Zeitschrift: Rapport annuel / Office national suisse du tourisme

Herausgeber: Office national suisse du tourisme

Band: 20 (1960)

Rubrik: Eléments de propagande

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: 14.07.2025

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

gne de presse et de radio aux Etats-Unis et au Canada. Cette initiative s'inspirait du thème « Vacation in Switzerland Contest » et le budget se montait à 300 000 dollars. La maison Knorr a lancé un concours dans toute la Grande-Bretagne : deux semaines de vacances gratuites étaient offertes au commerçant ayant présenté la plus belle vitrine. Des affiches touristiques ont été fréquemment utilisées pour la décoration et un prospectus tiré à 100 000 exemplaires fut distribué dans le public. Notre agence de New York avait pris contact avec le « Swiss Fabric Group » pour la décoration de ses vitrines, et les créations de l'industrie textile suisse, présentées à cette occasion, ont retenu l'attention de très nombreux passants, avec des commentaires fort sympathiques.

IV. Eléments de propagande

1. Hôtellerie

Deux cent cinquante mille exemplaires du Guide suisse des hôtels (édition 1960/1961) ont été distribués par nos soins et par nos agences, à raison de 168 850 exemplaires français-anglais et de 72 650 exemplaires allemands-français, chiffres auxquels s'ajoutent 8800 exemplaires perforés, réservés aux portefeuilles des agences de voyages. Les ambassades, légations et consulats, ainsi que les compagnies d'aviation, les bureaux de voyages de l'étranger et d'autres correspondants ont reçu 31 000 exemplaires de ce guide. Le « Groupement des hôtels de tout premier rang » nous a livré 17 000 exemplaires de son guide particulier, 8200 étant imprimés en allemand, 3800 en français et 5000 en anglais. L'organisation de six voyages d'études, groupant chacun douze employés d'agences de voyages de l'étranger, nous a permis d'être en contact étroit avec la Société suisse des hôteliers. Il en fut de même pour l'accueil de journalistes et de cinéastes étrangers qui voyagent isolément, et nous n'oublierons pas les vols d'inauguration de la Swissair ou d'autres compagnies d'aviation. Nous avons signalé dans notre bulletin de presse les travaux de ré-

novation entrepris dans l'hôtellerie, la construction de bâtiments nouveaux et les projets en vue. Quelques défilés de mode, organisés dans des hôtels, ont été signalés dans des revues importantes de l'étranger. Nombreux furent les hôteliers du pays qui, en déplacement à l'étranger pour leurs affaires ou pour des voyages d'études, prirent contact avec nos agences. A Neuhausen, lors de la Conférence des chefs d'agences, que nous signalons d'autre part, d'intéressants échanges eurent lieu avec les dirigeants de l'hôtellerie suisse.

2. Trafic ferroviaire

Nos agences se sont attachées à développer leurs actions de propagande par un contact plus étroit, notamment, avec les bureaux de voyages qui vendent des billets. En outre, une orientation sur la vente des titres de transport, sur l'organisation de voyages collectifs et sur les questions de tarifs et de décomptes, ont eu lieu. Les circulaires distribuées par nos agences ont constamment donné des renseignements sur la marche des trains, sur l'élaboration des horaires et sur l'établissement des tarifs pour les villes importantes et les centres touristiques de la Suisse. Les films des CFF et d'autres entreprises ferroviaires sont toujours très demandés et il en est de même pour les affiches. En 1959, des titres de transport d'un total de 64 millions de francs suisses ont été vendus à l'étranger, au profit des Chemins de fer fédéraux, des chemins de fer privés et d'autres entreprises de transport, des bateaux et des cars postaux. Pour 1960, ce total doit s'être élevé à environ 65 millions, à la suite notamment, de modifications tarifaires, dont 8 millions écoulés par les soins des agences de l'ONST. A l'intérieur du pays, nous ne manquons jamais de signaler les trains spéciaux et les circuits touristiques, dans le cadre des chroniques radiophoniques de Beromünster et de Sottens, diffusées chaque vendredi.

3. Trafic routier

La forte demande nous a engagés à rééditer en quatre langues la brochure « La Suisse en auto — 30 circuits de choix » et la Maison

Shell, comme précédemment, a pris sa part des frais. Les trois éditions de la brochure « Sur les routes alpestres de la Suisse » ont été revues pour le texte et un nouveau tirage en est résulté. Le dépliant « Camping — Vacances en Suisse » a été complété et il donne de brèves indications sur les 176 emplacements spécialement recommandés. Nous ne manquons jamais de mettre en évidence le prix favorable de la benzine en Suisse, qui reste le meilleur marché de toute l'Europe ; cela par voie d'annonce, notamment.

Notre service de presse s'est attaché à tenir à la disposition de la presse étrangère et des organes techniques deux articles commentant les projets d'aménagement du réseau routier national, de même qu'une documentation sur l'état d'avancement des travaux du tunnel routier du Grand Saint-Bernard, et sur le projet du San Bernardino. Nombreuses furent, cette année encore, les demandes de renseignements émanant d'automobilistes et d'entreprises de cars, au sujet de la circulation dans les cols alpestres au printemps et en automne. Les photos de grand format, les affiches et les diapositives en couleurs, au format 50 × 50 fournies par les PTT, à l'intention des bureaux de voyages et de nos agences à l'étranger, ont obtenu un vif succès.

4. Trafic aérien

Notre collaboration avec la Swissair s'est affirmée, une fois de plus, active dans tous les domaines, aussi bien en Suisse qu'à l'étranger. De très nombreuses occasions se présentèrent, pour nos agences, de réaliser des actions communes, qu'il s'agisse de l'accueil de touristes ou de cours d'instruction pour les employés de comptoir des bureaux de voyages, ou de la participation à des expositions et à des foires, de l'organisation de conférences ou de séances de projection de films, sans oublier le montage de vitrines, etc. La Swissair a pris une part active au lancement de six voyages d'études que nous avons organisés à l'intention d'employés de bureaux de voyages de l'étranger, de même qu'aux déplacements de journalistes, de reporters de radio et de cinéastes. De son côté, l'ONST a reçu et piloté en Suisse les participants aux vols d'inauguration de nouveaux ap-

pareils ou de nouvelles lignes. Nous avons largement approvisionné en matériel de propagande la plupart des entreprises de navigation aériennes de l'étranger qui comprennent la Suisse dans leur réseau.

5. Stations thermales et climatiques

C'est en collaboration étroite avec l'Association suisse des stations thermales que s'est effectuée la propagande dans ce domaine. Cette année encore, les établissements intéressés ont donné leur agrément à une propagande renforcée sous forme d'annonces collectives, et nous leur savons gré de leur appui financier. De mars à mai, dans neuf des plus importants quotidiens du pays, ont paru 36 annonces d'une demi-page, s'inspirant de la formule : « Prévenir, guérir, rajeunir » .Ces 21 stations du pays sont énoncées dans l'ordre alphabétique, avec la mention des caractéristiques essentielles. C'est surtout après parution de la première série de ces annonces, vers le milieu du mois de mars, que les demandes de renseignements ont afflué, avec la commande du « Petit guide thermal suisse ». Nous avons dû renoncer, cette année, à une campagne d'hiver, tous les établissements ouverts à cette saison ne pouvant se décider à participer à cette action. La liste des hôtels avec le détail des prix à forfait pour les cures envisagées, a été rééditée à 10 000 exemplaires et remise en même temps que le « Petit guide thermal suisse ». Le groupe des négociants de l'artère commerçante du Rennweg, à Zurich, a mis, en avril, ses vitrines à disposition de cette cause et la présentation en agrandissements photographiques des stations thermales était liée à l'organisation d'un concours. Les lauréats ont reçu en guise de récompense la participation à des semaines de vacances, à des week-ends et à des traitements, offerts tous trois par les stations en cause. Dans l'Annuaire médical de 1960, des annonces ont paru en faveur des stations thermales suisses. Nous avons tenu à disposition des ambassades, légations et consulats de Suisse à l'étranger 30 exemplaires de cette publication. L'Association des stations thermales suisses a pu disposer, cette année encore, de 30 emplacements d'affiches à l'entrée des quais de la gare principale de Zurich, mis à notre disposition en mars et en avril par l'Office du tourisme de l'Oberland

bernois. L'affiche de grand format, signée Peikert, convient particulièrement à ce genre d'exposition. Signalons enfin que tous les médecins suisses ont reçu, à titre de rappel, une carte d'entrée dans les stations thermales suisses.

6. Sports

Un circuit en Suisse a été offert à un groupe de jeunes skieurs venus des Etats-Unis et qui avaient pris part au camp de jeunesse de La Lenk (Simmental), organisé par l'Association suisse des clubs de ski.

Nos agences ont reçu les directives récemment mises sur pied par l'Interassociation pour le ski, sous le titre « La technique suisse du ski », à titre d'information et pour revente à la clientèle. Avec la collaboration de nos représentants à l'étranger, nous avons invité, au 27e cours de ski, organisé par l'Association suisse des écoles de ski, qui s'est déroulé à Villars s/Bex du 4 au 11 décembre, des journalistes et des reporters de radio de Grande-Bretagne, d'Allemagne, de France, d'Italie, de Hollande et du Danemark.

7. Education

La haute conjoncture persistante des pays occidentaux ne profite pas uniquement à l'hôtellerie, mais également, dans une même mesure, aux institutions d'enseignement privé. Les nuitées dans les instituts, pensionnats et homes d'enfants du canton de Vaud — le seul qui soit à même de fournir des chiffres statistiques — ont encore quelque peu augmenté, passant de 1 218 187 en 1959 à 1 270 000 en 1960, dont le 75 % peut être attribué aux instituts et pensionnats et 25 % seulement aux homes d'enfants. La situation de ces derniers n'est pas aussi brillante ; en effet, ces maisons tendent de plus en plus à prendre un caractère saisonnier et certaines d'entre elles, qui restaient ouvertes à longueur d'année, ferment maintenant leurs portes pendant plusieurs mois entre saison. En 1960, l'agence de Paris a participé à l'organisation de 107 convois, totalisant 2475 enfants, à

destination principalement des homes de la Suisse romande et de Unteraegeri. Les cours de vacances des instituts et pensionnats sont toujours très demandés, mais il semble cependant qu'un certain plafond ait été atteint. Par contre, la fréquentation des cours de vacances universitaires est encore ascendante : 1466 inscriptions à Lausanne (1260 en 1959), représentant 40 nations, et 1093 à Genève, de 51 nationalités différentes. Pour le premier semestre académique de 1960, le nombre total des étudiants immatriculés dans nos universités a passé de 18 368 à 19 742, dont 6492 étrangers. En plus du matériel de propagande et d'information régulièrement édité, nous avons été amenés à revoir et à compléter la liste spéciale des écoles qui peuvent offrir des programmes scolaires entièrement ou partiellement en langue anglaise — il y en a une cinquantaine — et cette liste a été mise à la disposition de tous les intéressés, tels que ambassades, consulats, etc. Par des circulaires, nous avons annoncé l'ouverture de nouveaux homes et instituts, les changements importants survenus en cours d'année, de même que les places disponibles pour les vacances d'été ou de sports d'hiver, ainsi que pour la rentrée du printemps. Toute une série de homes d'enfants et d'écoles ont été visités personnellement par notre collaboratrice.

8. Art et culture

Dans ce domaine, une collaboration étroite est assurée avec l'association « Pro Helvetia », qui est chargée de la propagande d'ordre culturel. Notre revue mensuelle « Suisse » est au nombre des plus importants organes de la propagande culturelle suisse ; en 1960, comme précédemment, les plus belles images et les textes particulièrement choisis ont été réunis, tous les deux mois, en un numéro spécial pour l'étranger. Principaux thèmes traités : l'art populaire, l'architecture, les collections et expositions d'art, l'héritage culturel des rhéto-romanches. A l'appui de notre propagande culturelle, il faut aussi mentionner les articles mensuels, très appréciés, dus à la plume du Dr E.-A. Briner, qui présentent les manifestations à venir

dans le domaine du théâtre, des beaux-arts, de la musique, de la pensée et de nos traditions ancestrales ; douze chroniques de ce genre, en langue allemande, française et anglaise, ont été distribuées à la presse suisse et étrangère.

Notre service de presse a également diffusé des textes et des reportages photographiques destinés à faire connaître à l'étranger divers aspects culturels de la Suisse, tels que certaines coutumes populaires et leur origines, les musées de la ville de Genève, l'art théâtral et chorégraphique suisse. Par notre entremise, des critiques renommés dans le monde du théâtre et de la musique, des reporters photographes et des rédacteurs spécialisés de l'étranger ont eu l'occasion d'assister à nos grands festivals de musique ou autres manifestations marquantes, parmi lesquels nous citerons : le Festival de juin de Zurich, le Grand Théâtre du Monde, à Einsiedeln, les représentations de « Tell » à Interlaken, les Semaines musicales internationales de Lucerne et le Septembre musical de Montreux/Vevey.