Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 43 (2006)
Heft: 1699

Artikel: Kuoni : le luxe du voyage
Autor: Danesi, Marco
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1009112

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: 05.12.2025

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

Le luxe du voyage

L'opérateur fête son centenaire entre rentabilité retrouvée et troubles stratégiques. Le modeste comptoir zurichois s'est métamorphosé en groupe multinational qui transporte touristes et managers d'un bout à l'autre du monde.

Kuoni perd sa tête, economiesuisse aussi. Andreas Schmid, président du Conseil d'administration depuis 2002 et futur homme fort de l'organisation faîtière, prend la porte. La fusion avec First Choice, le numéro deux anglais (5,5 milliards de francs de chiffre d'affaires contre 3,5 pour le leader suisse du secteur), ne se fera pas. La majorité des administrateurs et la direction préfèrent mener une politique plus prudente basée sur l'achat de voyagistes de niche très pointus - comme Kontiki Saga AG, spécialiste suisse du grand Nord, acquis en juin dernier - sans s'attaquer frontalement aux concurrents étrangers. Collaborer oui, s'accoler à plus gros que soi, au risque de disparaître, non. Et pourtant, après un début de XXIe siècle calamiteux, entre attentats terroristes et catastrophes naturelles, Kuoni gagne à nouveau de l'argent. L'envie de voyager, coûte que coûte - les tarifs sont souvent prohibitifs - sur les ailes d'une conjoncture favorable s'accommode même de graves querelles internes. D'ailleurs, le démissionnaire a été rapidement remplacé avec un autre membre du conseil d'administration, le Danois Henning Boysen. A la bourse, l'action, après un affaiblissement passager, repart à la hausse. Dans la foulée, Andreas Schmid hésite à quitter également la présidence de Barry Callebaut, champion zurichois du chocolat industriel, ainsi que d'Unique Airport à Kloten sans parler de la Chambre de commerce américano-suisse, des Amis du parti radical et du Conseil de fondation d'Avenir Suisse.

Alfred Kuoni rêve de tourisme organisé. En 1906, il s'invente un bureau de voyage dans l'entreprise de transport attelé de ses frères. Pour un franc, il amène promeneurs et curieux sur le mont Uetliberg, dans les environs de Zurich. Cependant, l'année suivante déjà, il entraîne les premiers courageux le long du Nil, terre promise d'un métier en plein essor. En un lustre, l'agence se développe, elle élargit son offre et déménage du Sonnenquai, devenu ensuite place Bellevue, à la Banhofplatz, pivot d'un réseau de succursales et partenaires éparpillés aujourd'hui dans 25 pays aux quatre coins du monde. Alfred Kuoni investit d'abord la Suisse, surtout ses lieux de cure, avant de multiplier les filiales en France et en Italie.

Vacances pour tous

Le père fondateur meurt au seuil de la Deuxième Guerre mondiale. La société, désormais une SA, mais encore chasse gardée de la dynastie, échoue au fils Alfred Kuoni II et échappe sans trop de dommage aux affres du conflit. Une fois la paix revenue, les affaires reprennent de plus belle. Dès le début des années cinquante Kuoni vend l'Afrique orientale à prix forfaitaire. Le voyagiste se charge de tout pour le bonheur insouciant des vacanciers. L'euphorie économique, le baby-boom poussent les ancêtres de la classe moyenne sur les plages des cinq continents. On fabrique des tours sur mesure pour familles et célibataires au pouvoir d'achat grandissant. L'Asie tombe dans le giron de Kuoni en pleine guerre froide. Japon, Thaïlande et Chine se rapprochent de l'Europe. Les vols charters filent d'Ouest en Est, sautant par-dessus le rideau de fer et l'Union Soviétique. On occupe Afghanistan, Iran et Ouzbékistan alors que Mai 1968 enflamme Paris.

Mister Kuoni

Après avoir colonisé le globe, Kuoni entre en bourse et confie son destin à Jack Bolli, recruté à la fin de la guerre, intégré à la direction dès 1957 et nommé grand patron en 1970. Ami fraternel d'Alfred II, il incarne pendant trente ans l'esprit de l'entreprise transformée en multinationale avec des ramifications regroupées depuis 1995 dans un holding. Si au milieu du XXe siècle on compte une cinquantaine de salariés, en 1988 au terme de son mandat, trois mille collaborateurs génèrent un chiffre d'affaires qui frôle les trois milliards. Les catalogues s'enrichissent de nouveaux paradis aussi exotiques que les Maldives, le Bouthan, ou la Corée du Nord. Pour des touristes impatients, mais prêts à payer cher, on crée des circuits où l'on passe en deux ou trois semaines d'un rivage à l'autre à bord de long-courriers qui colonisent les ciels et raccourcissent les distances. Le tour du monde en Concorde se banalise à partir de 1987.

En Suisse, Kuoni doit faire face au dynamisme de Hotelplan et à la force de frappe de Migros. Malgré la tentative avortée de Pierre Arnold, président du géant orange, d'engager Jack Bolli, les deux concurrents s'affrontent farouchement, parfois contre leurs propres intérêts. Si bien qu'ils affrètent des vols à moitié vides pour les mêmes destinations. En 2003, économies obligent, les deux sociétés signent un accord de collaboration qui prévoit notamment l'échange de passagers entre leurs compagnies aériennes, Belair pour la Migros et Edelweiss Air pour Kuoni.

Les rachats d'opérateurs spécialisés entendent aussi réduire la concurrence et contrôler une part croissante du marché. Au cours des ans, Kuoni étoffe sa gamme de sous-traitants, parmi lesquels on trouve Reisen Netto, Helvetic Tours, et autres Railtour Suisse. Et de partenaires, à l'image de TUI Suisse. A l'étranger, la même stratégie se déploie de la Scandinavie à l'Espagne, de la Grande-Bretagne aux Etats-Unis.

Fatalement, le succès provoque dissensions et lutte de pouvoir. Même à l'époque bénie de Jack Bolli, qui savait maîtriser avec science et doigté tout écart de la ligne officielle, il a fallu repousser l'appétit de Swissair, alors actionnaire de poids. Pire encore, double prémonitoire d'Andreas Schmid, Daniel Affoltern, son prédécesseur, doit également quitter en 2001 la présidence du conseil d'administration après un bras de fer médiatique de quelques semaines avec l'ancienne garde du groupe représenté par la Fondation Hugentobler, du nom de l'associé d'Alfred Kuoni aux débuts de l'entreprise. *md*