

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Band:** 42 (1962)  
**Heft:** 4: L'industrie suisse dans l'Europe d'aujourd'hui

**Artikel:** Quelques notes sur une conception suisse du tourisme  
**Autor:** Kampfen, Werner  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-887580>

### **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:** 01.11.2024

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

# Quelques notes sur une conception suisse du tourisme

---

par Werner Kampfen



**N**'EST-IL pas présomptueux de parler d'une conception suisse du tourisme? Je ne le pense pas. Si la Suisse a gagné la difficile gageure de faire vivre dans le cadre d'un même État, et dans la concorde, des hommes de races, de langues et de confessions diverses, pourquoi ne tenterait-elle pas de concilier, sur le plan du tourisme, des réalités qui paraissent aujourd'hui antinomiques? Par exemple, les oppositions qui semblent grandir entre tourisme et culture, entre le souci de gagner et le souci de servir, entre l'ambition de tirer d'un voyage le maximum de visions et d'impressions et l'aspiration à la détente? Un nationalisme de conception trop étroite risque d'entraîner dans son sillage les propagandes touristiques qui cèdent aux superlatifs, à la tentation de faire ressortir les qualités du pays qu'elles présentent et servent, au détriment des autres. Notre publicité cherche,





*Le lac de Louvie en Volais, et le massif des Comblanchères.*

par contre, à éviter de suggérer que la Suisse est plus belle que d'autres pays, ou préférable; elle se borne tout simplement à montrer en quoi elle est différente, et essaie de contribuer à la compréhension entre les hommes. Son ambition se limite à présenter — évidemment de manière aussi plaisante que possible — les images d'une démocratie paisible, quotidienne et bonne ménagère, d'une beauté mêlée à la vie de chaque jour et des manières de vivre qui peuvent contribuer à ce bonheur auquel tous les hommes aspirent, sous toutes les latitudes.

Le bonheur : ce mot ne définit-il pas en quelque sorte l'objet du tourisme? Sa mission n'est-elle pas de donner aux étrangers de tous les horizons qui viennent en Suisse, le sentiment de joie et de détente, de bonheur en un mot, sans lequel aucune vraie récupération des forces n'est concevable? Mais ceci ne peut s'inscrire dans la réalité que si les organisations touristiques sont conscientes de la nécessité d'accorder le souci de gagner et celui de servir. Alors se pose une question essentielle : comment développer le tourisme et ses équipements, sans ris-





L'église de Rarogne à l'ombre  
de laquelle repose Rainer  
Maria Rilke.

ques pour les beautés naturelles, sans accroître le bruit et l'agitation? Cette interrogation est impérieuse dans un pays aussi petit que la Suisse, où toute atteinte au patrimoine est plus sensible qu'ailleurs. Comment intensifier le tourisme et faire en sorte que la Suisse demeure ce qu'elle est, qu'elle continue à offrir les particularités qui font son attrait?

Ce souci de préserver la nature dans toute la mesure où les exigences du progrès technique le permettent, doit avoir pour corollaire un style touristique adéquat,

différent de celui d'une plage à la mode, ou encore de celui des « grands circuits ». Ce style répond d'ailleurs à un véritable besoin. En dépit de certaines apparences, la masse grandissante des hommes qui voyagent pour leur plaisir est de plus en plus lasse de l'agitation sans cesse plus fiévreuse qui accompagne l'essor du tourisme. Elle aspire à une détente digne de ce nom. Elle recherche de plus en plus les lieux où l'on peut trouver le vrai repos, c'est-à-dire quelques semaines de bonheur.

Par un de ces hasards heureux





Départ pour les champs de ski en Engadine.

que la providence machine parfois, ces aspirations — qui sont dans l'air — se sont fait jour l'année du 25<sup>e</sup> anniversaire de la naissance de J.-J. Rousseau. Le Citoyen de Genève — formé par nos paysages et par nos traditions — n'a-t-il pas accompli ce miracle de rendre le sentiment du naturel et de la nature à une société qui l'avait perdu? Ne pouvait-on pas dire dès lors, et sans forcer en rien la pensée, que cette constatation éclaire l'actualité du message de Jean-Jacques? En effet, dans une société où l'accent, qui est mis trop unilatéralement sur la tech-

nique, menace de fausser la vraie hiérarchie des valeurs, de couper l'homme de ses racines, de le rendre étranger à lui-même, un retour à la nature et aux sources vitales s'imposait.

Mais ce retour à la nature doit avoir pour complément un retour à l'art de voyager sans hâte, à l'art de musser. Cette conception du tourisme — la nôtre — répond à une tendance profonde. Ils sont toujours plus nombreux ceux qui sont las de faire leur valise toutes les vingt-quatre heures. Voyager, c'est autre chose que l'ambition de





Au soleil de Villars-sur-Ollon.

« faire » — comme on dit — le plus de villes et de musées possible. Voyager, c'est contempler, assimiler, prendre contact avec des hommes différents; c'est aussi se laisser aller au simple plaisir de jouir des choses; c'est imaginer, c'est rêver, c'est être romantique à sa manière; c'est réapprendre à se promener, à consacrer à la flânerie le temps que les moyens modernes de transport permettent d'économiser. Cette révolution à la Rousseau des mœurs d'aujourd'hui suppose une conception touristique qui vise à offrir non pas des vacan-

ces de confection, mais des vacances sur mesure, des séjours où, même s'il est encadré dans une organisation collective, l'homme puisse se sentir un individu différent des autres.

C'est à réaliser cet idéal que le tourisme suisse s'emploie. Avec l'objectivité que requiert une propagande qui se veut véridique, il faut cependant reconnaître qu'il y a encore une marge entre certaines de nos réalités touristiques et cet idéal. La Suisse n'est pas coupée de l'évolution, elle est un pays de grand transit, un pays non pas de montagnes et de lacs seulement,





*Pont romain dans les Centovalli  
au Tessin.*

mais d'industrie aussi. Mais ce qui importe, c'est le fait que le tourisme suisse a pris conscience de la nécessité de réagir; c'est l'assurance qu'il fait un gros effort pour se rapprocher de l'idéal que nous avons esquissé. Cet effort est d'ailleurs facilité par une nature qui est demeurée largement préservée, par une multitude de sites et de lieux intacts, par la volonté des Suisses eux-mêmes de préserver leur pays d'irrémediables défigurations, comme aussi par une tradition hôtelière, une tradition d'accueil que, ni le progrès technique, ni les tentations d'un faux « modernisme » n'ont coupée de ce que nous pourrions appeler ses racines rousseauistes.

Werner KAMPFEN.