**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France
**Band:** 27 (1947)
**Heft:** 6

**Artikel:** Le tourisme en Suisse : source de richesse
**Autor:** Krapf, K.
**DOI:** https://doi.org/10.5169/seals-888639

**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:** 08.07.2025

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

# LE TOURISME EN SUISSE
## Source de richesse

par

**K. Krapf**

Sous-directeur de la Fédération suisse du tourisme

Le tourisme en Suisse repose sur un paradoxe : il doit sa richesse à la parcimonie de la nature. La pauvreté du sous-sol, une terre dure à travailler la configuration du territoire morcelé en vallées, hauteurs et plateaux, voici les caractéristiques d'un pays pour lequel le Créateur s'est montré peu généreux.

Et cependant, il a bien fait les choses, car les neiges éternelles, les torrents, et les lacs sont aussi des matières premières. De ces régions arides est née une activité économique : le tourisme.

Si le tourisme tire ainsi sa substance de la nature même du pays, il n'en a pas moins fallu l'exploiter, en faire une industrie. Il ne suffit pas qu'une contrée soit belle ou se prête à l'exercice des sports, encore faut-il la rendre accessible et l'aménager avec un maximum de confort. L'hôtellerie et les transports devront dès lors s'adapter continuellement au goût et aux aspirations des touristes. Les sports d'hiver, par exemple, ont créé de nouveaux besoins que la technique a satisfaits par des moyens de transports appropriés : de 1932 à 1947 une soixantaine de ski-lifts, funiluges et monte-pentes à sièges ont été construits en Suisse pour faciliter la pratique du ski.

Loin d'être simplement une source d'agrément ou de santé, le tourisme suisse participe étroitement à l'économie du pays dont il constitue un facteur précieux et important. Pour en mesurer la valeur, on a employé jusqu'ici deux méthodes :

### Le tourisme dans l'économie nationale

La première méthode s'attache à démontrer la valeur économique du tourisme en se fondant sur le volume d'affaires réalisé par les entreprises et professions appartenant à cette branche d'activité. Le total donne un chiffre fort impressionnant. En 1937, l'hôtellerie vient en tête avec des recettes de 312 millions de francs suisses (chiffre qui fut même dépassé en 1946) ; ensuite viennent les restaurants, cafés, bars, tea-rooms, etc., qui tirent du tourisme un surcroît de recettes de quelque 200 millions de francs. De leur côté, les transports en reçoivent un apport de 90 millions. Accessoirement les touristes alimentent toute une gamme de commerces de luxe, de sport, de services auxiliaires comme les agences de voyages, etc. Nous avons évalué ces dépenses à 100 millions de francs suisses, chiffre qui illustre particulièrement bien l'effet tonique du tourisme sur l'ensemble de l'économie nationale.

C'est cette symbiose du tourisme avec notre économie que M. Pilet-Golaz, ancien président de la Confédération, a exprimée de façon magistrale : « Le tourisme, a-t-il dit, n'est rien par lui-même ; il est tout par ailleurs. Le tourisme? Mais ce sont les transports : chemins de fer, automobiles, navigation, services aériens. Ce sont les communications : postes, télégraphes, téléphones, radio. Ce sont l'industrie hôtelière et les innombrables

LA RADE DE GENÈVE

métiers qui en vivent, les arts mineurs et domestiques, tissages, broderies, dentelles, petites sculptures, poteries, les fromages et les laits, le bœuf puissant de Pâques, la truitelle exquise des ruisseaux, les légumes, les fruits, les fleurs jusqu'à l'edelweiss de nos sommets. Mais tout cela, c'est précisément le commerce, l'industrie et l'agriculture : une distinction risquerait d'être une division ».

Les dépenses totales des touristes ou, ce qui revient au même, les recettes globales des entreprises et professions de cette branche se sont élevées, en 1937, à 750 millions de francs suisses. Le total des nuitées était cette année-là de 16,1 millions, tandis qu'en 1946 il s'est élevé à 20,8 millions. Il faut tenir compte du fait que, la proportion des étrangers étant plus faible qu'avant la guerre, la dépense moyenne par touriste est moins élevée. Dans ces conditions, on peut évaluer le chiffre d'affaires des entreprises dépendant directement ou indirectement du tourisme à 850 millions de francs suisses d'avant-guerre. Or les biens et services touristiques ont suivi la courbe ascendante des prix, bien qu'à un rythme ralenti. En admettant une hausse des prix pratiqués dans le tourisme d'environ 20 p. 100, ce qui paraît assez exact, son volume d'affaires s'est élevé, en 1946, à 1-1,1 milliard de francs suisses. A titre documentaire, relevons que pour la même année le revenu national suisse est évalué à 15 milliards de francs.

## Le tourisme et la balance des paiements

La seconde méthode consiste à calculer la part du tourisme, qualifié à juste titre d'exportation invisible, dans la balance des paiements. Elle ne tient compte que de la clientèle étrangère qui dominait nettement jusqu'en 1914 : les sommes qu'elle dépense en Suisse, les devises qu'elle y apporte constituent autant de créances sur l'étranger. Un rapprochement entre l'excédent de la balance touristique et le déficit de la balance commerciale est certes arbitraire, mais il est instructif : il montre que le tourisme est en mesure de couvrir une notable partie des engagements que la Suisse doit contracter à l'étranger pour

assurer ses importations. D'après des estimations faites à la veille de la deuxième guerre mondiale, la Suisse aurait été redevable au tourisme d'une créance sur l'étranger de 270 à 280 millions de francs par an.

Cette source de devises s'est tarie au commencement des hostilités en 1939. L'hôtellerie et les autres industries touristiques ont immédiatement subi le contre-coup de l'absence de touristes étrangers. Au milieu d'une économie nationale relativement prospère, le tourisme formait un îlot de crise que l'accroissement remarquable de la clientèle suisse a peu à peu atténuée. Il s'est avéré une fois de plus que le tourisme est, de toutes les branches de notre économie nationale, la première à pâtir des perturbations internationales; elle est aussi la dernière à tirer profit d'une évolution favorable de la situation.

Si la crise du tourisme étranger fut pour l'industrie touristique lourde de conséquences, ses effets furent moins sensibles sur la balance des paiements car la guerre a provoqué une réduction massive de nos importations. Ainsi, en 1945, la balance commerciale accusait, chose extraordinaire, un solde actif de 250 millions. Mais déjà en 1946 elle retrouve son aspect traditionnel avec un déficit de 750 millions. C'est dire que le tourisme étranger est redevenu un élément actif indispensable de la balance des comptes.

## Tourisme national

A la suite de l'augmentation inespérée du tourime national pendant la guerre — le nombre des nuitées d'hôtes suisses a sauté de 8 millions en 1937 à 14,7 millions en 1946 — on s'est demandé qu'elle pouvait en être la valeur économique. S'agissait-il là d'un simple déplacement d'argent, du transfert de pouvoir d'achat d'un endroit du pays à un autre, c'est-à-dire d'une opération technique sans effet économique? Si l'on répondait par l'affirmative on nierait par là-même l'importance du tourisme indigène en tant que facteur de l'économie nationale. Mais le bien-être du pays ne dépend pas seulement des chiffres absolus de son revenu et de sa fortune, il

LE PARC NATIONAL (GRISONS)

dépend aussi bien de leur répartition. Or les régions touristiques, et cela est particulièrement vrai pour les Alpes, sont dépourvues de toute autre ressource. Si cette source de richesses venait à disparaître, l'existence matérielle de la population en serait gravement compromise : les Grisons, l'Oberland bernois, le Valais, le Tessin se dépeupleraient. En décongestionnant les centres urbains au profit des régions économiquement pauvres, en assurant à la population de ces régions son gagne-pain traditionnel, le tourisme national aide à conserver toutes les forces productives du pays et à sauvegarder sa structure économique.

### Tourisme populaire

Sans méconnaître la nécessité de rétablir aussi vite que possible les relations touristiques avec l'étranger, on s'est préoccupé d'élargir les bases du tourisme national. Les couches de la population qui étaient jusqu'ici exclues du tourisme ont été l'objet d'une attention particulière. C'est ainsi que la Suisse a commencé à développer le tourisme populaire. Les solutions auxquelles elle s'est arrêtée en ce domaine méritent un rapide examen.

Les premières tentatives faites en vue d'organiser un tourisme populaire en Suisse remontent à 1939. Ses champions y voyaient l'occasion de faire œuvre de solidarité nationale, travailleurs et patrons, entreprises touristiques et pouvoirs publics devant unir leurs efforts en vue du résultat final. Grâce à l'initiative et à la prévoyance du promoteur du tourisme populaire en Suisse, le professeur Hunziker à Berne, grâce également au concours efficace des milieux syndicaux, ces groupes ont mis sur pied la « Caisse suisse de voyages », noyau du tourisme populaire en Suisse.

Il ne s'agissait pas seulement de faciliter le transport et l'hébergement des touristes populaires en mettant des moyens matériels à leur disposition, mais avant toute autre chose de réduire leurs dépenses. La Caisse suisse de voyage a voué par conséquent tous ses soins au financement des voyages et des vacances. Elle a instauré à cet effet un ingénieux système d'épargne. Chaque membre de la Caisse achète tout au long de l'année des timbres destinés à couvrir ses frais de voyage et de séjour. Ces timbres sont acceptés en paiement par les entreprises de transports, les hôtels, etc. Mais le véritable attrait de ce système réside dans la réduction du prix de vente des timbres offerts aux membres de la Caisse, qui leur permet de réaliser une notable économie sur leur budget de vacances. Contrairement aux expériences faites dans d'autres pays, cette réduction du coût des voyages n'implique pas de sacrifice de la part des hôtels ou des chemins de fer, mais elle est obtenue à l'aide de prestations des syndicats, de nombreux patrons et des coopératives de consommation d'une part, d'autre part de la Caisse suisse de voyages elle-même.

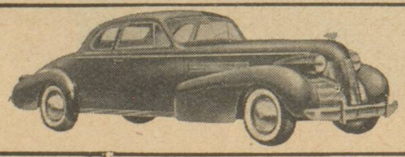
La statistique que voici prouve que l'institution de la Caisse suisse de voyages répondait à un besoin :

| Année | Nombre de participants | Vente de timbres de voyage (en francs suisses) |
|---|---|---|
| 1940 | 10.000 | 671.000 |
| 1941 | 33.252 | 1.324.246 |
| 1942 | 51.829 | 2.041.258 |
| 1943 | 72.668 | 3.276.792 |
| 1944 | 92.278 | 4.893.274 |
| 1945 | 118.879 | 8.141.031 |
| 1946 | 133.336 | 10.714.008 |

Le rayon d'activité de la Caisse suisse de voyages étant limité au territoire helvétique, la Suisse s'est trouvée dans l'obligation de mettre sur pied un organisme auquel elle pourrait confier l'organisation de voyages de groupes suisses à l'étranger et la réception de travailleurs étrangers chez elle. C'est ainsi qu'est née *Popularis suisse*, coopérative pour le tourisme populaire, qui a passé des conventions avec une série d'organismes et notamment avec Tourisme et Travail en vue de faciliter l'échange de touristes populaires.

Ainsi est venue s'ajouter à la valeur économique du tourisme, source de richesse nationale, sa mission sociale. Ces aspects du tourisme suisse répondent tous deux au vieil adage romain : *de altibus salus.*

**K. Krapf**



NOUS ACHETERONS VOTRE VOITURE AU COMPTANT
OU LA VENDRONS A LA COMMISSION
GARAGE, LUSTRAGE, ENTRETIEN ET PUBLICITÉ A NOS FRAIS
SOUMETTEZ-NOUS VOTRE PROBLÈME
SAINT CHRISTOPHE MOTOR : 3, Rue Scheffer - Paris-16e - PAS. 16-33

PUBLIPRESS