

Zeitschrift: Revue suisse : la revue des Suisses de l'étranger
Herausgeber: Organisation des Suisses de l'étranger
Band: 40 (2013)
Heft: 5

Artikel: Du glacier au parc d'attractions
Autor: Mooser, Hubert
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-911723>

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](#)

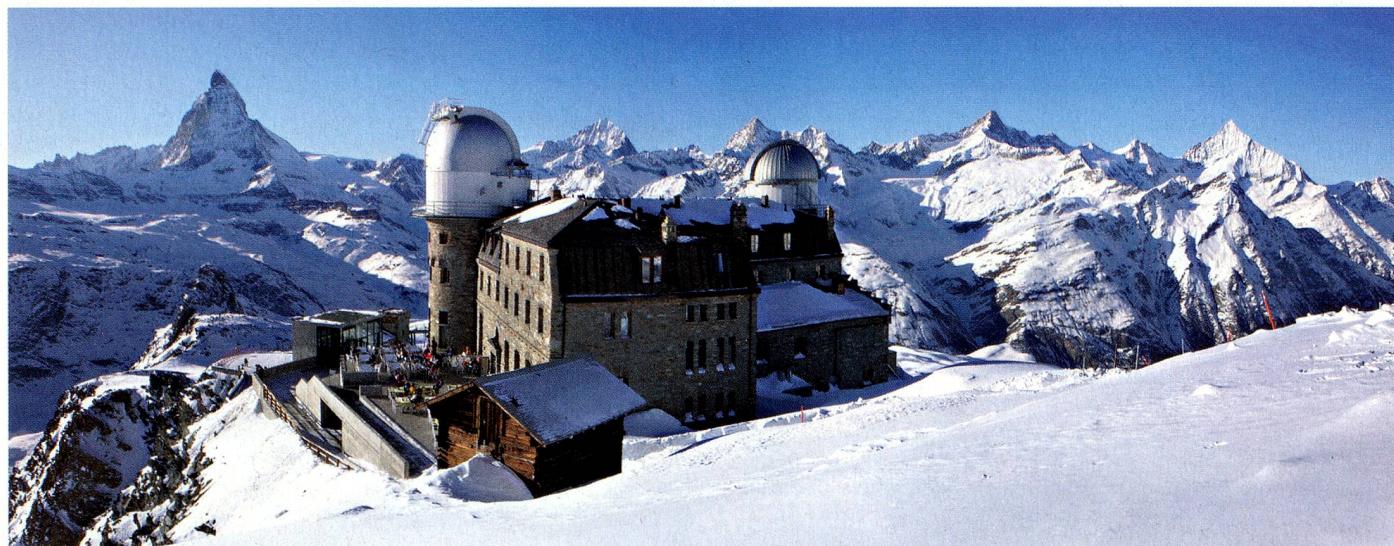
Download PDF: 14.12.2025

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

Du glacier au parc d'attractions

Les temps sont durs pour le tourisme en Suisse: les habituels touristes européens évitent notre pays à cause de la cherté du franc et les nouveaux touristes, surtout asiatiques, aspirent à une offre plus diversifiée.

Par Hubert Mooser



Le Jungfraujoch à 3471 mètres d'altitude, où se trouve la gare la plus haute d'Europe, s'ouvre sur un univers impressionnant de glaciers et de montagnes, accessible même aux non-alpinistes. Les jours de soleil, l'affluence est grande. Afin que les visiteurs ne se marchent pas trop sur les pieds, les Chemins de fer de la Jungfrau autorisent chaque jour 5000 personnes au maximum à se rendre sur le «Toit de l'Europe». Là-haut, entre le Mönch et la Jungfrau, cette foule internationale toujours plus nombreuse a un visage: les Japonais font déjà partie depuis longtemps de ce décor de montagne et, depuis peu, on compte de plus en plus de tou-

ristes d'Inde, de Chine et des États fortunés du Golfe. Pour Suisse Tourisme, les nouveaux marchés se trouvent dans ces pays, ainsi qu'en Russie, au Brésil et en Australie. Les médias chantent les louanges des touristes asiatiques, sauveurs de l'activité touristique: au cours des six premiers mois de cette année, ils ont rapporté 7,4% de nuits supplémentaires à l'hôtellerie suisse. Le nombre de nuits d'hôtel des touristes chinois a même augmenté de 22%. Ces messages positifs sont toutefois nettement contrecarrés par le climat actuel dans les stations de sport d'hiver, où stagne l'activité liée à la clientèle traditionnelle au fort pouvoir

d'achat des pays d'Europe tels que l'Allemagne et la France.

Le facteur climatique

Personne ne connaît mieux qu'Urs Eberhard, vice-directeur et responsable marchés et meetings de Suisse Tourisme, l'importance des vacanciers européens dans l'industrie touristique: «Ces visiteurs représentent toujours de loin le plus grand nombre de nuits d'hôtel», dit-il. Les touristes d'Australie, du Brésil, de Chine, des États du Golfe, d'Inde, d'Indonésie, de Corée, de Malaisie, de Russie, de Singapour, de Taiwan et de Thaïlande ont apporté en 2012 environ 10% des nuits d'hôtel en Suisse, ceux des pays limitrophes, du Benelux et du Royaume-Uni plus de 30% et les Suisses environ 45%. Beaucoup de touristes de ces pays se sont rabattus ces dernières années sur d'autres options meilleur marché en raison de la cherté du franc. Depuis 2008, le nombre de nuits d'hôtel a reculé de presque 7%. Le tourisme alpin en est particulièrement affecté.

D'autres évolutions, comme le changement climatique, inquiètent encore plus les promoteurs touristiques. Si les glaciers fondent, certaines attractions touristiques disparaîtront. Le glacier du Rhône en Valais en est un exemple saisissant. Son volume di-



Aujourd'hui, les touristes veulent plus que de magnifiques paysages alpins comme au Gornergrat (ci-dessus) et de superbes pistes de ski

minée année après année. Le manque de neige menace les stations les plus basses et le risque de catastrophes naturelles s'accroît. En outre, l'intérêt pour le ski faiblit. Selon Norbert Patt, directeur du téléphérique du Titlis à Engelberg, le marché est difficile et se contracte, également du fait de l'évolution démographique. La génération du baby-boom arrive à la retraite. Le ski est délaissé au profit de la randonnée et du golf. La majorité partie des remontées vivent néanmoins du tourisme hivernal et génèrent ainsi 90 à 95% de leur chiffre d'affaires. «À l'avenir, nous allons être en surcapacité car les stations de ski ne vont pas fermer malgré la baisse du nombre de skieurs», déclare Norbert Patt. En outre, les exigences de qualité des vacanciers augmentent et la concurrence avec l'étranger se durcit. L'approbation en mars 2012 de l'initiative sur les résidences secondaires, qui limite la construction de logements de vacances, a accru les difficultés structurelles des stations alpines.

Soutien du Conseil fédéral

Les temps s'annoncent difficiles pour les stations alpines et les remontées. Les personnes les plus haut placées réfléchissent à des aides. Le conseiller fédéral Johann Schneider-Ammann, ministre suisse de l'Economie, veut mobiliser 200 millions de francs pour donner un coup de main à la branche. Il pense que l'industrie touristique suisse est trop chère par rapport au reste du monde et organisée à trop petite échelle. En fait, 561 organisations dans toute la Suisse ont pour mission de promouvoir le tourisme et 90% des hôtels ont moins de 50 lits. Dans la branche du tourisme, on hésite entre des mots de soutien, des campagnes de bienveillance et l'exigence de coupes franches. Roland Zegg, directeur de «Tourismusforum Alpenregionen», a déclaré récemment dans un entretien que les sports d'hiver doivent apprendre à s'accommoder de la stagnation, voire du recul partiel des marchés traditionnels. D'après lui, il ne faut pas écouter les voix selon lesquelles le ski n'est plus au goût du jour. Il ajoute que les offres doivent être redéfinies, pour être plus attrayantes et innovantes et inviter au plaisir et au repos, en particulier si l'on n'a pas de Cervin.

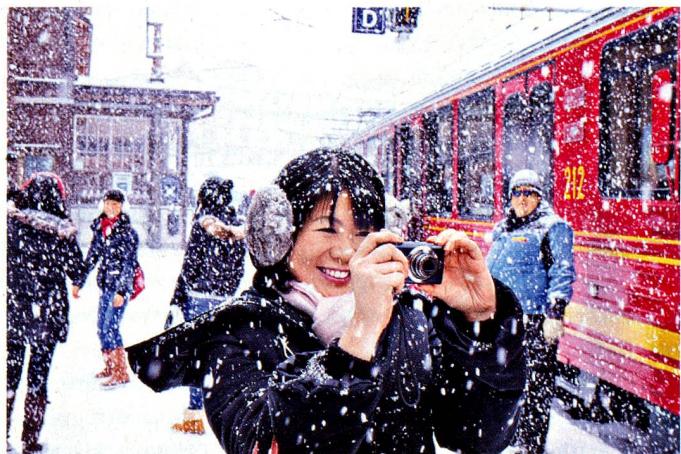
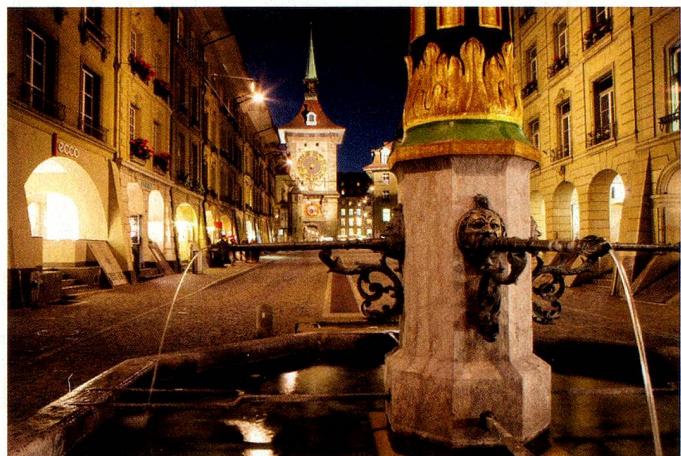
Au pied du Cervin, à Zermatt, on se fait peu de souci à ce sujet. Daniel Luggen, directeur de station thermale, n'espconte aucune baisse du nombre de skieurs à plus ou moins court

terme. Dans les dix prochaines années, environ 1,2 milliard de francs seront investis dans la consolidation des infrastructures. Peter Bodenmann, ancien président du Parti socialiste et conseiller national, aujourd'hui hôtelier à Brigue, formule une exigence surprenante: l'Etat devrait obliger les hôteliers et propriétaires de maisons de vacances à acheter des abonnements de remontées annuels. Cela remplirait les lits et les stations de ski, le prix des vacances au ski en serait réduit. Guglielmo Brentel, président d'Hotelleriesuisse,

critique ouvertement la branche: «Certains hôtels sont minables, ils doivent disparaître.» Suisse Tourisme tente d'autres pistes, notamment la création d'un oscar de l'hospitalité décerné aux hôtels les plus accueillants de Suisse.

Autrefois, la nature suffisait

Les frères Johann Rudolf et Hieronymus Meyer n'avaient sûrement pas idée des avalanches qu'ils allaient déclencher en escaladant le sommet de la Jungfrau à 4158 mètres



Les touristes asiatiques veulent voir le plus de sites possibles en un temps record: Berne, Lucerne et le Jungfraujoch sont presque toujours au programme

DES PARCS NATURELS PRISÉS

La vallée de Binn est connue dans le monde entier pour ses minéraux. La tranquille vallée valaisanne située à côté, où le metteur en scène suisse Claude Goretta a tourné dans les années huitante son film inspiré du roman de Charles-Ferdinand Ramuz «Si le soleil ne revenait pas», mise sur un tourisme durable. L'hôtel Ofenhorn de la Belle Époque a par exemple fait



l'objet d'une rénovation minutieuse et il est aujourd'hui considéré comme un monument historique. L'hôtel a eu la chance que la vallée de Binn soit déclarée parc naturel régional en 2011, générant ainsi un respect national et international. «Nous avons pu doubler le chiffre d'affaires ces six à sept dernières années», déclare Andreas Weissen, président de l'organisation «Pro Binntal», qui a fait revivre l'auberge il y a des années. Ces dernières années, Andreas Weissen a occupé à plein temps le poste de directeur du «Réseau des parcs suisses». Les paysages des parcs sont une chance, dit-il, mais il faut toutefois les mettre à profit. À ses yeux, le plus grand potentiel d'avenir se trouve dans un tourisme axé sur la nature et la culture. Une nouvelle étude montre également l'intérêt de ce type de parcs naturels: 16% des visiteurs de l'Entlebuch sont venus dans cette région en raison de son parc naturel. Le Parc national de Basse-Engadine joue un rôle décisif dans la venue de 35% des visiteurs. Actuellement, outre le Parc national, 14 parcs naturels régionaux et un parc naturel aventure bénéficient d'un soutien financier de la Confédération.

d'altitude avec les guides Joseph Bortis et Alois Volken, le 3 août 1811. Cette ascension marqua pour ainsi dire le début du tourisme alpin en Suisse. Le véritable boom eut lieu 40 à 50 ans plus tard avec des alpinistes anglais comme Edward Whymper, qui fut le premier à gravir le Cervin en 1865. Mais les alpinistes seuls ne permettant pas de faire de grandes affaires, il fallut trouver des moyens de faire venir les non-alpinistes dans les régions d'altitude. En 1869, on eut pour la première fois l'idée de construire un train sur la Jungfrau. L'époque était favorable, la Suisse avait l'illusion de pouvoir tout faire, illusion renforcée par le désenclavement des vallées alpines par le chemin de fer. Beaucoup de projets de train virent alors le jour: construction d'un chemin de fer à Lucerne d'Alpnachstad au Pilate dès 1886, travaux pour un train de Zermatt au Gornergrat dès 1896, liaison ferroviaire entre Martigny et Châtelard dans le Bas-Valais pour raccorder le sauvage val de Trient à la station française de Chamonix au pied du Mont-Blanc. De tranquilles villages de montagne comme Finhaut devinrent des étapes entre la vallée du Rhône et Chamonix et se transformèrent soudain en des lieux de villégiature mondiaux avec hôtels de luxe. Vers la fin du XIXe siècle, Finhaut était le lieu de rendez-vous de l'élite anglaise. Ces vacanciers étaient comblés par le contact avec la nature au cœur de la montagne. L'apparition du ski après la Seconde Guerre mondiale reléguera le tourisme estival au second plan, entraînant le déclin rapide de Finhaut.

L'été est de plus en plus important

Aujourd'hui, le tourisme lié au ski semble également avoir dépassé son apogée. Suisse Tourisme cherche certes à donner le goût du ski aux touristes des nouveaux marchés de croissance: «Nous avons défini la Chine et le Brésil comme marchés potentiels pour les sports d'hiver en Suisse», déclare le vice-directeur Urs Eberhard. «Rien qu'en Chine, il y a environ cinq millions de skieurs actifs.» La Suisse jouit d'une très bonne réputation en Chine et se trouve dans le haut de la liste des destinations hivernales à l'étranger. Actuellement, les Brésiliens sont plus attirés par la France pour les sports d'hiver. «Mais nous pensons avoir aussi nos chances dans ce pays», le potentiel existe. Selon Urs Eberhard, le tourisme estival tend de plus en plus à retrouver une place de premier plan, notamment du fait des nouveaux marchés de

croissance, et aussi en raison du changement climatique amorcé. Les Alpes restent fascinantes et le changement climatique pourrait même entraîner une hausse du nombre de touristes en été dans les régions les plus élevées, si la chaleur devenait trop forte en ville.

Mais pour l'instant, les visiteurs des nouveaux marchés lointains ne visitent que peu d'endroits en Suisse. Ils enchaînent à toute allure les sites touristiques renommés: Zurich, Lucerne, le Pilate, le Titlis, Interlaken, le Jungfraujoch, puis la «Zytglogge» à Berne et enfin Zermatt. Pour le bonheur des hôteliers de Zurich et Lucerne. Zürich Tourisme a enregistré une hausse de 20% des touristes chinois au premier semestre 2013. Dans la région de Lucerne, leur nombre a augmenté de 8% sur la même période. Néanmoins, cette évolution présente aussi des inconvénients: à Lucerne, le mécontentement grandit face aux nombreux cars de voyage qui encombrent les rues et les places. Actuellement, les «produits vitrines», expression utilisée par Urs Eberhard pour désigner les sites touristiques suisses renommés, sont sans aucun doute la principale motivation des voyages en groupe. De même qu'il est impensable de visiter Paris sans voir la tour Eiffel, une visite de la Suisse ne peut omettre Lucerne et le Titlis ou Interlaken et le Jungfraujoch. Mais il y a de plus en plus de visiteurs avertis et la demande en «originalité» et «authenticité» augmente fortement. La Suisse est obligée de concevoir de nouvelles destinations, de nouveaux itinéraires, de nouveaux produits-vitrines et de les intégrer dans les catalogues des voyagistes.

Les hôtels et auberges sont donc également contraints de s'adapter. «Du fait de la venue de visiteurs issus de nouvelles cultures, l'offre doit être ajustée», déclare René Klopfer, président de l'Association des hôteliers d'Interlaken, région qui reçoit depuis quelques années déjà des touristes d'Inde et du Proche-Orient. À une autre époque, il avait fallu s'adapter aux Anglais. Avant leur arrivée, l'«afternoon tea» à la mode anglaise était inconnu en Suisse. Aujourd'hui, les nouveaux touristes viennent d'Inde. Ce qui implique de proposer plus de plats végétariens dans le buffet du petit déjeuner: tomates, œufs ou concombres, explique l'hôtelier René Klopfer. Pour leur part, les touristes chinois ont besoin de beaucoup d'eau chaude pour préparer les infusions qu'ils apportent eux-mêmes et les touristes allemands sont toujours friands de café et gâteaux à leur retour

de randonnée. D'autres hôtels vont encore plus loin: l'Hôtel Metropol à Interlaken a installé un tapis avec une boussole intégrée afin que les visiteurs musulmans puissent se tourner sans problème vers La Mecque pour prier et, sur demande, une salle de conférences peut aussi servir de salle de prière. «C'est un grand défi d'accueillir plusieurs cultures sous le même toit», déclare René Klopfer. Le grand écart à réaliser est parfois presque impossible.

Grottes de glace et ponts suspendus

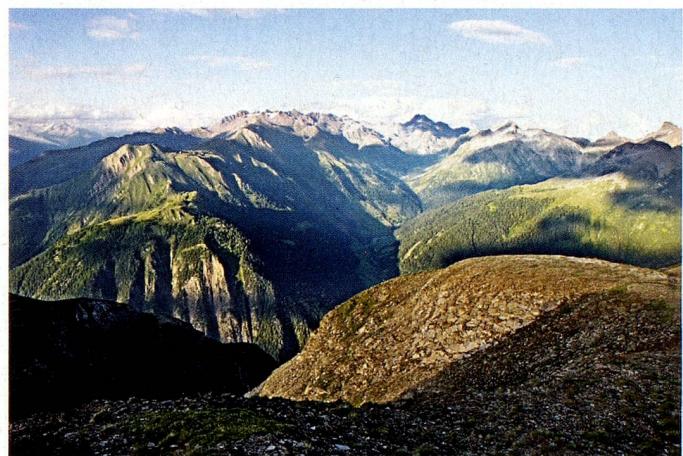
Il est aussi nécessaire de procéder à des ajustements tout en haut, dans les montagnes. Se contenter de faire venir des touristes indiens sur les sommets, sans offre particulière pour eux ne suffit pas, explique Norbert Patt des remontées mécaniques du Titlis. «Les touristes indiens ne veulent pas descendre la montagne en VTT ni en marchant. Ils viennent en Suisse pour découvrir la neige en montagne.» Aux remontées du Titlis, on mise sur le thème «vivre la neige». C'est ainsi, entre autres, qu'une grotte de glace a été construite dans le glacier il y a des dizaines d'années. Cet endroit connaît aujourd'hui un tel succès que les exhalations des nombreux visiteurs provoquent la fonte du glacier, qui doit donc être refroidi avec des machines. Pour créer une autre attraction, on a construit le plus grand pont suspendu d'Europe, le «Titlis Cliff Walk», situé à 3020 mètres d'altitude au-dessus d'un précipice de 500 mètres. Il est censé attirer des visiteurs supplémentaires.

Des personnes comme le Nidwaldien Otto Steiner inventent de nouvelles idées pour les lieux de vacances. Il crée dans toute l'Europe des «mondes d'expérience» afin d'augmenter le nombre de visiteurs estivaux. Il est très demandé. Il a conçu une nouvelle visite sur le Jungfraujoch pour les Chemins de fer de la Jungfrau et une spectaculaire plate-forme panoramique pour le téléphérique Fiesch-Eggishorn.

Toutefois, cela ne fait pas le bonheur de tous. La Fondation suisse pour la protection et l'aménagement du paysage observe avec une inquiétude croissante la transformation des Alpes en parc d'attraction. Les stations touristiques cherchent avec une certaine crispation de nouvelles possibilités d'attirer des visiteurs – parce que le nombre de skieurs diminue et pour mieux remplir les remontées, explique Anita Wyss, responsable de projet à la Fondation. Selon elle, les ponts suspendus sont aujourd'hui une sorte



Attractions spéciales: le «Titlis Cliff Walk» à 3020 mètres, le plus haut pont suspendu d'Europe, et le parc naturel de la vallée de Binn en Valais, qui s'étend sur 180 km²



de remède miracle. Il paraît qu'un pont suspendu ferait venir des visiteurs. C'est sans doute vrai à court terme. Mais Anita Wyss doute que les ponts suspendus rapportent plus de visiteurs à long terme. En effet, pourquoi un pont suspendu serait-il une raison de revenir plusieurs fois dans une vallée?

Même une attraction touristique fonctionnant aussi bien que le train du Jungfraujoch veut continuer à investir ces prochaines années afin de faire venir davantage de visi-

teurs. De nouvelles navettes sont prévues pour transporter encore plus rapidement les passagers jusqu'à la gare la plus haute d'Europe. Il y a eu 833000 visiteurs en 2012. Après l'aménagement, un million de visiteurs par an sont attendus. Les Chemins de fer de la Jungfrau, au moins eux, n'ont presque pas de souci à se faire pour l'avenir.

HUBERT MOOSER est rédacteur au «Tages-Anzeiger» de Zurich. Il est Valaisan et habite à Berne.

LES CHIFFRES DU TOURISME

L'hôtellerie suisse s'est légèrement rétablie au premier semestre 2013: par rapport à la même période l'année précédente, le nombre de nuits d'hôtel a connu une hausse de 1,2%, pour un total de 17,1 millions. Les touristes suisses représentent 7,6 millions de nuits d'hôtel, soit 0,5% de plus qu'en 2012. Le nombre de nuits d'hôtel des touristes d'Asie a augmenté de 7,4%, pour un total de 107 000. Avec une hausse de 22% (+62 000), la Chine (hors Hong Kong) enregistre la hausse absolue la plus élevée de tous les pays. L'hôtellerie suisse peut se réjouir de la hausse du nombre de nuits d'hôtel des touristes européens (hors Suisse) de 29 000 (+0,4%), malgré un recul des touristes provenant des pays importants pour le tourisme: Allemagne -2,7%, Pays-Bas -3,2%, Italie -1,2% et France -0,6%. Pour les mois d'octobre à décembre 2012, l'Office fédéral de la statistique (OFS) indique une croissance des nuits d'hôtel de 2,9% par rapport à l'année précédente. Le record de 35,6 millions de nuits d'hôtel atteint en 1990 n'a été dépassé qu'en 2008.