

**Zeitschrift:** Rapport annuel / Office national suisse du tourisme  
**Herausgeber:** Office national suisse du tourisme  
**Band:** 49 (1989)

**Artikel:** 1989 : une année touristique de succès et de nouveaux défis  
**Autor:** Leu, Walter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629826>

#### 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:** 02.02.2026

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

# 1989: une année touristique de succès et de nouveaux défis

L'essor du tourisme suisse, tel qu'il se dessinait d'ores et déjà au cours du second semestre de 1988, s'est confirmé au cours de l'année sous revue, pour atteindre l'un des meilleurs résultats connus quant au nombre des nuitées – et cela malgré une nouvelle pénurie de neige au début et à la fin de l'année. L'hôtellerie et la parahôtellerie du pays ont presque totalisé 77 millions de nuitées. Les hôtels et les établissements de cure ont enregistré plus de 37 millions de nuitées (+ 5 % par rapport à l'année précédente), la parahôtellerie, selon les premiers calculs, 40 millions. Des indications détaillées se trouvent dans le cahier statistique annexé à ce rapport. Ce résultat est d'autant plus réjouissant que tous nos principaux marchés y ont participé dans des proportions égales, à savoir l'Europe, les Etats-Unis, ainsi que l'Est et le Sud-Est asiatique, Australie incluse. Ce qui témoigne de la diversité de notre clientèle. Les Suisses eux-mêmes n'ont pas boudé leur pays: avec 40,7 millions de nuitées, ils ont même établi un nouveau record.

Nous espérons avoir également apporté notre modeste contribution à ce succès annuel. Le fait que la part de l'hébergement dans les villes a augmenté plus fortement que la moyenne nationale pourrait être le reflet de notre campagne consacrée à la ville suisse. Nous reconnaissons néanmoins bien volontiers les facteurs extérieurs de cet essor touristique. A commencer par l'environnement économique mondial prospère, l'évolution des taux de change, la redécouverte des vertus régénératrices d'un séjour à la montagne, sans oublier l'aggravation des problèmes de transports routiers et aériens pour les voyages à l'étranger.

Le mérite du succès des nombreux efforts promo-

tionnels en faveur de la ville en particulier et de l'espace touristique suisse en général ne revient pas au seul ONST, mais à l'ensemble des institutions touristiques, associations et entreprises aux échelons fédéral, cantonal et local, sans oublier, bien entendu, tous les tenants de l'offre. Sans le soutien efficace de tous les milieux engagés dans le tourisme, et sans la remarquable contribution individuelle de nombreuses personnalités et collaborateurs à tous les échelons, aucune idée n'aurait pu être réalisée, aucun objectif atteint et notre pays n'aurait pas sauvegardé son rang dans la concurrence internationale. C'est pourquoi nous entendons exprimer ici nos sentiments de gratitude à tous ceux qui nous ont aidés, d'une manière ou d'une autre, à réaliser l'an dernier nos objectifs de promotion touristique, et tout particulièrement à notre actif et dévoué président Jean-Jacques Cevey, aux membres du Bureau et du Comité, ainsi qu'à tous les collaborateurs de l'ONST en Suisse et à l'étranger.

## *Rencontres à la «Fondue de l'amitié» et autour de la «Table d'hôte»...*

Plusieurs manifestations de cette année des villes sont encore dans nos mémoires. Je voudrais évoquer ici quelques-uns des points culminants. Nous avions pratiquement commencé l'année en organisant une fondue-party sur le pont de Berne, à Fribourg, une manière de combler symboliquement le fossé linguistique de la Sarine. Outre les invités du monde touristique, économique, politique, culturel et médiatique, près de 500 riverains romands et alémaniques s'étaient joints à cette sympathique rencontre.

Notre Table d'hôte fut une autre contribution active à l'hospitalité helvétique. Jeunes et vieux, habitants et étrangers prirent place autour de cette table surdimensionnée, recouverte d'une nappe et de vaisselle, pour deviser, pour prendre une petite collation ou un verre de cidre. C'est ainsi que 45 000 hôtes s'y retrouvèrent dans 24 villes. Même si les autres actions de l'ONST n'étaient pas toutes marquées par ce thème annuel, mais aussi par l'idée directrice, jusqu'à la fin de 1991, de la rencontre, notre Table d'hôte n'en a pas moins constitué un point fort de cette année 1989.

Parmi les nombreuses autres opérations, mentionnons encore notre campagne promotionnelle ciblée au Bade-Wurtemberg, l'invitation du Conseil de l'Europe à une soirée suisse ainsi que les voyages promotionnels nationaux aux USA et en Extrême-Orient.

#### *Des questions stimulantes*

Même si nous bouclons un excellent exercice au niveau quantitatif, il serait malvenu de nous reposer sur nos lauriers. Nous ne pouvons pas rester indifférents aux efforts soutenus de nos pays concurrents, en particulier d'une CE très volontariste, ainsi qu'à une amélioration qualitative perceptible loin à la ronde. Nous devons soumettre notre travail au crible d'un examen critique afin d'être en mesure d'apprécier correctement les chances et risques futurs, et d'en tirer toutes les conclusions utiles. Et l'ONST n'a pas manqué de poser des questions critiques pendant l'année écoulée. En voici deux qui méritent d'être évoquées ici.

La première est de nature internationale: lors du Forum suisse pour le tourisme international, qui se déroulait à Lausanne pour la première fois, nous avions posé la question en ces termes: «Le tourisme - promoteur ou destructeur de la culture?». Plusieurs conférenciers réputés provenant du tourisme, de la politique et de la culture abordèrent ce problème sous différents points de vue et animèrent un débat très dense avec les quelque 130 parti-

cipants de plus de 30 pays. Le tourisme est incontestablement un facteur d'essor économique, et il enrichit la vie de millions de voyageurs et de ceux qui les reçoivent. On ne peut toutefois ignorer que cette activité se déroule souvent aux dépens de la culture et de l'environnement. Les questions soulevées à ce propos lors du Forum international ne l'ont pas été dans un esprit moraliste. Il s'agissait bien davantage d'affronter la situation actuelle et d'esquisser des solutions d'avenir. Car en provoquant l'aliénation, voire la destruction de la culture, le tourisme s'amputerait d'un des piliers mêmes de son existence. Les destinations balnéaires sont moins exposées à ce risque que les pays touristiques à vocation culturelle, comme la Suisse en est un.

L'autre question, nous nous la posons à nous-mêmes, en quelque sorte au niveau administratif interne: l'ONST, compte tenu de sa structure actuelle et des conditions présentes, restera-t-il en mesure de poursuivre une activité promotionnelle efficace pendant les années nonante au profit du tourisme helvétique? Les moyens disponibles suffiront-ils pour faire face à la pression concurrentielle européenne et mondiale? Ou l'ONST devrait-il se transformer de l'intérieur à la lumière des changements en cours ou à venir? Le groupe de travail «Link», renforcé de quelques membres extérieurs, a consacré plusieurs journées de réflexion à ces questions relatives à la stratégie promotionnelle des années nonante. Grâce à la collaboration de nombreux interlocuteurs compétents de Suisse et de l'étranger, ce groupe de travail a pu affiner sa vision de l'évolution future des domaines plus ou moins proches du tourisme, ainsi que des besoins prévisibles des différents partenaires. Partant de là, le groupe a défini le rôle et les objectifs de l'ONST pour les années nonante. Il a ensuite élaboré une stratégie en vue d'atteindre ces buts. Le travail interne de ce groupe s'est achevé par la rédaction d'un rapport final, dont les résultats peuvent être désormais discutés au sein des organes de l'ONST,

avant d'être soumis ultérieurement aux pouvoirs publics.

#### *Bouleversements à l'Est - un nouveau défi*

1989 entrera sans doute dans l'histoire comme l'année du tournant en Europe. En peu de temps, les pays de l'Est vécurent des changements que personne n'aurait osé prédire ne serait-ce que quelques mois auparavant. Le processus de démocratisation et d'ouverture aura évidemment des effets sur le tourisme, même si la question de leur ampleur et des échéances reste ouverte. Tout est en mouvement. Ce mouvement se poursuivra-t-il dans la bonne direction? Voilà qui reste incertain en dépit de l'euphorie générale actuelle. C'est pourquoi l'ONST poursuit la stratégie de la flexibilité mise en pratique depuis le début du tournant à l'Est.

Or il y a déjà des années que nous observons attentivement l'évolution en Europe de l'Est. En 1988, nous nous étions associés pour la première fois à Swissair dans le cadre d'un salon touristique en Hongrie. Cette même année, nous avions tissé d'étroits contacts avec des milieux du tourisme magyar lors du congrès de l'ASTA. Compte tenu de sa relative puissance économique, la Hongrie occupe depuis quelque temps déjà une place à part en matière d'ouverture à l'Ouest. Elle est en outre, depuis le 1er janvier 1990, le premier pays du Comecon à avoir adhéré à la Commission européenne de tourisme (CET). Nous entendons établir des premiers contacts avec d'éventuels partenaires dans les autres pays de l'Est, afin de leur proposer des produits touristiques suisses avantageux, de leur indiquer les voies pour y accéder et de marquer notre présence. C'est ainsi que nous opérons sur le marché de la RDA à partir de notre représentation de Francfort, et dans les autres pays de l'Est depuis celle de Vienne.

La défi venu de l'Est est double. D'une part, la Suisse entend participer à la conquête d'une nouvelle clientèle sur les marchés en éveil. La libérali-

sation du trafic frontalier est-ouest a permis d'éliminer l'obstacle sans doute le plus contraignant du point de vue touristique. Cela étant, les bas revenus dans ces Etats ne permettent pas, tout au moins durant les premières années de liberté, d'envisager le déferlement de vagues touristiques en provenance de l'Est. D'autre part, et c'est pour le moment le principal défi auquel nous sommes confrontés, ces mêmes pays vont exercer un attrait nettement plus fort sur la clientèle de la Suisse et des autres parties de l'Europe. Notre pays devra subir cette nouvelle concurrence, notamment auprès de la clientèle étrangère désireuse de découvrir quelque chose d'inédit, mais aussi par rapport à ses propres habitants qui pourraient décider de s'expatrier davantage.

Nous autres, professionnels du tourisme, sommes à nouveau interpellés, en partie par de «vieilles connaissances», en partie par des situations et des problèmes nouveaux. Le tourisme est une branche économique si vivante, si sensible à de nombreux facteurs, que nous pouvons, tout en nous réjouissant de leur chiffre élevé, considérer l'essor des nuitées comme une incitation à poursuivre et à accroître nos prestations qualitatives.

*Walter Leu, directeur ONST*

*Page 7*

*Promenade le long de la Reuss à Lucerne  
(photothèque ONST).*

