Zeitschrift: Défis / proJURA
Herausgeber: proJURA
Band: 7 (2009)
Heft: 20: Le tourisme

Artikel: Suisse Tourisme : une affaire à 28 milliards de francs!
Autor: Roth, Jean-François / Boillat, Pierre
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-824002

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: 09.07.2025

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

Suisse Tourisme

Une affaire à 28 milliards de francs !

Entre deux trains : c'est le moment propice pour rencontrer Jean-François Roth. C'est que l'ancien sénateur et ministre, aujourd'hui, préside Suisse Tourisme, la SRT (Société de Radio et de Télévision de la Suisse Romande), préside la Commission intercantonale de surveillance des loteries et des paris, préside Cours de miracles, qui s'occupe de formation aux arts de la scène, et préside Florilait, société qui promeut les produits laitiers jurassiens. Toujours aussi occupé, mais moins stressé, avoue-t-il.

C'est un gros secteur dont s'occupe Jean-François Roth en tant que président de Suisse Tourisme. En effet, il s'agit du troisième volet de l'activité économique suisse, avec un chiffre d'affaires de 28 milliards de francs. Comme si chacun des sept milliards d'habitants de la planète venait dépenser annuellement quatre francs en produits touristiques suisses.

38 millions de nuitées

Suisse Tourisme est une corporation de droit public qui trouve son origine dans l'ancien Office national suisse du tourisme. Son but est simple : la mise en valeur de la place touristique suisse pour rendre le pays plus attractif aussi bien en Suisse qu'à l'étranger. Le budget 2008 est de l'ordre de 89 millions de francs, dont 47 millions proviennent de la Confédération. La corporation occupe plus de deux cents personnes, en Suisse et à l'étranger. La promotion des produits régionaux est, elle, l'affaire des offices cantonaux.

L'hôtellerie suisse a enregistré près de 38 millions de nuitées l'an dernier, un record et un chiffre que l'on peut doubler en tenant compte de la parahôtellerie. Le tourisme représente 6,2 % du produit intérieur brut et occupe 170 000 personnes.

Les ressortissants suisses représentent en 2008 un peu plus 58 % des visiteurs. Les Allemands sont les principaux hôtes étrangers (29 %), avec une forte progression de pays tels que l'Inde, la Chine, les Etats du Golfe ou encore la Russie.

Il faut toutefois noter que, comme dans toutes les branches, le tourisme se tasse depuis le début de l'année.

Prise de conscience

Contrairement à la France ou encore à l'Autriche, le tourisme suisse n'avait pas pleinement conscience de sa force économique et bénéficie peu du soutien populaire et public. Il est vrai que le tourisme ne fait pas partie de la culture de régions comme les nôtres, contrairement à des régions

De telles images séduisent les étrangers

Entretien avec Jean-François Roth
Par Pierre Boillat

comme les Grisons, le Valais, l'Oberland, la Suisse centrale avec Zurich ou le Tessin.

Le marketing extérieur est une chose mais il fallait aussi développer un marketing intérieur pour faire comprendre à la population la potentialité du tourisme.

Suisse Tourisme développe donc des supports pour mettre en valeur les atouts et produits touristiques d'une région. Par exemple des hôtels typiquement suisses ou des hôtels nature. La Suisse possède une image traditionnelle forte, dont l'authenticité est un atout: une nature très contrastée, un pays bien organisé avec des transports publics très performants, un environnement préservé. Encore faut-il que les régions puissent s'intégrer dans cette image.

En tout cas, le succès du site internet de Tourisme Suisse illustre bien l'intérêt pour notre pays: www.myswitzerland.com a été visité 10,6 milliards de fois l'an dernier…

Jura: agir en amont

On l'a dit, le Jura n'a pas une vocation touristique marquée. Le concept Watch Valley, introduit en marge d'Expo 02, n'a pas eu le succès espéré. On ne savait pas très bien de quoi il s'agissait et il a été difficile d'en définir les contours. En outre, il aurait fallu pouvoir impliquer tous les acteurs, notamment les horlogers. Il est donc en passe d'être abandonné (il va subsister comme «marque») pour être remplacé par Jura région et le Pays des trois lacs, qui offrent une meilleure visualisation et sera géré par une structure marketing commune.

Toutefois, précise Jean-François Roth, la région doit agir sur plusieurs secteurs avant de prétendre à devenir une véritable destination touristique. Handicap majeur de l'Arc jurassien: son manque des infrastructures nécessaires, en particulier dans l'hôtellerie. Ailleurs, on a compris depuis quinze ans que la qualité était un élément essentiel. Des investissements importants ont été consentis et des régions allant du Lac Léman à Zurich en passant par l'Emmental sont devenues des régions qui marchent.

La région jurassienne se trouve dans une bonne situation, confie le président de Jura Tourisme (qui est par ailleurs à l'origine de la nomination de l'ancien ministre Pierre Boillat à la présidence de Jura Tourisme). Plusieurs projets hôteliers à Delémont et en Ajoie, le développement du Centre de loisirs de Saignelégier sont des signes encourageants. Toutefois, héberger le touriste est bien. Encore faut-il lui offrir quelque chose à faire. Il faut donc intégrer des concepts de visite et mieux exploiter les ressources existantes pour arriver à une offre globale, par exemple avec le golf, les ressources naurelles, les musées, le préhistoparc ou encore les traces de dinosaures. Le Jura connaît un tourisme de passage. Il est toutefois indispensable que le visiteur dorme sur place, au moins une ou deux nuits. Le potentiel est là, il doit être mis en valeur. Désormais, il faut trouver les investisseurs.

La réalisation du projet «Enjoy Switzerland» dans le Clos-du-Doubs (voir article) est un élément qui va dans cette direction. En un mot, Jean-François Roth est confiant dans l'avenir de son coin de pays, même si sa vision touristique englobe aujourd'hui l'ensemble du pays. ■