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

Herausgeber: Association nationale pour le développement du tourisme

Band: 8 (1925)

Rubrik: Office suisse du tourisme

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 13.07.2025

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

D. ÉTAT DES MEMBRES

Au 31 décembre 1924, les subventionnants et les membres versant une cotisation annuelle d'au moins 500.— fr. y compris la Confédération et les Chemins de fer fédéraux, étaient au nombre de 153, représentant 348.200 fr. Au 31 décembre 1925, ils étaient 157, versant des subventions et des cotisations pour un total de 433.100. Des allocations volontaires, sans engagement pour trois ans, ou d'un montant inférieur à 500 fr. ont été payées en 1925 par 23 entreprises ou corporations (1924 : 34) avec un total de 4565.— fr. (1924 : fr. 8120.—). Les contributions à la réclame collective à l'étranger ont atteint le chiffre de 84.035

Les engagements triennaux de la plupart des membres de l'Association nationale pour le développement du tourisme prenant fin avec l'exercice 1926, des démarches seront faites en vue de leur renouvellement et du recrutement de nouveaux membres parmi les intéressés au tourisme de manière que les versements de ces derniers soient proportionnés aux prestations de la Confédération. Nous avons en vue, non seulement les entreprises de transports et les hôtels, mais tous ceux — et ils sont légion — qui bénéficient directement ou indirectement du mouvement des étrangers en Suisse : entreprises commerciales et industrielles, banques, agriculteurs et éleveurs, détaillants de denrées alimentaires et d'articles de voyages, etc. Nous espérons que notre appel sera entendu comme il l'a été des autorités fédérales.

E. OFFICE SUISSE DU TOURISME

1. Organisation et activité générale

L'activité de l'Office suisse du Tourisme est concentrée au siège principal de *Zurich*, et au siège auxiliaire de *Lausanne* où sont exécutés les travaux concernant l'édition du matériel de publicité, les expéditions à l'étranger, la constitution d'archives, de collections de photographies, de films et de clichés, la publicité collective et générale, les relations avec les représentants de l'Office à l'étranger, l'organisation d'expositions, de conférences, de voyages d'études, les questions d'horaires, de police des étrangers, de circulation routière. Le Bureau auxiliaire de *Lausanne* participe à ces tâches en tant qu'il s'agit des intérêts de la Suisse romande et de la propagande dans les contrées néo-latines. Il assume en outre les travaux relatifs à la statistique du mouvement des étrangers en Suisse.

Nos *représentants à l'étranger* complètent cette organisation dans le domaine de la propagande et s'occupent parfois aussi de la vente des billets de transports. Des services analogues sont rendus au tourisme suisse par les nombreuses *agences de voyages*, qui possèdent notre représentation et avec lesquelles nous entretenons des rapports suivis.

Les tableaux qui suivent donnent un aperçu de nos envois de matériel à l'étranger, envois qui sont effectués exclusivement sur requête.

Expéditions du matériel de propagande par les sièges de Zurich et Lausanne

PAYS	Imprimés de l'O. S. T.	Imprimés des intéressés	Affiches
Suisse	25.988	18.867	4.315
Grande-Bretagne	21.477	5.742	3.799
Hollande	13.120	25.548	1.390
France	10.056	34.100	1.416
Italie	12.419	26.530	1.378
Belgique, Luxembourg	5.394	7.687	623
Allemagne	34.256	38.030	2.095
Autriche	10.836	11.804	629
Tchécoslovaquie	5.509	6.187	545
Yougoslavie	1.592	3.964	196
Hongrie	3.684	4.525	239
Roumanie et Bulgarie	1.718	2.720	255
Pologne, Lithuanie, Lettonie, Esthonie	1.007	3.160	228
Finlande	257	381	15
Suède	3.407	1.363	823
Norvège	824	360	128
Danemark	3.208	3.417	606
Espagne et Portugal	4.878	25.358	817
Grèce	734	2.545	167
Asie Mineure et Arabie	98	90	2
Afrique	1.367	6.537	186
Indes	2.352	6.792	232
Japon et Chine	953	1.050	36
Australie	106	690	8
Mexique, Amérique centrale, Indes Occidentales	170	410	36
Amérique du Nord	8.093	7.457	1.432
Amérique du Sud	2.362	10.663	763
Divers	251	305	33
Totaux	176.116	256.282	22.392

Rappelons que nos représentants — ainsi que les agences de voyages à l'étranger — reçoivent fréquemment du matériel de publicité qui leur est envoyé directement par les sociétés de développement et les entreprises suisses de transports, en sorte que les tableaux ci-dessus ne donnent pas des renseignements complets sur la distribution des imprimés publiés en Suisse en vue de la propagande touristique, d'autant plus que de grandes quantités sont aussi expédiées aux agences des C. F. F. Si nous ajoutons encore que de nombreuses publications ayant trait au tourisme suisse sont éditées à l'étranger par nos agents (Suède, Danemark, Belgique, Autriche, Argentine, etc), on est autorisé à admettre que les besoins du public voyageur sont généralement satisfaits, la littérature de propagande suisse pouvant être facilement obtenue partout.

La commission de propagande et de publicité, qui aurait dû être convoquée en décembre, comme l'année dernière, n'a pas pu être réunie ensuite de circonstances spéciales, mais elle le sera au commencement de 1926. Quant à la *Commission de balnéologie et climatologie*, nous

avons estimé qu'une séance ne s'imposait pas, les questions rentrant dans ce domaine ayant été liquidées, soit avec le comité de l'*Association des stations balnéaires*, qui déploie, d'entente avec notre Office, une activité réjouissante, soit avec les rédacteurs de la nouvelle édition en préparation de l'*Annuaire balnéaire suisse*, publié sous notre patronage et notre contrôle par *la Société suisse de balnéologie et de climatologie.*

2. Division de Propagande et de Publicité

Représentation de l'Office à l'étranger. — Il existe des bureaux de l'Office national du tourisme suisse dans les villes suivantes :

Rome, Bruxelles, Prague, Marseille, Nice (en hiver), *Athènes, Madrid* et *Buenos-Aires.* A *Vienne*, l'Agence que nous entretenons de concert avec les C. F. F. porte le nom de « Schweizerisches Verkehrsbureau ».

Les succursales de notre Office, que nous entretenions précédemment à *Stockholm* et à *Copenhague*, ont été abandonnées à la Société suisse de voyages «Alpina» S.A. Dans plusieurs autres pays, nous avons passé avec des agences de voyages des accords, aux termes desquels elles sont autorisées à se prévaloir du titre d'*agent* ou de *représentant* de l'Office national suisse du tourisme.

Nous sommes aussi en excellents rapports avec les Offices nationaux de tourisme à l'étranger, en particulier par le canal du *Conseil central du tourisme international*, dont nous sommes membres et aux séances duquel nous rencontrons leurs délégués, à côté des représentants des gouvernements, des automobiles clubs, des tourings clubs, des entreprises de transports, etc., en un mot de tous les intéressés au trafic et au tourisme.

En 1925, les représentants des associations nationales de tourisme se sont réunis séparément pour la première fois à La Haye, sur l'invitation de l'Association néerlandaise du tourisme, dans le but d'examiner et de résoudre les problèmes qui se posent dans tous les pays aux promoteurs du mouvement des étrangers. Au nombre des décisions prises, relevons celle ayant trait à une propagande de grand style en Amérique du Nord en faveur des voyages en Europe.

Publications. — En 1925, l'Office a publié ou réédité les ouvrages suivants :

Switzerland and her Schools, brochure illustrée de 40 pages, 2e édition révisée ; 20.000 exemplaires.

Carte de la Suisse à l'usage des touristes au 1/600.000 avec texte illustré au verso.

Edition française : 20.000 exemplaires.
Edition hollandaise : 10.000 exemplaires.
Edition en esperanto : 6000 exemplaires.

Atlas de poche à l'usage de l'automobiliste avec une carte de l'Europe, une de la Suisse, 16 cartes régionales, 16 plans de villes et 19 pages de texte français, allemand, italien et anglais : 20.000 exemplaires ; prix fr. 3.—.

Calendrier à effeuiller *La Suisse* avec vues de la Suisse ; 2000 anglais, 1000 allemands, 500 français.

La Saison d'été en Suisse, 1925 : programme des manifestations sportives et mondaines ; 12.000 exemplaires anglais, 8000 allemands, 6000 français.

La Saison d'hiver en Suisse, 1925/26 ; programme des manifestations sportives et mondaines ; 12,000 exemplaires anglais, 12,000 allemands, 6,000 français.

Le Printemps en Suisse, prospectus illustré ; 20.000 exemplaires allemands, 20.000 français, 20.000 anglais.

Switzerland for the Tourist, tirage à part, en 5000 exemplaires d'un article illustré paru dans la revue « Bankers Magazine » New-York.

Affiches en héliogravure pour la saison d'été, avec texte en langues allemande, française, italienne, anglaise, hollandaise, espagnole, danoise, suédoise, tchèque, grecque, polonaise, croate et portugaise :

Chute du Rhin	3.000	exemplaires.
Lugano	3.000	»
Axenstrasse	3.000	»
Château de Tarasp	3.000	»
Cabane de Bertol	3.000	»
Oberhofen	3.000	»

Affiche en héliogravure « Le petit skieur » pour la saison d'hiver, avec textes allemand, français, italien, anglais, hollandais et espagnol, 3000 exemplaires.

Divers ouvrages ont été en outre publiés en Suisse et à l'étranger, soit à notre instigation, soit sous notre patronage et notre contrôle. Nous avons acheté un certain nombre d'exemplaires de ces ouvrages pour les remettre aux consulats de Suisse, aux agences de voyages à l'étranger et aux membres de l'Association nationale pour le développement du tourisme. Indiquons entre autres :

La Suisse, pays de tourisme, de cures d'air, de soleil et d'eau 1925/26, gros volume illustré de 432 pages par H. Frœlich-Zollinger, Brugg.

Die Schweiz als Erziehungs-und Bildungsstätte 1926 von H. Frœlich-Zollinger, Brugg.

Winter in der Schweiz 1925/26, illustrierter Führer, Verlag Bürgi et Co., Zürich.

Stations balnéaires suisses, prospectus illustré publié par l'Association des stations balnéaires, 1925.

Schools and Sports in Switzerland by W. Harvey, Lausanne.

D'autres publications ont été éditées par nos agents à l'étranger en particulier par le Bureau Suisse de voyages « Alpina » à Stockholm et à Copenhague, l'Office suisse du Tourisme à Bruxelles, à Buenos-Aires, à Vienne (Schweizer Reiseführer).

Nous avons aussi contrôlé les manuscrits ou les épreuves de divers guides publiés en Allemagne, en Belgique et en Hollande.

Propagande rédactionnelle. — Tout en gardant ici une réserve que chacun comprendra, nous pouvons constater qu'une grande somme de travail a été dépensée dans ce domaine, soit par nos relations avec des auteurs et des journalistes auxquels nous avons facilité un voyage ou un séjour en Suisse, soit en rétribuant des écrivains à l'étranger et en mettant à leur disposition des photos et des clichés, soit enfin en livrant nous-mêmes les articles demandés par la presse étrangère. Cette activité s'est étendue à l'Allemagne, la Hollande, la France, la Belgique, l'Angleterre, les Etats-Unis d'Amérique, l'Italie, la Tchécoslovaquie, l'Autriche, la Scandinavie, l'Egypte, la République Argentine, la Lettonie, etc. Nous devons une mention spéciale à notre agence de Prague pour sa collaboration suivie dans la presse tchèque.

Outre le livre, la revue et le journal, nous avons recouru à la propagande par le *radio*, en donnant par un poste suisse d'émission des nouvelles de nos stations d'étrangers, avant tout en langue anglaise. Avec le concours de Madame L'Heureux, un essai de propagande sans fil a aussi été tenté en France.

Conférences. — Un grand nombre de conférences avec projections lumineuses ont été organisées avec notre appui en Allemagne, en Argentine, en Autriche, en Belgique, au Danemark, aux Etats-Unis d'Amérique, en France, en Grande-Bretagne, en Grèce, en Hollande, en Hongrie, en Lithuanie, à Manille (Philippines), au Mexique, en Suède, en Tchécoslovaquie et en Yougoslavie. Il ne s'agit ici que des conférences pour lesquelles nous avons procédé à des envois de diapositifs, sans tenir compte de celles données par l'entremise de nos agents, lesquels possèdent en permanence des séries de diapositifs qui sont surtout prêtés aux membres du corps enseignant à l'étranger.

Parmi les conférenciers qui nous ont accordé leur aide, mentionnons spécialement MM. Neuffer (Prague), Spelterini, Dr. Täuber (une trentaine de conférences en Amérique du Sud), Wehrlin (Hambourg), Stalder (Berne), Jacobson (Copenhague), Lecluselle (Bruxelles) Consul Thévenaz (Hull), Fellenius (Stockholm), Hahn (Barcelone), etc.

Films. — Le cinématographe devient de plus en plus un excellent moyen de publicité : il faut donc compter toujours davantage avec lui et s'en servir dans la limite des moyens financiers dont on dispose. En 1925, nous avons acheté plusieurs copies de nouveaux films pour notre collection et nous avons souvent prêté notre appui à des entreprises de cinéma pour tourner des films en Suisse, puis les faire rouler à l'étranger. Mentionnons surtout le film de l'U.F.A. «Le Paradis de l'Europe», qui constitue une excellente propagande pour notre pays.

Notre Office possède 74 films qui ont roulé en 1925 notamment dans les pays qui suivent : Allemagne, Argentine, Australie, Autriche, Brésil, Canada, Chili, Espagne, France, Grande-Bretagne, Hollande, Pérou, Philippines, Tchécoslovaquie, Yougoslavie, etc.

Les films se détériorent rapidement à l'usage, de nouvelles copies doivent être confectionnées. D'un autre côté, notre collection est encore loin de répondre à nos besoins, étant donné la forte demande dont nos documentaires — les scènes sportives en particulier — sont l'objet à l'étranger. Nous engageons donc vivement les entreprises et les sociétés de développement qui font tourner des films à nous en réserver une ou plusieurs copies : c'est la meilleure réclame et une des moins coûteuses en proportion des résultats atteints.

Photos et clichés. — Malgré la riche collection de photos, constituée il y a quelques années par l'Office, notre service de prêts pour l'illustration de journaux et de revues est si intense que nous sommes constamment obligés de procéder à de nouveaux achats et de faire appel aux sociétés de développement et aux entreprises de transports. Il a été prêté ou donné des *photographies* à des écrivains, rédacteurs, éditeurs, etc. Nous avons en outre fait don d'*agrandissements photographiques* à des agences de voyages, hôtels et bureaux. Ils ont été envoyés en Allemagne, Autriche, Belgique, France, Grande-Bretagne, Hollande, Italie, Mexique et Scandinavie.

Les *clichés typographiques*, dont nous possédons un grand nombre, ont aussi été très demandés par la presse étrangère.

Lorsque nous aurons encore indiqué la distribution de *tableaux* (paysages, manifestations sportives), d'*albums* illustrés et de *timbres-réclame*, on comprendra le rôle important qu'occupe la propagande par l'image dans l'activité de l'Office suisse du tourisme.

Rappelons ici la distribution de plus de 14.000 *affiches en héliogravure* de notre Office, qui ont remporté dans tous les pays un succès remarquable à l'instar de la première série publiée en 1923. C'est par centaines que nous avons dû renouveler nos expéditions pour répondre aux demandes reçues de toutes les contrées du globe.

Expositions et Foires. — En 1925, nous avons surtout participé à deux expositions, l'une en France, l'autre en Allemagne.

L'*Exposition internationale des Arts décoratifs et industriels, à Paris*, paraissait ne pas devoir intéresser le tourisme suisse. Cependant, comme nous le disions dans notre précédent rapport annuel, ce fut grâce à notre initiative et à l'appui financier des intéressés au tourisme suisse que put être réuni le capital nécessaire à la construction d'un *pavillon consacré au tourisme suisse*. Les plans de cet édifice — on ne disposait que de 40.000 fr. environ — furent confiés à M. Rittmeyer, professeur à Winterthour, auquel le Jury de l'Exposition décerna un prix d'honneur. Les quatre façades étaient ornées d'une frise d'affiches lithographiées, grand format universel. L'intérieur sobrement décoré d'une grande toile du peintre Morach, d'une maquette de l'hôtel Jungfraujoch et de quelques eaux fortes, comprenait deux bureaux de renseignements occupés par les C. F. F., le Commissariat de la Section suisse et l'Office suisse des expositions, ainsi que deux petits magasins pour la vente de produits suisses.

En dépit des critiques adressées tant à l'édifice même qu'à son aménagement et à sa décoration, sans tenir compte des modestes moyens financiers dont on disposait, nous croyons que le Pavillon du tourisme a efficacement appuyé à Paris la propagande de la Suisse auprès du public international qui se pressait à l'exposition.

A *Francfort s/M.*, a eu lieu du 12 septembre au 10 octobre une *exposition d'art graphique suisse* (1730-1925) *au service du tourisme*. Organisée par notre Office, d'entente avec le Bureau suisse des expositions et l'Office de la Foire de Francfort s/M., elle comprenait une section d'art graphique installée par le Musée des arts appliqués de Zurich, et une seconde (Trafic moderne) aménagée par l'Office suisse du Tourisme : affiches, tableaux, cartes, albums, dioramas, projections de films, etc. Le succès de cette exposition, inaugurée par M. Du Bois, consul de Suisse, a été très satisfaisant.

Nous avons encore participé à plusieurs autres manifestations à l'étranger par l'envoi de matériel de publicité : Foires de Zagreb, Cologne, Lyon, Prague, Utrecht, Leipzig, Vienne, Milan, Riga, Salonique ; Exposition florale de Haarlem, Exposition de tourisme à Turin ; Exposition sportive à Gênes.

Propagande scolaire. — Le renom bien mérité dont jouissent à l'étranger nos institutions scolaires et nos pensionnats exerce une influence importante sur le mouvement des étrangers. Ce facteur de propagande est activement stimulé par les publications spéciales de notre Office (« La Suisse et ses écoles »), par nos insertions à l'étranger et par la diffusion des prospectus ou programmes qui nous sont remis par les institutions officielles ou privées d'instruction et d'éducation. Nous recevons de ce fait de très nombreuses demandes d'informations de tous les pays, ce qui tend de plus en plus à donner à notre Office le caractère d'un *bureau suisse de renseignements scolaires*. Une même concentration progressive peut être constatée en ce qui touche les renseignements sur les *stations balnéaires*, les *sanatoria d'altitude* et les *établissements sanitaires* en général. Il est superflu d'ajouter que nos informations sont données en toute connaissance de cause et d'une façon très impartiale, en tenant compte des intérêts de toutes les régions et localités.

Voyages en Suisse de groupements étrangers. — Nos travaux de propagande sont assez nombreux pour que nous ne soyons pas tentés d'empiéter sur l'activité des agences de voyages, qui sont de précieuses auxiliaires et auxquelles revient une large part du développement du tourisme suisse. Cependant, nous avons été amenés à nous occuper de l'organisation

et de l'exécution de plusieurs voyages collectifs, entre autres du voyage d'études de 115 médecins tchèques à travers la Suisse (Grisons, Suisse centrale, Montana, Leysin, Lausanne, Genève, Berne) organisé et dirigé par les représentants de notre Office à Prague.

Publicité. — En 1925, la *publicité collective* faite en commun avec les sociétés de développement ou d'hôteliers et les entreprises de transports, notre Office prenant à sa charge le titre général de chaque annonce, a réuni la participation suivante :

Réclame de printemps :

Angleterre.....	7	périodiques,	7	insertions,	6	stations.
Allemagne.....	4	»	6	»	5	»
Tchécoslovaquie	4	»	4	»	6	»
Scandinavie	4	»	4	»	4	»

Réclame des stations balnéaires :

Angleterre.....	4	périodiques,	8	insertions,	6	stations.
Allemagne.....	4	»	8	»	14	»
Hollande	4	»	7	»	13	»
France	4	»	7	»	9	»
Belgique.....	4	»	5	»	8	»

Réclame d'été :

Angleterre.....	17	périodiques,	26	insertions,	19	stations.
Allemagne	8	»	10	»	25	»
France.....	12	»	19	»	9	»
Belgique.....	12	»	15	»	7	»
Tchécoslovaquie	6	»	7	»	12	»
Autriche.....	4	»	6	»	13	»
Hollande	11	»	20	»	16	»

Réclame d'hiver 1925/26 *:*

Allemagne.....	8	périodiques,	12	insertions,	11	stations.
Angleterre.....	16	»	24	»	12	»
Hollande	8	»	16	»	10	»

Faute de participants, il nous a fallu renoncer à faire de la publicité collective,
pour le printemps en France, en Autriche et en Hollande ;
pour les stations balnéaires en Belgique et en Autriche ;
pour l'hiver 1925/26 en France, en Belgique, en Tchécoslovaquie et en Autriche.

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

Angleterre : Graphic, Illustrated London News, Sphere, Sketch, Tatler, Vogue, Field, Bystander, Ladies Field, Queen, Eve, Illustrated Sporting and Dramatic News, Times, Daily Telegraph, Morning Post, Observer, Sunday Times, The Lancet, British Medical Journal.

Allemagne : Die Dame, Gartenlaube, Leipziger Illustrierte Zeitung, Weltspiegel, Sport im Bild, Reklam's Universum, Velhagen und Klasings Monatshefte, Die Elite, Münchner medizinische Wochenschrift, Deutsche medizinische Wochenschrift.

Hollande : Handelsblad, Haagsche Post, Buiten, De Prins, Wereld Kroniek, Panorama, Het Leven, Holland Express, De Katholieke Illustratie, De Campioen, Maasbode, Nieuwe Rotterdamsche Courant, Medish Weekblad, Vox medicorum.

France : L'Illustration, La Vie à la Campagne, Le Monde illustré, Les Annales politiques et littéraires, Femina, Très Sport, Nos loisirs, Je sais tout, Lectures pour tous, Echo des touristes, Le Grand Tourisme, Théâtre et Comœdia, Revue Médicale (Paris), L'Avenir médical (Lyon).

Belgique : Etoile belge, Nation belge, Libre Belgique, Echo de la Bourse, L'Eventail, Neptune, Gazette de Charleroi, La Meuse, Automobile Belge, Psyché, Illustration belge, Revue du Touring Club belge, Presse médicale belge.

Tchécoslovaquie : Narodny Listy, Prager Tageblatt, Lidove Noviny, Prazsky Illustrovany Zpravodaj, Reichenberger Zeitung, Svetozor.

Autriche : Freie Presse, Neues Wiener Journal, Neues Wiener Tageblatt, Reichspost.

Scandinavie : Politiken, Berlingske Tidende, Aftonbladet, Dagens Nyheter.

Il a été effectué de la *publicité générale* aux frais exclusifs de l'Office dans les périodiques et journaux suivants :

Grande-Bretagne : Bradshaw's Continental Guide, School Government Chronicle, Holidays Tours and Travel, Queen.

Journaux de langue anglaise paraissant en France : Daily Mail, New-York Herald, Chicago Tribune, Paris Times. Total : 55 annonces.

France : Annuaire des Golfs, Bulletin de l'Automobile, Sports de Neige et de Glace, La Saison de Cannes, L'Exportateur Français, Guide du Jura et de la Franche Comté, Guide de la Compagnie internationale des Wagons-Lits. Total : 22 annonces.

Allemagne : Allgemeine medizinische Zentralzeitung, Hamburger Fremdenblatt, Berliner Lokalanzeiger, Der Tag, Die Nachtausgabe, Europa auf Reisen, Jahrbuch des Wintersports, Leipziger Illustrierte Zeitung (Sondernummer), Neue Augsburger Zeitung. Total : 27 annonces.

Scandinavie : Bennett's Reiseruter, Fra alle Lande. Total : 2 annonces.

Suisse : Bulletin du Bureau Industriel Suisse, Les Grands Express Européens, La Suisse, pays de tourisme, de cures d'air, de soleil et d'eau, Echo suisse, Guide Bernard, Universala Kongresso Bulteno. Total : 21 annonces.

Autriche : Bergland, Der Tag, Wiener Tagblatt, Amtliches Jahrbuch des Wintersports, Neue Freie Presse, Neues Wiener Journal, Reichspost. Total : 21 annonces.

Hollande : Reiseführer der Nederlandsche Christelijke Reisvereeniging, Wereld Kroniek, Jaarboekij für 1925 der Niederländischen Reisevereinigung. Total : 3 annonces.

Tchécoslovaquie : Revue de la Chambre de Commerce tchécoslovaque : une annonce.

Espagne : Guide Dean & Dawson : une annonce.

Italie : Illustrazione Italiana, Messaggero, Il Sole. Total : 9 annonces.

Indes anglaises : Times of India (Bombay), Straits Times (Singapore). Total : 38 annonces.

Indes néerlandaises : De Indische Post (Batavia) : 12 annonces.

Activité en Suisse. — La propagande de l'Office est exclusivement orientée vers l'étranger où nous nous efforçons de faire connaître la Suisse, de susciter le désir d'y voyager ou d'y séjourner, pour se livrer aux sports, pour y parfaire son instruction ou y recouvrer la santé. C'est à l'étranger que nous expédions nos publications et celles qui nous sont remises par les intéressés au tourisme; c'est là que nous créons des agences, et que nous participons à des expositions ; c'est là aussi seulement que, sauf quelques exceptions, nous effectuons de la publicité rédactionnelle ou au moyen d'annonces. Ces travaux exécutés hors de nos frontières sont peu visibles pour le public suisse qui ne se rend compte de notre existence que par quelques affiches exposées en Suisse dans les gares et les bureaux de poste ou par nos publications, lorsqu'elles leur tombent sous la main. Par sa nature même la propagande exige une certaine discrétion, qui interdit de proclamer coram populo ce qui a été accompli. Les effets doivent se faire sentir dans les milieux qu'on veut atteindre à l'étranger, sans que la presse suisse s'en empare pour éveiller l'attention des concurrents.

Ces réflexions n'impliquent pas une absence complète de relations avec les milieux témoignant en Suisse de l'intérêt au mouvement des étrangers. Nous entretenons au contraire des rapports suivis avec un grand nombre d'autorités, de sociétés, d'entreprises et de personnes privées qui comprennent la grande importance du tourisme pour notre économie nationale et qui coopérent à nos travaux. Mentionnons spécialement nos autorités fédérales, cantonales et communales, les Chemins de fer fédéraux et toutes les autres compagnies de transports, quantité d'entreprises industrielles et commerciales, les banques surtout. Rappelons aussi nos bonnes relations avec la Société suisse des hôteliers et ses sections, l'Union des sociétés suisses de développement et ces dernières, l'Union d'entreprises suisses de transports, l'Association pour le trafic de la Suisse orientale, l'Association des entreprises suisses de navigation, l'Union des funiculaires suisses, l'Automobile Club de Suisse, le Touring Club suisse et les autres intéressés à la circulation routière, l'Association suisse des stations balnéaires, l'Association suisse des chefs d'instituts, etc.

3. Division du Trafic

La *Commission des Horaires et du Trafic* a tenu, pendant l'exercice 1925, deux séances. Elle discuta surtout le projet d'horaire 1925/26 et donna son avis sur les requêtes à présenter par l'Office au sujet de l'horaire 1926/27.

En raison des améliorations assez importantes prévues par les C. F. F. pour l'horaire du 5 juin 1925, nos demandes purent se borner en 1925 à quelques-unes de nature plutôt secondaire, auxquelles on a fait droit en bonne partie.

Certaines réductions ayant été appliquées en 1924 dans les *tarifs pour le transport des voyageurs*, et en considération des demandes toujours plus pressantes concernant la diminution des tarifs des marchandises, nous nous sommes abstenus pendant l'exercice écoulé, de démarches ultérieures en faveur de la réduction des tarifs des voyageurs et nous nous sommes bornés à poursuivre la question des *surtaxes de trains directs*. De ce côté, nous avons rencontré un bon accueil auprès des C. F. F., qui ont consenti à supprimer à partir de l'entrée en vigueur de l'horaire du 5 juin 1925 la surtaxe pour une série de trains.

Trafic automobile. — Nous mentionnons ici l'édition de l'*Atlas de poche à l'usage de l'automobiliste* qui a obtenu beaucoup de succès.

Les Chambres fédérales ont mené à bonne fin l'élaboration de la nouvelle *Loi fédérale sur la circulation des automobiles et des cycles*. Ensuite de plusieurs requêtes (seuls ou d'entente avec d'autres intéressés), nous avons fait notre possible afin que cette loi tînt compte des intérêts du tourisme. Nous exercerons notre activité dans le même sens, au sujet du règlement d'exécution.

Nos efforts dans le but d'obtenir une meilleure réglementation des *taxes de passages pour la circulation automobile sur les routes alpestres* ont de nouveau échoué en raison du refus du canton d'Uri. En l'occurrence, la nouvelle loi fédérale peut seule venir en aide, car elle porte que les taxes cantonales de transit sont interdites.

En considération de son importance toute particulière pour le tourisme, il vaut la peine de mentionner ici la nouvelle *loi grisonne*, qui a ouvert presque toutes les principales routes du canton à la circulation automobile. Immédiatement après l'adoption de cette loi par le peuple, nous avons publié un fichet, en quatre langues et plusieurs milliers d'exemplaires, avec la carte des routes ouvertes aux automobilistes, afin de faire connaître cette nouvelle réglementation.

Police des étrangers. — A la demande des intéressés au tourisme, notre autorité fédérale compétente, s'est déclarée prête à *supprimer le visa du passeport* en trafic avec l'Allemagne, l'Autriche et l'Italie. En effet, le visa est supprimé réciproquement en trafic avec l'Autriche à partir du 1er janvier 1926, avec l'Allemagne à partir du 26 janvier 1926 et avec l'Italie dès le 1er mai 1926. Nos démarches au sujet du *remplacement du passeport par une carte de légitimation d'obtention facile* n'ont en revanche rencontré aucun succès. Nous avons porté cette question devant le «Conseil central du tourisme international », à Paris, afin que les intéressés au tourisme dans les autres pays s'en occupent aussi, et notre proposition a été adoptée à l'unanimité.

Nous continuons à vouer notre attention aux *opérations de douane et de police aux gares-frontière* et nous pouvons constater qu'à cet égard d'importantes simplifications ont été admises.

Aviation. — Nous nous sommes intéressés à la fondation de la nouvelle « Société pour le développement de l'Aviation », dont le Conseil d'Administration compte un représentant de notre Office.

4. Division de l'économie publique et statistique

Les tâches de cette section sont réparties entre les divisions de la propagande et du trafic à *Zurich* et le siège auxiliaire de *Lausanne*.

C'est à ce dernier qu'incombent, en particulier, les travaux relatifs à l'établissement de la *statistique du mouvement touristique en Suisse*. Pour cela, il entretient des relations suivies avec tous ceux qui sont à même de lui fournir les données nécessaires : sociétés de développement, sections de la Société suisse des hôteliers, chambres de commerce, bureaux officiels de renseignements, etc. Un rapport sur la saison d'hiver 1924/25 et sur la saison de printemps 1925 a été envoyé aux intéressés.

La saison d'été 1925, qui s'annonçait sous des auspices favorables, a été courte et plus ou moins compromise par diverses circonstances fâcheuses : le mauvais temps, le change, le

marasme des affaires, la crise économique, la concurrence des autres pays à stations touristiques, etc. Malgré cela, le nombre des touristes enregistré dans la grande majorité de nos régions et de nos stations a été supérieur à celui des saisons précédentes, toutefois sans que cela corresponde toujours à une augmentation proportionnelle des recettes des hôtels. Les touristes les plus nombreux sont les Suisses, les Allemands et les Anglais, puis les Hollandais, les Américains du Nord, les Français, les Autrichiens, les Belges, les Italiens, etc.

On doit vivement souhaiter que toutes les stations prennent la peine d'établir une statistique des *nuitées*, qui est la seule qui permette de se faire une idée exacte de ce qu'a été la saison, puisqu'elle tient compte de la durée du séjour des touristes.

F. FINANCES

Si la situation financière de l'Office suisse du Tourisme s'est améliorée grâce à l'élévation de la subvention fédérale annuelle, elle exige cependant une stricte économie dans l'emploi des fonds mis à notre disposition et ne nous permet pas de donner suite à toutes les suggestions — souvent très intéressantes — qui nous sont présentées en vue du développement de notre propagande. Celle-ci est le plus souvent très coûteuse, qu'il s'agisse de la création et de l'entretien d'agences ou de la participation à des expositions, de l'édition de matériel de publicité, d'annonces dans les grands journaux et revues, etc. L'exécution de ces tâches nous oblige à constater combien nos ressources sont disproportionnées à une propagande de grand style telle que l'effectuent certaines villes d'étrangers de première grandeur, dont le budget de réclame dépasse sensiblement celui de notre Office. Combien modestes sont aussi les moyens financiers de ce dernier en comparaison des ressources mises à la disposition des Offices nationaux de tourisme en France et en Italie ! C'est par millions que se chiffre leur budget annuel.

Croit-on peut-être que notre pays puisse se dispenser d'une publicité aussi intense que ses principaux concurrents et s'en remettre à l'excellente organisation de ses moyens de transports, au renom de ses hôtels et de ses instituts d'enseignement, à l'aménagement de ses stations climatiques et balnéaires, à la beauté de ses sites, à son air salubre ; en un mot peut-il se contenter de vivre de sa réputation ? Les expériences faites en Suisse comme à l'étranger, dans le domaine du tourisme, de même que dans l'industrie et la banque, nous prouvent au contraire que la propagande doit être constamment répétée et renouvelée dans ses formes et ses méthodes. Il faut recourir aux moyens les plus modernes de la publicité, quelquefois aveuglante, très souvent subtile et presque invisible, toujours de bon goût,

La chose capitale est de ne pas se laisser oublier, de s'imposer même, si possible. Sa solution exige des sacrifices financiers considérables, mais qui représentent une dépense utile et fructueuse, non seulement pour les intéressés directs au tourisme, mais pour le pays tout entier ainsi que le reconnaissent unanimement nos autorités fédérales et nos économistes.

En 1925, les recettes de l'Office, y compris un excédent de l'exercice 1924 de fr. 11.995.10 se sont élevées à fr. 560.787.60 en regard de fr. 530.554.01 de dépenses. L'excédent de recettes est de fr. 30.233.59. Il est surtout dû à des paiements différés, permettant de faire face aux premières dépenses courantes du nouvel exercice, les cotisations pour 1926 n'étant pas encaissées avant la fin du mois de janvier.