

**Zeitschrift:** Revue économique franco-suisse  
**Herausgeber:** Chambre de commerce suisse en France  
**Band:** 68 (1988)  
**Heft:** 4

**Vorwort:** Éditorial : pour vos vacances... ayez de la Suisse dans les idées!  
**Autor:** Goumaz, Michel

### **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:** 16.04.2026

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

### *Pour vos vacances... ayez de la Suisse dans les idées !*

**C**e slogan devra sans doute être répété haut et fort ces prochaines années pour que le nombre de nuitées des touristes français retrouve les chiffres records des années 70.

*Bon an, mal an, la lecture des statistiques est devenue moins réjouissante : augmentation du choix des destinations, vogue grandissante du charter à prix réduit, développement rapide des stations françaises de montagne, mode du soleil garanti d'une part, et d'autre part, image de prix élevé et un cours du change défavorable s'affirmant et résistant à une analyse objective prouvant, qu'aujourd'hui encore, la Suisse offre des prestations touristiques fort attractives sur le plan du rapport qualité/prix, ont contribué à éloigner de la Suisse une partie de sa clientèle potentielle.*

*Et pourtant la Suisse reste une destination que le Français apprécie : paysages sauvegardés, environnement protégé, qualité de l'accueil et des prestations touristiques, excellent fonctionnement des transports publics, sagesse de la population, sérénité, sécurité, représentent des atouts indéniables qui dans le monde agité où nous vivons prendront de plus en plus d'importance pour le vacancier à la recherche d'une réelle et nécessaire remise en forme.*

*Des sondages récents prouvent que les Français qui connaissent la Suisse, sont non seulement d'excellents clients, mais encore fidèles, puisque 50 % d'entre eux sont venus plus de dix fois dans notre pays de vacances. En revanche, ce même sondage démontre qu'il est devenu plus difficile de convaincre une clientèle nouvelle trop sensible à des préjugés qui ont la vie dure.*

*Un effort important de tous les milieux concernés, pour mieux faire connaître notre pays et ses vraies valeurs s'impose donc.*

*À l'aube de « l'Europe », bien que la Suisse contribue de façon très significative par des échanges commerciaux importants à l'amélioration de la balance des paiements de la France – il en est de même dans le tourisme où les statistiques françaises annoncent 3,5 millions de touristes Suisses en France, soit 50 % de notre population –, il faut admettre que notre position en marge de la CEE nous obligera à faire certains sacrifices, à être davantage présents sur un marché prioritaire si nous voulons non seulement maintenir nos positions, mais reconquérir une part du marché qui nous était acquise.*

*La balle est dans le camp de la Suisse, qui après le fantastique défi de 1291 saura, nous n'en doutons pas, 700 ans plus tard, mettre toutes ses forces en commun pour relever celui de 1992.*

Michel Goumaz,  
Directeur de l'Office National Suisse du Tourisme, Paris