

Zeitschrift: Rapport annuel / Suisse tourisme

Herausgeber: Suisse tourisme

Band: - (1997)

Artikel: L'avenir, c'est la qualité des vacances

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629789>

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: 06.02.2026

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

L'avenir, c'est la qu

Avec la formule Vacances = Suisse \neq Tourisme, notre pays revendique le droit d'être seul à avoir les compétences pour les vacances, abandonnant le tourisme (de masse) aux autres. Cette déclaration exigeante est bien plus qu'une affirmation de notre campagne de positionnement de la Suisse comme lieu de vacances. Elle est le début et l'objectif de notre stratégie visant à augmenter la qualité du produit vacances, à améliorer les conditions cadres politiques pour toute la branche des vacances et des voyages et à renforcer notre conscience d'hôte. Enfin, le message à l'adresse de nos clients n'est pas le moins important: des vacances d'une grande valeur de prestige et riches en événements au lieu d'un tourisme quelconque n'importe où ailleurs.

Afin de prévenir un éventuel malentendu, précisons d'emblée que les touristes seront toujours les bienvenus chez nous. Mais il se pourrait qu'ils ne désireront plus jamais être de simples touristes après avoir constaté la différence qu'il y a entre vacances et tourisme. Cette affirmation ne signifie-t-elle pas que nous avons la grosse tête? Non, car il s'agit d'abord d'une tâche que nous nous sommes donnée. En second lieu, le jugement de la plupart de nos hôtes, même potentiels, nous prouve que nous sommes parfaitement à même d'assumer cette tâche: «La Suisse, c'est le synonyme de vacances», affirment-

ils. Tous sont de cet avis, des hôtes en vacances proprement dits comme les visiteurs des villes et les congressistes.

Les vacances ont été inventées en Suisse.

Nous nous arrogeons le droit d'auteur pour les vacances. Avec les Anglais, qui étaient nos premiers hôtes, nous avons inventé les vacances au milieu du siècle dernier, suite logique à l'avènement de l'alpinisme. La formule était toute simple: des étrangers arrivaient dans les régions alpestres du pays pour connaître et admirer les beautés naturelles, le monde fascinant des montagnes et les particularités des montagnards. Ils venaient aussi pour passer quelques jours, deux ou trois semaines de manière agréable, confortable, plus «noble» ou simplement différente qu'à la maison. Nous avons rapidement compris. Nous nous sentions honorés de leur intérêt et avons promptement développé un sens spécifique des affaires en mettant tout ce qui était nécessaire à leur disposition: les transports, l'hébergement, la nourriture et les loisirs, bref, tout ce que nos hôtes désiraient et appréciaient pour leur confort. Les deux parties y trouvaient leur compte.

Nous ne voulons pas rêver du «bon vieux temps», mais en profiter. En nous

concentrant sur nos qualités originales, nous mobiliserons les forces dont nous avons besoin pour polir le «joyau de vacances qu'est la Suisse» et pour préparer le succès du futur. Ajoutons encore que, au même titre que les paysages, l'espace culturel, le prestige, la sécurité, la ponctualité et la propreté, notre compétence traditionnelle en matière de vacances fait partie des «matières premières» avec lesquelles on réalise les vacances en Suisse. Nous devons en prendre soin.

La Suisse n'est pas faite pour le tourisme de masse.

L'étude de l'UBS sur le «Tourisme suisse», réalisée en 1996, constate très clairement ce que chacun sait déjà, nous-mêmes et (heureusement) la plupart de nos hôtes: «La Suisse n'est pas faite pour le tourisme de masse». Cette étude fait la constatation sous l'angle de la qualité et de son prix: «Pour la Suisse, il est plus sensé de viser systématiquement des offres de qualité élevée.» Nous le faisons. Le label Suisse est synonyme de vacances avantageuses et riches en événements; le rapport qualité-prix est correct dans toutes les catégories.

Mais il ne suffit pas d'en parler. La qualité commence dans nos têtes et peut-être aussi dans nos coeurs. Elle doit être acquise et contrôlée chaque jour. Comme



alité des vacances.

le constate l'étude de l'UBS, «le tourisme suisse accuse d'importants déficits» en matière de garantie de la qualité. Ainsi, ce que doit signifier dans ce contexte notre engagement en faveur de vacances plutôt que du tourisme devient évident. Nous souscrivons à cette campagne de promotion très caractéristique: comme hôtes, nous devons sans cesse contrôler, améliorer et assurer la qualité de notre produit vacances pour l'harmoniser avec les exigences de nos clients. La marque à atteindre ne sera jamais trop élevée: le label Suisse est l'étalon de qualité pour les vacances. Un premier objectif est ainsi déjà atteint par le lancement du label de qualité pour les vacances en Suisse.

La Suisse a besoin d'une politique des vacances.

Pour atteindre cet objectif élevé, il faut plus qu'une campagne de promotion convaincante et un marketing professionnel de Suisse Tourisme et de tous les prestataires de produits portant le Label Suisse. Au même titre que la place financière Suisse, la Suisse des vacances et toutes les autres branches économiques de ce pays ont besoin de mesures politiques ciblées pour optimiser les conditions cadre économiques, culturelles, sociales et techniques. La branche des vacances comme

un des piliers de notre économie doit se mettre en évidence pour être perçue et respectée comme telle. La Suisse des vacances a aussi besoin d'un débat public sur la Suisse comme pays hôte. Au fond, l'école primaire devrait comprendre un cours «L'hôte sympathique», au moins comme branche secondaire.

Si nous voulons prendre au sérieux notre rôle de leader de la compétence en matière de vacances, il ne suffit pas, à l'instar du coureur de slalom, de tourner sans cesse autour des tendances internationales les plus récentes du tourisme de masse. Nous devons renouer avec l'esprit inventif des pionniers et développer des forces novatrices. La Suisse a peut-être besoin d'une véritable université des vacances, pourquoi pas virtuelle sur Internet, mais suivie «d'essais concrets sur le terrain» afin que le monde sache où il doit s'adresser pour apprendre la différence entre vacances et tourisme.

Ajoutons encore pour terminer que la conjoncture connaît une embellie dans la branche des vacances, comme en témoignent les données de l'année 1997. Pourquoi alors un repositionnement du Label Suisse? Pourquoi une campagne de promotion en soutien? Pourquoi une stratégie à long terme avec «Des vacances à la place du tourisme» pour nous mettre en évidence? La réponse est simple: la

conjoncture ne représente que la moitié de la vérité, ou, comme jadis, lorsque les premiers Anglais arrivaient: si nos prédecesseurs n'avaient pas reconnu les signes des temps et s'ils n'avaient pas immédiatement créé des hôtels, des routes, des terrasses pour la vue, en clair, s'ils n'avaient pas réalisé le «hardware» pour le produit vacances et s'ils ne s'étaient pas formés, la Suisse des vacances n'existerait pas.

Une question de qualité.

La différence entre vacances et tourisme est en premier lieu une question de qualité. On relie des contenus divers et pas toujours flatteurs à la notion de tourisme. Alors que la notion de vacances génère des rêves et ravive de beaux souvenirs.

La Suisse, pays de vacances se positionne comme label avec quelque chose de nettement mieux. Nous attachons de l'importance à la «petite» différence: ce que d'autres appellent tourisme a des qualités de vacances dans notre pays.

Avez-vous
pensé à vacciner
vos enfants
contre le tourisme?
Enfin les vacances. A vous la Suisse.

Departure

Brèves vacances du tourisme.

Enfin les vacances. A vous la Suisse.

Recommandé pour un aperçu des vacances: l'un de nos havres de paix.