, a été accordé à condition que ces trains aient une fréquentation moyenne de 30 voyageurs. Cette condition a dû être remplie, car la mise en marche de ces mêmes trains est déjà prévue au projet d'horaire de novembre 1930. De même, on nous laisse entrevoir, pour la prochaine période d'horaire, l'amélioration des trains 42, de la région du Lac Léman, et 140 par le Lötschberg, vers le Valais et l'Italie.

L'horaire du Lac de Constance n'a pas encore trouvé une solution satisfaisante ; nous sommes loin de méconnaître les difficultés qui s'y opposent, mais nous espérons que la discussion de cet horaire à la Conférence européenne, entraînera la création de communications plus avanta-

geuses pour le tourisme pendant la saison d'été. Il serait souhaitable qu'une course fût effectuée, de bonne heure, de la rive allemande à la rive suisse, par un bateau sur lequel il soit possible de déjeûner. Cette course devra permettre d'arriver le matin encore, dans les régions du Toggenbourg, de l'Appenzell et du Lac des Quatre-Cantons, de sorte que les voyageurs puissent regagner par un bateau du soir, la rive allemande et le territoire avoisinant.

Facilités de voyages. Les billets de sports d'hiver, concédés par la plupart des administrations ferroviaires suisses, sont fort appréciés par le public et ils ont probablement contribué à l'augmentation des recettes. La prolongation de leur durée de validité au lundi à midi est une décision des plus heureuses. On peut se demander si, la situation normale une fois rétablie, il ne serait pas justifié d'étendre l'usage de ces billets au trafic dominical en général et de sacrifier, cas échéant, d'autres faveurs dont ne jouissent que certains intéressés.

Billets de famille. Après que le Conseil d'administration des Chemins de fer fédéraux ait, en 1928, refusé sa sanction au projet concernant l'introduction de billets de famille, projet déjà adopté par la Conférence commerciale, des voix de plus en plus nombreuses, émanant surtout de la Suisse romande, se sont élevées dans la presse, réclamant un nouvel examen de la question. Le Service commercial des Chemins de fer fédéraux a donc élaboré une nouvelle proposition basée sur le tarif de transport de sociétés. Cette proposition a été discutée par la Conférence commerciale dans sa séance d'automne. Comme les entreprises privées de transports ont présenté un contre-projet, une commission qui siègera en janvier 1931 et dans laquelle l'Office national suisse du tourisme est représenté, étudiera cette question.

Automobilisme. L'année écoulée nous a fait faire un pas vers la réalisation d'une loi suisse sur les automobiles. Au début de l'année, un questionnaire a été envoyé par le Département fédéral de justice et police à tous les intéressés à l'automobilisme. Les réponses obtenues ont servi de base à un projet qui a été soumis, en octobre 1930, à une commission spéciale d'experts. Si le travail continue de ce pas, nous pouvons nous attendre à voir promulguer, en 1933, une loi suisse sur les automobiles, qui tiendra compte des nouvelles exigences de la circulation routière moderne. Nos réponses au questionnaire mentionné ci-dessus, portaient spécialement sur les points concernant les automobilistes étrangers et leur séjour en Suisse (pièces de légitimation, responsabilité civile, etc.).

Carte d'entrée provisoire. Le nombre des automobilistes et motocyclistes étrangers séjournant temporairement en Suisse s'est considérablement accru pendant cette dernière année, ainsi que le prouve le tableau suivant :

Automobiles importées provisoirement en Suisse :

	1927	1928	1929	1930
avec carte d'entrée provisoire	44,803	56,035	65,624	81,263
avec triptyque ou carnet de passage en douane .	27,752	41,333	59,081	73,803
avec passavant	5,714	6,231	6,508	8,511
motocyclettes	—	2,601	3,173	3,879
	78,269	106,200	134,386	167,456

Non seulement le nombre des cartes d'entrée provisoire accuse une forte augmentation, mais le contingent des automobiles pourvues du triptyque a grossi dans une proportion encore plus marquée. L'importance du trafic automobile devient de plus en plus grande pour les industries dépendant du tourisme, et spécialement pour les entreprises liées à l'automobilisme.

L'accroissement considérable du nombre des cartes d'entrée provisoire n'a pas empêché les relations entre la Direction générale des douanes, la compagnie d'assurance et l'Office national suisse du tourisme, de se maintenir aussi bonnes et aussi faciles que par le passé. Par suite de la non-remise de la carte d'entrée provisoire au poste douanier de sortie, 375 réclamations ont été présentées, mais 332 d'entre elles ont été liquidées au cours de l'année, à la suite du renvoi de la carte ou de la présentation d'un acte légalisé provenant du lieu de domicile de l'automobiliste.

Etant donné la faveur dont jouit à l'étranger, la carte d'entrée provisoire, et dans le but d'intensifier encore le trafic vers la Suisse, nous nous sommes mis d'accord avec la Direction générale des douanes, l'Automobile-club et le Touring-club de Suisse, ainsi qu'avec la Compagnie d'assurances, pour prolonger la durée de validité du document en question. Les dispositions suivantes ont été fixées :

1. — La durée de validité de la carte d'entrée provisoire est de 7 jours (jour d'entrée non-compris). Prix de la carte Fr. 2.—.
2. — La durée de validité de la carte d'entrée provisoire peut être prolongée une fois de 7 jours. Prix de la prolongation : Fr. 2.—.

Ces dispositions entreront en vigueur le 1er mai 1931. Elles provoqueront sans doute un nouvel afflux d'automobilistes et contribueront à la prolongation du séjour de ceux-ci en Suisse.

Carte d'entrée provisoire pour canots pliants. L'introduction de la carte d'entrée provisoire pour canots pliants, canoes et kajaks, annoncée l'année passée, n'a pu être effectuée que le 15 juin 1930. Bien qu'aucune propagande notoire n'ait été faite, vu l'application tardive de cette mesure, 486 propriétaires d'embarcations sus-mentionnées sont entrés en Suisse munis du document en question, pendant cette première année. La carte dispense du dépôt en douane et elle est accordée sur simple présentation d'un passeport valable ; elle a une durée de validité d'un mois et s'obtient, contre payement de Fr. 2.— auprès de tout bureau de douane situé dans le voisinage d'un lac ou d'un cours d'eau. L'Office national suisse du tourisme a assumé, envers l'administration des douanes, la garantie de réexportation des embarcations au terme fixé, et il s'est lui-même réassuré contre tous risques, auprès de la Société d'Assurances Accidents de Winterthour. Il serait prématuré de vouloir, dès maintenant, tirer des conclusions sur l'opportunité de la faveur en question.

Radio. L'utilité de notre service d'informations est confirmée par les nombreuses demandes de renseignements et de matériel qui suivent les émissions. Les deux stations nationales entreront en activité pendant l'année 1931 et la question d'y avoir recours pour une propagande plus étendue en faveur du tourisme, est à l'étude.

Routes. Nous avons eu l'occasion, comme membre de l'Union suisse des professionnels de la route et de la Société suisse des routes automobiles, de nous occuper de cette question. Les deux associations sus-indiquées se sont donné pour tâche de répartir les routes suisses en diverses catégories, d'après des normes établies. Tandis que la première Union s'occupe des voies de Ire et de IIme classe, la Société suisse des routes automobiles ne considère que les routes à grand transit. La classification entreprise, ainsi que la réalisation du programme routier qui en dépend, sont importantes pour le tourisme.

Passeports. Nous avons fait des démarches personnelles à Berne pour l'abolition complète du contrôle des passeports aux stations frontière. Il nous a été répondu que le moment n'était guère opportun de renoncer à tout contrôle, vu la situation économique. Nous ne perdrons pas de vue cette question qui n'est pas sans influence sur le tourisme.

Publications. A part les « Avis importants » publiés en 125,000 exemplaires allemands, français, italiens et anglais et distribués aux postes frontière ainsi qu'à l'étranger, nous avons établi

des projets de voyage par chemin de fer et poste automobile, des itinéraires pour automobilistes, des listes des réductions de taxes ferroviaires pour la saison d'été, de nouveaux tarifs des chemins de fer de saison et de montagne. Ces publications ont été remises aux agences de voyages et aux bureaux de renseignements à l'étranger, en vue de faciliter leur service d'informations. D'autre part, la brochure publiée par les Chemins de fer fédéraux « Kleiner Reisebegleiter für die Schweiz » a été traduite en hollandais et distribuée aux Pays-Bas par les soins de notre représentant à Amsterdam. L'édition allemande de l'atlas de poche à l'usage de l'automobiliste a subi une revision complète et paraîtra au printemps 1931. Les éditions française, anglaise et italienne sont en préparation et leur publication est également prévue pour la saison d'été.

Bulletin d'informations. La circulaire expédiée au cours de l'année 1930 par notre représentant à Rome, aux intéressés italiens, en vue d'établir exactement la liste d'expédition du bulletin d'informations, nous a valu un nombre considérable de demandes. Nous serons obligés de réduire d'un quart notre liste actuelle d'adresses, pour ne pas dépasser les limites de notre budget. L'édition totale du bulletin s'est accrue dans les proportions suivantes :

	1928	*1929*	*1930*
Allemand	1790	1835	2010
Français	785	875	1030
Anglais	475	485	525
Italien	300	345	1190
Hollandais	—	405	405
Total	3350	3945	5160

La rubrique « Nouvelles publications » a été ajoutée au bulletin. Nous annonçons, sous ce titre, les guides, prospectus, cartes, etc., publiés par les intéressés au tourisme et notre publication y gagne en intérêt pour l'étranger comme pour nos sociétés de développement, nos bureaux de renseignements et nos entreprises de transports.

Service d'information. C'est surtout avant la saison que s'accumulent les demandes d'informations et l'on peut en conclure que notre institution gagne toujours plus de terrain à l'étranger. Les nombreuses lettres concernant les itinéraires, les cartes d'informations routières, les formalités de douane, les pièces de légitimation et surtout la carte d'entrée provisoire, témoignent du nombre croissant d'automobilistes qui choisissent la Suisse comme but de leur voyage ou de leurs vacances. Nous avons eu, pendant la deuxième moitié de l'année, une volumineuse correspondance de l'étranger, au sujet de l'introduction des billets de famille, ce qui prouve l'intérêt que cette facilité présente pour l'étranger.

Nous avons cherché avant tout à fournir des réponses consciencieuses et complètes jusque dans les moindres détails, car nous avons la conviction que souvent la précision des renseignements a déterminé le choix de la Suisse comme but de voyage ou de séjour.

4. Siège auxiliaire de Lausanne et division de l'Economie publique et de la Statistique

Le bureau de Lausanne travaille sous la direction du siège principal de Zurich et coopère essentiellement à l'œuvre de celui-ci en ce qui concerne la propagande, la publicité et aussi le trafic ; son activité dans ces domaines est donc comprise dans les chapitres qui précèdent.

A côté de cela, le siège de Lausanne a un domaine d'activité qui lui est propre et embrasse les questions d'*économie publique* et de *statistique ;* la multiplicité des objets qui se rattachent à ces branches, et leur étendue, réclament de la part du chef de cette section et du personnel dont il dispose, une étude et un travail considérables. Ceci s'applique en particulier à la statistique du mouvement touristique, thème traité en détail dans un rapport présenté à l'assemblée générale de notre association. Ce rapport a été complété par l'exposé spécial « Le mouvement touristique en Suisse en 1929 », publié en langues allemande et française.

Comme par le passé, le bureau de Lausanne a fourni pendant ce dernier exercice, de nombreux renseignements statistiques à des agences de voyages, des revues, des Légations et des Consulats en Suisse et à l'étranger. Il a également établi, pour le Bureau Fédéral de Statistique, un tableau du mouvement touristique dans les différentes régions et stations de la Suisse, tableau publié dans « L'Annuaire Statistique de la Suisse de 1929 ».

En outre, des statistiques dressées par le bureau de Lausanne ont paru chaque mois dans le bulletin de la Banque Nationale Suisse.

La saison 1930. — Il ne nous est pas possible de présenter maintenant un rapport complet sur les résultats de la saison 1930 ; trop de chiffres et de renseignements nous manquent encore. Néanmoins, nous sommes en mesure de donner ci-après un aperçu provisoire de ce qu'a été le mouvement touristique durant cette saison en nous basant sur les données émanant de trois grandes régions touristiques, les Grisons, le Valais et l'Oberland bernois, où une statistique est établie régulièrement et sur les chiffres des principales villes et stations de notre pays.

En additionnant les chiffres des *arrivées* dans ces régions et stations, d'après les nationalités, nous obtenons le tableau suivant (pour les Grisons, le Valais et l'Oberland bernois, il s'agit de la saison d'été, et pour les villes, de l'année entière) :

	1930	1929	Augmentation ou diminution en %
Suisses	821,572	811,562	+ 1,2
Allemands	449,927	473,642	— 5,0
Américains	198,224	187,350	+ 5,8
Britanniques	163,696	159,388	+ 2,7
Français	136,031	117,520	+ 15,7
Autrichiens, Tchécoslovaques et Hongrois	65,461	71,858	— 8,9
Italiens	57,701	51,287	+ 12,5
Hollandais	69,500	73,217	— 5,1
Belges	29,029	26,794	+ 8,3
Balkaniques	17,307	18,628	— 7,1
Scandinaves	18,991	20,008	— 5,1
Espagnols et Portugais	12,536	15,744	— 20,4
Autres pays	38,399	33,740	+ 13,8
Total	2,078,374	2,060,738	+ 8,4

On constate, une fois de plus, que les voyageurs suisses augmentent d'année en année et il est réjouissant de voir que nos compatriotes se rendent toujours plus nombreux dans les stations de leur propre pays. Le nombre des Français, des Italiens et des Belges s'accroît encore constamment, surtout en Suisse occidentale et méridionale, et cet accroissement vient à point pour compenser un peu le déchet enregistré chez les touristes allemands, dû avant tout à la situation économique très précaire de l'Allemagne. Les Britanniques sont venus plus nombreux en 1930 que pendant les années précédentes, sans que nous puissions déterminer la cause de cette augmentation.

Quant aux Américains, ce sont certainement les représentations d'Oberammergau qui en ont amené davantage dans certaines stations, notamment à Lucerne et à Zurich. La diminution la plus forte a porté sur les Espagnols, retenus chez eux par la crise politique intérieure.

D'après le tableau que nous avons reproduit ci-dessus, le nombre total des voyageurs pendant ce dernier exercice a été légèrement supérieur à celui de 1929 ; il est probable que les résultats complets ne feront que confirmer cet état de choses, à savoir que le mouvement touristique en 1930 a été sensiblement le même que l'année précédente.

Le temps a rarement été si mauvais qu'au cours de l'été 1930. Après avoir déjà causé un grave préjudice à l'avant-saison, en avril, mai et juin, dans les stations de printemps, le temps s'est montré absolument défavorable pendant les mois de juillet et au début d'août. Depuis de longues années, les circonstances météorologiques n'avaient jamais été aussi désastreuses. Les conséquences en ont été sensibles, surtout dans les stations de montagne où les hôtels ont été souvent à moitié vides pendant la haute saison.

Il faut remarquer, cependant, que malgré le temps extrêmement défavorable, la diminution du nombre des voyageurs n'a pas été aussi considérable, ni surtout aussi générale, qu'on pourrait le craindre ; certaines places et régions ont atteint et même dépassé les chiffres de l'année précédente. C'est le cas, spécialement, dans les grandes villes où le nombre des arrivées est souvent supérieur aux chiffres correspondants de 1929.

Si le nombre des touristes s'est à peu près maintenu, le nombre des *nuitées* a par contre diminué et le pourcent de l'occupation des lits d'hôtels a été notoirement inférieur à celui de la saison précédente. D'après les enquêtes effectuées par l'Office Fédéral du Travail, l'occupation moyenne des lits était de 58,4 % au milieu de juillet (62,2 % en 1929), 72,2 % au 31 juillet (80,2 %) et de 72,9 % au milieu du mois d'août (79,5 %). Le recul était donc de 6 % au milieu de juillet, de 10 % à la fin du même mois et de 8 % au milieu du mois d'août.

Si nous examinons les résultats d'exploitation des entreprises de transports, nous voyons que, pour les C. F. F., le chiffre total des recettes voyageurs pour 1930 s'élève à Fr. 159,120.836 contre 156,200,000 en 1929, soit une augmentation de Fr. 2,920,836 ou 1,84 %. Ces chiffres concernent avant tout le trafic interne, soit les voyages effectués par les habitants de notre pays, mais ils sont néanmoins encourageants. Voici les chiffres relatifs aux recettes voyageurs de quelques chemins de fer privés *d'intérêt touristique :*

A voie normale :	1929 Fr.	1930 Fr.
Berne-Loetschberg-Simplon . .	4,630,262	4,596,386
Spiez-Erlenbach-Zweisimmen .	804,655	790,822

A voie étroite :	1929 Fr.	1930 Fr.
Aigle-Leysin	298,633	293,173
Aigle-Sépey-Diablerets	151,599	160,696
Oberland Bernois	1,312,464	1,193,931
Bernina	1,122,464	1,103,609
Bex-Gryon-Villars-Chesières	261,818	265,976
Coire-Arosa	731,397	797,407
Furka-Oberalp	738,170	737,541
Lauterbrunnen-Murren	244,565	235,578
Locarno-Pontebrolla-Camedo	236,965	252,822
Loèche-les-Bains	73,979	66,955
Martigny-Châtelard	320,741	276,629
Monthey-Champéry	105,246	107,190
Montreux-Oberland bernois	1,888,983	1,848,180
Nyon-St. Cergue	202,833	212,743
Chemins de fer Rhétiques	7,203,335	7,065,015
Rigi-Kaltbad-Scheidegg	18,270	15,337
Schoellenen	147,132	145,642
Stansstad-Engelberg	467,113	428,057
Veveysans	310,486	321,250
Viège-Zermatt	962,947	948,594
Yverdon-Ste Croix	314,181	278,023
A crémaillère :		
Arth-Rigi	283,692	278,903
Brunnen-Morschach-Axenstein	73,204	67,101
Generoso	88,160	72,857
Glion-Rochers de Naye	329,139	279,148
Gornergrat	499,908	470,305
Jungfrau	1,561,188	1,357,458
Montreux-Glion	97,698	91,474
Pilate.	287,586	237,792
Rigi (Vitznau)	677,108	608,675
Schynige-Platte	234,397	205,345
Villars-Bretaye	68,461	76,937
Wengernalp	1,470,780	1,355,934
Funiculaires :		
Les Avants-Sonloup	28,874	24,070
Beatenberg	113,849	108,979
Braunwald	81,513	81,646
Burgenstock	109,822	100,098
Cassarate-Monte Brè	139,628	131,733
Chantarella Corviglia	182,899	193,021
Davos-Schatzalp	117,471	103,988

	1929 Fr.	1930 Fr.
Engelberg-Gerschnialp	84,482	80,000
Gerschnialp-Trübsee.	149,428	150,511
Lugano-San Salvatore	169,189	171,063
Muottas-Muraigl	167,786	158,763
Murren-Allmendhubel	48,910	52,327
Niesen	117,483	101,031
St. Moritz-Chantarella	118,700	119,710
Sierre-Montana-Vermala . . .	227,490	269,765
Stanserhorn	77,157	66,951
Territet-Glion	261,449	244,068
Territet-Mont-Fleuri	34,382	35,751
Treib-Seelisberg	83,435	72,093
Vevey-Mont Pélerin	106,407	123,152
Compagnies de Navigation :		
Lac Léman	2,226,979	2,049,105
Lac des IV Cantons	2,876,800	2,698,517
Lacs de Thoune et de Brienz . .	872,675	753,286
Lac de Lugano	641,721	613,095
Lac Majeur (Eaux suisses) . .	141,871	152,147

Tourisme automobile. Au cours de 1930, 167,463 véhicules à moteurs étrangers (y compris les motocyclettes) pénétrèrent en Suisse et y restèrent un certain temps. On en avait compté 134,336 en 1929. L'augmentation est donc de 25 %. Les chiffres suivants montrent quelles furent les fluctuations mensuelles de ce mouvement :

	1929	1930
Janvier	1,951	3,355
Février	1,972	3,343
Mars.	3,675	4,505
Avril	7,170	10,170
Mai	12,080	10,299
Juin	11,790	19,416
Juillet	22,373	27,161
Août	35,609	42,731
Septembre	22,330	26,811
Octobre	7,724	9,796
Novembre	4,433	5,478
Décembre	3,379	4,391
Total	134,386	167,456

Au cours des mois de février et de juin 1929, le nombre des entrées fut particulièrement bas. Ce phénomène s'explique de lui-même quand on se rappelle le froid terrible qui sévissait en février il y a deux ans et le temps extrêmement pluvieux du mois de juin 1929. En 1930 la progression de janvier à août fut beaucoup plus régulière (le mois de mai excepté).

Les entrées furent aussi beaucoup plus nombreuses pendant l'hiver, ce que l'on doit attribuer au succès des sports d'hiver.

Grâce au bon vouloir de la direction générale des Douanes, on a pu, pour la première fois, grouper les voitures d'après leur provenance (n° de contrôle) :

France (Monaco y compris)	89,197
Allemagne	39,957
Italie	18,564
Autriche	5,838
Angleterre, Irlande et Islande	4,857
Pays-Bas, Belgique et Luxembourg . .	4,347
Amérique Nord et Sud	1,451
Hongrie, Tchécoslovaquie et Yougoslavie	1,453
Scandinavie	577
Péninsule Ibérique	492
Autres pays	723
Total	167,456

Il n'est pas sans intérêt de mettre ces chiffres en parallèle avec ceux de la fréquentation de nos stations d'étrangers.

Les chiffres concernant le nombre des arrivées dans les hôtels et le nombre des voyageurs sur les entreprises de transports sont une indication précieuse pour nous : ils nous permettent, en effet, d'apprécier quels sont les résultats de la propagande et de la publicité qui sont faites dans les divers pays par l'ONST, les agences des CFF, et d'une manière plus générale par tous les intéressés au tourisme. Mais ces chiffres sont loin de constituer le seul facteur déterminant pour l'appréciation des résultats d'une saison. D'autres facteurs tout aussi importants entrent en ligne de compte et ici nous pensons tout spécialement au chiffre des nuitées, qui donne des indications précieuses sur la durée du séjour et dans un certain sens, sur les dépenses faites par nos hôtes.

Comme chacun le sait, le tourisme moderne, s'il affecte de plus en plus toutes les couches de la population, se caractérise par un raccourcissement progressif et permanent de la durée du séjour. Le touriste, de nos jours, préfère les voyages, les excursions, les déplacements au séjour : il aime mieux profiter de ses vacances pour voir le plus de pays possible plutôt que de se fixer dans un endroit si accueillant et agréable soit-il. Une autre constatation qui s'impose est que les clients sont de plus en plus contraints à l'économie. Cet esprit est redevable à la crise qui sévit dans le monde entier.

Ce sont avant tout les hôtels qui souffrent de cet état de choses et qui se plaignent aussi de la diminution de leur chiffre d'affaires, alors que souvent les statistiques publiées par les sociétés de développement pourraient faire croire que, grâce à l'affluence des voyageurs, les recettes encaissées sont considérables.

Ce n'est donc pas tant le mauvais temps qui a influencé défavorablement la saison 1930, mais les effets de la crise économique mondiale, ce qui fait que, malgré le nombre respectable des voyageurs et des touristes qui ont visité notre pays, les résultats de cette saison restent au-dessous de la moyenne des dernières années.

Il n'en est pas moins certain que les efforts de la propagande faite à l'étranger ont été couronnés de succès, puisque l'affluence des touristes s'est maintenue et a même progressé dans certains endroits. Nous savons d'autre part que notre pays reste encore privilégié si nous comparons les résultats obtenus avec ceux des autres pays de tourisme de l'Europe.

Si, ensuite de circonstances que nous espérons passagères, les touristes de certains pays viennent en moins grand nombre chez nous, l'augmentation régulière et constante des ressortissants d'autres pays comme la France, l'Italie et la Belgique est de nature à nous donner confiance en l'avenir.

F. FINANCES

En 1930, les *recettes* totales s'élèvent à Fr. 704,393.20 (Budget : 637,475). Les *dépenses* étant de Fr. 707,856.22 (Budget : 661,700), il en résulte un déficit de Fr. 3,463.02, auquel s'ajoute celui de l'exercice précédent, soit Fr. 13,857.31, ce qui porte le déficit total à Fr. 17,320.33 (Budget 1930: Fr. 38,082). Il y a donc une plus-value des recettes, ainsi qu'une diminution des dépenses budgetées.

Si les subventions et les cotisations sont en augmentation constante depuis dix ans (1921 : Fr. 355,200 ; 1928 : Fr. 449,250 ; 1929 : Fr. 473,175 ; 1930 : Fr. 478,375), nous devons cependant constater qu'elles ne répondent ni aux besoins de la propagande touristique suisse, ni au développement de l'activité de notre Office.

Celui-ci étant de plus en plus connu dans tous les pays, les services qui lui sont demandés affluent plus nombreux d'année en année. Nous y répondons de notre mieux, mais nous avouons avec regret que nos ressources financières ne nous permettent pas de donner la suite voulue dans l'intérêt du tourisme suisse à toutes les propositions, suggestions et demandes qui nous sont présentées. Que de projets nous sommes contraints d'abandonner ou de renvoyer à des temps meilleurs ! Nous devrions entre autres pouvoir intensifier notre activité dans les domaines suivants :

Edition en plusieurs langues de brochures et d'albums relatifs aux châteaux et aux bourgs moyenâgeux, aux costumes nationaux, aux monuments historiques, aux beaux-arts, aux institutions scolaires officielles et privées, au tourisme aérien, aux sports, etc.

Prise de films documentaires et sportifs, roulement de ceux-ci à l'étranger ; conférences avec projections ; publicité lumineuse ; confection et exposition d'agrandissements photographiques et de tableaux.

Augmentation de la publicité et de la propagande rédactionnelle dans les grands quotidiens et les revues illustrées de l'étranger.

Développement de nos agences en Hollande, en Belgique, en Italie, en Tchécoslovaquie, en Hongrie et en Argentine. Création de postes d'inspecteurs-correspondants en Scandinavie, en Espagne et au Canada.

Publication d'affiches et exposition payante de celles-ci dans les centres de tourisme.

Organisation de voyages d'études à travers la Suisse pour médecins, fonctionnaires d'agences de voyages, journalistes et écrivains, dans le but d'attirer l'attention sur les vertus curatives de nos stations climatiques et balnéaires, les voies de communication et les beautés naturelles de notre pays.

L'exécution du programme qui précède serait facile, étant données les études déjà faites ; mais elle implique une augmentation considérable des moyens financiers très modestes mis à la disposition de l'Office. Nous espérons que la situation s'améliorera prochainement grâce à l'appui de ceux qui comprennent l'importance considérable du tourisme pour notre économie nationale. En attendant, l'Office poursuivra ses travaux en cherchant à atteindre le plus de résultats possibles avec un minimum de dépenses.