

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office national suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office national suisse du tourisme  
**Band:** 45 (1985)  
  
**Rubrik:** Collaboration avec autorités, commissions suisses et organisations internationales

### **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:** 02.02.2026

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

# Collaboration avec autorités, commissions suisses et organisations internationales

---

## Autorités et commissions suisses

### Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail (OFIAMT)

Depuis le deuxième semestre 1984, c'est le Département fédéral de l'économie publique qui est autorité de surveillance de l'ONST, avec l'Office fédéral de l'industrie, des arts et métiers et du travail (OFIAMT) comme instance d'exécution. Une collaboration ouverte et constructive s'est instaurée avec le directeur de ce dernier, Monsieur Klaus Hug, ainsi qu'avec Monsieur Peter Keller, chef du Service du tourisme.

### Département fédéral des affaires étrangères (DFAE)

Comme chaque année, nous avons reçu en septembre une trentaine de stagiaires de chancellerie du DFAE pour les informer sur la structure et l'activité de l'ONST. Ceci facilite la collaboration avec les ambassades et consulats suisses notamment pour les envois continuels de matériel. Le traditionnel séminaire sur la promotion des exportations du DFAE et de l'OFEI s'est déroulé à Thoune au début du mois de juin; nous avons informé les participants, employés du DFAE du monde entier, des problèmes promotionnels actuels.

### Commission de coordination pour la présence de la Suisse à l'étranger (CoCo)

Au cours des années, cette commission est devenue un organisme de coordination extrêmement

précieux dont les participants ne voudraient plus se passer. L'ONST y travaille très activement tant dans les séances plénières et au Comité que dans les quatre groupes de travail: dans l'un, son délégué est président et dans deux autres vice-président. Il faut mentionner en particulier le dépliant pour écoliers édité en 31 langues et à passé 2 millions et demi d'exemplaires; sa production et sa distribution dans le monde entier nous incombe en grande partie.

## Organisations internationales

### Organisation mondiale du tourisme (OMT)

En sa qualité de membre du Conseil exécutif, notre pays est particulièrement actif dans l'OMT; ses intérêts sont défendus par le Service du tourisme de l'OFIAMT. L'année 1985 était placée sous le signe de la sixième assemblée générale qui s'est déroulée du 17 au 26 septembre à Sofia. Plus de 100 Etats ont envoyé des délégations dans la capitale bulgare; la Suisse était présente avec trois envoyés OFIAMT/ONST. L'événement principal de l'assemblée a été l'élection du nouveau secrétaire général. Comme successeur du Français Robert C. Lonati, elle a élu l'Autrichien Willibald P. Pahr à l'unanimité pour une période de quatre ans.

Le budget de quelque 21 millions de francs pour les deux ans à venir et le programme de travail (statistique, recherche, commandes de conseil, etc.) ont été approuvés sans problème. De même, la nouvelle charte du tourisme et les lignes directrices pour l'établissement d'agences promotionnelles officielles à l'étranger ont été acceptées.



## Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)

Le rapport documenté «Politique du tourisme et tourisme international» a été élaboré lors des séances traditionnelles du Comité du tourisme de l'OCDE en février et juillet. Il représente toujours les sources d'information les plus détaillées sur les problèmes généraux du tourisme dans le monde occidental. Outre des questions de statistique, les membres du Comité se sont occupés d'un nouveau document international sur la liberté des voyages qui a été approuvé formellement le 27 novembre par le conseil de l'OCDE. Ainsi, un postulat continu de notre pays se trouve confirmé: la liberté des voyages est la base du tourisme mondial. Le même document facilite également l'envoi de matériel de propagande.

## Commission européenne de tourisme (CET)

Le programme de marketing avec un budget de 1035 millions de dollars représentait la base de l'activité de cet organisme de propagande groupant 23 offices du tourisme de l'Europe occidentale. La réorganisation avec un comité de planning et de direction s'est avérée judicieuse. Les principales régions d'action étaient les USA et le Japon, le Canada étant un marché secondaire. Les points forts des activités variées étaient la propagande auprès du public, les relations publiques et la promotion des ventes. Depuis des années autonomes, les Supermarts CET réussis et organisés pour les professionnels ont été réalisés au cours des deux premiers mois de 1985 dans 28 marchés primaires et secondaires d'Amérique du Nord, et pour la première fois en automne complétés par des séminaires dans quelques villes secondaires du «Sunbelt». Le directeur de l'ONST fonctionne comme vice-président de la Commission européenne de touris-

me. L'engagement énergétique de la CET devrait avoir beaucoup influencé le résultat très positif d'outre-mer, dont la base était avant tout le dollar très stable dans la première moitié de l'année.

## Communauté de propagande des pays alpins

L'assemblée annuelle de la Communauté de propagande des pays alpins s'est déroulée les 4 et 5 décembre à Innsbruck. Sous la présidence du directeur de l'ONST, elle a réuni les délégués touristiques des pays suivants: Allemagne fédérale, Italie, Yougoslavie, Autriche et Suisse qui forment, en Amérique du Nord, la communauté de propagande de l'arc alpin. Avec une satisfaction particulière, il a été pris connaissance du fait que, dans le tourisme en provenance des USA dans les pays alpins, les résultats records de 1984 ont encore été dépassés (estimation: environ 2 millions des 6 millions de visiteurs américains en Europe sont venus dans les pays alpins).

Dans la première année du plan marketing 1985/87, la propagande par annonce a été sensiblement complétée par la réalisation de deux brochures consacrées à l'arc alpin et d'un montage audiovisuel, l'organisation de deux voyages de presse et une approche appropriée des médias d'Amérique du Nord avec des communiqués et conférences presse (Houston et Dallas). A la fin de l'année déjà, le groupe de travail Amérique du Nord, présidé par le directeur de l'agence ONST de New York, a publié l'étude de marché «L'attitude en voyage des citoyens des Etats-Unis dans les pays alpins en 1985» qui comporte de nombreux résultats parlants. L'assemblée générale a renouvelé son vœu d'être davantage présente dans le marché outre-mer le plus important et a confirmé le plan marketing pour trois ans avec davantage d'activités dans le domaine de l'information des consommateurs, des contacts avec les médias et de la collaboration avec les agences de voyages.