

La Suisse et le tourisme

Autor(en): **Rotach, Walter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **54 (1974)**

Heft 4

PDF erstellt am: **24.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886376>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

La Suisse et le tourisme

Il est peu de mots qui expriment autant de valeurs différentes que celui de tourisme quand il a trait à la Suisse.

Pour le poète, c'est Gonzague de Reynold chantant « la fin du beau voyage » (Cités et pays suisses, édition Rencontre). « J'ai fait dans mon pays, j'ai fait un beau voyage : des années, de ville en ville, de terre en terre, en ce petit pays si vite traversé, si lent à parcourir ; ouvert comme une demeure et si plein de mystère, serré comme un tableau dans son cadre de bois, entre ses quatre frontières ; vaste pourtant comme le monde, au centre du monde comme au cœur d'une cité la cathédrale dont le clocher sonore fuse au-dessus des toits ; et profond sous les chars qui roulent, avec les vagues bleues de ses horizons, comme une mer sous la carène des navires ».

Pour l'industriel, c'est l'entretien et la modernisation de l'hôtellerie dans lesquels ont été investis 3 milliards de francs suisses au cours des vingt dernières années ; l'équipement des stations d'hiver (en dix ans, les investissements dans la construction des téléphériques et autres moyens de remontée mécanique ont été décuplés : plus de cent patinoires artificielles ont été construites ; des piscines chauffées) ; la construction de chalets et appartements de vacances dont le nombre de lits est passé, depuis la fin de la guerre, de 10 000 à 300 000.

Le professionnel du tourisme résume ainsi la Suisse : plus de 300 stations, toutes ayant une activité s'étendant au moins sur deux saisons (selon une statistique yougoslave, la Suisse touristique possède l'activité saisonnière la plus longue), 61 stations thermales et climatiques, un équipement sportif très développé (50 000 km de chemins pédestres balisés, entre autres), des villes et stations équipées de façon moderne pour l'organisation de congrès, séminaires, etc., 9 000 hôtels, comptant 290 000 lits, 30 000 auberges, restaurants et cafés ; un réseau de chemin de fer public et privé de 5 000 km. 278 entreprises de funiculaires, crémaillères et téléphériques, 7 500 km de lignes d'autocars des Postes, 16 compagnies de navigation lacustre.

L'économiste, lui, aura pour formule : une valeur d'investissement de douze milliards de francs suisses ; environ 34 millions de nuitées étrangères par an ; des recettes de 5,3 milliards (plus de 800 F par habitant) qui placent le tourisme en 3^e rang des échanges extérieurs après

l'industrie des machines et les produits pharmaceutiques et chimiques et un revenu net (déduction faite des dépenses des Suisses à l'étranger) de 2,6 milliards couvrant environ 40 % du traditionnel déficit de la balance commerciale.

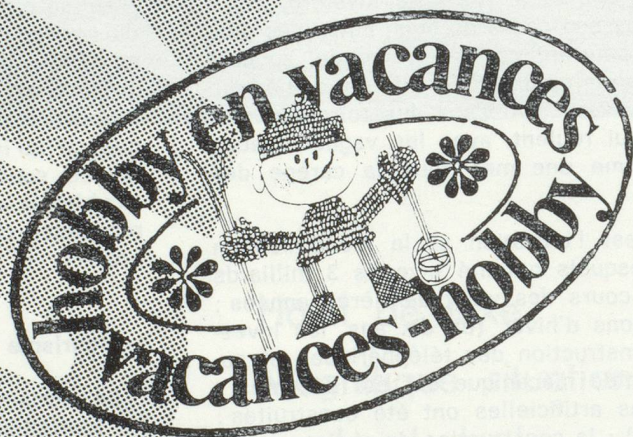
Quant au **touriste étranger**, son avis, vous en conviendrez, est plus important puisqu'il ne peut être que la résultante de ce que nous venons d'énumérer augmentée du coefficient de la qualité de l'accueil et de l'hospitalité qu'il trouvera durant son séjour. Dans l'ensemble, ses appréciations sont favorables. Certains souhaiteraient plus de contacts avec les Suisses et ne se rendent pas compte que ce qu'ils pensent être de la froideur, n'est chez le Suisse, soucieux de liberté individuelle, que la crainte de troubler la quiétude de son hôte. Combien de célébrités mondiales choisissent pour cela d'y résider ou de s'y reposer ?

Le tourisme et la mode

Le tourisme traditionnel est une part importante du capital touristique de la Suisse. Comme toute chose le tourisme évolue cependant en fonction de nombreux facteurs dont les responsables du tourisme doivent tenir compte quand ils ne les créent pas eux-mêmes. C'est ainsi, par exemple, que l'ONST a lancé des campagnes de propagande comme le « retour à la nature, retour à l'art du voyage » ou encore « Courez l'Europe, détendez-vous en Suisse » avant que ces nouvelles tendances — que l'on pressentait dans toutes les classes de touristes — ne se soient imposées avec la force qu'elles ont actuellement.

Le ski également connaît un retour spectaculaire aux sources. Sans abandonner ce qu'il est convenu d'appeler le ski alpin : montée mécanique — descente record, on constate un regain de faveur pour le ski de promenade et le ski de fond. Un exemple : le marathon de l'Engadine (randonnée de 40 km à ski de Maloja à St-Moritz et Zuoz) qui groupait quelques dizaines de participants il y a peu d'années en a réuni cette année plus de 8 000 venant de Suisse, bien sûr, mais aussi de France, d'Italie, d'Allemagne, de Belgique, de Grande-Bretagne, d'Espagne et même des Etats-Unis. Devançant cette tendance, des circuits de ski de fond et des sentiers balisés de ski de promenade ont été créés dans plus de 120 stations.

LES
SUISSES



Renseignements auprès de votre agence de voyages ou à
l'Office National Suisse du Tourisme

Porte de la Suisse, 11 bis, rue Scribe, 75009 Paris, tél. 073/63 30

Tendances d'aujourd'hui et de demain

Avant de connaître la crise actuelle, la Suisse avait vécu d'autres difficultés : manque de main-d'œuvre lié aux problèmes de la surpopulation étrangère, interdiction de vendre des immeubles aux étrangers. La Suisse n'a aucune matière première, à part la « houille blanche » ; elle est entièrement tributaire de l'étranger et la crise de l'énergie l'a touchée comme les autres pays d'occident. Son tourisme a également dû tenir compte de la crise financière. D'une part la lutte contre l'inflation a conduit à limiter le crédit et d'autre part la cote du franc suisse qui fait prime sur tous les marchés des changes a contribué à renchérir les prix.

Est-ce à dire que le tourisme suisse est devenu cher ? Nous ne le pensons pas et ceci en dépit de ce que nous disons ci-dessus. Les comparaisons que nous avons été amenés à faire au début de la saison d'hiver prouvent qu'à qualité égale d'accueil et de service, la Suisse n'est pas plus chère que ses concurrents européens.

Quelques exemples : une semaine tout compris avec voyage en train (2^e classe) de Paris à Paris, y compris les remontées mécaniques :

Leysin	790 FF
Saint-Moritz	1 130 FF
Zinal	980 FF

Le même forfait, mais sans les remontées mécaniques :

Zermatt	965 FF
Engelberg	800 FF
Villars	1 210 FF

Une semaine prix forfaitaire, mais sans transports :

Sainte-Croix	687 FF
Champex	550 FF
Unterbäch	490 FF
etc.	

Le recul constaté à la fin de l'année qui vient de s'achever dans le mouvement touristique a touché tous les pays de tourisme. Il n'a pas surpris les dirigeants du tourisme suisse qui s'attendaient au développement constaté du tourisme interne dans la plupart des pays d'Europe. La crise n'explique d'ailleurs pas à elle toute seule l'ampleur de ce mouvement.

Peut-être — comme le disait le directeur de l'ONST, M. Kämpfen, dans un récent article — est-ce un mouvement de lassitude à l'égard des longs voyages à travers l'Europe quand ce n'est pas au bout du monde, peut-être un désir de « retour aux sources » de reprise de contact avec le berceau familial — beaucoup de Français ont passé leurs dernières vacances dans leur province natale — qui conduit aujourd'hui le touriste à rester chez lui, tel Ulysse après son long voyage. L'ONST n'a-t-il pas lancé, il y a plus de dix ans, la formule « Après tout voyage au loin, vacances en Suisse ». Le tout est qu'après ce repos, l'envie revient à nos amis de repartir. Nous leur donnerons le goût de revenir en Suisse.

Notre pays qui dispose d'une clientèle provenant de nombreux pays a sans doute moins souffert que d'autres

de cette situation. Nous ne connaissons pas encore la statistique complète, mais compte tenu du développement du tourisme interne et de l'accroissement probable des nuitées dans l'hébergement complémentaire (appartement, chalets, camping-caravaning) on peut estimer que les pertes en 1974 ne dépasseront pas 5 % des résultats de 1973 (2^e meilleure année dans l'histoire du tourisme suisse).

Certains pays — la France notamment — comptent renforcer leur propagande pour retenir dans le pays leurs ressortissants. C'est de bonne guerre, mais nous pensons qu'à la longue cela ne peut qu'être préjudiciable au tourisme en général et que les efforts devraient s'exercer surtout dans l'intensification des échanges.

Le tourisme n'est d'ailleurs pas le seul à être victime de ce phénomène. Ne voit-on pas de grands pays, riches, déclarer qu'ils feront tout pour freiner leurs importations et multiplier leurs exportations. C'est bien joli mais si tout le monde part de cette idée, on voit mal où ils pourront exporter.

Les touristes suisses continueront à se rendre à l'étranger, dans des proportions semblables à celles des années passées (environ 12,5 millions de nuitées pour une population de moins de 6 millions).

L'ONST continuera à mettre en valeur la qualité des vacances en Suisse, le repos, la détente, tout en pratiquant son hobby favori, des vacances actives dans un air vivifiant — par opposition au « bronzage idiot ». Pas plus qu'elle ne permet l'implantation d'une industrie lourde, l'exiguïté du territoire rend peu souhaitable le tourisme de masse. C'est donc vers un tourisme plus sélectif — nous ne pensons pas « portefeuille » en disant cela — un tourisme plus individualiste que nous continuerons à diriger nos efforts pour attirer la clientèle.

La France — deuxième client de la Suisse après l'Allemagne — nous apporte, bon an mal an, quelque quatre millions de nuitées. Une statistique française récente indiquait que 11 % du total des Français se rendant à l'étranger venaient en Suisse, c'est-à-dire environ 1,2 million de personnes. Beaucoup d'entre-elles sont plus que des « clients » des amis de la Suisse et, en dépit des difficultés du temps présent, nous espérons qu'elles continueront à nous être fidèles.

Pour nous faire pardonner cette indigestion de chiffres et de statistiques, tournons-nous vers le poète Paul Morand, épris de notre pays au point qu'il souhaitait signer, comme Voltaire dans ses lettres au grand Frédéric, « Un vieux Suisse » : « Les touristes d'un jour l'ignorent, mais les dégustateurs de vie rare ne s'y trompent pas ; ceux qui savent que la Suisse n'est jamais plus belle qu'aux demi-saisons le pays de Vaud en mars, le Valais d'octobre, ou l'Engadine, lorsque les plaques des voitures étrangères disparaissent des routes à point de vue, lorsque les voiliers scandinaves sur remorque ont repassé le Gothard et les caravanes anglaises Porrentruy, lorsque les grèbes réapparaissent sur le lac, lorsque Lausanne n'est plus un centre pour consultations médicales et Genève un uniprix pour Savoyards ; quels noms restent alors, sur le bord de ces prés plus verdoyants qu'un tablier de sommelier d'hôtel, sur des lacs couleur de truite au bleu ? : Chaplin, Simonon, Chanel, Anouilh, Markevitch, François Nourrissier » (*).

(*) La Suisse que j'aime, F. Nourrissier - Editions SUN.