

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office central suisse du tourisme  
**Band:** 3 (1943)

**Rubrik:** Activité des agences à l'étranger

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 06.10.2024

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

magasins surtout et le S.A.L. continue à faire des envois postaux de prospectus des diverses régions et stations suisses à quelques centaines d'adresses de la Suisse romande, au début et au cours des saisons.

Enfin, en vue de la reprise de l'activité de la propagande touristique suisse à l'étranger, le S.A.L. a commencé une vaste enquête dans toutes les régions et stations romandes en vue d'établir une documentation complète à l'usage des agences de l'O.C.S.T., des agences de voyages, des consulats et, d'une manière générale, de toutes les organisations susceptibles de fournir des renseignements sur le tourisme et les séjours dans notre pays.

## IV. Activité des agences à l'étranger

### *1. Généralités.*

Le troisième rapport de notre Office n'apporte, dans ce domaine, aucun changement important. L'existence de nos agences reste soumise à la décision prise au moment de l'ouverture des hostilités, ratifiée ensuite par nos autorités, de les maintenir ouvertes avec un minimum de frais d'exploitation, afin de pouvoir, dès la fin de la guerre, les remettre en activité et leur confier de nouvelles tâches. Si nos agences n'étaient pas restées des centres actifs et vivants de propagande qui, dans la situation actuelle, font de leur mieux pour la préparation du tourisme d'après-guerre, notre Office aurait, sans aucun doute, quelque peine à maintenir avec tant de fermeté ses meilleures positions à l'étranger. Aujourd'hui, la vie de nos agences se partage encore entre deux activités qui justifient leur existence : d'une part, elles entretiennent le souvenir et la sympathie envers notre pays, et d'autre part elles continuent à remplir leurs fonctions de bureaux d'informations, dans une mesure fortement réduite, il est vrai. L'assistance qu'elles apportent à ceux de nos compatriotes obligés de se rapatrier est devenue une

de leurs tâches particulièrement utile, dont l'importance a augmenté en raison même de l'augmentation des misères de la guerre.

Avec cela, nos agences partagent largement le sort des pays dont elles sont les hôtes et plus spécialement des villes de leur domicile. Tandis qu'en 1940/41 notre agence de Londres était exposée aux bombardements aériens — elle fut heureusement épargnée —, ce sont actuellement nos agences de Berlin, Rome et Milan qui se trouvent sur le front de la guerre aérienne ; il faut rappeler à ce propos que la « Maison suisse », où se trouve notre agence de Berlin, a déjà subi un commencement d'incendie en 1941, à la suite de l'éclatement d'une bombe. Depuis lors et jusqu'à la fin de 1943, cet immeuble est resté indemne malgré les dix grosses attaques aériennes exécutées sur la capitale du Reich depuis le 23/24 août ; les inévitables dégâts causés par le souffle des explosions furent cependant assez sérieux. Les agences de Rome et de Milan n'ont pas subi de dommages importants.

Le sort des employés occupés dans les villes ci-dessus qui, jusqu'à présent, sont restés courageusement à leur poste, a préoccupé à plusieurs reprises nos organes de direction. En considération des services qu'elle est à même de rendre aux Suisses à l'étranger, et en plein accord avec notre légation de Berlin, nous avons résolu de renoncer, aussi longtemps que possible, à la fermeture de notre agence dans cette ville aussi bien que dans les autres en général. Vers la fin de l'année, notre Bureau s'est prononcé dans ce sens que la fermeture des agences dépendra de la décision de leur chef et que seuls les employés qui se seront déclarés d'accord et à la hauteur de la situation resteront à leur poste, sans que, bien entendu, aucune pression ne soit exercée sur leur résolution.

De plus, lors du renforcement de la guerre aérienne, nous avons été amenés à prendre des mesures de protection pour la sauvegarde du personnel. Il fut recommandé aux employés de trouver, autant que possible, des logements en dehors des villes menacées pour diminuer les risques personnels. L'Office a pris à sa charge une part importante des frais supplémentaires qui en ont résulté.

Il a été également décidé que l'arrêté du Conseil fédéral du 14 janvier 1943 serait applicable, dans des conditions

identiques, à notre personnel. Cet arrêté est libellé comme suit :

« Le Conseil fédéral déclare que chaque fois qu'un fonctionnaire ou un employé d'une représentation suisse à l'étranger aura subi, à la suite d'événements dus à une guerre, une révolution ou une émeute, des dommages dans sa personne, sa vie ou ses biens, il étudiera en toute loyauté et équité quelle indemnité peut lui être versée. »

En outre, et suivant en cela l'exemple donné par la Division des Affaires étrangères, le personnel fut informé que l'O.C.S.T. était prêt, pour diminuer de part et d'autre les risques, à prendre à sa charge les frais de rapatriement en Suisse des mobiliers de ses employés à l'étranger, tandis que les dépenses de garde-meubles seront supportées par le personnel. Pour aider, dans la mesure du possible, les employés de nos agences à « tenir », nous avons cherché, par l'intermédiaire de l'Office fédéral des transports, à obtenir du Département politique que nos agences, spécialement le bureau de Berlin, soient rattachés, sous une forme ou une autre, à nos légations. Malheureusement, aucune suite n'a été donnée jusqu'à présent à cette requête.

*L'activité commerciale* des agences est presque uniquement limitée à la vente des billets. Nous donnons dans le tableau ci-après les montants de la vente des billets suisses, pour toutes les agences qui en sont pourvues ; nous les indiquons par trimestre dans le but de mieux faire ressortir l'influence des événements politiques et militaires sur l'activité commerciale de nos bureaux de Milan et de Rome pendant le 4<sup>e</sup> trimestre.

*Vente des billets suisses en 1943 par les agences.*

		Fr.	Fr.
Berlin :	1 <sup>er</sup> trimestre	69.876,90	
	2 <sup>e</sup> »	94.594,55	
	3 <sup>e</sup> »	128.542,15	
	4 <sup>e</sup> »	41.938,20	334.951,80
	A reporter . . .		334.951,80

		Fr.	Fr.
	Report . . . . .		334.951,80
Bruxelles :	1 <sup>er</sup> trimestre	2.329,40	
	2 <sup>e</sup> »	2.037,55	
	3 <sup>e</sup> »	2.958,35	
	4 <sup>e</sup> »	<u>1.510,15</u>	8.835,45
Milan:	1 <sup>er</sup> »	28.637,65	
	2 <sup>e</sup> »	39.661,20	
	3 <sup>e</sup> »	30.443,20	
	4 <sup>e</sup> »	<u>1.660,20</u>	100.402,25
Rome :	1 <sup>er</sup> »	54.447,50	
	2 <sup>e</sup> »	38.969,35	
	3 <sup>e</sup> »	41.421,30	
	4 <sup>e</sup> »	<u>5,904,25</u>	140.742,40
Stockholm :	1 <sup>er</sup> »	<u>210,—</u>	210,—
Vienne :	1 <sup>er</sup> »	12.127,20	
	2 <sup>e</sup> »	16.073,70	
	3 <sup>e</sup> »	24.336,70	
	4 <sup>e</sup> »	<u>17.768,50</u>	70.306,10
			<u>655.448,—</u>
Total des recettes de l'année précédente :			<u>565.424,90</u>

Les commissions prévues par contrat sur les ventes de billets faites pour le compte des entreprises suisses de transport se sont élevées, pour l'année courante, à 32.771 fr. 15.

Dans le *domaine de la propagande*, il faut relever tout d'abord que, quelques cas spéciaux mis à part, toute forme de publicité payante a cessé. Les dépenses motivées par les services de presse et de photographies, ainsi que par la décoration de vitrines se sont maintenues dans les limites raisonnables.

L'envoi de photos a pris une nouvelle extension et se chiffre à 7554 copies, format 18 × 24 cm., de 736 sujets différents. Si l'on ajoute 1022 copies commandées par la suite, on atteint un total de 8576 photos, dont la plus grande partie a été mise à la disposition des agences pour des actions de propagande de leur choix. A New-York et à Rome, ces vues ont été fréquemment employées par le

service de presse ; dans les autres agences elles furent surtout utilisées pour la décoration des vitrines.

Comme nos agences se trouvent toutes dans le centre des affaires, où le taux des loyers est proportionné en bonne partie au degré d'intérêt qu'offrent les vitrines, celles-ci sont, il va de soi, utilisées de façon intensive. Aussi nous efforçons-nous de créer du matériel d'exposition dont nos agences puissent faire le meilleur usage, avec l'aide, selon le cas, d'habiles décorateurs. Nous avons également eu recours, pour l'équipement des vitrines de nos agences, à l'institution des tableaux scolaires suisses.

Nous avons consacré au 80<sup>e</sup> anniversaire de la fondation du Comité international de la Croix-Rouge une exposition spéciale dans les vitrines des agences de Stockholm, Rome et Vienne, ainsi que dans la salle de réception de notre bureau de New-York. Quatre collections de ce matériel ont été exécutées, à nos frais, sous la direction du Comité de Genève ; elles seront également exposées à Paris, Bruxelles, Amsterdam et Prague.

L'activité du Comité international de la Croix-Rouge nous a inspiré un grand nombre de sujets pour nos services de presse et de photos. C'est une grave erreur de croire que l'institution de Genève est connue et appréciée dans le monde entier. Si nous nous efforçons constamment de la faire mieux connaître à l'étranger, c'est avant tout dans l'intérêt de l'idée même de la Croix-Rouge internationale, qui a certainement contribué à augmenter le prestige de la Suisse, bien que dans maints pays son activité soit éclipsée par celle des Croix-Rouges nationales. Le Comité international, qui a son propre service de renseignements, apprécie pleinement notre travail d'information. A la suite de l'action de propagande par vitrines, dont il est question ci-dessus, il nous a écrit ce qui suit :

« Nous désirons vous exprimer nos remerciements les plus sincères pour le vivant intérêt avec lequel vous saisissez chaque occasion de faire connaître, tant en Suisse qu'à l'étranger, notre institution et les divers domaines toujours plus étendus de son activité. »

Les grands reportages consacrés l'an dernier aux quatre bureaux internationaux siégeant à Berne font aussi partie

de l'action destinée à faire connaître l'activité de la Suisse dans le domaine international. Les photographies furent prises par un reporter engagé par nos soins et les textes exposant les différentes tâches de ces bureaux rédigés par ces derniers.

Une exposition itinérante, réalisée en deux étapes, fut entreprise avec la collaboration de l'Office suisse d'expansion commerciale, qui livra du matériel de propagande en faveur de notre exportation. Cette exposition qui réunissait, d'une part les dernières nouveautés en tissus de décoration et, d'autre part, des pailles tressées de Wohlen, présentées de façon attractive par l'architecte Egender, figura dans la plupart de nos agences européennes. Les résultats de cette action commune au service de la propagande générale du pays ont été des plus réjouissants et, dans certaines villes, notamment à Stockholm, ils furent concluants. Il serait indiqué, à l'avenir, que les groupements de vendeurs et de représentants des branches intéressées participent à l'organisation de telles expositions qui ne devraient plus être des moyens isolés de propagande à l'exportation.

Mentionnons enfin le grand succès obtenu par l'exposition de livres suisses, organisée et financée par l'O.S.E.C., ouverte du 24 mai au début de juin, dans les locaux et vitrines de notre agence de Stockholm. Elle groupait 800 volumes en quatre langues. Son action fut encore renforcée par une intéressante collaboration des librairies suédoises. Pendant la durée de l'exposition, 12 librairies de Stockholm et 2 de Upsala consacrèrent entièrement leurs vitrines aux livres suisses qui, de cette façon, pouvaient non seulement être vus mais également achetés en Suède.

Notre revue « La Suisse », ainsi que notre calendrier et celui des C.F.F., en raison de la qualité de leur contenu, ont été une fois de plus des éléments très appréciés de notre propagande, tant dans les pays occupés que belligérants. 34.651 exemplaires des éditions mensuelles de notre revue, 2473 calendriers O.C.S.T. et 900 C.F.F. ont été distribués à l'étranger. L'agence d'Amsterdam a pu vendre sans peine et au prix normal 600 calendriers O.C.S.T. 1944, qui trouvèrent un accueil enthousiaste.

## 2. *Rapports des agences.*

Nous extrayons les renseignements suivants des rapports d'activité des diverses agences :

*Amsterdam* : L'agence s'est chargée de la propagande en faveur de la Foire suisse à Bâle, à la demande de la direction de la foire. Le grand nombre de demandes reçues prouve que les milieux hollandais s'intéressent vivement à cette manifestation mais, ensuite des difficultés qu'il y a à obtenir les pièces nécessaires au voyage, le nombre des visiteurs hollandais est resté infime.

Comme la présentation de films suisses de tourisme est interdite en Hollande, l'agence a dû se contenter d'utiliser des diapositives. 195 diapositives en couleurs ont été mises à la disposition du directeur général de l'Association néerlandaise de tourisme et grâce à sa très précieuse collaboration, 25 conférences sur la Suisse ont pu être organisées l'année passée en Hollande.

L'agence s'est occupée également, à la demande du Département fédéral de justice et police, de la distribution des denrées alimentaires à nos compatriotes nécessiteux et de paquets aux enfants suisses des Pays-Bas.

*Berlin* : L'agence a vendu 15.947 titres de transports pour une valeur totale de 1.093.914 fr., contre 14.400 billets valant 973.784 fr. en 1942. Dans ce montant, 361.485 fr. représentent la vente des billets suisses, 554.430 fr. celle des billets étrangers, 72.177 fr. celle des billets de wagons-lits et 105.832 fr. celle des billets d'avion. Le produit de la vente des chèques postaux de voyage et des opérations de change a dépassé la somme de un million de francs. Depuis fin octobre 1943, l'administration du contingent des devises nécessaires aux voyages pour les ressortissants suisses a été confiée à l'agence par la Légation de Suisse à Berlin. Jusqu'à la fin de l'année, 1200 recommandations en vue du paiement de devises de voyages ont été délivrées, concernant environ 2400 personnes. Il s'agissait de victimes des bombardements, de rapatriés, de malades, d'enfants évacués en Suisse pour la durée des hostilités, ainsi que d'étudiants. Cette nouvelle branche d'activité, nécessitée par la détresse notoire de nombreux ressortissants suisses



en Allemagne, a dû être organisée pendant la période des plus graves attaques aériennes qui ont entravé l'activité de l'agence et ont même menacé de la paralyser complètement.

*Bruxelles* : Tandis que la vente des billets suisses se maintenait dans des limites modestes, l'agence émit un nombre important de titres de transport belges et étrangers, soit au total plus de 15.000 billets pour un montant de 1.173.000 fr. belges contre 8982 billets seulement et 813.000 fr. belges en 1942. Cette augmentation a valu à l'agence un nombre accru de visiteurs, soit une moyenne quotidienne de 58 en 1943 contre 46 en 1942.

L'agence a organisé 17 conférences auxquelles plus de 5000 personnes ont assisté. Les films substandard mis à sa disposition ont fait l'objet de 255 prêts, tandis que les films 35 mm., pour lesquels il est perçu une taxe de location, ont été utilisés pour 116 représentations.

*Le Caire* : Depuis que le théâtre des hostilités s'est déplacé d'Egypte sur les côtes méridionales de l'Europe, le nombre des visiteurs de l'agence a diminué dans de fortes proportions. Si, au début de la guerre, les troupes britanniques faisaient montre d'une attitude réservée, pour ne pas dire plus, à l'égard de notre pays, en raison de leur méconnaissance du caractère de la neutralité helvétique, un revirement s'est opéré dans ce domaine, redevable essentiellement à l'activité du Comité international de la Croix-Rouge. L'activité de l'agence en matière de propagande, organisée avec toute la réserve nécessaire, en a été grandement facilitée. Le matériel de propagande disponible fait l'objet de la répartition la plus judicieuse. Il en est de même des films cinématographiques qui, accompagnés pour la plupart de commentaires en français, peuvent ainsi être présentés avec succès dans les milieux suisses et égyptiens. Le film *Notre armée* a été présenté aux troupes égyptiennes. Une convention passée avec la Société orientale de publicité nous assure la publication, dans la presse égyptienne, d'articles sympathiques à la Suisse.

*Milan* : Dans le cadre de la propagande culturelle qu'elle cherche à développer par tous les moyens, l'agence de

Milan a fait l'acquisition de 600 exemplaires de l'ouvrage *L'Italia e la Svizzera*, par Dr Lavinia Mazzucchetti et Dr Adelheid Lohner, publié aux Editions Hoepli à Milan.

*New-York* : L'agence annonce que son activité est constamment entravée par l'extension des hostilités et par la mauvaise humeur qui se manifeste à l'égard des pays neutres. Il y a donc lieu de se réjouir d'autant plus des témoignages spontanés de sympathie, émanant d'éminentes personnalités américaines et en tout premier lieu du président des Etats-Unis, qui ont été rendus à la Suisse à l'occasion du dernier anniversaire de notre fête nationale. Si une grande revue comme la *Saturday Evening Post* juge à propos d'intervenir pour contrecarrer le mauvais effet produit par un article inqualifiable dirigé contre la Suisse en exposant, dans un esprit d'amicale compréhension, l'activité charitable de notre pays et en disant, en substance, que « tandis que les uns font la guerre, les Suisses recollent les morceaux », cela indique une réconfortante évolution de l'opinion. Le service de presse de l'agence qui, à l'heure actuelle encore, constitue sa principale activité et a pour tâche d'attirer des sympathies à notre pays, doit intervenir avec circonspection de façon à éviter de provoquer des malentendus ou des polémiques. Du 1<sup>er</sup> octobre 1942 au 30 septembre 1943, l'agence a eu la grande satisfaction d'enregistrer la publication de 1336 articles et bulletins, illustrés de 2340 photographies et de 1120 photographies isolées. A cela s'ajoutent encore 1166 articles et notices divers ayant reproduit, sous une forme ou une autre, des textes fournis par l'agence. Si l'on additionne le tirage des publications qui ont reproduit les articles de l'agence, on obtient un chiffre total de 252 millions d'exemplaires, résultat extrêmement réjouissant si l'on tient compte du rationnement du papier, d'une part, et de l'afflux de nouvelles politiques et militaires, d'autre part. Pendant la même période, l'agence a fourni 212 films, avec 325 bobines, pour illustrer 155 conférences données dans 50 villes.

*Paris* : La réouverture de l'agence au début de l'année a été saluée avec satisfaction dans les milieux suisses et français et provoqua de nombreux témoignages de sympathie. Les deux premiers mois ont été utilisés pour la

remise en état des locaux, la revision du matériel de propagande et la reprise de l'inventaire. L'intérêt du public à l'égard de notre pays s'est manifesté par le grand nombre des visiteurs de l'agence dont les vitrines attirent, comme par le passé, l'attention des passants.

Dès le début, l'agence s'est mise à la disposition de la colonie suisse, du personnel diplomatique et consulaire, ainsi que des délégués du Comité international de la Croix-Rouge, pour la préparation de leurs voyages en France et à destination de la Suisse. Grâce aux excellentes relations qu'elle entretient avec les chemins de fer français, la Compagnie internationale des Wagons-Lits et la « Deutsche Hauptverkehrsdirktion », l'agence a été en mesure d'intervenir avec succès dans 700 cas environ. La vente des titres de transport à l'agence n'a pas été reprise jusqu'à présent.

Mille exemplaires du numéro spécial « La Suisse, source de santé » ont été distribués principalement dans les milieux médicaux et universitaires où ils ont provoqué un vif intérêt. Les films de l'agence, ceux de la collection d'avant-guerre et les nouvelles bandes reçues de Zurich depuis la réouverture ont été utilisées de la façon la plus judicieuse. Deux représentations de bienfaisance, organisées par le Consulat de Suisse avec la collaboration de l'agence, et au cours desquelles les meilleurs films de l'O.C.S.T. ont aussi été présentés, ont remporté le plus grand succès. Relevons, pour terminer, que les bureaux officiels de tourisme d'Italie, d'Allemagne, de Roumanie, de Belgique, de Suède, du Portugal et d'Espagne continuent, dans des proportions très réduites, leur exploitation.

*Rome* : La vente des billets a subi une nouvelle augmentation d'avril à septembre et a atteint, à peu près, avec 208.000 fr., les chiffres record de 1937, année de l'Exposition universelle de Paris. Les récents événements politiques et les hostilités, la suppression de nombreux journaux et revues, ainsi que la forte réduction du format des quotidiens ont réduit à néant les espoirs de l'agence de développer son service de presse qui était déjà bien introduit. Néanmoins, les résultats obtenus sont très satisfaisants, eu égard à la grave situation. L'agence a voué un soin particulier à des expositions dans ses vitrines, avec la collaboration d'un architecte suisse établi à Rome. L'agence dispose,

en outre, d'une vitrine dans cinq des principales agences de voyages de la Ville éternelle. L'agence se plaît à relever que, malgré les mauvaises conditions de transport, elle reçoit, comme naguère, des visiteurs de toutes les classes de la population et est appelée à répondre aux demandes de renseignements les plus variés. La presse italienne, les bureaux officiels et les organisations touristiques maintiennent, autant que possible, le contact avec l'agence, pour éviter de rompre entièrement les relations internationales existant encore.

*Stockholm* : Dans le cadre d'une action spéciale du journal *Svenska Dagbladet* sous forme de pages spéciales reproduisant des articles et des annonces des diverses régions économiques de la Suisse, trois pages ont été utilisées pour illustrer, d'une manière générale, les excellentes relations existant, sur le plan culturel et intellectuel, entre la Suisse et la Suède. Pour ces trois pages, notre agence, à laquelle il était fait allusion, a fourni les articles suivants : « Suède et Suisse », de Félix Mœschlin ; « Le visage de la Suisse », de Hermann Hiltbrunner ; et « Le livre suisse », de Gustave Keckeis. Le dernier article coïncidait avec l'exposition du livre suisse à Stockholm.

Il n'y a pas de communications spéciales à faire sur l'activité des agences de *Nice*, *Prague* et *Londres* et nous renvoyons à leur égard aux considérations générales du présent rapport. Nous avons préparé avec le plus grand soin, pour l'agence de Londres, en vue d'une exposition consacrée à l'architecture nouvelle, une collection de 80 vues d'intérieurs et d'extérieurs de bâtiments destinés au commerce et à l'industrie, au logement et aux services publics en Suisse.